

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM USAHA MEBEL

DI CV. JATI KARYA PALEMBANG

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E)**

Oleh:

Evi Susanti

NIM: 12190071



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

UIN RADEN FATAH

PALEMBANG

2017



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

ALAMAT: JALAN PROF.K.H.ZAINAL ABIDIN FIKRY KODE POS 30126 KOTAK POS: 54 TELP(0711)354668
PALEMBANG

Formulir E.4

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI EKONPOMI ISLAM

Nama : Evi Susanti
Nim/Jurusan : 12190071 / Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Usaha Mebel di CV.
Jati Karya Palembang.
Telah diterima dalam ujian munaqosyah pada tanggal 29 Maret 2017

PANITIA UJIAN SKRIPSI

Tanggal Pembimbing Utama : Mufti Fiandi, S.Ag., M.Ag
t.t.:

Tanggal Pembimbing Kedua : Syamsiar Zahrani, M.A
t.t.:

Tanggal Penguji Utama : Drs. Sunaryo, M.H.I
t.t.:

Tanggal Penguji Kedua : Iceu Sri Gustianan, SE., M.M
t.t.:

Tanggal Ketua : Mismiwati, SE.,MP
t.t.:

Tanggal Sekretaris : Mila Gustahartati,S.Ag., M.Hum
t.t.:

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Evi Susanti

Nim : 12190071

Jenjang : S1 Ekonomi Islam

Menyatakan, bahwa skripsi yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Usaha Mebel CV. Jati Karya Palembang” secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan penuh rasa tanggung jawab.

Palembang, Februari 2017

Saya yang menyatakan

Evi Susanti

Nim : 12190071

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul:

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM USAHA MEBEL CV. JATI KARYA PALEMBANG

Yang ditulis oleh:

Nama : Evi Susanti
NIM : 12 19 0071
Jurusan : S1 Ekonomi Islam

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada fakultas ekonomi dan bisnis islam untuk diujikan dalam sidang *munaqosyah* ujian skripsi.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Palembang, Februari 2017

Pembimbing I

Pembimbing II

Mufti Fiandi, S.Ag., M.Ag
NIP. 197605252007101005

Syamsiar Zahrani, M.A
NIP. 197011142014111001

MOTTO

- *Berangkat dengan penuh keyakinan, berjalan dengan penuh keikhlasan, istiqomah dalam menghadapi cobaan, jadilah seperti karang di lautan yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain, karena hidup hanya sekali. Ingat hanya pada Allah apapun dan dimanapun kita berada Dia-lah tempat meminta, memohon dan mengabdikan semua do'a.*
- *Sabar saja tidak cukup, da'a dan usahalah yang menjadikan sebuah mimpi menjadi kenyataan.*
- *Mimpi, Harapan dan Cinta semua oranglah yang membuat hidup lebih indah.*

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini kepada :

- 1. Ayahanda Nurdin & Ibunda Nurlela wati tercinta yang telah tulus ikhlas menyayangiku, do'a dan perjalanan hidup kalian memberikan arti dalam hidupku.*
- 2. Kakak-kakakku, dan adikku yang tersayang: Feri Aprianto, M. Iqbal Islami, Hendri Adi Syaputra, Rahmat Hidayat Tullah dan Misrina Aprilia.*
- 3. Om Thoat Ahmad & tante Yeti yang telah mendidikku dan menyekolahkanku dari SMP, SMA, sampai pada titik akhir di perguruan tinggi UIN Raden Fatah Palembang, keikhlasan kalianlah yang membuatku tak akan melupakan kalian sampai kapanpun.*
- 4. Bapak/Ibu Dosen atas ilmu, bimbingan, kesabaran dan didikannya*
- 5. Sahabat-sahabat suka dan duka, Semua saudara dan kerabat, yang telah memberikan semangat, keceriaan dan memberi arti tanggung jawab dalam hidupku.*
- 6. Almamater kebangganku: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Islam UIN Raden Fatah Palembang.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur khadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat terselesainya skripsi ini. Shalawat serta salam tercurahnya kepada junjungan kita, nabi Muhammad SAW, serta keluarganya, sahabatnya, serta para kaum muslimin dan muslimat yang telah berjihad demi menegakkan agama Allah SWT di permukaan bumi ini. Dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Usaha Mebel CV. Jati Karya Palembang” Penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, untuk ini penulis sampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Qodariah Barkah M.H.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
2. Bapak Mufti Fiandi, S.Ag., M.Ag selaku Pembimbing Utama dan Syamsiar Zahrani, M.A selaku Pembimbing Kedua dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Titin Hartini, SE.,M.Si dan ibu Mismiwati, SE.,MP selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
4. Para dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan do’a, semangat dan motivasi lebih selama ini.
5. Ayahanda Nurdin & Ibunda Nurlela wati tercinta yang telah tulus ikhlas menyayangiku, do’a dan perjalanan hidup kalian memberikan arti dalam hidupku.

6. Kakak-kakak dan adikku (Feri, Iqbal, Hendri, Dayat, dan April) yang selalu memberikan semangat dan menjadi motivasi bagi penulis untuk senantiasa melakukan yang terbaik serta memberikan contoh yang baik.
7. Om Thoat Ahmad & tante Yeti yang telah mendidikku dan menyekolahkanku dari SMP, SMA, sampai pada titik akhir di perguruan tinggi UIN Raden Fatah Palembang, keikhlasan dan kemuliaan hati kalianlah yang membuatku tak akan melupakannya sampai kapanpun.
8. Sahabat seperjuangan serta seluruh rekan-rekan jurusan Ekonomi Islam 2012 yang telah memberikan bantuan tenaga dan waktu, guna mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Sahabat dan saudaraku, terimakasih atas dukungan dan doa yang diberikan.

Atas semua bantuan, petunjuk dan bimbingan serta semangat dari berbagai pihak, penulis hanya dapat menyerahkan semuanya kepada Allah SWT. Mudah-mudahan itu semua bisa menjadi amal jariyah bagi yang bersalah, akhir kata penulis mohon maaf segala kekhilafan dan segala kekurangan dalam tulisan ini.

Palembang, Maret 2017
Penulis

Evi Susanti
12190071

TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

A. Huruf Konsonan

أ	=	'	ز	=	z	ق	=	q
ب	=	b	س	=	s	ك	=	k
ت	=	t	ش	=	sy	ل	=	l
ث	=	ś	ص	=	Ṣ	م	=	m
ج	=	j	ض	=	dh	ن	=	n
ح	=	<u>h</u>	ط	=	ṭ	و	=	w
خ	=	kh	ظ	=	zh	ه	=	h
د	=	d	ع	=	'	ء	=	`
ذ	=	z	غ	=	gh	ي	=	y
ر	=	r	ف	=	f			

B. Ta` Marbûthah

1. *Ta` marbûthah sukun ditulis h contoh بِعِبَادَةٍ ditulis bi 'ibâdah.*
2. *Ta` marbûthah sambung ditulis t contoh بِعِبَادَةِ رَبِّهِ ditulis bi 'ibâdat_t rabbih.*

C. Huruf Vokal

1. Vokal Tunggal

- a. Fathah (---) = a
- b. Kasrah (---) = i
- c. Dhammah (---) = u

2. Vokal Rangkap

- a. (اي) = ay
- b. (ي --) = îy
- c. (او) = aw
- d. (و --) = ûw

3. Vokal Panjang

- a. (ا---) = â
- b. (ي---) = î
- c. (و---) = û

D. Kata Sandang

Penulisan *al qamariyyah* dan *al syamsiyyah* menggunakan *al-*:

1. *Al qamarîyah* contohnya: ”الحمْد“ ditulis *al-ḥamd*
2. *Al syamsîyah* contohnya: ”النمل“ ditulis *al-naml*

E. Daftar Singkatan

H	=	Hijriyah
M	=	Masehi
hlm.	=	halaman
swt.	=	<i>subḥânahu wa ta‘âlâ</i>
saw.	=	<i>sall Allâh ‘alaih wa sallam</i>
QS.	=	al-Qur`ân Surat
HR.	=	Hadis Riwayat
terj.	=	terjemah

ABSTRAK

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi masih rendahnya etika bisnis terutama di mebel-mebel, setiap pengusaha/pedagang haruslah menerapkan etika dengan benar. Etika dengan sesama pengusaha, etika terhadap pelanggan, ataupun etika terhadap masyarakat. Dengan penerapan etika dengan benar, maka kegiatan bisnis yang dijalankan akan berjalan sesuai dengan aturan yang berlaku dan tidak menyimpang. Sehingga tidak ada pihak manapun yang merasa dirugikan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis di mebel CV. Jati Karya Palembang dan sudah sesuaikah dengan etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan atau alat analisa data melalui observasi langsung kelapangan, penyebaran kuesioner kepada 20 responden dan dilengkapi hasil wawancara lepas untuk menguatkan bukti fakta dari kuisisioner yang disebar kepada responden, study kepustakaan dan dokumentasi. Tehnik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yaitu suatu tehnik analisa dimana semua data yang diperoleh dipaparkan terlebih dahulu kemudian menganalisisnya dengan berpedoman pada sumber-sumber dalam bentuk kalimat-kalimat. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa etika atau perilaku yang diterapkan oleh CV. Jati Karya ini mayoritas mereka sudah menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam. Hal tersebut bisa dilihat pada masalah harga, produk dan kualitas barang yang mereka jual. Para pembeli di mebel CV. Jati Karya ini mendapat harga yang ekonomis, tidak murah dan tidak mahal. Mengenai barangnya, pembeli mendapatkan barang yang berkualitas dan mutu terjamin, tidak ada yang menggunakan sumpah serta tidak pernah mengingkari dalam hal perjanjian, mereka juga ramah dan sopan terhadap pembeli sehingga para pembeli merasa puas dan nyaman untuk membeli barang di mebel ini. Namun belum seratus persen maksimal. Seperti masih ada karyawan/i yang kurang ramah dan sopan terhadap pembeli, barang yang terkadang masih ada cacat fisik namun akan di perbaiki bila kesalahan dari mebel itu sendiri.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Mebel CV. Jati Karya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iv
ABSTRAK	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TEBEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Telaah Pustaka.....	7
E. Kerangka Teori.....	11
F. Metode Penelitian	12
G. Sistematika Penulisan	17
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Etika Bisnis	19
B. Bisnis dalam al- Qur'an dan Tujuannya	27
C. Etika Bisnis Menurut Hukum Islam	29

D. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis	31
E. Ajaran Rasulullah Dalam Etika Berbisnis	39
F. Tujuan Bisnis Dalam Islam	42
BAB III. GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	
A. Setting Penelitian.....	44
B. Deskripsi Obyek Penelitian	44
C. Lokasi Geografis	45
D. Deskripsi Demografis.....	46
E. Struktur Organisasi Mebel CV. Jati Karya	47
F. Sejarah singkat Perusahaan Mebel	52
BAB IV. HASIL ANALISIS	
A. Karakteristik Responden	55
B. Penerapan Etika Bisnis para karyawan di CV. Jati Karya Palembang	67
C. Penerapan etika bisnis di CV. Jati Karya Palembang dalam perspektif etika bisnis Islam	69
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	72
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

- Tabel 3.1: Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Karyawan, hlm. 46
- Tabel 3.2: Profil Responden Berdasarkan Usia Karyawan, hlm. 47
- Tabel 3.3: Jenis Barang yang diperjualbelikan, hlm. 54
- Tabel 4.1: Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Karyawan, hlm. 57
- Tabel 4.2: Persentase Responden Berdasarkan Usia Karyawan, hlm. 57
- Tabel 4.3: Persentase Responden Berdasarkan Jabatan Karyawan, hlm. 58
- Tabel 4.4: Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pelanggan, hlm. 59
- Tabel 4.5: Persentase Responden Berdasarkan Usia Pelanggan, hlm. 60
- Tabel 4.6: Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Pelanggan, hlm. 61
- Tabel 4.7: Profil Responden Berdasarkan Pelayanan Karyawan CV. Jati Karya menurut Pelanggan dari Angket, hlm. 62
- Tabel 4.8: Persentase Responden Berdasarkan Persentase dari jawaban pelanggan di CV. Jati Karya Palembang, hlm. 63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Kerangka Teori, hlm. 11

Gambar 3.1 : Struktur Organisasi Mebel CV. Jati Karya, hlm. 48

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu ekonomi dewasa ini semakin marak dengan penerapan sistem perekonomian yang berbeda pada setiap negara. Terkait dengan persoalan ekonomi, maka belakangan ini telah berkembang pemikiran ekonomi Islam diantaranya membahas tentang etika bisnis, saat ini etika bisnis menjadi topik yang menarik dikalangan praktisi bisnis. Di setiap kegiatan bisnis saat ini mulai menerapkan unsur etika dan moral dalam aktivitasnya, bukan hanya untuk mencapai tujuan bisnis itu sendiri seperti mendapatkan keuntungan yang besar, melainkan ingin menumbuhkan kedisiplinan dan integritas yang baik pada praktisi bisnis. Karena kalau setiap praktisi bisnis menerapkan kedisiplinan dan mempunyai integritas yang baik maka nilai perusahaan di mata masyarakat luas akan baik.

Bersamaan dengan semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam berbisnis. Sesungguhnya dalam kehidupan sehari-hari manusia telah diatur dalam pandangan ajaran agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan) dalam setiap lini kehidupannya. Islam di segala aspek kehidupan termasuk di

dalamnya aturan usaha dan bisnis yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan sejahtera.

Islam adalah agama sempurna yang memuat berbagai persoalan kehidupan yang termasuk kehidupan manusia, baik diungkapkan secara global maupun rinci, secara substantif ajaran Islam yang diturunkan Allah SWT kepada para Rasulullah SAW terbagi menjadi tiga bagian yakni aqidah, syari'ah dan akhlak.¹

Menurut Qardawi Akidah merupakan dasar keseluruhan tatanan kehidupan dalam Islam, termasuk tatanan ekonomi. Tatanan dalam Islam adalah akidah, tatanan sering disebut pelayanan akidah. Tatanan ini bertugas untuk melindungi akidah, memperdalam akar-akarnya, menyebarkan, mementinginya dari segala rintangan dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.²

Hubungan ekonomi Islam dengan akidah tampak jelas dalam berbagai hal, seperti suatu bangunan, akidah adalah pondasinya, sedangkan ibadah dan akhlak, adalah sesuatu yang dibangun di atasnya. Rumah yang dibangun tanpa pondasi adalah suatu bangunan yang sangat rapuh.

Islam menempatkan bisnis sebagai cara terbaik untuk mendapatkan harta serta kesejahteraan. Oleh karena itu, bisnis harus dilakukan dengan cara terbaik dengan tidak melakukan kecurangan, riba, rekayasa harga maupun penimbunan barang. Perilaku seperti ini menyebabkan menyebabkan

¹Djazuli dan Janwari, Yadi, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat*, (Jakarta: Penerbit PT Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 17

²Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Penerbit Gema Insani, 2006), hlm. 35

terjadinya kezaliman dalam kehidupan masyarakat. Kesadaran terhadap pentingnya etika dalam bisnis merupakan kesadaran tentang diri sendiri dalam melihat dirinya sendiri ketika berhadapan dengan hal yang baik dan buruk. Manusia dihadapkan apa itu halal dan haram, yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan, maka disinilah letak perbedaan manusia dan hewan. Manusia memiliki perbuatan manusiawi dan tidak manusiawi, sedangkan hewan tidak mengenal istilah manusiawi, jujur dan tidak jujur, patut dan tidak patut, maupun adil dan tidak adil.

Kegiatan ekonomi pada dasarnya adalah kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara layak, baik dari bentuk produksi, konsumsi, distribusi, maupun kegiatan lainnya. Bagi orang muslim, kegiatan seperti ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari tugasnya sebagai khalifah dan ibadah kepada Allah. Karena itu kegiatan tersebut harus dilandasi dan diikat oleh nilai dan prinsip yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Sunnah Rasul.³

Pada penerapan perekonomian ini hendaknya memberikan tanggung jawab dan kewajiban yang seimbang pada kelestarian dan kesetaraan seluruh manusia. Karena Rasulullah sangat menghargai harga yang adil yang terbentuk di pasar. Dalam Islam nilai-nilai moralitas yang meliputi kejujuran, keadilan dan keterbukaan sangat diperlukan dan menjadi tanggung jawab bagi setiap pelaku bisnis. Nilai-nilai tersebut merupakan cerminan dari keimanan seorang Muslim kepada Allah. Penerapan nilai-nilai moral dalam kehidupan

³ Didin Hafiduddin, *Islam Aplikatif*. (Jakarta: Penerbit Gema Insani, 2003), hlm. 28

bisnis yang harus didasari secara personal oleh setiap pebisnis, artinya setiap pebisnis boleh berdagang dengan tujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya, tapi dalam Islam bukan hanya mencari keuntungan sebesar-besarnya tapi juga mencari keberkahan.

Pada era modern seperti saat ini seakan nilai-nilai kemanusiaan semakin luntur. Kecenderungan masyarakat untuk berlaku bebas seakan mewabah di setiap kehidupan. Tak jarang lagi moral, etika, norma, aturan dan berbagai hal lainnya yang bertujuan untuk memperbaiki tingkah laku manusia lebih baik seakan tak berguna. Penerapan etika dalam pelaksanaan berbisnis pun dirasakan perlu lebih ditingkatkan. Bisnis dipengaruhi bukan hanya oleh situasi dan kondisi ekonomi semata, namun juga oleh perubahan-perubahan sosial, politik, ekonomi dan teknologi serta pergeseran-pergeseran sikap. Bahkan jika tujuan bisnis dipandang secara sempit, yakni sebagai maksimalisasi nilai ekonomis bagi pemiliknya, bisnis harus tetap mempertimbangkan akan segala sesuatu yang mempengaruhi pencapaian tujuan terbatas tersebut.

Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan syariah dalam ajaran Islam di bidang *muamalah* tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan rizki yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat.

Keadilan yang berhubungan dengan konsumen diantaranya pembeli merasa tidak nyaman dengan sikap karyawan/i yang kadang tidak ramah dan juga pembeli menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar. Mereka juga harus diberitahukan bila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang. Pedagang dilarang menjual barang palsu atau rusak, bersumpah untuk mendukung sebuah penjualan, perdagangan barang-barang haram dan riba praktek-praktek ini dilarang dalam Islam.

Dapat kita lihat di mebel-mebel lainnya, Khususnya di mebel CV. Jati Karya Palembang ini masih ada saja karyawan/i yang terkadang bersikap tidak ramah terhadap konsumennya sehingga akan membuat kerugian terhadap mebel tersebut dan kualitas barang atau cacat fisik terhadap barang juga terkadang membuat konsumen merasa dirugikan tidak mau kembali lagi jika itu terjadi. Oleh karena itu permasalahan yang menyangkut dengan penerapan etika di dalam berbisnis harus lebih ditingkatkan lagi agar penialain dan kepuasan konsumen terhadap perusahaan akan mendapatkan tanggapan yang positif.

Dalam penelitian ini penulis mengambil penelitian di **CV Jati Karya Palembang** yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan/ pembuatan perabotan rumah tangga dari bahan kayu jati, di mana CV Jati Karya mengelolah sendiri kayu jati sehingga menghasilkan perabotan rumah tangga seperti lemari, kursi dan lain-lain. Makin banyak persaingan pembisnis yang handal dan berbagai macam cara untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik, salah satunya dengan cara melayani

konsumen dengan baik dan sopan. Dan juga dalam Islam banyak mengajarkan bagaimana etika yang baik dan benar agar pelanggan lain waktu akan kembali.

Dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM USAHA MEBEL DI CV. JATI KARYA PALEMBANG”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, bahwa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

- 1) Bagaimana CV. Jati Karya Palembang menerapkan etika bisnis dalam bisnisnya?
- 2) Bagaimana penerapan etika bisnis di CV. Jati Karya Palembang dalam perspektif etika bisnis Islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a) Untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis di CV. Jati Karya Palembang.
- b) Sudah sesuaikah perilaku para karyawan CV. Jati Karya dengan etika bisnis Islam.

2. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian sebagai sarana bagi peneliti dalam membandingkan konsep-konsep yang telah dipelajari sebelumnya dengan prakteknya di dunia bisnis dan perdagangan yang ada kaitannya dengan etika bisnis Islam.

b) Manfaat bagi Akademik

Menambah pengetahuan dalam Penerapan etika bisnis Islam serta sebagai masukan pada peneliti pada masa yang akan datang.

c) Manfaat bagi perusahaan

Sebagai masukan dan dapat dijadikan sebagai bahan agar lebih meningkatkan kinerja bisnis dengan mengembangkan etika bisnis Islam.

D. Telaah Pustaka

Dalam kajian pustaka berguna sebagai bahan acuan yang relevan dengan penelitian terdahulu, kajian pustaka juga berguna untuk menghindari adanya plagiasi atau penjiplakan atas karya orang lain. Di bawah ini peneliti ajukan referensi yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain :

1. Penelitian terdahulu

Fitri Amalia (2013) meneliti tentang konsep dan implementasi etika bisnis Islam dalam pelaku usaha kecil. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa para pelaku usaha yang menerapkan etika bisnis Islam menyakini apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan

keuntungan (*profit*) sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapat keberkahan dan keridhaan dari Allah swt atas apa yang diusahakan.⁴ Kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan etika bisnis, bedanya penelitian yang peneliti lakukan ini membahas tentang penerapan etika bisnis Islam pada mebel sedangkan penelitian yang dilakukan Fitri Amalia membahas tentang konsep dan implementasi etika bisnis Islam dalam pelaku usaha kecil.

Sirman Dahwal (2013) meneliti tentang kajian normatif tentang etika bisnis menurut hukum Islam. Hasil penelitian menyimpulkan dalam prakteknya etika bisnis dalam Islam menerapkan nilai-nilai moral dalam setiap aktivitas ekonomi dan setiap hubungan antara satu kelompok masyarakat dengan kelompok masyarakat lainnya. Nilai moral tersebut tercakup dalam empat sifat, yaitu *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathonah*. Keempat sifat ini diharapkan dapat menjaga pengelolaan institusi-institusi ekonomi dan keuangan secara profesional dan menjaga interaksi ekonomi, bisnis dan sosial berjalan sesuai aturan permainan yang berlaku.⁵ Kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan etika bisnis, bedanya penelitian yang peneliti lakukan ini membahas tentang penerapan etika bisnis Islam pada mebel sedangkan penelitian yang dilakukan Sirman Dahwal membahas tentang kajian normative tentang etika bisnis menurut hukum Islam.

⁴Fitri Amalia, *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada pelaku Kecil*, Skripsi (Ciputat, FEB UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2013), hlm. 124

⁵Sirman Dahwal, *Etika Bisnis Menurut Hukum Islam*, (Suatu Kajian Normatif) Jurnal, 2013, hlm. 25

Muhammad Faiz Rosyadi (2012) meneliti tentang pengaruh etika bisnis Islam terhadap *customer retention* dalam studi kasus pada bank BDP DIY Cabang Syariah). Hasil penelitian menyimpulkan hasil pengujian secara parsial (Uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel keadilan (*‘adl*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran berpengaruh positif signifikan terhadap *customer retention* di Bank BPD DIY Cabang Syariah.⁶ Kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan etika bisnis Islam, bedanya penelitian yang peneliti lakukan ini membahas tentang penerapan etika bisnis Islam pada mebel sedangkan penelitian yang dilakukan Muhammad Faiz Rosyadi meneliti tentang pengaruh etika bisnis Islam terhadap *customer retention* dalam studi kasus pada bank BDP DIY Cabang Syariah).

Fitri Kartini (2013) telah meneliti tentang “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Hotel Dalam Menggunakan Layanan Namira Hotel Syariah Yogyakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi variabel produk, tarif, iklan, lokasi, pelayanan, proses dan sarana fisik terhadap keputusan tamu hotel dalam menggunakan layanan Namira Hotel Syariah.⁷ Kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang pelayanan, bedanya

⁶Muhammad Faiz Rosyadi, *Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Customer Retention*, (Studi Kasus pada Bank BPD DIY Cabang Syariah) *Skripsi*, Yogyakarta. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, 2012, hlm. 78

⁷Fitri Kartini, *Faktor -Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Hotel Dalam Menggunakan Layanan Namira Hotel Syariah Yogyakarta*. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2013.

penelitian yang peneliti lakukan ini membahas tentang penerapan etika bisnis Islam pada mebel sedangkan penelitian yang dilakukan Fitri Kartini membahas tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Hotel Dalam Menggunakan Layanan Namira Hotel Syariah Yogyakarta.

Jahro Talkhati (2010) telah meneliti tentang “Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Larangan Barang Impor Oleh *World Trade Organization (WTO)* “. Hasil penelitian memberikan penelitian bahwa larangan proteksi oleh *World Trade Organization (WTO)* dipandang kurang sesuai dari segi etika bisnis Islam meskipun larangan proteksi dalam pasar bebas pada awal pemikirannya memiliki tujuan yang baik. Larangan proteksi tersebut berdasarkan analisis dalam skripsi ini bertentangan dengan prinsip-prinsip umum etika bisnis Islam antara lain prinsip otonomi, kejujuran dan transparansi, adil, kesamaan, kehendak bebas, dan kemaslahatan.⁸ Kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan etika bisnis Islam, bedanya penelitian yang peneliti lakukan ini membahas tentang penerapan etika bisnis Islam pada mebel sedangkan penelitian yang dilakukan Jahro Talkhati Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Larangan Barang Impor Oleh *World Trade Organization (WTO)*.

Hasil dari beberapa penelitian terdahulu yang ada kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang etika bisnis dan

⁸Jahro Talkhati, *Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Larangan Barang Impor Oleh World Trade Organization (WTO)*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2010.

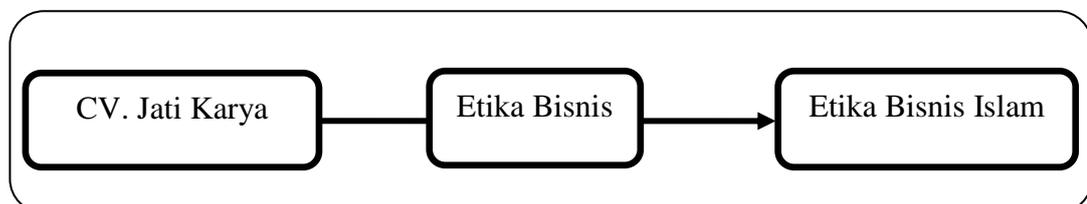
pelayanan terhadap konsumennya dan hanya berbeda pembahasannya. Jadi kesimpulannya bahwa belum ada penelitian tentang penerapan etika bisnis di mebel seperti yang dilakukan peneliti saat ini.

E. Kerangka Teori

Penelitian ini berjudul **Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Usaha Mebel di CV. Jati Karya Palembang**. Untuk menghindari kerancuan pemahaman dalam mengartikan judul tersebut perlu dijelaskan pengertian-pengertian istilah yang terkandung di dalamnya. Adapun pengertian yang digunakan dalam penelitian ini bisa dilihat pada bagan di bawah ini:

Gambar 1.1

Kerangka Teori



Sumber: Hasil Pengembangan Penelitian Lapangan.

CV Jati Karya Palembang yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan/ pembuatan perabotan rumah tangga dari bahan kayu jati, di mana CV Jati Karya mengelolah sendiri kayu jati sehingga menghasilkan perabotan rumah tangga seperti lemari, kursi dan lain-lain. Makin banyak persaingan pembisnis yang handal dan berbagai macam cara untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik, salah satunya dengan cara melayani konsumen dengan baik dan sopan. Dan juga dalam Islam

banyak mengajarkan bagaimana etika yang baik dan benar agar pelanggan lain waktu akan kembali.

Etika Bisnis pada umumnya didefinisikan sebagai suatu usaha yang sistematis dengan menggunakan rasio untuk menafsirkan pengalaman moral individual dan sosial sehingga dapat menetapkan aturan untuk mengendalikan perilaku manusia serta nilai-nilai yang berbobot untuk dapat dijadikan sasaran dalam hidup.⁹

Bisnis Islam dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk *profitnya*, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).¹⁰ Dalam bisnis Islam harus melakukan cara-cara terbaik dengan tidak melakukan kecurangan seperti riba, tidak jujur dan tidak adil. Penelitian ini akan membahas mengenai penerapan etika bisnis dalam perspektif Islam yang berdasarkan Al-Quran dan hadist.

F. Metode Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini yaitu meliputi etika bisnis, khususnya dalam menerapkan etika bisnis Islam di Mebel CV. Jati Karya Palembang.

⁹*Ibid*, hlm, 9

¹⁰Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Penerbit Gema Insani Press, 2002), hlm. 15

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di mebel CV. Jati Karya di Jalan Sosial No. 515 RT 013/02, Palembang, 30151. Telp. (0711) 410827.

3. Jenis Penelitian

Penelitian ini berbentuk penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan proses mengenai etika bisnis Islam. Hasil penelitian di deskripsikan dengan perhitungan kualitatif dari hasil data lapangan.

4. Populasi dan Sampel

a) Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹¹ Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek itu.

Dalam hal ini Mebel CV. Jati Karya Palembang merupakan populasi. mebel CV. Jati Karya mempunyai sejumlah orang atau subjek dan objek yang lainnya. Tetapi dalam mebel ini juga mempunyai karakteristik orang-orangnya, yaitu gaya bicara, disiplin, pribadi, dan lain sebagainya.

¹¹Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Penerbit ALFABETA, 2012), hlm. 80

b) Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dapat dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang akan diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).¹²

Karena subjek atau populasi di usaha mebel tidak terbatas maka penetapan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis metode *nonprobability sampling* Teknik sampling ini diberi nama demikian karena tehnik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan sama bagi unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.¹³ Dan teknik sampel yang diambil *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan

¹²Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Penerbit ALFABETA, 2012), hlm. 81

¹³Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Penerbit ALFABETA, 2012), hlm. 84

sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.¹⁴

Dan alasan saya mengambil *sampling insidental* karena di usaha mebel bukan seperti di bank yang setiap hari banyak pelanggannya, di mebel terkadang pelanggan yang saya temui dalam sehari hanya 3 sampai 5 orang pelanggan, dan saya mengambil sampel sebanyak 20 orang dalam 3 hari untuk melengkapi penelitian saya selain wawancara.

5. Jenis data

Jenis data yang diambil adalah data kualitatif, yaitu penelitian yang tidak mengadakan perhitungan matematis, statistik dan lain sebagainya, melainkan menggunakan pendekatan ilmiah atau penelitian yang menghasilkan penemuan- penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara lain dari kuantifikasi.

6. Sumber Data

a) Data Primer

Data primer yaitu data pokok utama atau data yang diambil subyek aslinya atau langsung diperoleh dari objek penelitian.¹⁵ Data primer dikumpulkan melalui penelitian lapangan dengan pengamatan dan penyebaran angket kepada para karyawan/i serta wawancara lepas dengan karyawan di Mebel CV. Jati Karya Palembang.

¹⁴Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Penerbit ALFABETA, 2012), hlm.85

¹⁵Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 39

b) Data Sekunder

Jenis data yang diperoleh melalui beberapa literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah penelitian, seperti al-Qur'an dan buku-buku hadist, jurnal, artikel dan buku-buku mengenai etika bisnis.

7. Teknik Pengumpulan Data**a) Wawancara**

Merupakan kegiatan pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab dengan narasumber atau dialog secara lisan dengan orang yang berwenang, memberikan informasi data yang diperlukan.

b) Dokumentasi

Cara mengumpulkan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen, buku, artikel, jurnal dan lain sebagainya, kemudian dikelola menjadi data penunjang dalam pembuatan penelitian ini.

c) Angket

Teknik pengumpulan data yang berupa serangkaian pertanyaan tertulis yang diajukan kepada subyek/responden untuk mendapatkan jawaban secara tertulis. Dalam hal ini peneliti memberikan seperangkat pertanyaan-pertanyaan kepada 20 orang pelanggan CV. Jati Karya yang dijadikan responden untuk melengkapi wawancara kemudian dikelola menjadi data penunjang dalam pembuatan penelitian ini.

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yaitu data yang terkumpul melalui kegiatan pengumpulan data dan proses pengelolaan serta pengkajian data dengan melalui *editing* kegiatan untuk meneliti kembali catatan data yang telah dikumpulkan oleh pencari data dalam suatu penelitian.¹⁶

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tehnik analisa berbentuk Metode deskriptif. Data kualitatif berbentuk metode deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.¹⁷ Dan metode penelitian deskriptif kualitatif analitis bertujuan untuk menguraikan tentang sifat-sifat dari suatu keadaan dan sekedar memaparkan uraian (data dan informasi) yang berdasarkan pada fakta yang diperoleh di lapangan.¹⁸

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini terdiri dari beberapa bagian utama, antara lain sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan latar belakang timbulnya masalah dari penelitian yang nantinya akan diteliti, rumusan masalah seputar pertanyaan-pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan dari

¹⁶*Ibid.*

¹⁷Moh. Nazir, *Metodelogi Penelitian*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 54

¹⁸J. Supranto, *Tiknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*, (Jakarta: Penerbit Rineka Cipta,2000), hlm. 38.

penelitian yang merupakan awal dari mengantarkan pembahasan pada bab-bab yang akan dibahas pada skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan penjelasan dari beberapa teori yang dipakai untuk melandasi pelaksanaan penelitian dari berbagai sumber-sumber referensi buku dan jurnal yang terkait dalam penelitian ini, serta penelitian sebelumnya yang menjadi landasan penulis untuk melakukan penelitian ini.

BAB III DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang setting tempat penelitian, deskripsi obyek penelitian, deskripsi geografis, deskripsi demografis, dan metode berkaitan dengan penelitian.

BAB IV ANALISIS

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan mengenai etika bisnis yang digunakan CV. Jati Karya Palembang. Apakah sudah sesuai dengan etika bisnis dalam Islam.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang berhubungan dengan penelitian serupa di masa mendatang.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Etika dan Bisnis

1. Pengertian Etika, Bisnis dan Bisnis Islam

Etika merupakan keyakinan mengenai tindakan yang benar dan yang salah, atau tindakan yang baik dan yang buruk, yang mempengaruhi hal lainnya.¹⁹ Nilai-nilai dan moral pribadi perorangan dan konteks sosial menentukan apakah suatu perilaku tertentu dianggap sebagai perilaku yang etis atau tidak etis. Dengan kata lain, perilaku etis merupakan perilaku yang mencerminkan keyakinan perseorangan dan norma-norma sosial yang diterima secara umum sehubungan dengan tindakan-tindakan yang benar dan baik. Perilaku tidak etis adalah perilaku yang menurut keyakinan perseorangan dan norma-norma sosial dianggap salah atau buruk. Etika bisnis adalah istilah yang biasanya berkaitan dengan perilaku etis atau tidak etis yang dilakukan oleh manajer atau pemilik suatu organisasi.²⁰

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai *“the buying and selling of goods and*

¹⁹Dede Saripah, *Etika Bisnis Pada PT UNILEVER*, (Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma).

²⁰Dede Saripah, *Etika Bisnis Pada PT UNILEVER* (Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma).

services.”²¹ Bisnis berlangsung karena adanya ketergantungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu (*privat*) yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial.²²

Bisnis Islam dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk *profitnya*, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).²³

2. Pengertian Etika Bisnis dan Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku-pelaku bisnis. Masalah etika dan ketaatan pada hukum yang berlaku merupakan dasar yang kokoh yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis dan akan menentukan tindakan apa dan perilaku bagaimana yang akan dilakukan dalam

²¹Ika Yunia Fauzi, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Penerbit KENCANA PRENADAMEDIA GROUP, 2013), hlm. 4

²²Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Penerbit KENCANA PRENADAMEDIA GROUP, 2013), hlm. 4..

²³Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm. 15.

bisnisnya. Hal ini juga merupakan tanggung jawab bersama, bukan saja hanya tanggung jawab pelaku bisnis tersebut, sehingga diharapkan akan terwujud situasi dan kondisi bisnis yang sehat dan bermartabat yang pada akhirnya dapat bermanfaat bagi masyarakat, bangsa dan negara.

Apabila moral pengusaha maupun pelaku bisnis merupakan sesuatu yang mendorong orang untuk melakukan kebaikan etika bertindak sebagai rambu-rambu (*sign*) yang merupakan kesepakatan secara rela dari semua anggota suatu kelompok. Dunia bisnis yang bermoral akan mampu mengembangkan etika (patokan/rambu-rambu) yang menjamin kegiatan bisnis yang baik dan seimbang, selaras dan serasi. Etika sebagai suatu rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat akan dapat membimbing dan meningkatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji harus selalu dipatuhi dan dilaksanakan. Etika di dalam bisnis sudah barang tentu harus disepakati oleh orang-orang yang berada dalam kelompok bisnis tersebut serta kelompok yang terkait lainnya.²⁴

Dunia bisnis yang tidak menyangkut hubungan antara pengusaha dengan pengusaha, tetapi mempunyai kaitan secara nasional bahkan internasional. Tentu dalam hal ini, untuk mewujudkan etika dalam berbisnis perlu pembicaraan yang transparan antara semua pihak, baik pengusaha, pemerintah, masyarakat maupun bangsa lain agar jangan hanya satu pihak saja yang menjalankan etika sementara pihak lain

²⁴Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: Penerbit PT RAJA GRAFINDO PERSADA, 2012), hlm. 2

berpijak kepada apa yang mereka inginkan. Artinya kalau ada pihak terkait yang tidak mengetahui dan menyetujui adanya etika moral dan etika, jelas apa yang disepakati oleh kalangan bisnis tadi tidak akan pernah bisa diwujudkan. Jadi, jelas untuk menghasilkan suatu etika di dalam berbisnis yang menjamin adanya kepedulian antara satu pihak dan pihak lain tidak perlu pembicaraan yang bersifat global yang mengarah kepada suatu aturan yang tidak merugikan siapapun dalam perekonomian. Dalam menciptakan etika bisnis, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain ialah :

a) Pengendalian diri

Artinya, pelaku-pelaku bisnis dan pihak yang terkait mampu mengendalikan diri mereka masing-masing untuk tidak memperoleh apapun dari siapapun dan dalam bentuk apapun. Di samping itu, pelaku bisnis sendiri tidak mendapatkan keuntungan dengan jalan main curang dan menekan pihak lain dan menggunakan keuntungan tersebut walaupun keuntungan itu merupakan hak bagi pelaku bisnis, tetapi penggunaannya juga harus memperhatikan kondisi masyarakat sekitarnya. Inilah etika bisnis yang "etis".

b) Pengembangan tanggung jawab sosial (*social responsibility*)

Pelaku bisnis di sini dituntut untuk peduli dengan keadaan masyarakat, bukan hanya dalam bentuk "uang" dengan jalan memberikan sumbangan, melainkan lebih kompleks lagi. Artinya sebagai contoh kesempatan yang dimiliki oleh pelaku bisnis untuk

menjual pada tingkat harga yang tinggi sewaktu terjadinya *excess demand* harus menjadi perhatian dan kepedulian bagi pelaku bisnis dengan tidak memanfaatkan kesempatan ini untuk meraup keuntungan yang berlipat ganda. Jadi, dalam keadaan *excess demand* pelaku bisnis harus mampu mengembangkan dan memanifestasikan sikap tanggung jawab terhadap masyarakat sekitarnya.

- c) Mempertahankan jati diri dan tidak mudah untuk terombang-ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi

Bukan berarti etika bisnis anti perkembangan informasi dan teknologi, tetapi informasi dan teknologi itu harus dimanfaatkan untuk meningkatkan kepedulian bagi golongan yang lemah dan tidak kehilangan budaya yang dimiliki akibat adanya transformasi informasi dan teknologi.

- d) Menciptakan persaingan yang sehat

Persaingan dalam dunia bisnis perlu untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas, tetapi persaingan tersebut tidak mematikan yang lemah, dan sebaliknya, harus terdapat jalinan yang erat antara pelaku bisnis besar dan golongan menengah ke bawah, sehingga dengan perkembangannya perusahaan besar mampu memberikan *spread effect* terhadap perkembangan sekitarnya.

- e) Menerapkan konsep "pembangunan berkelanjutan"

Dunia bisnis seharusnya tidak memikirkan keuntungan hanya pada saat sekarang, tetapi perlu memikirkan bagaimana dengan keadaan di

masa mendatang. Berdasarkan ini jelas pelaku bisnis dituntut tidak meng-"eksploitasi" lingkungan dan keadaan saat sekarang semaksimal mungkin tanpa mempertimbangkan lingkungan dan keadaan di masa mendatang walaupun saat sekarang merupakan kesempatan untuk memperoleh keuntungan besar.

- f) Menghindari sifat 5K (Katabelece, Kongkalikong, Koneksi, Kolusi dan Komisi)

Jika pelaku bisnis sudah mampu menghindari sikap seperti ini, maka hal ini yakin tidak akan terjadi lagi apa yang dinamakan dengan korupsi, manipulasi dan segala bentuk permainan curang dalam dunia bisnis ataupun berbagai kasus yang mencemarkan nama bangsa dan negara.

- g) Mampu menyatakan yang benar itu benar

Artinya, kalau pelaku bisnis itu memang tidak wajar untuk menerima kredit (sebagai contoh) karena persyaratan tidak bisa dipenuhi, jangan menggunakan "katabelece" dari "koneksi" serta melakukan "kongkalikong" dengan data yang salah. Juga jangan memaksa diri untuk mengadakan "kolusi" serta memberikan "komisi" kepada pihak yang terkait.

- h) Menumbuhkan sikap saling percaya antara golongan pengusaha kuat dan golongan pengusaha ke bawah

Untuk menciptakan kondisi bisnis yang "konduktivitas" harus ada saling percaya (*trust*) antara golongan pengusaha kuat dengan golongan

pengusaha lemah agar pengusaha lemah mampu berkembang bersama dengan pengusaha lainnya yang sudah besar dan mapan. Yang selama ini kepercayaan itu hanya ada antara pihak golongan kuat, saat sekarang sudah waktunya memberikan kesempatan kepada pihak menengah untuk berkembang dan berkiprah dalam dunia bisnis.

- i) Konsekuen dan konsisten dengan aturan main yang telah disepakati bersama

Semua konsep etika bisnis yang telah ditentukan tidak akan dapat terlaksana apabila setiap orang tidak mau konsekuen dan konsisten dengan etika tersebut. Mengapa? Seandainya semua ketika bisnis telah disepakati, sementara ada "oknum" baik pengusaha sendiri maupun pihak yang lain mencoba untuk melakukan "kecurangan" demi kepentingan pribadi, jelas semua konsep etika bisnis itu akan "gugur" satu demi satu.

- j) Menumbuhkembangkan kesadaran dan rasa memiliki terhadap apa yang telah disepakati

Jika etika ini telah dimiliki oleh semua pihak, jelas semua memberikan suatu ketentraman dan kenyamanan dalam berbisnis.

- k) Perlu adanya sebagian etika bisnis yang dituangkan dalam suatu hukum positif yang berupa peraturan perundang-undangan

Hal ini untuk menjamin kepastian hukum dari etika bisnis tersebut, seperti "proteksi" terhadap pengusaha lemah. Kebutuhan tenaga

dunia bisnis yang bermoral dan beretika saat sekarang ini sudah dirasakan dan sangat diharapkan semua pihak apalagi dengan semakin pesatnya perkembangan globalisasi di muka bumi ini.²⁵

Pada dasarnya Islam merupakan kode perilaku etika dan moral bagi kehidupan manusia yang didasarkan pada perintah dan petunjuk Ilahiah. Islam memandang etika sebagai salah satu bagian dari sistem kepercayaan muslim yang meliputi seluruh aspek kehidupan manusia. Islam juga memberikan garis petunjuk yang bersifat operasional dan praktis dalam aktivitas manusia termasuk dalam bisnis. Maka yang dimaksud etika bisnis Islam ialah konsep tentang usaha ekonomi khususnya perdagangan dari sudut pandang baik dan buruk serta benar dan salah menurut standar akhlak Islam.

Batasan syariah menempatkan halal-haram dalam berperilaku. Dalam etika bisnis Islam, al-Qur'an dan hadist dijadikan acuan dalam menilai baik, buruk, benar dan salahnya suatu aktivitas bisnis. Jelas bahwa al-Qur'an memberikan tuntunan bisnis yang baik dan benar, yaitu suatu visi bisnis masa depan yang bukan semata-mata mencari keuntungan sesaat.²⁶

²⁵Melta Oktora, *Pelaksanaan Kode Etik pada PT. Bank Negara Indonesia, (PERSERO)*, (Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Guna Darma)

²⁶Itsna Nurrahma Mildaeni, *Jaringan Bisnis Ikan Etnis Cina Muslim Cilacap dalam Perspektif Etika Bisnis Islam, Skripsi*, Jakarta. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, hlm. 33

B. Bisnis dalam al- Qur'an dan Tujuannya

1. Bisnis dalam al- Qur'an

Bisnis dalam al-Qur'an dijelaskan melalui kata *tijarah*, yang mencakup dua makna, yaitu: *pertama*, perniagaan secara umum yang mencakup perniagaan antara manusia dengan Allah.²⁷ Adapun makna kata *tijarah* yang kedua adalah perniagaan secara khusus, yang berarti perdagangan ataupun jual beli antar manusia. Beberapa ayat yang menerangkan tentang bagaimana bertransaksi yang adil di antara manusia terangkum dalam surat di bawah ini :

Surat an-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu" (QS.an-Nisa:29).

Surat an-Nur ayat 37:

رَجَالٌ لَا تُلْهِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ
يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ

²⁷*Ibid*, hlm. 9

Artinya:” laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingati Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang.”(QS.an-Nur:37).

Ayat di atas yang dijadikan pedoman kegiatan akuntansi (kewajiban untuk mencatat transaksi) dan notariat (kewajiban adanya persaksian dalam transaksi) dalam pembahasan tentang ekonomi dan bisnis Islam. Sehingga diharapkan adanya suatu perniagaan yang adil dan saling menguntungkan antara satu pihak dengan pihak yang lain, seperti yang tertera dalam surat *an-Nisa*. Dan motif dari suatu perniagaan hendaknya untuk beribadah, karena surat *an-Nur* disebutkan bahwa seseorang ketika bertransaksi hendaklah selalu mengingat Allah, menegakkan shalat dan membayar zakat.²⁸

2. Tujuan Bisnis dalam al- Qur’an

Terlepas dari makna klasifikasi kata *tijarah* secara umum dan khusus, yang perlu dicermati bahwa bisnis dalam al-Qur’an selalu bertujuan untuk dua keuntungan, yaitu keuntungan *duniawi* dan *ukhrawi*. Bisnis ataupun perniagaan yang bersifat *duniawi* tertuang dalam beberapa ayat khusus yang membahas tentang perniagaan. Kemudian bisnis atau perniagaan *ukhrawi* banyak tercantum dalam ayat-ayat umum yang membahas tentang bisnis. Kenyataan ini menjadi satu poin penting

²⁸ *Ibid*, hlm. 8

bahwa bisnis dan etika transendental adalah satu hal yang tidak bisa terpisah dalam bisnis Islam, karena hal tersebut merupakan manifestasi dari mengingat Allah.

Dalam al-Qur'an, semangat kewirausahaan ada dalam:

Surat al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ
وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya: "Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezekinya. Dan hanya kepadaNya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan." (QS.al-Mulk:15).

C. Etika Bisnis Menurut Hukum Islam

Berkaitan dengan nilai-nilai luhur yang tercakup dalam Etika Islam dalam kaitannya dengan sifat yang baik dari perbuatan atau perlakuan yang patut dan dianjurkan untuk dilakukan sebagai sifat terpuji, lebih jauh Sudarsono menyebutkan, antara lain :

”Berlaku jujur (*al-Amanah*), berbuat baik kepada kedua orang tua (*Birrul Waalidaini*), memelihara kesucian diri (*al-Iffah*), kasih sayang (*ar-Rahman dan al-Barry*), berlaku hemat (*al-Iqtishad*), menerima apa adanya dan sederhana (*Qona'ah dan Zuhud*), perikelakuan baik (*Ihsan*), kebenaran (*Shiddiq*), pemaaf (*'Afu*), keadilan (*'Adl*), keberanian (*Syaja'ah*), malu

(*Haya'*), kesabaran (*Shabr*), berterima kasih (*Syukur*), penyantun (*Hindun*), rasa sepenanggungan (*Muwastt*), kuat (*Quwwah*)'.²⁹

Dalam etika Islam, ukuran kebaikan dan ketidakbaikan bersifat mutlak, yang berpedoman kepada al-Qur'an dan Hadis Nabi Muhammad Saw. Dipandang dari segi ajaran yang mendasar, etika Islam tergolong *Etika Theologis*. Menurut Hamzah Ya'qub,³⁰ bahwa yang menjadi ukuran *etika theologis* adalah baik buruknya perbuatan manusia didasarkan atas ajaran Tuhan. Segala perbuatan yang diperintahkan Tuhan itulah yang baik dan segala perbuatan yang dilarang oleh Tuhan itulah perbuatan yang buruk, yang sudah dijelaskan dalam kitab suci. Etika Islam mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan sikap iri, dengki dan dendam.

Mempelajari etika ekonomi menurut al-Qur'an adalah bahagian normatif dari ilmu ekonomi, bagian ilmu positifnya akan lahir apabila telah dilakukan penyelidikan empiris mengenai yang sesungguhnya terjadi, sesuai atau tidak sesuai dengan garis Islam. Ekonomi merupakan bagian dari kehidupan. Namun, ia bukan pondasi bangunan dan bukan tujuan risalah Islam. Ekonomi juga bukan lambang peradaban suatu umat. Ekonomi Islam adalah bertitik tolak dari Tuhan dan memiliki tujuan akhir pada Tuhan. Tujuan ekonomi ini membantu manusia untuk menyembah Tuhannya yang telah memberi makan kepada mereka untuk menghilangkan lapar serta

²⁹Sudarsono, *Etika Islam tentang Kenakalan Remaja*, Jakarta : Bina Aksara, 1989, hal. 41.

³⁰Sirman Dahwal, *Etika Bisnis Menurut Hukum Islam*, (Suatu Kajian Normatif) Jurnal, hlm. 17

mengamankan mereka dari ketakutan. Juga untuk menyelamatkan manusia dari kemiskinan yang bisa mengafirkan dan kelaparan yang bisa mendatangkan dosa. Juga untuk merendahkan suara orang zalim di atas suara orang-orang beriman.

Manusia muslim, individu maupun kelompok dalam lapangan ekonomi atau bisnis, di satu sisi diberi kebebasan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Namun di sisi lain, ia terikat dengan iman dan etika (moral) sehingga ia tidak bebas mutlak dalam menginvestasikan modalnya atau membelanjakan hartanya. Ia harus melakukan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan kebenaran, serta kemanfaatan bagi usahanya. Di samping itu, ia harus mempedomani norma-norma, kaidah-kaidah yang berlaku dan terdapat dalam sistem hukum Islam secara umum.³¹

D. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

1. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Umum

Pada dasarnya, setiap pelaksanaan bisnis seyogyanya harus menyelaraskan proses bisnis tersebut dengan etika bisnis yang telah disepakati secara umum dalam lingkungan tersebut. Sebenarnya terdapat beberapa prinsip etika bisnis yang dapat dijadikan pedoman bagi setiap bentuk usaha.

³¹ *Ibid.*

Menurut Sonny Keraf,³² prinsip-prinsip etika bisnis adalah sebagai berikut:

- Prinsip otonomi, adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.
- Prinsip kejujuran. Terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan kejujuran. *Pertama*, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. *Kedua*, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. *Ketiga*, jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan.
- Prinsip keadilan, menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional objektif, serta dapat dipertanggungjawabkan.
- Prinsip yang saling menguntungkan (*mutual benefit principle*), menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa, sehingga menguntungkan semua pihak.
- Prinsip integritas moral, terutama dihayati sebagai tuntunan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan maupun perusahaan.

³²Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta : PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2011), hlm. 17

Selain itu juga ada beberapa nilai – nilai etika bisnis yang dinilai oleh Adiwarman Karim, Presiden Direktur Karim *Business Consulting*, seharusnya jangan dilanggar, yaitu :

- a. **Kejujuran:** Banyak orang beranggapan bisnis merupakan kegiatan tipu-menipu demi mendapat keuntungan. Ini jelas keliru. Sesungguhnya kejujuran merupakan salah satu kunci keberhasilan berbisnis. Bahkan, termasuk unsur penting untuk bertahan di tengah persaingan bisnis.
- b. **Keadilan:** Perlakukan setiap orang sesuai haknya. Misalnya, berikan upah kepada karyawan sesuai standar serta jangan pelit memberi bonus saat perusahaan mendapatkan keuntungan lebih. Terapkan juga keadilan saat menentukan harga, misalnya dengan tidak mengambil untung yang merugikan konsumen.
- c. **Rendah Hati:** Jangan lakukan bisnis dengan kesombongan. Misalnya, dalam mempromosikan produk dengan cara berlebihan, apalagi sampai menjatuhkan produk bersaing, entah melalui gambar maupun tulisan. Pada akhirnya, konsumen memiliki kemampuan untuk melakukan penilaian atas kredibilitas sebuah produk/jasa. Apalagi, tidak sedikit masyarakat yang percaya bahwa sesuatu yang terlihat atau terdengar terlalu sempurna, pada kenyataannya justru sering kali terbukti buruk.
- d. **Simpatik:** Kelola emosi. Tampilkan wajah ramah dan simpatik. Bukan hanya di depan klien atau konsumen anda, tetapi juga di

hadapan orang-orang yang mendukung bisnis anda, seperti karyawan, sekretaris dan lain-lain.

- e. **Kecerdasan:** Diperlukan kecerdasan atau kepandaian untuk menjalankan strategi bisnis sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku, sehingga menghasilkan keuntungan yang memadai. Dengan kecerdasan pula seorang pebisnis mampu mewaspadaikan dan menghindari berbagai macam bentuk kejahatan non-etis yang mungkin dilancarkan oleh lawan-lawan bisnisnya.³³

2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam bisnis ada yang dimaksud dengan prinsip etika bisnis Islam yang bersumber teladan yaitu nabi Muhammad SAW. Menurut Djakfar³⁴, seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam Islam yaitu :

Pertama, bersandar pada ketentuan Tuhan (Tauhid). Menurut Djakfar³⁵ tauhid merupakan sebuah ekspresi pengakuan akan adanya Tuhan yang maha Esa sebagai muara berlabuhnya pertanggung jawaban perbuatan manusia yang tidak mungkin dihindari oleh siapapun.

Ayat tentang tauhid terdapat pada surat al-Ikhlâs di bawah ini :

قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ (١) اللَّهُ الصَّمَدُ (٢) لَمْ يَلِدْ وَلَمْ يُولَدْ (٣) وَلَمْ يَكُنْ لَهُ كُفُوًا أَحَدٌ (٤)

³³ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta : PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2011), hlm. 18

³⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Malang Perss, 2008), hlm. 101

³⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Malang Perss, 2008), hlm. 101

*Artinya: “Katakanlah: Dia-lah Allah, Yang Maha Esa, Allah adalah Tuhan yang bergantung kepada-Nya segala sesuatu, Dia tiada beranak dan tidak pula diperanakkan, Dan tidak ada seorangpun yang setara dengan Dia”.*³⁶

Surat al-Ikhlâs ini meliputi dasar yang paling penting dari risalah Nabi SAW. yaitu mentauhidkan Allah dan mensucikan-Nya serta meletakkan pedoman umum dalam beramal sambil menerangkan amal perbuatan yang baik dan yang jahat, menyatakan keadaan manusia sesudah mati mulai dari sejak terbangkit sampai dengan menerima balasannya berupa pahala dan dosa.

Penerapan etika bisnis di antaranya yaitu :

- a) Seorang pengusaha muslim tidak akan menimbun kekayaan dengan penuh keserakaan. Konsep kepercayaan dan amanah memiliki makna yang sangat penting baginya karena ia sadar bahwa semua harta dunia bersifat sementara, dan harus dipergunakan sebaik mungkin. Tindakan kaum muslimin tidak semata-mata merujuk kepada keuntungan, dan tidak mencari kekayaan dengan cara apapun. Ia menyadari bahwa : “Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan di dunia, namun amalan-amalan yang kekal dan shaleh adalah lebih baik pahalanya di mata Allah SWT dan tidak baik sebagai landasan harapan-harapan”.

³⁶Q.S Al-Ikhlâs (30) : 1-4

- b) Seorang pengusaha muslim tidak akan bisa dipaksa (disuap) oleh siapapun untuk berbuat tidak etis, karena ia hanya takut dan cinta kepada Allah SWT. Ia selalu mengikuti alur perilaku yang sama di manapun ia berada apakah itu di masjid, di dunia kerja atau aspek apapun dalam kehidupannya, dan ia selalu merasa bahagia.

Prinsip tauhid mengantarkan manusia dalam kegiatan ekonomi untuk meyakini bahwa harta benda yang berada dalam genggamannya adalah milik Allah SWT. Keberhasilan para pengusaha bukan hanya disebabkan oleh hasil usahanya sendiri tetapi terdapat partisipasi orang lain. Tauhid menghasilkan kesatuan dunia dan akhirat, mengantar seseorang pengusaha untuk tidak mengejar keuntungan material semata, tetapi keberkahan dan keuntungan yang lebih kekal. Oleh karena itu, seorang pengusaha dipandu untuk menghindari segala bentuk eksploitasi terhadap sesama manusia.

Kedua, menjual barang yang halal dan baik mutunya. Menurut *George Chryssiders* Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkesinambungan (*balance*) antara memperoleh keuntungan (*profit*) dan memenuhi norma – norma dasar masyarakat baik berupa hukum maupun etika atau adat.³⁷

³⁷Ngatmi, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Para Pedagang di Pasar Ardiodila Palembang, Skripsi*, Palembang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah, hlm. 28

Ketiga, dilarang menggunakan sumpah. Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan para pedagang kelas bawah dengan sebutan “*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 ini tidak dibenarkan karena akan menghilangkan keberkahan.³⁸

Keempat, longgar dan bermurah hati. Tindakan murah hati, selain bersikap sopan dan santuan adalah memberikan maaf dan berlapang dada atas kesalahan yang dilakukan orang lain, sertas membalas perilaku buruk dengan perilaku yang baik, sehingga dengan demikian musuh pun bisa menjadi teman yang akrab. Dalam transaksi terjadi kontak antar penjual dan pembeli. Dalam hal ini penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini seseorang penjual akan mendapatkan berkah dalam penjual dan akan dinikmati oleh pembeli. Kunci suksesnya adalah satu yaitu *service* (pelayanan) kepada orang lain.³⁹

Kelima, membangun hubungan baik antar pedagang. Islam menekankan hubungan baik dengan siapapun, rukun antar sesama pelaku bisnis. Islam menganjurkan pelaku bisnis untuk sering melakukan *silaturahmi* karena bisa jadi dengan *silaturahmi* yang dilakukan itu

³⁸Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Malang Perss, 2008), hlm. 105

³⁹Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Malang Perss, 2008), hlm. 107

akan kian luas jaringan yang dibangun dan semakin banyak informasi yang diserap, serta dukungan yang diperoleh dari berbagai kalangan.⁴⁰

Keenam, tertib administrasi. Dalam dunia perdagangan wajar terjadi praktik pinjam meminjam. Dalam hubungan ini al-Qur'an mengajarkan perlunya administrasi hutang piutang tersebut agar manusia terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi, untuk meningkatkan salah satu pihak yang mungkin sewaktu waktu lupa dan mendidik para pelaku bisnis agar sikap jujur, terhindar dari penipuan dan kekhilafan yang mungkin terjadi.⁴¹

Ketujuh, menetapkan harga dengan transparan. Harga yang tidak transparan bisa mengantung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam *riba*.⁴²

Ketujuh, indikator di atas ini akan digunakan untuk menganalisis atau digunakan untuk membuat sebuah kesimpulan apakah mebel CV. Jati Karya Palembang ini sudah menerapkan etika bisnis Islam atau sebaliknya, belum atau bahkan tidak menerapkan etika bisnis Islam.

⁴⁰Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Malang Perss, 2008), hlm. 109

⁴¹Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Malang Perss, 2008), hlm. 111

⁴²Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Malang Perss, 2008), hlm. 112

E. Ajaran Rasulullah Dalam Etika Berbisnis

Rasulullah SAW. sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis, di antaranya ialah:

1. Bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis.
2. Kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta'awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya berbisnis bukan mencari untung material semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.
3. Tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad Saw sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis dalam sebuah hadist riwayat Muslim Nabi bersabda, *“barangsiapa mengambil haknya orang Muslim dengan jalan bersumpah (palsu) maka ia akan diharuskan oleh Allah buat memasuki neraka dan diharamkan baginya memasuki syurga”*(H.R Muslim).⁴³ Praktek sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau

⁴³ Hussein Bahreisj, *Hadist Shahih Al-Jamius Shahih*, (Surabaya: Penerbit CV. Karya Utama), hlm. 161

pemasaran. Namun, harus disadari, bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah.

4. Ramah-tamah seorang pelaku bisnis, harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis.
5. Tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut.
6. Tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya.
7. Tidak melakukan *ihthikar*. *Ihthikar* ialah (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh). Rasulullah melarang keras perilaku bisnis semacam itu.
8. Takaran, ukuran dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan.
9. Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah.
10. Membayar upah sebelum kering keringat karyawan.
11. Tidak monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoly. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara dan tanah dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral. Individu tersebut mengeruk keuntungan secara pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain ini dilarang dalam Islam.

12. Tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial. Misalnya, larangan melakukan bisnis senjata di saat terjadi kekacauan politik. Tidak boleh menjual barang haram, seperti anggur kepada produsen minuman keras, karena diduga keras mengolahnya menjadi miras. Semua bentuk bisnis tersebut dilarang Islam karena dapat merusak esensi hubungan sosial yang justru harus dijaga dan diperhatikan secara cermat.
13. Komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dsb.
14. Bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan.
15. Segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya. Rasulullah memuji seorang muslim yang memiliki perhatian serius dalam pelunasan hutangnya.
16. Memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar.
17. Bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur *riba*. Firman Allah. “
*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. (QS.al-Baqarah: 278).*⁴⁴ Oleh karena itu Allah dan Rasulnya mengumumkan perang terhadap *riba*.

⁴⁴*QS.al-Baqarah: 278*

F. Tujuan Bisnis Dalam Islam

Bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama yaitu antara lain (1) target hasil: *profit*-materi dan *benefit*-non materi, (2) pertumbuhan, (3) keberlangsungan, (4) keberkahan:

Target hasil: profit-materi dan benefit-non materi, artinya bahwa bisnis tidak hanya untuk mencari *profit* (*qimah madiyah* atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan *benefit* (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.

Benefit, yang dimaksudkan tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga dapat bersifat non materi. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada *qimah madiyah*. Masih ada tiga orientasi lainnya, yakni *qimah insaniyah*, *qimah khuluqiyah*, dan *qimah ruhiyah*. Dengan *qimah insyaniah* berarti pengelola berusaha memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial (sedekah), dan bantuan lainnya. *Qimah khuluqiyah* mengandung pengertian bahwa nilai-nilai akhlak mulia menjadi suatu kemestian yang harus muncul dalam setiap aktivitas bisnis sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang islami, bukan sekedar hubungan fungsional atau profesional. Sementara itu *qimah ruhiyah* berarti aktivitas dijadikan sebagai media untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt.

Pertumbuhan, jika *profit* materi dan *profit* non materi telah diraih, perusahaan harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Upaya peningkatan ini juga harus selalu dalam koridor syariah, bukan menghalalkan segala cara.

Keberlangsungan, target yang telah dicapai dengan pertumbuhan setiap tahunnya harus dijaga keberlangsungannya agar perusahaan dapat *exist* dalam kurun waktu yang lama.

Keberkahan, semua tujuan yang telah tercapai tidak berarti apa-apa jika tidak ada keberkahan di dalamnya. Maka bisnis Islam menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia. Keberkahan ini menjadi bukti bahwa bisnis yang dilakukan pengusaha muslim telah mendapatkan ridha dari Allah Swt. Dan bernilai ibadah.

BAB III

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Setting Penelitian

Setting penelitian berarti latar belakang dan tempat yang dijadikan lokasi penelitian. Tempat yang dijadikan lokasi pada peneliti ini adalah Mebel CV.Jati Karya. Mebel atau furnitur adalah perlengkapan rumah yang mencakup semua barang seperti kursi, meja, dan lemari. *Mebel* berasal dari kata *movable*, yang artinya bisa bergerak. Mebel akan terasa fungsinya jika tidak ada di rumah. Terasa manfaat mebel atau furnitur membuat rumah menjadi nyaman untuk istirahat, bekerja, serta membantu rumah menjadi lebih rapi. CV. Jati Karya ini dilaksanakan di mebel CV. Jati Karya Palembang di JL Sosial No. 515 RT 013/02, Palembang, 30151.

B. Deskripsi objek penelitian

Pada dasarnya objek merupakan apa yang hendak diselidiki di dalam kegiatan penelitian. Ada beberapa persoalan yang perlu untuk dipahami supaya dapat menentukan serta menyusun objek penelitian di dalam metode penelitian dengan baik yaitu berhubungan dengan apa itu objek penelitian di dalam penelitian kualitatif. Menurut pengertian, Obyek adalah apa yang akan diselidiki dalam kegiatan penelitian. Beberapa persoalan sekiranya perlu kita pahami agar bisa menentukan dan menyusun obyek penelitian dalam metode penelitian kita ini dengan baik, yaitu berkaitan dengan apa itu obyek penelitian dalam penelitian kualitatif, apa saja obyek penelitian dalam

penelitian kualitatif, dan kriteria apa saja yang layak dijadikan obyek penelitian kita.⁴⁵

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggali informasi yang mendalam Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Usaha Mebel di CV. Jati Karya Palembang. Lokasi yang menjadi obyek penelitian adalah di mebel CV. Jati Karya Palembang di JL Sosial No. 515 RT 013/02, Palembang, 30151.⁴⁶

C. Lokasi Geografis

Jalan sosial km. 5 Palembang, jalan yang terletak di tengah-tengah kota Palembang. Sebelum pasar km 5 jika dari arah terminal km 12, dan masuk jalan sosial sekitar 100 meter dari jalan raya, lalu ada persimpangan tiga terlihat PT. Astra Motor tidak jauh dari persimpangan terdapat pagar masih dari semen yang selalu terbuka di waktu jam kerja. Di gerbang nampak plang nama yang berukuran panjang lebih dari satu meter bertuliskan galery tulisan CV. Jati Karya Palembang dan logo Jk, kemudian di bawah tulisan terdapat nomor telepon yang dapat dihubungi.

Setelah masuk gerbang terlihat bangunan dua tingkat berwarna hijau di depan gerbang sudah terlihat dari lantai dua kursi tamu dan lemari yang terpajang di dalam sebuah kaca yang besar dan berjalan sekitar 6 kaki masuk langsung kantor dibuat dengan lantai yang terbuat dari bahan material keramik warna putih sebelah kanan kantor nampak beberapa ibu-ibu yang menutup mukanya karena debu amplanan kursi, meja, lemari dan bapak-

⁴⁵Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012)

⁴⁶*Wawancara* Ibu Mursyidah (.Jam 14.00 WIB). Tanggal 4 Agustus 2016.

bapak muda sejak pagi mulai mengayuh tangan mengampelas dan sebagainya, sepertinya lelah itu ada tetapi tetap semangat demi kualitas kerja dan kualitas barang yang diperjual belikan agar pelanggan puas dengan hasilnya, sedangkan di ruangan kantor suasana ruangan di lantai bawah terasa sangat sejuk dan nyaman. Terdapat tempat kerja pegawai membuat dan mengampelas kursi, meja dan lemari kiri dan kanan kantor.

D. Deskripsi Demografis

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data responden karyawan diambil dari data perusahaan di CV. Jati Karya itu sendiri, pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin karena jenis kelamin merupakan salah satu faktor pola pikir responden.

Tabel 3.1
Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Karyawan

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-Laki	20
Perempuan	15
Total	35

Sumber : Olah data peneliti dari sumber primer (2016)

Usia responden merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan, karena usia seseorang mempengaruhi hasil kinerja dan kematangan berfikir, berikut data karyawan di mebel CV. Jati Karya :

Tabel 3.2
Profil Responden Berdasarkan Usia Karyawan

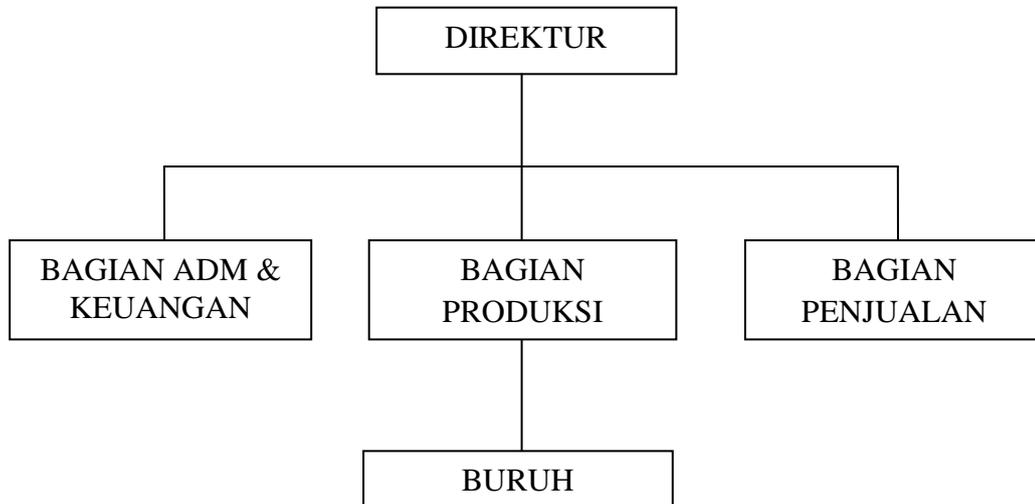
Usia Responden (tahun)	Jumlah
< 20	0
20 – 29	10
30 – 39	8
40 – 49	11
>50	6
Total	35

Sumber : olah data penelitian dari sumber primer (2016)

E. Struktur Organisasi Mebel CV. Jati Karya

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Struktur Organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Struktur organisasi yang dimiliki CV. Jati Karya adalah struktur organisasi garis yaitu organisasi yang sifatnya kecil dan jumlah karyawan relatif sedikit dan mengenal, spesialis kerja belum tinggi. Struktur organisasi CV. Jati Karya dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar. 3.1
Struktur Organisasi Mebel CV. Jati Karya



Sumber : CV. Jati Karya Palembang. 2011⁴⁷

1. Uraian Tugas dan Wewenang

Uraian tugas merupakan fungsi-fungsi, bagian-bagian ataupun posisi maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan tugas, wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi kerangka kerja organisasi.⁴⁸

Berdasarkan struktur organisasi di atas, maka berikut ini akan dijelaskan tugas-tugas pokok dari masing-masing bagian yang terdapat di dalam organisasi CV. Jati Karya Palembang adalah sebagai berikut:

⁴⁷Wawancara Ibu Mursyidah (.Jam 14.00 WIB). Tanggal 4 Agustus 2016.

⁴⁸Wawancara Ibu Mursyidah (.Jam 14.00 WIB). Tanggal 4 Agustus 2016.

a) Direktur

Kedudukan direktur sehari-hari dalam perusahaan ini adalah sebagai pemimpin dan mengkoordinir urusan pekerjaan, pelaksanaan kegiatan sehari-hari tertinggi yang dilaksanakan baik ke dalam maupun ke luar perusahaan.

Adapun tugas dan tanggung jawabnya sebagai berikut :

- a) Mengatur tentang pembelanjaan perusahaan.
- b) Menentukan segala aktivitas perusahaan.
- c) Mengkoordinir semua kegiatan perusahaan sehari-hari.
- d) Mengkoordinir semua kegiatan untuk mencapai tujuan perusahaan.

b) Bagian Administrasi dan Keuangan

Bagian ini serta penyelenggaraan administrasi keuangan dan pembukuan. Adapun tugas dan tanggung jawabnya adalah sebagai berikut :

I. Administrasi

- Melengkapi dan menyediakan sarana yang dibutuhkan oleh perusahaan.
- Mencatat barang yang masuk dan barang keluar.

II. Keuangan

- Mengatur dan menyediakan keuangan perusahaan.
- Memeriksa laporan keuangan.
- Melakukan pekerjaan pembukuan.

- Mencatat bukti penerimaan dan pengeluaran kas.
- Menyusun dan menyiapkan semua bukti-bukti pengeluaran dan penerimaan kas.
- Setiap akhir tahun menyiapkan laporan penyusunan neraca serta laporan laba-rugi perusahaan.

c) Bagian Produksi

Tugas bagian ini adalah sebagai berikut :

- Merancang persediaan bahan menurut kebutuhan dan kemampuan perusahaan.
- Merencanakan dan mengawasi sistematis dan mengawasi pengolahan bahan baku menjadi bahan jadi, pekerjaan yang diawasi dalam proses produksi adalah sebagai berikut :

- (1) Bagian pemasangan
- (2) Bagian pengamplasan
- (3) Bagian politer

Bagian produksi ini bertanggung jawab kepada pemimpin.

d) Bagian Penjualan

Bagian penjualan ini tugasnya mencari pasaran dan melakukan penjualan hasil produksi serta bertugas untuk memperluas pemasarannya. Bagian bertanggung jawab kepada direktur.

2. Uraian Kegiatan

CV. Jati Karya Palembang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha perdagangan furniture dan mebel

(perabotan rumah tangga dan perlengkapan kantor). Dalam melakukan kegiatannya perusahaan ini menghasilkan atau memproduksi produk-produk perabotan rumah tangga dan perlengkapan kantor seperti : lemari, kursi tamu, meja belajar, tempat tidur dan lain-lain.

CV. Jati Karya dalam mempromosikan produk yang mereka hasilkan memilih target pemasaran meliputi rumah tangga dan perkantoran. Barang yang datang dari akan diperiksa oleh bagian gudang kemudian, bagian admin akan mencatat barang mentah yang masuk dan bahan-bahan melamin yang masuk. Kemudian barang dan bahan yang masuk akan diinput ke dalam sistem dan dicatat juga di buku barang yang masuk, kemudian total nota akan diberikan kepada bagian keuangan untuk dicatat di buku hutang.

Bagian penjualan bertugas memasarkan produk-produk yang ada maupun barang yang bisa dipesan melalui catalog ataupun barang pesanan sendiri. Di sini bagian penjualan hanya menunggu konsumen yang datang jadi apabila ada konsumen yang datang bagian penjualan akan menjelaskan spesifikasi barang misalnya nama barang, tinggi, lebar, panjang, dan harga barang sesuai dengan keadaan barang. Jika konsumen ingin memesan dari katalog atau mempunyai desain sendiri maka bagian penjualan akan menanyakan harga barang kepada supplier dari Jepara. Jika *deal* maka bagian penjualan akan memberikan faktur kepada bagian keuangan dan bagian keuangan akan mencatat ke dalam buku kas jika pembayaran dilakukan secara tunai tapi jika dilakukan via

transfer maka bagian keuangan akan mencatat debit ke dalam buku bank. Bagian penjualan juga memberikan nota kepada bagian admin tentang barang yang telah terjual dan selanjutnya bagian admin akan menginput data barang keluar dan mencatat di buku barang keluar.

Kemudian bagian admin memberikan nota kepada bagian produksi jika barang yang keluar masih akan diproses atau masih dalam proses, kemudian bagian produksi memberikan penjelasan tentang barang yang dipesan kepada para buruh mengenai permintaan politur yang diinginkan oleh konsumen. Setelah barang selesai maka bagian produksi akan member tahu bagian penjualan bahwa barang siap dikirim dan bagian produksi akan memberitahu admin dan admin akan membuat surat jalan kepada siapa dan alamat mana yang dituju kepada sopir. Jika masih di dalam kota Palembang maka konsumen dibebaskan dari ongkos kirim tapi apabila dikirim di luar kota maka konsumen dibebankan ongkos kirim atau juga bisa dibebankan biaya ekspedisi.

F. Sejarah singkat Perusahaan Mebel

CV. Jati Karya pada awalnya merupakan perusahaan perseorangan yang bernama Jati Karya. Perusahaan ini memulai aktivitas usahanya sejak tahun 1974, tetapi secara resminya sebagai badan usaha berbentuk CV (Commanditaire Vennitschop) dimulai sejak tahun 1981, tepatnya pada tanggal 4 Mei 1981 dengan izin usaha dikeluarkan oleh pemerintah daerah

tingkat II Kodya Palembang dengan surat izin No.38 HO.81. Selaku pimpinan perusahaan Hj. Mursyidah.⁴⁹

Perusahaan CV. Jati Karya Palembang bergerak dalam bidang usaha perdagangan mebel dan furniture berlokasi di JL Sosial No. 515 RT 013/02, Palembang, 30151 dengan golongan usaha perusahaan menengah. Jenis perdangan yang diusahakan adalah Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), dengan No.SIUP 060/069/XII/1987.

Pada awal berdirinya, perusahaan hanya mempunyai alat-alat sederhana dan sebuah gedung tempat bahan baku, dengan jumlah tenaga kerja 12 orang. Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan tekhnologi, maka perusahaan pada tahun 1988 membeli alat-alat yang semi otomatis dan tenaga kerja bertambah menjadi 28 orang yang terdiri dari :

- Pimpinan : 1 Orang
- Bagian Administrasi : 1 Orang
- Bagian Akuntansi : 1 Orang
- Bagian Gudang : 3 Orang
- Bagian Produksi : 27 Orang
- Bagian Penjualan : 2 Orang⁵⁰

Awalnya perusahaan ini hanya memproduksi satu jenis mebel yaitu lemari dengan bermacam-macam tipe. Namun kemudian setelah mengalami perkembangan usaha dan permintaan dari konsumen yang berdasarkan

⁴⁹Wawancara Ibu Mursyidah (Jam 14.00 WIB). Tanggal 4 Agustus 2016.

⁵⁰Wawancara Ibu Mursyidah (Jam 14.00 WIB). Tanggal 4 Agustus 2016.

permintaan pasar, maka *top management* perusahaan memutuskan untuk membuat mebel dengan berbagai jenis, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.3
Jenis Barang yang diperjualbelikan

No	Jenis Barang
1	Lemari
2	Kursi
3	Meja Makan
4	Tempat Tidur (Dipan)

Sumber Data : Dokumentasi Mebel CV. Jati Karya Palembang 2016

Dengan berkembangnya perusahaan ini membawa dampak positif terhadap kegiatan pengadaan lapangan kerja, Karena perusahaan menambah karyawan baru untuk mendukung perkembangan usaha yang dilakukan.

BAB IV

HASIL ANALISIS

A. Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis, pada penelitian ini sampel yang digunakan peneliti yaitu data pembeli yang diambil dari kuesioner yang disebarakan CV Jati Karya sebanyak 20 buah. Dan untuk data karyawan peneliti mendapatkannya melalui arsip data dari perusahaan CV Jati Karya.

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada responden, maka dapat diketahui pernyataan responden terhadap penerepan etika bisnis Islam dalam usaha bisnis mebel di CV. Jati Karya Palembang. Untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden maka dibuat kriteria pengukuran Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan,⁵¹ sebagai berikut:

Sangat Baik (SB)	= 5
Baik (ST)	= 4
Cukup Baik (CB)	= 3
Kurang Baik (KB)	= 2
Tidak Baik (TB)	= 1

⁵¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: ALFABETA,CV, 2012), hlm. 93

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4 dan 5). Berdasarkan ketentuan ini, maka kriteria pengklasifikasian mengenai variabel terhadap penerepan etika bisnis Islam dalam usaha bisnis mebel di CV. Jati Karya Palembang adalah sebagai berikut:

Rumus persentase :

$$\frac{F}{N} \times 100\%$$

Dimana:

F = frekuensi jawaban

N = total nilai yang dijawab

100 % = Pembilangan tetap

Teknik pengolahan data hasil kuesioner menggunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai positif 5 sampai dengan 1. Skala Likert Pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan, nilai-nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan untuk setiap responden.

A. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Karyawan

Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin karena jenis kelamin merupakan salah satu faktor pola pikir responden. Usia responden merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan, karena usia seseorang mempengaruhi hasil kinerja dan kematangan berfikir, berikut data karyawan di mebel CV. Jati Karya :

Tabel 4.1
Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Karyawan

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	20	57%
Perempuan	15	43%
Total	35	100%

Sumber : Olah data peneliti dari sumber primer (2016)

Dari tabel di atas terlihat bahwa karyawan berdasarkan jenis kelamin laki-laki di mebel CV. Jati Karya lebih dominan (banyak) sekitar 57% dibandingkan karyawan berjenis kelamin perempuan sekitar 43%.

B. Responden Berdasarkan Usia Karyawan

Usia responden merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan, karena usia seseorang mempengaruhi hasil kinerja dan kematangan berfikir, berikut data karyawan di mebel CV. Jati Karya :

Tabel 4.2
Persentase Responden Berdasarkan Usia Karyawan

Usia Responden (tahun)	Jumlah	Presentase
< 20	0	0
20 – 29	10	29%
30 – 39	8	23%
40 – 49	11	31%
>50	6	17%
Total	35	100%

Sumber : olah data penelitian dari sumber primer (2016)

Dari tabel terlihat bahwa jumlah responden yang berusia >50 berjumlah 6 orang dengan persentase 17,1%, 40 – 49 berjumlah 10 orang dengan persentase 28,6%, 30 – 39 berjumlah 8 orang dengan persentase 22,87%, 20 – 29 berjumlah 11 orang dengan persentase 31,43%, < 20 berjumlah 0 orang dengan tidak ada persentase, dapat dilihat dari usia responden tersebut bahwa walaupun usia mereka 40 – 49 tahun mereka memiliki semangat kerja yang maksimal.

C. Responden Berdasarkan Jabatan Karyawan

Pengelompokkan responden berdasarkan jabatan karyawan

Tabel 4.3
Persentase Responden Berdasarkan Jabatan Karyawan

Jabatan Karyawan	Jumlah	Presentase
Pemimpin	1	3%
Bag. ADM	1	3%
Bag. Keuangan	1	3%
Bag. Gudang	3	8%
Bag. Produksi	27	77%
Bag. Penjualan	2	6%
Total	35	100%

Sumber : olah data penelitian dari sumber primer (2016)

Dari tabel terlihat bahwa jumlah responden yang jabatannya Pemimpin berjumlah 1 orang dengan persentase 2,86%, Bag. ADM berjumlah 1 orang dengan persentase 2,86%, Bag. Keuangan berjumlah

1 orang dengan persentase 2,86%, Bag. Gudang berjumlah 3 orang dengan persentase 8.6%, Bag. Produksi berjumlah 27 orang dengan persentase 77,14%, serta Bag. Penjualan berjumlah 2 orang dengan persentase 5.71%. Dari responden jabatan terlihat bahwa bagian produksi paling tinggi persentasenya.

D. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pelanggan

Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin karena salah satu faktor yang bisa kita tinjau apakah laki-laki lebih sering membeli perabotan rumah tangga atau perempuan. berikut data pelanggan di mebel CV. Jati Karya :

Tabel 4.4
Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pelanggan

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	11	55%
Perempuan	9	45%
Total	20	100%

Sumber : Olah data peneliti dari sumber primer (2016)

Dari tabel di atas terlihat bahwa pelanggan berdasarkan jenis kelamin laki-laki di mebel CV. Jati Karya lebih dominan (banyak) sekitar 55% dibandingkan pelanggan berjenis kelamin perempuan sekitar 45% yang membeli perabotan rumah tangga disini.

E. Responden Berdasarkan Usia Pelanggan

Usia responden merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan, karena usia seseorang mempengaruhi kematangan berfikir untuk melakukan transaksi, berikut data pelanggan di mebel CV. Jati Karya :

Tabel 4.5
Persentase Responden Berdasarkan Usia Pelanggan

Usia Responden (tahun)	Jumlah	Presentase
< 20	0	0
20 – 29	7	35%
30 – 39	8	40%
40 – 49	3	15%
>50	2	10%
Total	20	100%

Sumber : olah data penelitian dari sumber primer (2016)

Dari tabel terlihat bahwa jumlah responden yang berusia >50 berjumlah 2 orang dengan persentase 10%, 40 – 49 berjumlah 3 orang dengan persentase 15%, 30 – 39 berjumlah 8 orang dengan persentase 40%, 20 – 29 berjumlah 7 orang dengan persentase 35%, < 20 berjumlah 0 orang dengan tidak ada persentase, dapat dilihat dari usia responden tersebut bahwa usia mereka 30 – 39 tahun mereka sering melakukan transaksi pembelian peralatan rumah tangga.

F. Responden Berdasarkan Pendidikan Pelanggan

Pengelompokan responden berdasarkan pendidikan karena pendidikan merupakan salah satu faktor responden. berikut data pelanggan di mebel CV. Jati Karya :

Tabel 4.6
Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Pelanggan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
Tidak Sekolah	0	0%
SD	0	0%
SMP	0	0%
SMA	5	25%
DI/DIII	5	25%
SI/S3	10	50%
Total	20	100%

Sumber : Olah data peneliti dari sumber primer (2016)

Dari tabel di atas terlihat bahwa pelanggan berdasarkan pendidikan pelanggan di mebel CV. Jati Karya bahwa jumlah responden yang tidak sekolah berjumlah 0 orang dengan tidak ada persentase, SD berjumlah 0 orang dengan tidak ada persentase, SMP berjumlah 0 orang dengan tidak ada persentase, SMA berjumlah 5 orang dengan persentase 25%, DI/DIII berjumlah 5 orang dengan persentase 25%, SI/S3 berjumlah 10 orang dengan persentase 50%, dapat dilihat dari pendidikan responden tersebut bahwa lebih dominan SI/S3 yang menjadi pelanggan di mebel CV. Jati Karya.

G. Responden Berdasarkan sifat-sifat Rasulullah SAW yang berbentuk Angket yang disebarakan kepada pelanggan

Pengelompokan responden berdasarkan sifat-sifat Rasulullah SAW yang berbentuk angket yang disebarakan kepada pelanggan merupakan salah satu faktor untuk melihat pelayanan **karyawan CV. Jati Karya menurut pelanggan**. berikut hasil angket yang disebarakan kepada pelanggan di mebel CV. Jati Karya :

Tabel 4.7
Profil Responden Berdasarkan Pelayanan Karyawan CV. Jati Karya menurut Pelanggan dari Angket

1. Siddiq (Jujur)

Pertanyaan	SB	B	CB	KB	TB
Bagaimana dengan kualitas barang CV. Jati Karya ini?	2	17	1	0	0
Apakah CV. Jati Karya menjelaskan kondisi barang apa adanya kepada pelanggannya?	3	11	6	0	0

2. Amanah (dapat dipercaya)

Menurut anda bagaimana dengan sifat tepat janji kepada pelanggan, misalkan ketepatan pemesanan barang, apakah CV. Jati Karya tepat waktu?	0	9	11	0	0
---	---	---	----	---	---

3. Tabligh (Menyampaikan)

Bagaimana kemampuan karyawan CV. Jati Karya dalam melayani anda misalnya (pada saat menjelaskan barang yang ditawarkan)?	2	7	11	0	0
--	---	---	----	---	---

Apakah CV. Jati Karya mampu menjaga amanah dari masyarakat,yaitu dengan cara menyediakan barang kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar?	0	14	6	0	0
---	---	----	---	---	---

4. Fathonah (cerdas/pandai)

Bagaimana menurut anda atas pelayanan CV. Jati Karya?	4	15	1	0	0
Bagaimana dalam bersikap, apakah CV. Jati Karya telah menerapkan sikap sopan santunnya dan ramah tamah terhadap pelanggan?	4	10	6	0	0
Apakah ada karyawan CV. Jati Karya pernah bersikap acuh tak acuh kepada pelanggannya?	0	7	1	0	12
Apakah anda puas dengan pelayanan CV. Jati Karya ini	6	9	5	0	0

Sumber : Olah data peneliti dari sumber primer (2016)

Tabel 4.8

Persentase Responden Berdasarkan Persentase dari jawaban pelanggan di CV. Jati Karya Palembang

1. Siddiq (Jujur)

Pertanyaan	SB (%)	B (%)	CB (%)	KB (%)	TB (%)
Bagaimana dengan kualitas barang CV. Jati Karya ini?	10	85	5	0	0
Apakah CV. Jati Karya menjelaskan kondisi barang apa adanya kepada pelanggannya?	15	55	30	0	0

2. Amanah (dapat dipercaya)

Menurut anda bagaimana dengan sifat tepat janji kepada pelanggan, misalkan ketepatan pemesanan barang, apakah CV. Jati Karya tepat waktu?	0	45	55	0	0
---	---	----	----	---	---

3. Tabligh (Menyampaikan)

Bagaimana kemampuan karyawan CV. Jati Karya dalam melayani anda misalnya (pada saat menjelaskan barang yang ditawarkan)?	10	35	55	0	0
Apakah CV. Jati Karya mampu menjaga amanah dari masyarakat, yaitu dengan cara menyediakan barang kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar?	0	70	30	0	0

4. Fathonah (cerdas/pandai)

Bagaimana menurut anda atas pelayanan CV. Jati Karya?	20	75	5	0	0
Bagaimana dalam bersikap, apakah CV. Jati Karya telah menerapkan sikap sopan santunnya dan ramah tamah terhadap pelanggan?	20	50	30	0	0
Apakah ada karyawan CV. Jati Karya pernah bersikap acuh tak acuh kepada pelanggannya?	0	35	5	0	60
Apakah anda puas dengan pelayanan CV. Jati Karya ini	30	45	25	0	0

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa deskripsi data hasil 20 angket yang disebarkan Pada kualitas barang sebanyak 10% pelanggan merasa kualitas barang di CV. Jati Karya sangat baik (SB), sementara 85% pelanggan merasa kualitas barang di CV. Jati Karya

baik (B), sisanya 5% pelanggan merasa kualitas barang di CV. Jati Karya cukup baik (CK). Dapat dilihat 85% pelanggan merasa kualitas barang di CV. Jati Karya baik (B).

Dalam menjelaskan kondisi barang apa adanya kepada pelanggan sebanyak 15% pelanggan merasa CV. Jati Karya sangat baik (SB), sementara terdapat 55% pelanggan merasa CV. Jati Karya baik (B), sisanya 30% pelanggan merasa CV. Jati Karya cukup baik (CB) dalam menjelaskan kondisi barang apa adanya/ kecacatan barang kepada pelanggan.

Ketepatan janji dalam mengirim barang sebanyak 45% pelanggan merasa CV. Jati Karya baik (B), sementara sisanya 55% pelanggan merasa CV. Jati Karya Cukup Baik (CB) dalam ketepatan janji mengirim barang kepada pelanggan.

Disaat menjelaskan barang yang ditawarkan sebanyak 10% pelanggan merasa karyawan di CV. Jati Karya sangat baik (SB), sementara 35% pelanggan merasa karyawan di CV. Jati Karya baik (B), sisanya 55% pelanggan merasa karyawan CV. Jati Karya cukup baik (CB) dalam menjelaskan atau menawarkan barang.

Harga barang di CV. Jati Karya sebanyak 70% pelanggan merasa baik (B), sementara sisanya 30% pelanggan merasa cukup baik (CB), lebih dominan (banyak) di CV. Jati Karya harga barang yang ditawarkan baik menurut pelanggan.

Sebanyak 20% pelanggan merasa pelayanan CV. Jati Karya sangat baik (SB), sementara terdapat 75% pelanggan merasa pelayanan di CV. Jati Karya baik (B). Sisanya terdapat 5% pelanggan merasa pelayanan CV. Jati Karya cukup baik (CK). Dapat dilihat bahwa lebih dominan (banyak) pelanggan merasa di CV. Jati Karya baik (B).

Dalam menerapkan sikap sopan santun dan ramah tama sebanyak 20% pelanggan merasa CV. Jati Karya sangat baik (SB), sementara terdapat 50% pelanggan merasa CV. Jati Karya baik (B), sisanya 30% pelanggan merasa CV. Jati Karya cukup baik (CB), dalam menerapkan sikap sopan santun dan ramah tama terhadap pelanggannya.

Menurut pelanggan 35% baik (B) karyawan CV. Jati Karya acuh tak acuh terhadap pelanggannya, sementara 5% cukup baik (CB) karyawan CV. Jati Karya acuh tak acuh terhadap pelanggannya, sisanya 60% tidak baik (TB) karyawan CV. Jati Karya acuh tak acuh terhadap pelanggannya. Menurut pelanggan tidak banyak karyawan acuh tak acuh terhadap pelanggannya.

Diketahui sebanyak 30% pelanggan merasa puas dengan pelayanan CV. Jati Karya sangat baik (SB), sementara terdapat 45% pelanggan merasa puas dengan pelayanan CV. Jati Karya baik (B), sisanya 25% pelanggan merasa puas dengan pelayanan CV. Jati Karya.

B. Penerapan Etika Bisnis para karyawan di CV. Jati Karya Palembang

Berdasarkan hasil pengamatan di CV. Jati Karya maka didapatkan etika bisnis yang selama ini diterapkan oleh CV. Jati Karya yaitu :

Kejujuran, CV. Jati Karya sudah menerapkan prinsip kejujuran dalam melakukan usaha jual beli, Kejujuran dalam berbisnis adalah kunci keberhasilannya, termasuk untuk bertahan dalam jangka panjang, dalam suasana bisnis penuh persaingan yang ketat. Dengan kejujuran CV. Jati Karya maka jalinan persaudaraan antar penjual dan pembeli semakin erat dengan demikian pembeli akan kembali lagi dan menjadi pelanggan.⁵²

Tepat janji, CV. Jati Karya ini selalu menepati janjinya kepada pembeli, terutama jika ada pembeli yang memesan barang kepadanya. Dengan menerapkan sifat tepat janji akan mendatangkan rasa kepercayaan, dan kepercayaan merupakan modal utama dan harus dimiliki oleh setiap wirausaha.⁵³

Amanah, setiap pedagang harus bertanggung jawab dan mampu menjaga amanah dari masyarakat maupun pembeli. Kewajiban dan tanggung jawab para pedagang antara lain menyediakan barang kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar, kegunaan yang cukup dan manfaat yang memadai untuk semua kalangan.⁵⁴

Murah hati, para karyawan di CV. Jati Karya ini selalu ramah, sopan dan murah senyum terhadap pembeli. Mereka meyakini dengan bersikap sopan dan murah hati terhadap pembeli maka akan banyak

⁵² Wawancara Ibu Mursyidah (Jam 14.00 WIB). Tanggal 4 Agustus 2016.

⁵³ Wawancara Ibu Mursyidah (.Jam 14.00 WIB). Tanggal 4 Agustus 2016.

⁵⁴ Wawancara Ibu Mursyidah (.Jam 14.00 WIB). Tanggal 4 Agustus 2016.

pembeli yang tertarik dan menghampiri mebel CV. Jati Karya karena si pembeli merasa senang dan dihormati. Namun tidak semua karyawan di sini bersikap seperti itu terkadang ada karyawan yang kurang ramah dan acuh tak acuh terhadap pembeli bahkan mereka suka menggerutu jika ada pembeli yang sudah tanya-tanya harga namun tidak jadi membeli.⁵⁵

Pencatatan hutang, pencatatan hutang ini sangat penting bagi penjual agar terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi, dan mendidik para pelaku bisnis agar bersikap jujur, serta terhindar dari penipuan dan kekhilafan yang mungkin terjadi. Jika ada pembeli yang lupa terhadap utangnya si pedagang bisa mengingatkannya dan menunjukkan bukti catatannya agar transaksi jual beli dan hutang piutangnya berjalan dengan lancar. Pencatatan dilakukan bagian keuangan atau administrasi di pembukuan jika ada pembeli yang berhutang.⁵⁶

⁵⁵Wawancara Ibu Mursyidah (.Jam 14.00 WIB). Tanggal 4 Agustus 2016.

⁵⁶Wawancara Ibu Mursyidah (.Jam 14.00 WIB). Tanggal 4 Agustus 2016.

C. Penerapan Etika Bisnis di CV. Jati Karya Palembang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

Berdasarkan hasil pengamatan di CV. Jati Karya maka didapatkan indikator etika bisnis Islam yaitu kejujuran, tertib administrasi, membangun hubungan baik antar karyawan dan berzakat/bantuan.

Kejujuran, dalam Islam kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Tidak menipu, mebel CV. Jati Karya ini tidak suka menggunakan penipuan dengan menggunakan sumpah palsu untuk melariskan barang dagangan mereka. Karena barang yang mereka jual berkualitas jadi mereka tidak pernah menawarkan barang mereka dengan menggunakan sumpah atau menipu.⁵⁷

Contoh : dalam barang, Jika ada cacat barang kami tidak menyembunyikan cacat tersebut, kami akan menjelaskan cacat barang tersebut jika kami tahu atau terlihat oleh pelanggan, cacat barang tersebut akan diperbaiki jika pelanggan mau membeli barang tersebut sebelum mengantar barang tersebut kerumah pelanggan. Karena jika kami menyembunyikan cacat barang berarti kami sama saja membohongi pelanggan kami sendiri, dan juga jika pelanggan kami tahu kami menyembunyikan cacat barang sama saja kami mengurangi minat pembeli

⁵⁷Wawancara Ibu Mursyidah (.Jam 14.00 WIB). Tanggal 4 Agustus 2016.

di mebel kami. Dalam Islam kita tidak dianjurkan untuk berbohong karena kita tahu berbohong itu dosa dan Allah tidak suka orang yang berbohong.⁵⁸

Tertib administrasi, dalam al-Qur'an dijelaskan bahwasanya pengusaha atau pedagang perlu mencatat transaksi yang dilakukan dengan tidak tunai atau tertib administrasi agar manusia terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi, dan mendidik para pelaku bisnis agar bersikap jujur, terhindar dari penipuan dan kekhilafan yang mungkin terjadi. Mebel CV. Jati Karya ini sudah tertib administrasi, bagian keuangan selalu mencatat pemasukan dan pengeluaran agar tidak terjadi kesalahan, bahkan utang piutang yang ada dicatat dengan baik.⁵⁹

Membangun hubungan baik antar karyawan, Islam menekankan hubungan baik dengan siapapun, rukun antar sesama pelaku bisnis. Islam menganjurkan pelaku bisnis untuk sering melakukan *silaturahmi* karena bisa jadi dengan *silaturahmi* yang dilakukan itu akan kian luas jaringan yang dibangun dan semakin banyak informasi yang diserap, serta dukungan yang diperoleh dari berbagai kalangan. Terlihat kasih sayang antara karyawan/i di mebel CV. Jati Karya ini, mereka selalu berhubungan baik walau terkadang ada karyawan/i yang kurang bersahabat.⁶⁰

Dalam aspek sosial etika bisnis Islam CV. Jati Karya menyalurkan bantuan keuangan pada setiap bulannya yang disalurkan kepada beberapa masjid dilingkungan sekitar CV. Jati Karya yang diharapkan bantuan

⁵⁸Wawancara Ibu Mursyidah (.Jam 14.00 WIB). Tanggal 4 Agustus 2016.

⁵⁹Wawancara Ibu Mursyidah (.Jam 14.00 WIB). Tanggal 4 Agustus 2016.

⁶⁰Wawancara Ibu Mursyidah (.Jam 14.00 WIB). Tanggal 4 Agustus 2016.

tersebut dapat dimanfaatkan masjid-masjid dilingkungan sekitar. Untuk kegiatan-kegiatan yang mendorong masyarakat memakmurkan masjid.⁶¹

Dari beberapa hasil wawancara saya kepada Ibu Mursyidah di atas terkait dengan pandangan etika bisnis Islam dalam hal kegiatan bisnis yang dilakukan mebel CV. Jati Karya ini sudah menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam, hal tersebut bisa dilihat pada indikator di atas, terutama masalah harga barang dan kualitas barang yang mereka jual. Para pembeli di mebel CV. Jati Karya ini mendapat harga yang ekonomis, tidak murah dan tidak juga terlalu mahal. Mengenai barangnya, pembeli mendapatkan barang yang berkualitas dan mutunya terjamin, mereka juga ramah dan sopan terhadap pembeli sehingga para pembeli merasa puas dan nyaman untuk berbelanja perabotan rumah tangga di mebel ini. Meskipun belum seratus persen maksimal. Seperti masih ada karyawan/i yang kurang ramah dan sopan terhadap pembeli, barang yang terkadang masih ada cacat fisik namun akan diperbaiki bila kesalahan dari mebel itu sendiri.

⁶¹Wawancara Ibu Mursyidah (.Jam 14.00 WIB). Tanggal 4 Agustus 2016.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan di antaranya :

1. Penerapan etika bisnis para karyawan di CV. Jati Karya Palembang yang diperhatikan dan diterapkan dalam berbisnis yaitu: kejujuran, tepat janji, amanah, murah hati, dan pencatatan hutang.
2. Penerapan Etika Bisnis di CV. Jati Karya Palembang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam salah satunya yaitu kejujuran, tepat janji, tertib administrasi, membangun hubungan baik antar karyawan dan berzakat/bantuan.

Bahwa analisis data yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan penerapan etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam, hal tersebut bisa dilihat pada kedua indikator di atas, terutama masalah kejujuran, tepat janji, amanah, murah hati, pencatatan hutang, tertib administrasi, membangun hubungan baik antar karyawan, dan berzakat/bantuan. Para pembeli di mebel CV. Jati Karya ini mendapat harga yang ekonomis, tidak murah dan tidak juga terlalu mahal.

Mengenai barangnya, pembeli mendapatkan barang yang berkualitas dan mutunya terjamin, sikap karyawan juga ramah dan sopan terhadap pembeli sehingga para pembeli merasa puas dan nyaman untuk berbelanja perabotan rumah tangga di mebel ini. Meskipun belum seratus persen

maksimal. Seperti masih ada karyawan yang kurang ramah dan sopan terhadap pembeli, barang yang terkadang masih ada cacat fisik namun akan diperbaiki bila kesalahan dari mebel itu sendiri.

B. Saran

1. Untuk CV. Jati Karya diharapkan para karyawan serta pihak-pihak yang berkepentingan di CV. Jati Karya dapat selalu mengingatkan dan menjaga etika-etika yang sudah sesuai dengan etika bisnis islam guna meningkatkan kualitas karyawan dalam melayani konsumen dan meningkatkan kualitas produksi barang-barang CV Jati Karya. Sehingga diharapkan CV Jati Karya kedepannya akan lebih dikenal masyarakat luas dengan pelayanannya yang sesuai dengan etika islam serta dikenal juga dengan produksi barang-barang yang berkualitas yang berdampak kepada banyaknya konsumen yang membeli produk CV Jati Karya.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan meneliti tentang etika bisnis dalam sistem keuangan di CV. Jati Karya seperti, pencatatan utang-piutang dan sistem penggajian karyawan. Apakah telah sesuai dengan etika bisnis Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Al- Qur'an dan terjemahan.

Arijanto, Agus. *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Penerbit PT RAJA GRAFINDO PERSADA. 2012.

Bahreisj, Hussein. *Hadist Shahih Al-Jamius Shahih*, Surabaya: Penerbit CV. Karya Utama.

Dahwal, Sirman. *Etika Bisnis Menurut Hukum Islam*, Suatu Kajian Normatif. Jurnal.

Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, Malang: UIN Malang Perss, 2008.

Djazuli dan Janwari, Yadi, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat*, Jakarta: Penerbit PT Raja Grapindo Persada, 2002.

Fitri Amalia, “*Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada pelaku Kecil*”, *Skripsi*, Ciputat, FEB UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2013.

Hafiduddin, Didin, *Islam Aplikatif*, Jakarta: Penerbit Gema Insani, 2003.

Kartini, Fitri, “*Faktor -Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Hotel Dalam Menggunakan Layanan Namira Hotel Syariah Yogyakarta*”, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.

- Mildaeni, Itsna Nurrahma, "*Jaringan Bisnis Ikan Etnis Cina Muslim Cilacap dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*", *Skripsi*, Jakarta.: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2008.
- Ngatmi, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Para Pedagang di Pasar Ardiodila Palembang", *Skripsi*, Palembang : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah, 2014.
- Nazir, Moh, *Metodelogi Penelitian*, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011.
- Oktora, Melta. *Pelaksanaan Kode Etik pada PT. Bank Negara Indonesia*, (PERSERO), Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Guna Darma.
- Qardhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Penerbit Gema Insani, 2006.
- Rosyadi, Muhammad Faiz, "*Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Customer Retention*, (Studi Kasus pada Bank BPD DIY Cabang Syariah)", *Skripsi*, Yogyakarta. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, 2012.
- Saripah, Dede. *Etika Bisnis Pada PT UNILEVER*, (Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma).
- Sudarsono, *Etika Islam tentang Kenakalan Remaja*, Jakarta : Bina Aksara, 1989.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: ALFABETA CV, 2012.
- Supranto, J, *Tiknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*, Jakarta: Penerbit Rineka Cipta, 2000.

Suryabrata, Sumadi. *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Talkhati, Jahro, “Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Larangan Barang Impor Oleh *World Trade Organization (WTO)*”, *Skripsi* , Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010.

Yunia Fauzia, Ika. *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Penerbit KENCANA PRENADAMEDIA GROUP, 2013.

Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

Wawancara:

Wawancara Ibu Mursyidah, (.Jam 14.00 WIB). Tanggal 4 Agustus 2016.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Evi Susanti

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Tempat, Tanggal lahir : Curup, Bengkulu, 25 September 1993

Kewarganegaraan : Indonesia

Orang tua :

Ayah : Nurdin Ahmad

Ibu : Nurlela Wati

Anak ke- : 3 dari 6 bersaudara

Saudara Laki-laki : Feri, Iqbal, Hendri dan Dayat

Saudara Perempuan : Nisrina Aprilia

Alamat : Jl. Soekarno Hatta Lr. M alwi Rt. 40 Rw 11 Km 10
Palembang.

Hobi : Masak dan Jalan

Hp dan Email : Hp. 082398626293, Email: Evisusanti718@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

- 2000-2006 SD Negeri 24 Dusun Sawah, Curup
- 2006-2009 SMP Karya Ibu, Palembang
- 2009-2012 Madrasah Aliyah 2, Palembang
- 2012-2017 Program Sarjana (S-1) Ekonomi Islam UIN Raden Fatah Palembang.

DATA PERSONAL RESPONDEN (PEMBELI/PELANGGAN)

NAMA	
USIA	
PEKERJAAN	
ALAMAT	
JENIS KELAMIN	1. Laki-laki 2. Perempuan
PENDIDIKAN TERAKHIR	1. Tidak sekolah/ tidak lulus SD 2. SD 3. SMP 4. SMA 5. DI/DIII 6. SI-S3

A. PERTANYAAN

1. Bagaimana menurut bapak/ibu atas pelayanan CV. Jati Karya?
1. Sangat Baik 2. Baik 3. Cukup Baik
4. Kurang Baik 5. Tidak Baik
2. Bagaimana dengan kualitas barang CV. Jati Karya ini?
1. Sangat Baik 2. Baik 3. Cukup Baik
4. Kurang Baik 5. Tidak Baik
3. Bagaimana kemampuan karyawan CV. Jati Karya dalam melayani anda misalnya (pada saat menjelaskan barang yang ditawarkan)?
1. Sangat Baik 2. Baik 3. Cukup Baik
4. Kurang Baik 5. Tidak Baik

4. Menurut anda bagaimana dengan sifat tepat janji kepada pelanggan, misalkan ketepatan pemesanan barang, apakah CV. Jati Karya tepat waktu?
1. Sangat Baik 2. Baik 3. Cukup Baik
4. Kurang Baik 5. Tidak Baik
5. Apakah CV. Jati Karya mampu menjaga amanah dari masyarakat, yaitu dengan cara menyediakan barang kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar?
1. Sangat Baik 2. Baik 3. Cukup Baik
4. Kurang Baik 5. Tidak Baik
6. Bagaimana dalam bersikap, apakah CV. Jati Karya telah menerapkan sikap sopan santunnya dan ramah tamah terhadap pelanggan?
1. Sangat Baik 2. Baik 3. Cukup Baik
4. Kurang Baik 5. Tidak Baik
7. Apakah CV. Jati Karya menjelaskan kondisi barang apa adanya kepada pelanggannya?
1. Sangat Baik 2. Baik 3. Cukup Baik
4. Kurang Baik 5. Tidak Baik
8. Apakah ada karyawan CV. Jati Karya pernah bersikap acuh tak acuh kepada pelanggannya?
1. Sangat Baik 2. Baik 3. Cukup Baik
4. Kurang Baik 5. Tidak Baik
9. Menurut anda bagaimana dengan tempat CV. Jati Karya ini, apakah sudah rapi?
1. Sangat Baik 2. Baik 3. Cukup Baik
4. Kurang Baik 5. Tidak Baik
10. Apakah anda puas dengan pelayanan CV. Jati Karya ini?
1. Sangat Baik 2. Baik 3. Cukup Baik
4. Kurang Baik 5. Tidak Baik