

**Penerapan Etika Bisnis Islam Pada
Restoran Sambal Lalap Palembang**



Oleh:

Nama : Agustina Anggraini

Nim : 13190008

SKRIPSI

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH
PALEMBANG**

2017



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri No. 1 Km. 3,5 Palembang 30126
Telp : (0711) 354668 web: www.radenfatah.ac.id

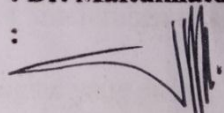

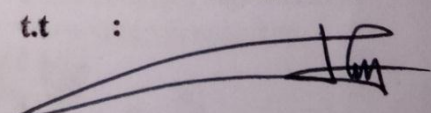

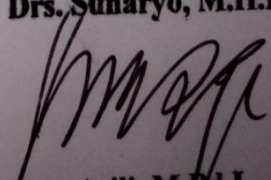
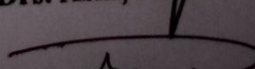
Formulir E4

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Agustina Anggraini
NIM / Program Studi : 13190008 / Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Restoran Sambal
Lalap Palembang

Telah diterima dalam ujian Munaqosyah pada tanggal 29 Agustus 2017

PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH

Tanggal	Pembimbing Utama	: Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag. t.t : 
Tanggal	Pembimbing Kedua	: Hj. Siti Mardiah, S.H,M,sh t.t : 
Tanggal	Penguji Utama	: Juwita Anggraini, M.H.I t.t : 
Tanggal	Penguji Kedua	: Aziz Septiatin, SE., M.Si t.t : 
Tanggal	Ketua	: Drs. Sunaryo, M.H.I t.t : 
Tanggal	Sekretaris	: Drs. Asili, M.Pd.I t.t : 

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agustina Anggraini

Nim : 13190008

Fakultas : EkonomidanBisnis Islam

Jurusan : SI Ekonomi Islam

Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Judul Skripsi : Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Restoran Sambal

Lalap Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya

Diterbitkan di: Palembang,
Pada Tanggal, Agustus 2017
Saya yang menyatakan,



Agustina Anggraini

NIM: 13190008



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri No. 1 Km. 3,5 Palembang 30126
Telp : (0711) 354668 web: www.radenfatah.ac.id

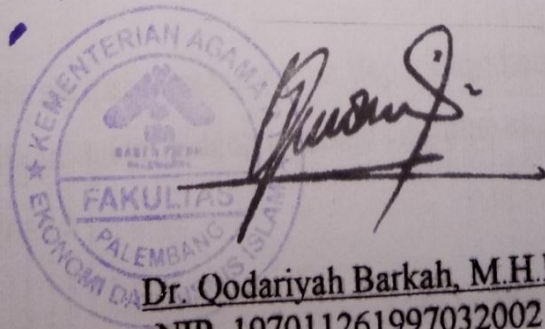
PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Restoran Sambal Lalap
Palembang
Ditulis oleh : Agustina Anggraini
NIM : 13190008

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Palembang, Januari 2018

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,


Dr. Qodariyah Barkah, M.H.I
NIP. 197011261997032002



PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

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 Pada Restoran Sambal Lalap Palembang.

Yang ditulis oleh:

Nama : Agustina Anggraini
NIM : 13190008
Program : S1 Ekonomi Islam

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk diujikan dalam sidang munaqosah ujian skripsi.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,

Dr. Maftukhatusolikah, M.Ag
NIP. 197509282006042001

Palembang, Agustus 2017

Pembimbing II

Hj. SitiMardiah, S.H, M,sh
NIP. 140601101302

Motto Hidup :

“Selalu ada harapan bagi mereka yang sering berdoa. Selalu ada jalan bagi mereka yang sering berusaha”

Agustina Anggraini

26 Agustus 1994

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB—LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama Latin	Huruf	Keterangan
ا	Alief	-	tidak dilambangkan
ب	Ba>'	B	-
ت	Ta>'	T	-
ث	S a>'	S	s dengan titik di atas
ج	Ji>m	J	-
ح	H{a>'	H{	h dengan titik di bawah
خ	Kha>'	Kh	-
د	Da>	D	-
ذ	Z a>	Z	z dengan titik di atas
ر	Ra>'	R	-
ز	Za>'	Z	-
س	Si>n	S	-
ش	Syi>n	Sy	-
ص	S{a>d	S{	s dengan titik di bawah
ض	D{a>d	D{	d dengan titik dibawah
ط	T{a>'	T{	t dengan titik di bawah
ظ	Z{a>'	Z{	z dengan titik di bawah
ع	`Ain	`	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	-
ف	Fa>'	F	-
ق	Qa>f	Q	-
ك	Ka>f	K	-
ل	La>m	L	-
م	Mi>m	M	-
ن	Nu>n	N	-
و	Wa>wu	W	-
ه	Ha>'	H	-
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya>'	Y	-

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap (tasydid) ditulis rangkap

Contoh:

دُممة : Muqaddimah

نِدَام رِقُونَال : Al- madī nah al- munawwarah

C. Ta>` Marbûthah *di akhir kata*

1. Bila dimatikan (ta` marbûthah sukun) ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia

بِعِبَادَةٍ : Ditulis *bi 'ibâdah*.

2. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain (ta` marbûthah sambung) ditulis t

بِعِبَادَةِ رَبِّهِ : Ditulis *bi 'ibâdat rabbih*.

D. 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. (l---) = a>

b. (ي---) = i>

c. (و---) = u>

E. Kata Sandang

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

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

F. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

G. Kata dalam Rangkainan Frase dan Kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut

H. Daftar Singkatan

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

I. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (seperti kata *ijmak*, *nas*, dll), tidak mengikuti pedoman transliterasi ini dan ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. karena dengan limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat memenuhi syarat kelulusan program studi S1 Ekonomi Islam UIN Raden Fatah Palembang. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan pada junjungan umat, Rasulullah saw. beserta keluarga, sahabat, dan orang-orang yang mengikuti jejaknya yang selalu istiqomah dijalan-Nya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari keterbatasan kemampuan sebagai seorang peneliti yang masih pemula, yang tidak akan berhasil menyelesaikan skripsi ini tanpa bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak yang membantu. Karena itu pada kesempatan ini izinkan penulis menghaturkan segenap ucapan terimakasih yang tiada batas kepada

1. Prof. Drs. H. M. Sirozi M.A.Ph.D selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
2. Dr. Qadariah Barkah, M.Hi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Islam UIN Raden Fatah Palembang.
3. Ibu dan Bapak yang saya sayangi dan kagumi, yang tiada henti untuk memberikan motivasi baik materi maupun moral disetiap saat sehingga saya bias menyelesaikan study seperti sekarang ini dan bisa memperoleh gelar sarjana Ekonomi Islam.
4. Titin Hartini SE., M.Si selaku ketua Jurusan studi Ekonomi Islam fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

5. Mismiwati SE., M.Hi selaku sekretaris Jurusan studi Ekonomi Islam fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
6. Ibu Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan waktu, untuk kontribusi tenaga dan pikirannya, guna memberikan bimbingan dan petunjuk serta pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai.
7. Ibu Hj. Siti Mardiah, S,H,M,Si selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan waktu, untuk kontribusi tenaga dan pikirannya, guna memberikan bimbingan dan petunjuk serta pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai.
8. Untuk ayunda saya Sepitri Wulandari S.pd dan kak ipar saya Muhammad Ali Akbar S.pd yang memberikan saya semangat dorongan untuk terus maju berjuang demi sebuah kesuksesan.
9. Untuk para guru-guru, dosen-dosen dan ustadz saya yang secara tidak langsung memberikan energy positif melancarkan skripsi ini.
10. Untuk Bapak Fredi selaku Manajer Restoran Sambal Lalap Palembang
11. Untuk teman-teman Eki 1 2013 yang sudah menemani hari-hari dari semester 1 hingga sekarang dengan penuh rasa kekeluargaan.
12. Dan semua pihak yang belum disebut diatas, terima kasih atas segala bantuan selama proses penulisan skripsi ini.

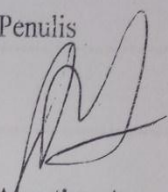
Semoga Allah SWT membalas budi baik semua dengan pahala dan berkah tiada habisnya. Akhirnya penulis berharap, semoga serpihan kecil

Semoga Allah SWT membalas budi baik semua dengan pahala dan berkah tiada habisnya. Akhirnya penulis berharap, semoga serpihan kecil ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan bernilai ibadah di sisi Allah Swt. Aamiin...

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatu.

Palembang, Juni 2017

Penulis



Agustina Anggraini

NIM. 13190008

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
MOTTO PERSEMBAHAN.....	iii
TRANSLITERASI	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR dan TABEL.....	xiv
ABSTRAK.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan.....	4
D. Telaah Pustaka.....	5
E. Kerangka Teori.....	13
F. Metode Penelitian.....	16
G. Sistematika Penulisan.....	20

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	21
B. Tujuan Etika Bisnis Islam.....	22
C. Pentingnya Etika Bisnis Islam	23
D. Ciri-ciri Etika Bisnis dan Bisnis Islam	25
E. Prinsip Etika Bisnis Islam.....	26

BAB III DESKRIPTIF OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Restoran Sambal Lalap	38
B. Visi dan Misi Restoran Sambal Lalap	38
C. Struktur Organisasi Restoran Sambal Lalap.....	39
D. Lokasi Restoran Sambal Lalap	41
E. Menu Restoran Sambal Lalap	41
F. Fasilitas Restoran Sambal Lalap.....	43
G. Kegiatan Keagamaan	43

BAB IV PEMBAHASAN

A. Shiddiq.....	45
B. Amanah.....	49
C. Tabligh.....	53
D. Fathanah.....	56

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	60
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

ABSTRAK

Fenomena yang terjadi pada pelaku bisnis kuliner di Palembang terkadang menyimpang dari etika bisnis dan tidak mengindahkan hal-hal seperti kejujuran dalam mengatakan asal usul produk, tidak ramah kepada konsumen yang sekedar tanya-tanya serta tidak menepati janji. Padahal Rasulullah telah memberikan tauladan tentang bagaimana etika dalam berbisnis yang bersumber dari al- Qur'an

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui **Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Restoran Sambal Lalap Palembang**. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menggunakan deskriptif. Pengumpulan data primer yaitu berupa interview, observasi dan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang ada di restoran Sambal Lalap atau data internal dan buku-buku etika bisnis Islam atau data eksternal.

Hasil dalam penelitian ini melalui interview dan observasi, yaitu bahwasanya restoran Sambal Lalap pada umumnya telah menerapkan etika bisnis yang berlandaskan ajaran-ajaran Islam. Penerapan etika bisnis Islam restoran Sambal Lalap terlihat dari tidak melipatgandakan harga, jujur dalam takaran, mengakui kelemahan serta kelebihan produk (shiddiq), akuntabilitas, memberikan pelayanan yang optimal, menepati janji (amanah), komunikasi bisnis, mampu menyampaikan visi misi, menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis (tabligh), kecerdasan spiritual, profesional, kemampuan untuk melakukan inovasi produk (fathanah)

Kata kunci : Shiddiq, Amanah, Tabligh, dan Fathanah

Curriculum Vitae

Identitas Diri

Nama : Agustina Anggraini
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 26 Agustus 1994
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Belum Menikah
Nama Orang Tua : Ayah : Zakaria
Ibu : Nur Lela
Alamat : Lorong Bakti
Alamat Email : Agustinaanggraini67@gmail.com

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Institusi	Tahun
SD Negeri 01 Abab	2001-2007
SMP Negeri 22 Palembang	2007-2010
SMA Negeri 11 Palembang	2010-2013
UIN Raden Fatah Palembang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam	2013-2017

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia hidup di dunia ini tidak hanya diciptakan untuk selalu menerima nikmat Allah Swt tanpa usaha, tetapi untuk mendapatkan nikmat dan karunia sang maha pencipta manusia perlu berusaha mendapatkan rezeki agar bisa bertahan hidup, salah satunya yaitu dengan cara berdagang. Kegiatan berdagang juga termasuk cara melakukan bisnis.

Dalam dunia bisnis memiliki suatu keinginan untuk memperoleh keuntungan merupakan hal yang wajar, akan tetapi hak pembeli harus tetap dihormati, dalam artian penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli. Sementara mereka masih berasumsi secara konvensional, sehingga menganggap ukuran keberhasilan suatu bisnis terletak pada seberapa besar keuntungan dalam bentuk materil yang diperoleh serta seberapa banyak barang yang bisa terjual.

Untuk memulai dan menjalankan bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena mengimplementasikan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh keuntungan materil dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah.

Etika dibutuhkan dalam bisnis ketika manusia mulai menyadari bahwa di bidang bisnis justru telah menyebabkan manusia semakin tersisih dari nilai-nilai kemanusiaan (*humanistic*) dan mendorong munculnya egoisme dan praktek monopoli, sifat ingin menguasai apa saja tanpa pernah merasa puas.

Etika bisnis Islami merupakan suatu norma yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadits yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku serta membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis.¹ Dengan demikian antara etika dan bisnis merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan.

Dalam ekonomi Islam visi misi bisnis tidak hanya berorientasi pada maksimalisasi laba seperti halnya pada kaum kapitalis yang berprinsip dengan biaya rendah dapat menghasilkan keuntungan yang besar, melainkan visi misi bisnis Islami lebih mengedepankan manfaat dari suatu produk serta keberkahan dalam memperoleh keuntungan.

Kemajuan kota Palembang di bidang wisata kuliner sudah sangat terasa. Hampir di setiap sudut kota Palembang terdapat warung, rumah makan/resto, maupun cafe yang menawarkan jajanan atau makanan. Tempat makan menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat ketika mereka tidak sempat membuat makanan sendiri karena kesibukan. Berbagai macam jenis menu makanan yang ada, membuat konsumen mempertimbangkan tempat

¹ Drs Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015) hlm70

makan yang akan dipilihnya, sehingga setiap tempat makan harus mempunyai cara untuk membuat konsumen memilihnya ketika ingin membeli makanan.

Fenomena yang terjadi pada pelaku bisnis kuliner di Palembang terkadang menyimpang dari etika bisnis dan tidak mengindahkan hal-hal seperti kejujuran dalam mengatakan asal usul produk, tidak ramah kepada konsumen yang sekedar tanya-tanya serta tidak menepati janji. Padahal Rasulullah telah memberikan tauladan tentang bagaimana etika dalam berbisnis yang bersumber dari al- Qur'an.

Restoran Sambal Lalap yang terletak di daerah Bukit tepatnya di depan Kodam II Sriwidjaja, hal ini terlihat dari cara berpakaianya yang unik dan cenderung *syar'i*, hal ini nampak sangat jelas karena seluruh karyawan wanitanya baik yang di dapur maupun yang jadi pelayan semuanya menggunakan jilbab panjang menutupi dada. Restoran Sambal Lalap ini menerapkan seluruh karyawannya diwajibkan untuk melaksanakan sholat wajib, serta membaca surat *Yassin*.

Restoran yang sangat cocok sekali ini untuk tempat makan keluarga ini menawarkan harga yang sangat terjangkau yaitu kisaran Rp.12.000 untuk porsi nasi, ikan Lele, sambal, lalapan. Selain itu juga terlihat dari peyediaan tempat ibadahnya yang sangat nyaman digunakan oleh pelanggannya untuk melaksanakan ibadah baik wajib maupun sunnah, restoran yang memiliki slogan "*Halallan Thoyiban*" ini memang sangat menarik baik oleh kaum

muda maupun yang sudah berkeluarga. Hal inilah yang membuat restoran Sambal Lalap tidak pernah sepi dari pelanggannya, membuat yang pernah datang ke sana ingin kembali lagi ke sana.

Alasan secara subjektif dari penelitian ini karena saya sendiri sudah pernah makan di tempat ini, dan secara objektif kita ketahui restoran Sambal Lalap memiliki 2 cabang di Palembang, yaitu di daerah Kenten dan daerah Bukit. Akan tetapi, yang menerapkan etika bisnis Islam itu ialah restoran Sambal Lalap yang letaknya di daerah Bukit.

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan di atas peneliti tertarik untuk meneliti tentang Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Restoran Sambal Lalap Palembang.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Penerapan Etika Bisnis Islam di Restoran Sambal Lalap Palembang?

C. Tujuan Dan Kegunaan

1. Tujuan

Dengan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan pedoman penyelenggaraan usaha syariah di Restoran Sambal Lalap Palembang.

2. Kegunaan penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran terhadap keilmuan ekonomi Islam, terutama menyangkut pemikiran tentang etika bisnis Islam dalam sebuah lembaga bisnis Islam.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan restoran Sambal Lalap Palembang maupun lembaga bisnis Islam lainnya untuk menjaga dan meningkatkan etika bisnis Islam.

D. Telaah Pustaka

Dalam telaah pustaka berguna sebagai acuan yang relevan dengan penelitian terdahulu. Dibawah ini peneliti ajukan referensi yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain :

Adimas Fahmi Firmansyah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga 2013 yang berjudul “Praktek Etika Bisnis Islam Pada Toko Santri Syariah Surakarta”. Hasilnya adalah praktek etika bisnis pada toko santri syariah dalam hal permodalan serta pengaruh terhadap lingkungan sosial telah sesuai syariat Islam.²

Penelitian Siti Rohmah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga 2014 yang berjudul “Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani

² Adimas Fahmi Firmansyah, *Praktek Etika Bisnis Islam Pada Toko Santri Syariah Surakarta*, Skripsi, (Yogyakarta: UIN Sunan kalijaga,2013)

Syariah Yogyakarta” meunjukkan bahwa etika bisnis Islam sudah diterapkan di Hotel Madani Syariah Yogyakarta. Tauhid, adil, berkehendak bebas, tanggungjawab dan ihsan adalah aspek dari etika bisnis Islam. Etika bisnis Islam wajib diterapkan bagi perusahaan berbasis syariah, sama halnya pada hotel syariah. Dalam menjalankan usaha bisnis yang berbasis syariah manajemen pihak hotel sudah memperhitungkan resiko yang mungkin terjadi dengan menerapkan prinsip syariah. Mereka meyakini bahwa bisnis yang sesuai dengan aturan Islam akan membawa kebaikan dan mendatangkan keberkahan.³

Penelitian Laili Latifah, dengan judul Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim 2014 yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan (Studi kasus pada Rumah Yoghurt di Kota Batu)”, hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Rumah Yoghurt dinilai oleh mayoritas karyawan efektif dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dari keseluruhan rata-rata skor hasil kuisioner karyawan yang tinggi, baik pada aspek etika manajemen, etika pemasaran, maupun etika lingkungan. Dalam menjalankan kegiatan usaha dan operasionalnya, Rumah Yoghurt memiliki standar pedoman etika bisnis Islam yang dijadikan landasan seluruh kegiatan usaha dan operasional perusahaan. Apabila perusahaan dapat

³ Siti Rohmah, *Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta*, Skripsi, (Yogyakarta: UIN Sunan kalijaga,2013)

melaksanakan etika bisnis Islam berkelanjutan maka diyakini akan memperoleh profitabilitas yang tinggi.⁴

Penelitian Ly Fairuzah Aisyah yang berjudul UIN Syarif Hidayatullah 2011 yang berjudul, “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim (Studi Kasus Pada CV. Azka Syahrani Collection)”, yang membahas tentang konsep ekonomi Islam dalam proses produksi, konsep ekonomi Islam dalam sistem distribusi, serta konsep ekonomi Islam dalam manajemen keuangan. Dalam produksi CV. Azka Syahrani Collection lebih mengutamakan pemberdayaan tenaga kerja khususnya ibu-ibu rumah tangga, remaja putus sekolah dan masyarakat sekitar yang tidak terserap oleh perusahaan-perusahaan besar. Dalam sistem distribusi menggunakan pola *direct selling* yang terbebas dari unsur *gharar dan dhalim*. Manajemen keuangan yang ada di CV Azka Syahrani Collection sesuai dengan ajaran Islam yaitu selalu membayar zakat.⁵

Fitri Amalia UIN Syarif Hidayatullah 2012 yang berjudul “Implementasi etika bisnis Islam pada pedagang di besar madinah Depok”, menyimpulkan bahwa segala kegiatan bisnis harus dilakukan dengan cara-cara terbaik dengan tidak melakukan kecurangan, riba, penipuan, dan tindakan kezaliman lainnya. Etika bisnis Islam juga diterapkan pada para

⁴ Laili Latifah, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan (Studi kasus pada Rumah Yoghurt di Kota Batu)*, Skripsi, (Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2014)

⁵ Ly Fairuzah Aisyah, *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim (Studi Kasus Pada CV. Azka Syahrani Collection)*, Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2011)

pedagang sehingga apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan (profit) sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapatkan keberkahan dan keridhaan dari Allah SWT atas apa yang diusahakan.⁶

Agam Santa Atmaja IAIN Walisongo Semarang 2014 yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Para Pedagang Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Etika Bisnis yang diterapkan setiap pedagang berdampak positif bukan hanya sebatas keuntungan duniawi saja, akan tetapi keuntungan yang bersifat akhirat. Selain itu hasil penelitian menyebutkan bahwa para pedagang tetap mendapatkan keuntungan dengan menerapkan Etika Bisnis dalam usahanya.⁷

Muhammad Yunus IAIN Walisongo Semarang 2015 yang berjudul “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen (Studi kasus UKM Bandeng Tandu Kendal)”. Penulis mengungkapkan variabel etika bisnis Islam dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada UKM Bandeng Tandu Kendal.⁸

⁶ Fitri Amalia, *Implementasi etika bisnis islam pada pedagang di besar madinah Depok*, Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2012)

⁷ Agam Santa Atmaja, *Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Para Pedagang Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)*, Skripsi, (Semarang: IAIN Walisongo Semarang, 2014)

⁸ Muhammad Yunus, *Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen (Studi kasus UKM Bandeng Tandu Kendal)*, Skripsi, (Semarang: IAIN Walisongo Semarang, 2015)

Lucky Juwana, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2013 melakukan penelitian tentang “Konsep Manajemen dakwah di warung group yogyakarta-yogyakarta (studi pada spritual company di outlet-outlet warung group)”. Skripsi ini menjelaskan bahwa spritual company merupakan sistem yang diterapkan oleh warung steak and shake yogyakarta sebagai konsep manajemen dakwah perusahaan. Didalamnya terdapat serangkaian aktivitas dakwah yang dikelola mulai dari perencanaan dakwah, sasaran dakwah, metode, materi hingga program-programnya. Program-program dakwah tersebut dibuat dan diterapkan di outlet-outlet warung steak and shake yogyakarta tersebut di indonesia sasaran-sasaran yang programnya diterapkan kepada karyawan dengan menginternalisasikan nilai-nilai spritual islam ke dalam pekerjaan, dan juga kepada warga sekitar outlet serta masyarakat desa binaan dengan syi’ar agama islam dan aktivitas kepedulian sosial. Meskipun terdapat kesamaan tempat atau lokasi penelitian, namun fokus penelitian dalam penelitian saya sangatlah berbeda. Dalam penelitian ini membahas mengenai implementasi syariah marketing di warung steak and shake yogyakarta.⁹

Ida Farida, mahasiswi muamalat Fakultas Syariah Dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2011, melakukan penelitian tentang “Pengaruh penerapan layanan syariah marketing dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (rumah makan wong

⁹ Lucky Juwana, *Konsep Manajemen dakwah di warung group yogyakarta-yogyakarta (studi pada spritual company di outlet-outlet warung group)*, Skripsi, (Yogyakarta: UIN Sunan kalijaga,2013)

solo cabang tebet)”, penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji hipotesis yang berkaitan dengan kualitas layanan rumah makan yang berlandaskan usaha islami terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada rumah makan wong solo cabang Tebet. Adapun hasil penelitian yang dilakukan Ida Farida bertujuan untuk mengetahui bagaimana kontribusi kualitas layanan rumah makan wong solo yang berdasarkan unit usaha islami terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.¹⁰

Penelitian Hafiz Juliansyah, UIN Syarif Hidayatullah 2011, yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat”. Penulis mengungkapkan bahwa faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam adalah tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ikhsan. Tauhid merupakan kepercayaan terhadap keesaan Tuhan, sehingga akan merasa diawasi dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Keseimbangan merupakan keadilan dalam melakukan kegiatan bisnis tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Kehendak bebas merupakan kebebasan untuk melakukan kontrak di pasar, sehingga permintaan dan penawaran terbentuk, tanggung jawab diimplementasikan paling tidak dalam tiga hal, yaitu perhitungan keuntungan, menghitung bagi hasil dan dalam sistem Ijon.¹¹

¹⁰ Ida Farida, *Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta*, Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2011)

¹¹ Hafiz Juliansyah, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*, Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2011)

Jadi, dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis dalam dunia bisnis sangat berdampak dalam kehidupan bisnis. Etika bisnis islam juga diterapkan pada para pedagang sehingga apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan (profit) sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapatkan keberkahan dan keridhaan dari Allah SWT atas apa yang diusahakan.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Adimas Fahmi Firmansyah	Praktek Etika Bisnis Islam Pada Toko Santri Syariah Surakarta	Indikator penelitiannya Etika Bisnis Islam	Objek penelitiannya toko
2	Siti Rohmah	Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta	Indikator penelitiannya Etika Bisnis Islam	Objek penelitiannya Hotel
3	Laili Latifah	Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghuart Berdasarkan Perspektif Karyawan (Studi kasus pada Rumah Yoghurt di Kota Batu)	Indikator penelitiannya Etika Bisnis Islam	Objek penelitiannya rumah yoghuart
4	Ly Fairuzah Aisyah	Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana	Indikatornya bisnis Islam	Objek penelitiannya Toko

		Muslim (Studi Kasus Pada CV. Azka Syahrani Collection)		
5	Fitri Amalia	Implementasi etika bisnis islam pada pedagang di besar madinah Depok	Indikator penelitiannya Etika Bisnis Islam	Objek penelitiannya pedagang
6	Agam Santa Atmaja	Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Para Pedagang Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)	Indikator penelitiannya Etika Bisnis Islam	Objek penelitiannya Pedagang
7	Muhammad Yunus	Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen (Studi kasus UKM Bandeng Tandu Kendal)	Indikator penelitiannya Etika Bisnis Islam	Objek penelitiannya UKM
8	Lucky Juwana	Konsep Manajemen dakwah di warung group yogyakarta-yogyakarta (studi pada spritual company di outlet-outlet warung group)	Objeknya restoran	Indikatornya Manajemen Dakwah
9	Ida Farida	Pengaruh penerapan layanan syariah marketing dan kepuasan	Objeknya Rumah makan	Indikatornya marketing syariah

		pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (rumah makan wong solo cabang tebet)		
10	Hafiz Juliansyah	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat	Indikator penelitiannya Etika Bisnis Islam	Objek penelitiannya Pasar

E. Kerangka Teori

Etika bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), namun dibatasi dalam perolehan dan pendayaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Dalam arti, pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariat atau aturan-aturan dalam Al-Qur'an dan Hadist. Dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktis bagi pelaku bisnis.¹²

Etika bisnis Islam menurut Muhammad Djakfar adalah norma-norma etika yang berbasis Al Qur'an dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapa pun dalam aktivitas bisnis. Dengan kata lain, bagaimanapun etika bisnis harus berlandaskan Al Qur'an dan Hadist. Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan

¹² Siti Rohmah, *Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta*, Skripsi, (Yogyakarta: UIN Sunan kalijaga, 2013) hlm16

sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntutan bagi para perilaku bisnis dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari.¹³

Tujuan yang paling mendasar dari bentuk usaha bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan untuk mendapatkan ridha dari Allah. Dalam hal ini yang merujuk kepada kepercayaan masyarakat kepada dunia usaha atau melayani dan memenuhi kebutuhan secara berkelanjutan dan sesuai syariat Islam.

Kunci sukses dalam hal bisnis terletak pada etika islam yang diterapkan dalam bisnis tersebut. Dalam mengelola bisnisnya, Rasulullah memegang teguh 4 faktor yang merupakan sifat-sifat beliau sehingga membawa keberkahan dalam berbisnis. Sifat-sifat tersebut merupakan suri tauladan yang dapat diikuti oleh para pelaku bisnis agar bisnis yang digeluti tidak menyimpang dari etika islam, sifat-sifat tersebut merupakan indikator etika bisnis Islam, berikut indikatornya adalah:

1. Shiddiq (jujur)
2. Amanah (dapat dipercaya)
3. Tabligh (komunikatif)
4. Fathanah (cerdas)¹⁴

Dalam hal ini, muslim yang taat pada ajaran Islam dalam melakukan aktivitas bisnis akan melaksanakan etika bisnis Islam yang diajarkan oleh

¹³ *Ibid*, hlm17

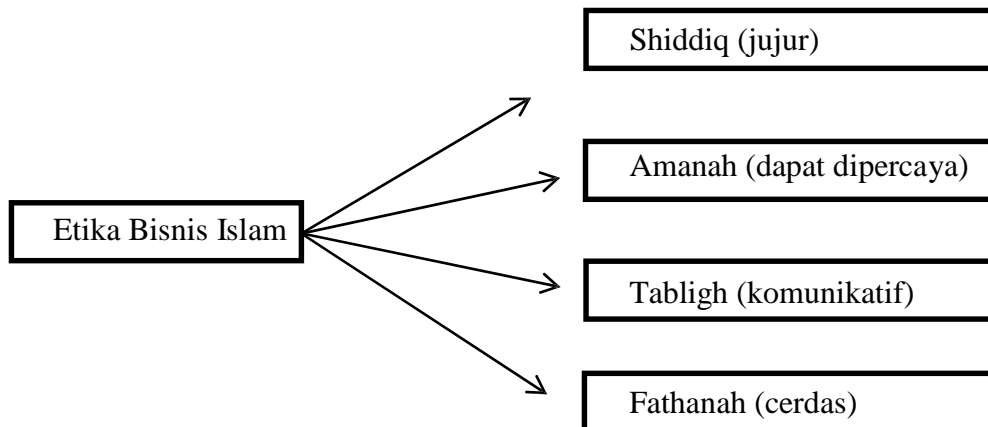
¹⁴ Sidqi Amalia Izzati, *Penerapan Etika Bisnis Islam Di Boombu Hot Resto Tegal*, Skripsi, (semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2015), hlm 28

Rasullullah SAW. Manajer restoran merupakan pemegang kendali dari semua aktivitas yang dilakukan restoran tersebut, salah satunya adalah mengenai etika bisnis yang diterapkan.

Etika bisnis yang diterapkan di restoran Sambal Lalap telah memenuhi syarat yang di ajarkan di dalam Islam. Hal ini, dapat dilihat dari bidang pelayanan, restoran ini sangat supel, ramah, dan rendah hati kepada pelanggan. Dari bidang etika berpakaian, karyawan wanita restoran ini semuanya menggunakan jilbab yang menutupi bagian dada, namun tetap tidak menghilangkan kesan keakrabannya dengan pelanggan. Dari bidang inovasi menu, restoran ini selalu mengeluarkan menu-menu baru setiap bulannya. Dari segi pemberian haknya kepada karyawan, restoran ini selalu tepat waktu dan tidak pernah terlambat.

Hal ini dapat disimpulkan melalui gambar 1.1 berikut ini :

Gambar 1.1 Indikator Etika Bisnis Islam



F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Prosedur penelitian lapangan yang menghasilkan data deskriptif, yang berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Karena itu dalam penelitian ini setiap gejala yang terkait dengan penerapan etika bisnis Islam restoran Sambal Lalap Palembang akan dikaji secara menyeluruh dan mendalam serta diupayakan memberikan makna yang mendalam tentang fenomena yang ditemukan. Dengan demikian antara gejala yang satu dengan gejala yang lainnya akan saling terkait.

2. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah subyek data dari mana data diperoleh sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Data primer

Data diperoleh dari manajer dan beberapa karyawan restoran Sambal Lalap Palembang. Melalui prosedur dan teknik pengambilan data yang dapat berupa interview, dan observasi.

b. Data sekunder

Data ini terdiri dari data internal dan data eksternal. Data internal adalah data yang diperoleh dari dalam restoran Sambal Lalap Palembang berupa catatan akhir laporan, buku menu dan data

lainnya yang sumbernya dari restoran tersebut. Data eksternal adalah data yang diperoleh dari perpustakaan, buku-buku mengenai etika bisnis Islam seperti pengantar etika bisnis Islam dan dokumen-dokumen ataupun catatan yang berkaitan dengan etika bisnis Islam.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara atau proses yang sistematis dalam pengumpulan, pencatatan dan penyajian fakta untuk tujuan tertentu. Penelitian ini akan menggunakan dua jenis teknik pengumpulan data. Kedua teknik pengumpulan data tersebut yaitu: wawancara, dan observasi.

a. Wawancara

Metode *interview* (wawancara) adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.¹⁵

Wawancara dilakukan secara langsung kepada beberapa orang informan. Mereka meliputi manajer, beberapa karyawan Restoran, dan konsumen.

Dalam hal ini peneliti menggunakan wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang dilaksanakan secara terencana yang berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah

¹⁵ Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), hlm 82

dipersiapkan sebelumnya, hal ini bertujuan agar pertanyaan tersebut tepat sasaran tidak melenceng dari rumusan masalah dan indikator.

b. Observasi

Metode observasi adalah sebagai metode yang dilakukan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.¹⁶ Pengamatan dilakukan untuk memperoleh data tentang aktifitas di restoran Sambal Lalap Palembang dalam etika bisnis Islam dengan mengamati secara langsung kinerja para karyawan restoran Sambal Lalap Palembang. Hal ini dimaksudkan agar penelitian dapat memperoleh data yang akurat dan faktual berkenaan dengan etika bisnis Islam di restoran Sambal Lalap Palembang.

4. Teknik Analisa Data

Dalam menganalisa data penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif atau menggunakan deskriptif Kualitatif yaitu menganalisis, menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi, dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai berbagai masalah yang diteliti dan terjadi dilapangan. Disebut Kualitatif karena sifat data yang dikumpulkan bercorak kualitatif dan tidak menggunakan alat pengukuran sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata atau tindakan.¹⁷

¹⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), hlm 199

¹⁷ *Ibid*, hlm 155

Berikut ini langkah-langkah analisis data deskriptif kualitatif:

1. Pada tahap pertama dilakukan pengorganisasian data.
2. Langkah berikutnya mengelompokkan data dan mengategorikan data sesuai dengan pedoman yang telah ditentukan.
3. Kemudian data disusun.
4. Selanjutnya dilakukan penafsiran dan kesimpulan.¹⁸

G. Sistematika Penulisan

¹⁸ *Ibid*, hlm 155

Untuk mempermudah pembahasan dari pemahaman dalam penulisan skripsi ini perlu dikemukakan tentang sistematika pembahasan, maka penulis menyusun skripsi ini dengan sistem perbab, dan dalam bab terdiri dari sub- sub bab. Penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, telaah pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, berisikan penelitian terdahulu, teori tentang, etika bisnis Islam, karakteristik, indikator etika bisnis Islam.

Bab III Deskripsi dan obyek penelitian, berisikan setting penelitian, keadaan geografis, demografis, sejarah restoran Sambal Lalap Palembang.

Bab IV Analisis, berisikan tentang bagaimana penerapan etika bisnis Islam restoran Sambal Lalap Palembang,

Bab V Penutup, berisikan kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral, yang diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Standar etika bisnis tersebut diterapkan kedalam sistem dan organisasi yang selalu digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa yang diterapkan orang-orang yang ada di dalam organisasi.¹⁹

Etika bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), namun dibatasi dalam perolehan dan pendayaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Dalam arti, pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariat atau aturan-aturan dalam Al-Qur'an dan Hadist. Dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktis bagi pelaku bisnis.²⁰

Etika bisnis Islam menurut Muhammad Djakfar adalah norma-norma etika yang berbasis Al Qur'an dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapa pun dalam aktivitas bisnis. Dengan kata lain, bagaimanapun etika bisnis harus berlandaskan Al Qur'an dan Hadist. Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan

¹⁹ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012) hlm 6

²⁰ Siti Rohmah, *Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta*, Skripsi, (Yogyakarta: UIN Sunan kalijaga, 2013) hlm 16

sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntutan bagi para perilaku bisnis dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari.²¹

Jadi dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, benar salahnya, manfaat dan *mudaratnya*, cara mendapatkannya, dan cara menggunakannya haruslah sumbernya dari Al Qur'an dan Hadis dalam implementasinya di dunia bisnis.

B. Tujuan Etika Bisnis Islam

Tujuan yang paling mendasar dari bentuk usaha bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan untuk mendapatkan ridha dari Allah. Dalam hal ini yang merujuk kepada kepercayaan masyarakat kepada dunia usaha atau melayani dan memenuhi kebutuhan secara berkelanjutan dan sesuai syariat Islam.²²

Menurut Veithzal Rifai, bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal, yaitu sebagai berikut :

1. Target hasil, tujuan bisnis tidak selalu mencari *profit*, tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan kemanfaatan, baik bagi pelaku bisnis sendiri maupun pada lingkungan yang lebih luas, seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.

²¹ *Ibid*, hlm 17

²² *Ibid*, hlm 18

2. Pertumbuhan, jika profit materi dan non materi telah diraih, maka diupayakan pertumbuhan akan kenaikan akan terus menerus meningkat setiap tahunnya. Upaya pertumbuhan ini tentu dalam koridor syariah. Misalnya dalam meningkatkan jumlah produksi, seiring dengan perluasan pasar dan peningkatan inovasi agar bisa menghasilkan produk baru, dan sebagainya.
3. Keberlangsungan, pencapaian target hasil dan pertumbuhan terus diupayakan keberlangsungannya turun waktu yang cukup lama dan dalam menjaga keberlangsungan itu dalam koridor syariah Islam.
4. Keberkahan, faktor keberkahan atau upaya menggapai ridha Allah, merupakan puncak kebahagiaan hidup Muslim.²³

C. Pentingnya Etika Bisnis Islam

Sepanjang sejarah kegiatan perdagangan atau bisnis tidak pernah luput dari sorotan etika. Tidak dapat disangkal bahwa sekarang ini etika bisnis mendapatkan perhatian yang besar sampai menjadi disiplin ilmu yang terdiri sendiri. Hadirnya etika dalam dunia bisnis sangat diharapkan oleh semua pihak, dikarenakan semua orang ingin memperoleh perlakuan yang etis dalam melakukan transaksi perdagangan.

Praktek manipulasi dalam perdagangan tidak akan pernah terjadi jika dilandasi dengan etika yang tinggi. Etika memiliki kendali intern dalam

²³ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Prenadamedian Group, 2014) hlm 12

hati nurani seseorang. Pelaku bisnis yang bisnisnya dilandasi dengan keagamaan akan mengetahui bahwa perilaku etis dalam bisnis akan memberikan kepuasan tersendiri baik di dunia maupun di akhirat kelak.

Dalam bisnis, etika Islam memiliki beberapa kepentingan yaitu:

1. Etika Bisnis Islam dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menelaraskan kepentingan suatu lembaga bisnis yaitu mencari keuntungan dengan tuntunan moralitas.
2. Etika Bisnis Islam bertugas melakukan perubahan atas kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan pemahaman bahwa bisnis tidak dapat dipisahkan dari etika.²⁴

Menuru Yusuf Qardhawi, Islam mempuntai etika dalam berdagang (berbisnis), yaitu:

1. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
2. Bersikap benar, amanah, dan jujur.
3. Menegakan keadilan dan mengharamkan bunga.
4. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.
5. Menegakan toleransi dan persaudaraan.
6. Berpegang pada prinsip bahwa pedagang adalah bekal menuju akhirat.²⁵

D. Ciri-ciri etika bisnis dan bisnis Islam

²⁴ Sidqi Amalia Izzati, *Penerapan Etika Bisnis Islam Di Boombu Hot Resto Tegal*, Skripsi, (semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2015), hlm 27

²⁵ Mardani, *Op. Cit.*, hlm 27

Secara teknis etika bisnis Islam dengan non Islami tidaklah jauh berbeda, namun dari nilai-nilai yang melandasinya sangatlah berbeda. Berikut ciri-ciri etika bisnis Islam dan non Islam.

Ciri-Ciri Bisnis Islam dan Etika Bisnis²⁶

No	Bisnis Islam	Karakteristik Bisnis	Etika Bisnis
1	Akidah Islam	Asas	Sekularisme
2	Dunia akhirat	Motivasi	Dunia
3	Profit, zakat, dan Keberkahan	Orientasi	Profit, pertumbuhan dan keberlangsungan
4	Tinggi, bisnis adalah bagian dari Ibadah	Etos kerja	Tinggi, bisnis adalah kebutuhan duniawi
5	Maju, produktif, kensekuensi keimanan	Sikap mental	Maju, produktif sekaligus konsumtif
6	Cakap dan ahli dibidangnya, konsekuensi dari kewajiban seorang muslim	Keahlian	Cakap dan ahli dibidangnya, dan reward
7	Terpercaya dan bertanggung jawab	Amanah	Tergantung kemampuan individu
8	Halal	Modal	Halal dan haram
9	Visi dan misi organisasi terkait erat dengan misi penciptaan manusia di dunia	Manajemen strategi	Visi dan misi berdasarkan kepentingan belaka
10	Halal	Sumber daya	Halal dan haram
11	Sesuai dengan akad kerjanya	Sumber daya manusia	Sesuai dengan keinginan pemilik modal

²⁶ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Prenadamedian Group, 2013) hlm 13

12	Jaminan halal dari setiap masukan, proses keluaran	Manajemen oprasional	Tidak ada jaminan halal dari setiap masukan, dan proses keluaran
13	Jaminan halal proses keuangan dengan bagi hasil	Manajemen keuangan	Tidak ada jaminan halal proses keuangan dengan bagi hasil
14	Pemasaran halal	Manajemen pemasaran	Menghalalkan segala cara
15	SDM profesional dan berkpribadian Islam	Manajemen SDM	SDM profesional

E. Prinsip Etika Bisnis Islam

Pada prinsipnya, ajaran Islam tentang etika bisnis Islam merupakan petunjuk bagi para pelaku bisnis untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, sesama manusia, alam sekitar serta tidak pernah lalai untuk beribadah kepada Allah. Kecintaan terhadap bisnis tidak boleh melebihi kecintaan terhadap Allah Swt dan Rasulullah Saw.²⁷

Konsep dalam berbisnis yang Rasulullah Saw praktikan yaitu selalu berlaku adil dan jujur. Dalam hal ini, bisnis yang adil dan jujur adalah bisnis yang tidak mendzhalimi dan tidak pula sebaliknya. Kunci sukses dalam hal bisnis terletak pada etika islam yang diterapkan dalam bisnis tersebut. Dalam mengelola bisnisnya, Rasulullah memegang teguh 4 faktor yang merupakan sifat-sifat beliau sehingga membawa keberkahan

²⁷ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama, 2012)hlm 98

dalam berbisnis. Sifat-sifat tersebut merupakan suri tauladan yang dapat diikuti oleh para pelaku bisnis agar bisnis yang digeluti tidak menyimpang dari etika islam, sifat-sifat tersebut merupakan indikator etika bisnis Islam, berikut indikatornya adalah:

1. *Shiddiq* (jujur)
2. *Amanah* (dapat dipercaya)
3. *Tabligh* (komunikatif)
4. *Fathanah* (cerdas)²⁸

Berikut ini adalah penjelasan mengenai sifat nabi Muhammad Saw, yang merupakan Indikator etika bisnis Islam :

1. *Shiddiq*

Shiddiq merupakan salah satu sifat Nabi Muhammad yang memiliki arti benar dan jujur. Sikap benar berarti selalu melandaskan ucapan serta tindakan berdasarkan ajaran Islam. Sementara sikap jujur merupakan kesinkronan antara apa yang ada dihati perbuatan.²⁹ Allah memerintahkan kepada umatnya untuk berlaku jujur dan menciptakan lingkungan yang jujur. Sebagaimana firman Allah dalam QS. At-taubah ayah 119 yang artinya “hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar”³⁰

²⁸ Sidqi Amalia Izzati, *Op.Cit*, hlm 28

²⁹ Sudirman Tebba, *Membangun Etos Kerja Dalam Perspektif Tasawuf*, (Bandung: Pustaka Nusantara Publishing, 2003) hlm. 96

³⁰ Departemen Agama, Alqur'an dan terjemahnya

Rasulullah selalu berlaku jujur kepada siapapun, beliau meninggalkan segala unsur manipulasi, curang serta kebohongan. Bagi seorang pembisnis, sifat *shiddiq* harus tertanam dalam jiwa sehingga dalam berperilaku dan berhubungan dengan pemasok, pelanggan maupun *stakeholder* selalu mengedepankan kebenaran informasi yang diketahuinya. Dalam dunia bisnis, sifat *shiddiq* dapat diwujudkan dengan hal-hal sebagai berikut :

a. Tidak melipatgandakan harga dalam jual beli

Kejujuran sangat relevan dalam hal penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Menurut Imam Ghazali keuntungan adalah kompensasi dari kesulitan perjalan, resiko bisnis dan ancaman keselamatan pedagang. Motif berdagang adalah mencari keuntungan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Namun Imam Ghazali tidak setuju dengan keuntungan yang besar dalam arti melipatgandakan harga dalam jual beli.³¹

Jadi, keuntungan bisnis dalam Islam tidak hanya sekedar keuntungan yang berupa pundi-pundi rupiah, akan tetapi keuntungan yang lebih kekal yakni keuntungan akhirat.

b. Jujur dalam takaran

Salah satu cermin kejujuran adalah menyempurnakan takaran dan timbangan. Tindakan tersebut yang jarang diperhatikan oleh para pelaku bisnis, terlebih ketika dagangannya ramai oleh pembeli. Ketika

³¹ Sidqi Amalia Izzati, *Op.Cit*, hlm 31

menimbang meskipun kurang 1 gr belum dikatakan takaran yang sempurna. Hal itu sama artinya dengan merampas hak pembeli dan termasuk memakan harta orang lain dengan jalan yang bathil. Hal mendasar yang di gunakan untuk membangun dan mengembangkan bisnis yang beretikan adalah dengan menyempurnakan segala transaksi yang berkaitan dengan media takaran dan timbangan.³²

c. Mengakui kelemahan serta kelebihan produk.

Islam mengajarkan agar seorang pebisnis selalu menghidupkan mata hati untuk berlaku jujur. Sekarang ini banyak pedagang yang enggan berterus terang untuk mengakui kelemahan produknya. Sampai-sampai mereka menggunakan sumpah palsu untuk menyakinkan pembeli bahwa produk yang dijualnya memiliki kualitas yang bagus.

2. Amanah

Amanah berarti dapat dipercaya. *Amanah* juga bisa bermakna memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan kepadanya. Allah Swt telah menyuruh umat manusia untuk menyampaikan amanat kepada orang yang berhak menerimanya. Sebagaimana Rasulullah yang selalu berlaku amanah dalam berdagang sehingga mendapat gelar *al-amin* yang berarti dapat dipercaya.³³ Sifat *amanah* dalam dunia bisnis dapat diwujudkan dalam beberapa hal, diantaranya:

³² *Ibid*, hlm 33

³³ Abu Fahmi, *HRD Syariah*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2014) hlm. 215

a. Akuntabilitas

suatu organisasi bisnis sangat memerlukan laporan keuangan untuk mengetahui tingkat keuntungan atau kerugian serta posisi asset, hutang dan modal yang dimilikinya. Laporan keuangan merupakan hasil dari proses akuntansi. Dalam membuat laporan keuangan pelaku bisnis harus ingat bahwa pertanggung jawaban yang sebenarnya adalah tanggung jawab kepada Allah atas apa yang telah dilakukannya. Karena pada dasarnya keuntungan yang diperoleh bukan semata-mata milik sendiri, akan tetapi ada hak orang lain misalnya fakir miskin, anak yatim dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam suatu organisasi bisnis. Akuntabilitas sebagai bentuk pertanggung jawaban kepada beberapa pihak yaitu:

- 1) Manajer, manajer menggunakan laporan keuangan untuk menyusun rencana perusahaan.
- 2) Kreditur, sebagai pertimbangan ketika suatu perusahaan akan melakukan pinjaman.
- 3) Instansi pemerintah, memerlukan laporan keuangan untuk menetapkan tarif pajak yang harus dibayarkan perusahaan.
- 4) Zakat, tidak hanya urusan duniawi yang harus diperhatikan, tabungan akhirat lebih penting untuk dilaksanakan. Laporan keuangan dijadikan dasar untuk mengetahui seberapa besar zakat yang harus dikeluarkan.³⁴

³⁴ Sidqi Amalia Izzati, *Op.Cit*, hlm 38

b. Memberikan pelayanan yang optimal

Pelayanan yang baik sangat dibutuhkan bagi perkembangan suatu perusahaan. Pelayanan yang diberikan oleh pelaku bisnis dapat berupa keramahan, senyum kepada pelanggan dan berbicara dengan kata-kata yang sopan. Islam melarang para pelaku bisnis untuk merekrut karyawan perempuan yang berpakaian seksi bahkan sampai menampakkan auratnya agar menarik minat pembeli.³⁵

c. Menepati janji

Sifat *amanah* sangat relevan dalam hal pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak bisnis. Seorang pebisnis harus selalu menepati janjinya baik kepada pembeli, pemasok, rekan kerja, *stakeholder* dan tentunya menepati janji kepada Allah dalam bentuk melaksanakan semua perintah-Nya dan menjauhi segala larang-Nya.

Janji adalah ikrar dan kesanggupan yang telah dinyatakan kepada seseorang. Ketika membuat sesuatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janji tersebut. Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak yang disepakatin.

Pelaku bisnis yang tidak bisa memenuhi janjinya dapat dikatakan sebagai golongan orang yang munafiq. Terlebih diera

³⁵ *Ibid*, hlm 40

informasi terbuka dan cepat seperti sekarang ini mengingkari janji dalam dunia bisnis samahalnya dengan menggali kubur bagi bisnisnya sendiri. Karena dalam waktu singkat para rekan bisnis akan mencari mitra kerja yang dapat dipercaya.³⁶

3. *Tabligh*

Tabligh artinya menyampaikan atau komunikatif. Komunikasi yang digunakan oleh pelaku bisnis yaitu dengan tutur kata yang sopan, bijaksana dan tepat sasaran (*bi al-hikmah*) kepada pelanggannya maupun mitra bisnisnya. Lebih dari itu, pelaku bisnis harus mampu berargumentasi, berdialog dan memiliki ide-ide. Dengan komunikasi yang baik Rasulullah memiliki banyak mitra bisnis.³⁷ Seorang pebisnis islami harus mampu mengimplementasikan sifat *tabligh* paling tidak dalam beberapa hal berikut:

a. Komunikasi bisnis

Dalam menjalankan bisnis, seseorang harus mampu berkomunikasi dengan baik dan sopan agar tidak menyakitin hati mitra bisnis maupun pembeli. Komunikasi bisnis adalah proses penyampaian dan pertukaran informasi bisnis baik antara individu maupun kelompok dengan menggunakan bahasa yang lazim digunakan.³⁸

³⁶ *Ibid*, hlm 42

³⁷ Abu Fahmi., *Op.Cit*, hlm 215

³⁸ Djoko purwanto, *komunikasi Bisnis Edisi ke-4*, (Jakarta:Erlangga, 2011) hlm 6

Komunikasi dalam bisnis dapat berbentuk komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi verbal merupakan penyampaian pesan-pesan bisnis kepada pihak lain baik secara tertulis maupun lisan, misalnya membuat dan mengirim surat pengantar barang ke pelanggan, berdiskusi dalam suatu kerja tim, melakukan negosiasi dengan pelaku bisnis lain, melakukan *chatting* dengan pelanggan maupun mitra bisnis dan sejenisnya. Sedangkan komunikasi nonverbal adalah bentuk komunikasi dengan menggunakan bahasa tubuh atau gerakan-gerakan tubuh. Contoh dari komunikasi nonverbal diantaranya menggelengkan kepala untuk menunjukkan sikap menolak dan sebaliknya, tersenyum dan menjabat tangan dengan orang lain untuk menunjukkan rasa senang, simpati dan penghormatan.³⁹

b. Mampu menyampaikan visi misi

Setiap organisasi bisnis pasti mempunyai impian dan cita-cita yang ingin dicapai tanpa memandang apakah itu organisasi itu sudah besar atau hanya pebisnis biasa yang baru merintis usahanya. Impian tersebut tidak mungkin dapat tercapai apabila suatu organisasi bisnis tidak memiliki visi dan misi yang jelas.

Visi adalah suatu pernyataan ringkas mengenai cita-cita yang ingin dicapai organisasi di masa depan. Untuk mewujudkan visi tersebut maka perusahaan melakukan pengembangan misi yang akan

³⁹ *Ibid*, hlm 9

dijalankan dalam setiap aktivitas perusahaan. Misi adalah penetapan tujuan dan sasaran perusahaan yang mencakup kegiatan jangka panjang maupun jangka pendek yang akan dilakukan dalam upaya mencapai visi yang telah ditetapkan.⁴⁰

Dalam menetapkan misi harus selaras dengan upaya pencapaian visi. Misi juga harus dapat menggambarkan rencana-rencana serta strategi yang digunakan untuk mencapai visi. Perumusan visi dan misi tidak boleh bertentangan dengan etika bisnis Islam, maksudnya dalam perumusan strategi-strategi tidak disertai dengan unsur kecurangan dan manipulasi dengan tujuan agar visi perusahaan cepat terealisasi.

c. Menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis (silaturahmi)

Sebelum ilmuan barat menemukan teori bahwa menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis merupakan hal yang penting bagi kelangsungan bisnis, ternyata hal tersebut sudah lebih dahulu dipraktikkan oleh Rasulullah. Dalam berdagang Rasulullah menggunakan konsep dagang *relationship marketing*. Konsep ini memandang bahwa pada awal barang di pasarkan, semua anggota masyarakat adalah calon pembeli yang potensial. Diantara calon pembeli tersebut pasti ada yang memutuskan untuk melakukan pembelian dan ada pula yang tidak jadi membeli. Konsumen yang melakukan pembelian harus dilayani dengan baik sehingga merasa

⁴⁰ Sidqi Amalia Izzati, *Op.Cit*, hlm 45

puas dan melakukan pembelian ulang hingga akhirnya menjadi pelanggan tetap. Pelanggan tetap tersebut akan dengan sendirinya membantu mempromosikan dan mengajak teman-teman mereka untuk ikut mengkonsumsi dan menjadi pelanggan tetap⁴¹.

4. Fathanah

Di dunia bisnis berlaku jujur dan bijaksana belum sempurna jika tidak diimbangi dengan kecerdasan dalam mengelola usaha tersebut. *Fathanah* merupakan salah satu sifat Rasulullah yang berarti cerdas, intelektual dan memiliki pengetahuan yang luas. Potensi yang paling berharga yang dikaruniakan Allah kepada manusia adalah akal pikiran. Dengan akal manusia dapat berpikir dan merenungi betapa hebatnya ciptaan Allah. Salah satu bentuk ketaqwaan kepada Allah adalah dengan mengoptimalkan potensi pikirannya.⁴²

Sifat *fathanah* dapat dikatakan sebagai strategi khusus untuk menghadapi ketatnya persaingan di dunia bisnis. Dengan kecerdasan yang dimiliki seorang pebisnis harus mampu memprediksi situasi persaingan dimasa yang akan datang seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Sifat *fathanah* di dunia dapat wujudkan dengan hal-hal berikut:

a. Kecerdasan spiritual

⁴¹ *Ibid*, hlm 47

⁴² Jusmaliani, *Pengelolaan Sumber Daya Insani*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011) hlm. 23

Sebagai seorang pebisnis muslim menjalankan bisnis merupakan ibadah yang harus di mulai dengan niat yang suci. Rasulullah selalu bertaqwa kepada Allah dan tidak pernah menomorduakan ibadah. Dengan bertaqwa akan melahirkan para pelaku bisnis yang memiliki kepribadian taat beragama, selalu berbuat baik dan tidak pernah mau melakukan perbuatan tercela dalam aktivitas bisnisnya. Implikasi dari kecerdasan spiritual tersebut akan menciptakan kemajuan bisnis, mensejahterakan keluarga, bangsa dan negara.⁴³

b. Profesional

Profesional merupakan kapasitas untuk menjalankan suatu usaha dengan ukuran kualitas terbaik. Dalam berdagang Rasulullah selalu berlaku profesional dengan menggunakan standar saat ini yang dikenal dengan istilah STP (*segmentation, targeting dan positioning*).

Segmentation yang dilakukan oleh Rasulullah ditunjukkan dengan mengenali pasar-pasar (wilayah-wilayah) yang akan dituju dan dilalui. Rasulullah selalu berusaha mengenali karakter, pemimpin, kebutuhan serta tren yang ada disuatu wilayah. Dengan cara-cara tersebut Rasulullah mampu mengambil hati konsumennya dan mendapatkan banyak tawaran untuk bermitra dengan pengusaha lokal. *Positioning* ditunjukkan dengan merek dirinya yang selalu

⁴³ Sidqi Amalia Izzati, *Op.Cit*, hlm 49

berlaku jujur sebagai pondasi utama dalam aktivitas dagang. *Targeting* dibuktikan dengan tercapainya keuntungan perusahaan yang dikelolanya. Rasulullah telah menetapkan strategi untuk bisa mencapai hasil yang terbaik.⁴⁴

c. Kemampuan untuk melakukan inovasi

Mengingat persaingan di dunia bisnis semakin ketat, suatu organisasi bisnis dituntut untuk selalu berinovasi. Inovasi adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang memiliki manfaat bagi orang lain dengan menggunakan keahlian dan kemampuan akalnya.

Dalam dunia bisnis agar dapat memenangkan persaingan, produk harus memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh produk lain yang sejenis. Kriteria produk yang unggul adalah produk yang memenuhi standar etika bisnis Islam, yaitu produk yang diperjual belikan harus halal, memiliki manfaat, dibutuhkan oleh konsumen serta memiliki resiko yang rendah.⁴⁵

⁴⁴ *Ibid*, hlm 50

⁴⁵ *Ibid*, hlm 51

BAB III

DESKRIPTIF OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Restoran Sambal Lalap

Restoran Sambal Lalap di kota Palembang didirikan oleh Kemas Faisal Ferik sejak tahun 2013 yang lalu, dengan nama Lele Terbang yang berlokasi di Jalan MP Mangkunegara 8 Ilir. Tahun 2015 restoran ini berganti nama menjadi restoran Sambal Lalap, sejak pergantian nama itu restoran Sambal Lalap semakin mendapatkan hati di mata masyarakat.

Pada bulan September tahun 2016, restoran Sambal Lalap memiliki cabang di daerah Bukit Kecil, tepatnya di Jalan Jaksa Agung R Suprato. No 12, Bukit Kecil, Palembang. Restoran Sambal Lalap memiliki slogan *Halalan Thayyiban* melambangkan harapan restoran Sambal Lalap memberikan contoh konsep restoran yang melandaskan etika bisnis Islam.⁴⁶

B. Visi dan Misi Restoran Sambal Lalap

a. Visi

Restoran Sambal Lalap menjadikan wisata kuliner terbaik dan menjadikan brand halalan thayyiban dalam segi produk, harga, pelayanan, dan fasilitas restoran.

b. Misi

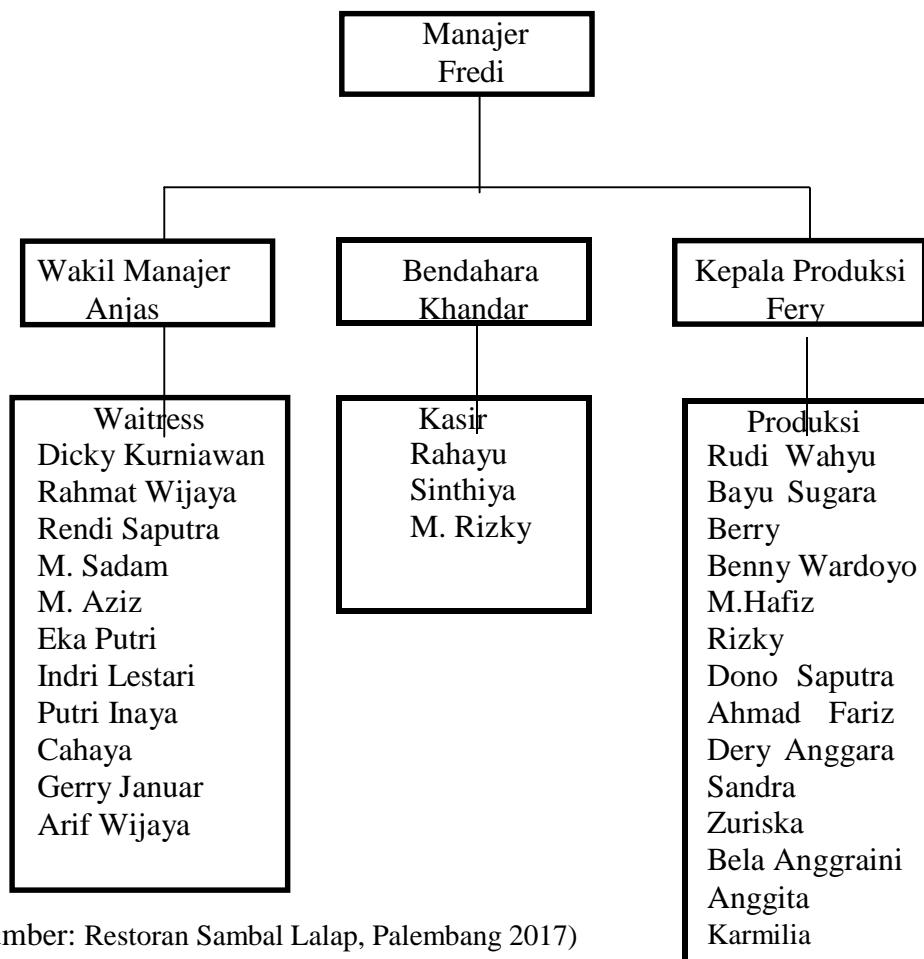
- 1) Memperkokoh citra brand restoran Sambal Lalap dengan strategi-strategi dan ide yang inovatif.

⁴⁶ Wawancara diolah dengan Fredi Alvinto, Manajer Restoran Sambal Lalap, Restoran Sambal Lalap Palembang, 17 April 201

- 2) Meningkatkan suasana bersantap yang tak terlupakan dengan terus memberikan produk, pelayanan, serta fasilitas restoran yang berkualitas mengikuti kebutuhan dan selera konsumen yang terus berubah.⁴⁷

C. Struktur Organisasi Restoran Sambal Lalap

Struktur Restoran Sambal Lalap



(Sumber: Restoran Sambal Lalap, Palembang 2017)

1. Manajer

⁴⁷ *Ibid*

Manajer adalah orang yang bertanggung jawab penuh atas kinerja seluruh karyawannya, memberikan arahan kepada karyawannya, serta mengambil keputusan penting untuk kemajuan restoran Sambal Lalap Palembang.

2. Wakil Manajer

Wakil manajer adalah orang yang menggantikan tugas manajer saat manajer tidak ada, serta bertanggung jawab penuh atas kinerja karyawan pada bagian waitress.

3. Bendahara

Bendahara adalah orang yang bertanggung jawab penuh atas keuangan restoran dengan cara membuat laporan keuangan pada setiap harinya.

4. Kepala Produksi

Kepala produksi adalah orang yang bertanggung jawab penuh atas kinerja karyawan pada bagian produksi (masakan), serta memberi arahan dan ide-ide baru untuk inovasi menu restoran.

5. Waitress

Waitress adalah orang yang bertugas sebagai pelayan restoran, serta bertanggung jawab penuh atas kebersihan area restoran.

6. Kasir

Kasir adalah orang yang bertugas tertib administrasi keuangan, serta bertanggung jawab penuh atas uang yang di bayar konsumen.

7. Produksi

Produksi adalah orang yang bertugas memasak, dan menyajikan makanan yang di pesan konsumen, serta bertanggung jawab penuh menjaga rasa masakan dan menjaga kebersihan dapur restoran.⁴⁸

D. Lokasi Restoran Sambal Lalap

Restoran Sambal Lalap memiliki lokasi yang sangat strategis yang letaknya di tengah kota Palembang, tepatnya di Jalan Jaksa Agung R Suprpto No. 12, Bukit Kecil, Palembang.

E. Menu Restoran Sambal Lalap

1. Paket hemat
 - a. Lele kriuk + Es teh
 - b. Ayam goreng
 - c. Ayam bakar
 - d. Nila goreng
 - e. Ayam goreng lamongan
2. Aneka Gorengan
 - a. Perkedel kentang
 - b. Perkedel tahu
 - c. Risol
 - d. Kentang goreng
 - e. Bakwan jagung
 - f. Sate ati ampela

⁴⁸ *Ibid*

- g. Sate telur puyuh
 - h. Sate nugget
 - i. Tempe mendoan
3. Lauk dan sayur
- a. Cah kangkung
 - b. Cah tauge
 - c. Balado terong
 - d. Balado pete
 - e. Nasi goreng
 - f. Tempe dan tahu penyet
 - g. Tempe dan tahu goreng
 - h. Cumi goreng tepung
4. Aneka minuman
- a. Es Teh tawar atau panas
 - b. Es Teh manis atau panas
 - c. Es lemon tea atau panas
 - d. Lemon syrup
 - e. Es susu atau panas
 - f. Es jeruk atau panas
 - g. Es cappucino atau panas
 - h. Es Jeruk nipis atau panas ⁴⁹

F. Fasilitas Restoran Sambal Lalap

⁴⁹ *Ibid*

1. Tempat parkir

Restoran Sambal Lalap memiliki tempat parkir dengan ukuran yang luas, serta antara tempat parkir konsumen dan karyawan juga di bedakan.

2. Mushola

Restoran Sambal Lalap memiliki tempat ibadah yang nyaman untuk konsumen yang melaksanakan sholat.

3. Toilet

Restoran Sambal Lalap memiliki 4 toilet, 2 toilet laki-laki dan 2 toilet perempuan.

4. Musik

Restoran Sambal Lalap memiliki musik yang membuat konsumen lebih nyaman dalam menyantap makanan.

5. Ruangan keluarga dan lesehan

Restoran Sambal Lalap memiliki 3 tempat makan, yang pertama ruangan reguler, kedua ruangan lesehan, dan ketiga ruangan keluarga.⁵⁰

G. Kegiatan keagamaan

1. Setiap hari, karyawan yang masuk sifit pagi diwajibkan membaca surat Yasiin.
2. Setiap awal bulan Restoran Sambal Lalap mengundang anak yatim piatu untuk makan bersama dalam rangka doa bersama.

⁵⁰ *Ibid*

3. Setiap bulan seluruh karyawan diwajibkan mengikuti pengajian rutin yang dilakukan di restoran.⁵¹

⁵¹ *Ibid*

BAB IV

PEMBAHASAN

Kunci sukses alam bisnis terletak pada etika yang diterapkan dalam bisnis tersebut. Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya Rasulullah SAW memegang teguh pada sifat-sifat yang ada pada dirinya. Sifatnya inilah yang menjadi suri tauladan yang dapat diikuti oleh pelaku bisnis. Sifat ini juga yang diterapkan restoran Sambal Lalap Palembang.

1. Shiddiq

Sikap jujur yang diterapkan restoran Sambal Lalap meliputi :

a. Tidak melipatgandakan harga

Harga merupakan salah satu faktor yang membuat konsumen memilih untuk makan di suatu restoran. Harga yang diterapkan restoran Sambal Lalap memiliki kisaran harga yang bervariasi. Kisaran harga yang ditawarkan sebesar Rp. 12.500,- untuk harga paket ikan Lele kremes. Sedangkan untuk harga ikan Nila bakar sebesar Rp. 20.000,- dan untuk ayam bakar sebesar Rp. 22.000,- semuanya sudah termasuk nasi, sambal, dan es teh manis.

Konsep harga yang ditawarkan restoran ini membuat para konsumen banyak berdatangan ke restoran ini untuk makan di sini baik bersama keluarga dan maupun teman. Hal ini dikarenakan harga yang

ditawarkan restoran Sambal Lalap bisa dijangkau semua kalangan dan merupakan nilai lebih dari strategi manajemen restoran Sambal Lalap.⁵²

Berdasarkan wawancara dengan Reza, salah satu konsumen restoran Sambal Lalap, bahwasanya harga yang ditawarkan restoran Sambal Lalap sesuai dengan kualitas rasa makanan yang disajikan, hal ini dikarenakan restoran ini tidak mengurangi kualitas makanan dan takaran rasanya, selain itu, restoran ini tidak membeda-bedakan kualitas pelayanan, jadi bagi yang datang terlebih dahulu itu yang akan dilayani terlebih dahulu walaupun yang dipesan konsumen tersebut paket yang paling murah.⁵³

Hal ini sesuai dengan ajaran Rasulullah Saw yang selalu menghimbau agar dalam menetapkan harga sebuah barang harus disesuaikan dengan nilai yang terkandung didalamnya. Selain itu, penetapan harga harus berlaku dengan harga yang berlaku dipasaran dan sesuai dengan kebiasaan yang berlaku disuatu wilayah.

b. Jujur dalam takaran

Kejujuran dalam hal takaran dan kualitas mutu merupakan syarat mutlak dari etika bisnis dalam Islam. Hal ini sesuai dengan larangan Allah SWT dalam hal mengurangi timbangan menakar dan meminta dilebihkan ketika menerima takaran.

⁵² Wawancara dengan Fredi Alvinto, Manajer Restoran Sambal Lalap, Restoran Sambal Lalap Palembang, 22 Mei 2017

⁵³ Wawancara dengan Reza, Konsumen Restoran Sambal Lalap, Restoran Sambal Lalap Palembang, 22 Mei 2017

Dalam QS. Al-Muthaffifin: 1-3 yang artinya: “Kecelakaan besar bagi orang-orang yang curang yaitu apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. Dan apabila menakar untuk orang lain, mereka menguangi”.⁵⁴

Dalam hal ini restoran Sambal Lalap selalu mengedepankan kualitas mutu baik makanan maupun minuman yang ditawarkan kepada konsumen. Untuk paket terendah ikan Lele kremes, restoran Sambal Lalap tidak mengurangi baik takaran maupun kualitas rasanya. Hal ini terbukti dari awal restoran ini berdiri sampai sekarang paket ikan Lele kremes tetap menjadi primadona konsumen dan paling banyak penjualannya.

Begitupun untuk paket yang lainnya, karena prinsip restoran Sambal Lalap kepuasan pelanggan diutamakan, oleh karena itu, walaupun saat ini restoran Sambal Lalap menjadi salah satu tempat yang paling ramai dikunjungi konsumen, akan tetapi kualitas dan mutu makanan tidak akan pernah dikurangi sedikit pun.⁵⁵

c. Mengakui kelemahan dan kelebihan produk

Di dalam berbisnis Allah Swt dan Rasullulah Saw selalu menekankan kejujuran dalam hal apapun termasuk bisnis. Hal ini dikarenakan konsumen yang sudah pernah sekali kecewa maka akan membuat konsumen tersebut tidak mau datang lagi dan yang paling buruk bisa merusak identitas bisnis tersebut.

⁵⁴ Al Quran Surat Al-Muthaffifin ayat 1-3

⁵⁵ Fredi Alvinto, *Op.Cit*

Rasullulah Saw bukan hanya bersabda melalu hadisnya akan tetapi memberikan contoh secara langsung cara berdagang yang jujur yaitu dengan cara menggambarkan barang dagangan dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur kebohongan ketika menjelaskan macam jenis, sumber maupun biaya.⁵⁶

Restoran Sambal Lalap dalam melakukan bisnis selalu mengatakan apa adanya kepada konsumen tanpa ada yang ditutupi mengenai kualitas produk yang ditawarkannya serta mengedepankan kebenaran informasi dari produk tersebut. Hal ini dibuktikan dengan paket ikan Lele kremes merupakan satu-satunya yang disajikan dengan cara yang berbeda yaitu kremes dan bonus es teh jumbonya merupakan kelebihan sendiri dari paket ini, dan restoran Sambal Lalap juga mempunyai kekurangan dalam fasilitas yang ditawarkan hal ini dibuktikan restoran ini mengakui belum memiliki fasilitas *Wifi Id 1* dan fasilitas nonton bareng yang biasanya ada di restoran-restoran lainnya.⁵⁷

Berdasarkan wawancara dengan Farah, salah satu konsumen restoran Sambal Lalap, menurutnya kelebihan restoran Sambal Lalap dibagi menjadi 4 :

1. Kelebihan dalam hal harga : restoran ini memiliki harga yang relatif lebih murah dibandingkan restoran lain, dan memiliki paket ekonomis dan free.

⁵⁶ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adilatuhu*, Jakarta : Gema Insani, 2011, hlm 27

⁵⁷ Fredi Alvinto, *Op. Cit*

2. Kelebihan dalam hal kenyamanan : restoran ini sangat cocok untuk tempat makan bersama keluarga, teman, maupun pacar. Hal ini dikarenakan suasana disekeliling restoran yang di kelilingi pohon.
3. Kelebihan dalam hal fasilitas ibadah : restoran ini memiliki mushola yang cukup luas dibandingkan dengan restoran lain, tetapi ini sifatnya relatif.
4. Kelebihan dalam hal rasa : walaupun harga yang ditawarkan relatif lebih murah tetapi rasa tidak kalah dengan restoran elit.

Sedangkan untuk kekurangannya, restoran ini masih kurang dalam layanan fasilitas wifi id dan nonton bareng.⁵⁸

Hal ini dapat disimpulkan bahwa restoran ini menyampaikan apa adanya mengenai kelebihan dan kekurangan restoran Sambal Lalap, tanpa ada yang ditutup-tutupi dan sesuai dengan etika bisnis dalam Islam yaitu mengakui kelemahan dan kelebihan produk.

2. Amanah

a. Akuntabilitas

Restoran Sambal Lele melakukan pembukuan hasil penjualannya setiap hari, ini dilakukan agar restoran ini mengetahui berapa jumlah keuntungan maupun kerugian yang diterima restoran ini pada hari itu.

⁵⁸ Wawancara dengan Farah, Konsumen Restoran Sambal Lalap, Restoran Sambal Lalap Palembang, 22 Mei 2017

Selanjutnya hal ini menjadi bahan evaluasi manajer ketika *briving* yang dilakukan setiap selesai pekerjaan.

Akuntabilitas juga ditujukan sebagai bahan pertanggung jawaban manajer restoran Sambal Lalap kepada pemilik, investor, maupun pemerintah. Hal ini merupakan sifat amanah yang diberikan bendahara kepada manajer, dan manajer kepada pemilik restoran.⁵⁹

b. Memberikan Pelayanan yang Optimal

Visi dan misi restoran Sambal Lalap salah satunya mengedepankan kualitas pelayanan, hal ini bertujuan agar konsumen yang sudah pernah datang ke restoran bisa datang lagi lain waktu karena pelayanan yang diberikan restoran Sambal Lalap yang optimal.

Restoran Sambal Lalap mengartikan konsumen adalah raja dan konsumen diprioritaskan dalam kepuasan mereka meliputi pelayanan yang ramah, cepat, murah senyum, dan cekatan.

Pelayanan yang optimal dapat dibuktikan ketika awal konsumen datang ke restoran ini, konsumen tersebut disambut didepan pintu restoran, dan sampai di meja makan, pelayan restoran akan segera menawarkan menu restoran dengan nada yang halus dan sopan, serta tidak lupa dengan senyum yang ramah. Restoran Sambal Lalap tidak pernah membeda-bedakan pelayanan kepada konsumennya, semua

⁵⁹ Fredi Alvinto, *Op. Cit*

konsumen dianggap sama dan harus diperlakukan dengan cara yang sama yaitu sopan, santun, ramah, dan senyum.⁶⁰

Berdasarkan wawancara dengan Arsyifa Aulia, salah satu konsumen restoran Sambal Lalap, menurutnya karyawan restoran Sambal Lalap telah memberikan pelayanan yang memuaskan, hal ini dapat dilihat selama Arsyifa makan di restoran Sambal Lalap Arsyifa belum pernah melihat konsumen yang komplek baik mengenai makanan maupun segi pelayanan. Selain itu bentuk pelayanan yang optimal yang berikan restoran Sambal Lalap yaitu dalam hal kebersihan area restoran, dimana karyawan restoran Sambal Lalap cekatan membersihkan tempat makan setelah konsumen selesai makan sehingga tempat makan tersebut bisa digunakan oleh konsumen lain.⁶¹

Hal ini sesuai dengan etika bisnis Rasulullah dimana beliau sangat menganjurkan para pelaku bisnis untuk bermurah hati dalam setiap transaksi, murah senyum dan ramah tamah. Sebagaimana sesuai dengan hadist Imam Bukhari dan Ibnu Maja yang artinya :

Dari Jabir bin Abdullah bahwa Rasulullah Saw bersabda : “semoga Allah merahmati seseorang hamba yang toleran apabila menjual, toleran bila membeli, dan toleran bila menagih “ (HR.Bukhari dan Ibnu Majja).⁶²

⁶⁰ *Ibid*

⁶¹ Wawancara dengan Arsyifah Aulia, Konsumen Restoran Sambal Lalap, Restoran Sambal Lalap Palembang, 22 Mei 2017

⁶² Muhammad Nashiruddin al-Albani, *Shahih At-Tarhib Wa At-Tarhib terjemahan Izzudin*, (Jakarta: Pustaka Sahifa, 2008), hlm 39

Apapun dan bagaimanapun bentuk pelayanan yang diberikan semuanya itu dilakukan untuk menarik minat konsumen dan membuat konsumen merasa nyaman.

c. Menepati Janji

Berdasarkan data yang di peroleh diketahui bahwa restoran Sambal Lalap menepati janjinya baik kepada karyawan maupun konsumen. Hal ini dibuktikan dengan adanya pemberian gaji karyawan yang tidak pernah terlambat walaupun hanya satu hari, serta pemberian bonus kepada seluruh karyawan apabila omset yang ditargetkan restoran terpenuhi dalam bulan tersebut.

Untuk konsumen, hal ini dapat terlihat dari adanya paket gratis bagi konsumen yang berulang tahun pada hari itu yang dibuktikan dengan KTP konsumen tersebut. Selain itu, sifat menepati janji kepada konsumen dilihat dari ketika konsumen memesan makanan, konsumen hanya menunggu waktu maksimal 15 menit untuk menunggu makanan disajikan, dan ketepatan waktu dalam hal layanan inilah yang membuat restoran ini enak digunakan sebagai tempat makan keluarga.⁶³

Berdasarkan wawancara dengan Rahmad, salah satu konsumen restoran Sambal Lalap menurutnya restoran ini menyampaikan apa yang sebenar-benarnya, misalnya paket ekonomis didalam buku menu isi dari paket ekonomis yaitu nasi, lele kremes, sambal, es teh, sambal tempe

⁶³Fredi Alvinto, *Op. Cit*

dan kenyataannya yang disajikan sesuai dengan apa yang ada pada buku menu. Selanjutnya kemarin ada teman saya yang ulang tahun, cukup dengan memperlihatkan KTP, teman saya mendapatkan paket Free. Oleh karena itu, Rahmad bisa memastikan bahwa restoran ini selalu menepati janjinya kepada konsumen.⁶⁴

Hal ini juga sesuai dengan ajaran Islam, bahwasanya menepati janji dalam hal apapun merupakan salah satu ciri seorang muslim dan moral keimanan muslim. Sebagaimana firman Allah Swt Q.S Al-Maidah: 1 artinya : “Hai orang-orang yang beriman penuhilah akad-akad itu “⁶⁵

3. Tabligh

a. Komunikasi Bisnis

Berdasarkan hasil wawancara dengan Fredi Alvinto, peneliti menarik kesimpulan bahwa dalam berkomunikasi dengan konsumen, karyawan restoran Sambal Lalap menggunakan bahasa yang sopan, halus, santun, serta selalu mengucapkan terima kasih. Restoran Sambal Lalap menekankan kepada karyawannya untuk menjaga lidahnya, maksudnya karyawan restoran Sambal Lalap dilarang keras untuk berkata kasar kepada konsumennya, walaupun terkadang konsumen yang dilayani itu cerewet.⁶⁶

⁶⁴ Wawancara dengan Rahmad, Konsumen Restoran Sambal Lalap, Restoran Sambal Lalap Palembang, 22 Mei 2017

⁶⁵ Al Quran Surat Al Maidah

⁶⁶ Fredi Alvinto, *Op. Cit*

Berdasarkan wawancara dengan Erik, salah satu konsumen restoran Sambal Lalap, menurutnya karyawan restoran Sambal Lalap ramah dalam pelayanan, hal ini dilihat karyawannya tidak ada yang terlihat cemberut apalagi mukanya masam dalam melayani konsumen, selain itu karyawannya memiliki etika yang baik dalam hal menggunakan pakaian, walaupun karyawannya memakai jilbab yang panjang akan tetapi tidak mengurangi komunikasinya dengan konsumen, justru hal ini membuat karyawan tersebut terlihat elegan dan tidak mudah digodai oleh konsumen yang jahil.⁶⁷

Hal ini sesuai dengan teladan Rasulullah Saw, dimana beliau mencontohkan kepada manusia khususnya pelaku bisnis untuk menahan lidah, Rasulullah hanya berbicara ketika dibutuhkan, tidak suka mengumbar cerita, apalagi sampai mengunjing orang lain. Rasulullah juga memelihara lisan untuk tidak berbicara buruk, kasar dan menggunakan nada tinggi. Di dalam Komunikasi bisnis yang paling terpenting yaitu pelaku bisnis dapat menggunakan bahasa yang sopan, serta tidak menyakiti orang lain, dan yang paling penting bisa dimengerti dan diterima akal sehat.⁶⁸

b. Menyampaikan visi dan misi restoran

⁶⁷ Wawancara dengan Erik, Konsumen Restoran Sambal Lalap, Restoran Sambal Lalap Palembang, 22 Mei 2017

⁶⁸ Yucki Pribadi, *Sukses Bisnis Melalui Manajemen Rasulullah SAW*,(Jakarta: Gramedia,2012), hlm22

Restoran Sambal Lalap memiliki visi dan misi yang sangat baik dan sesuai etika bisnis Islam. Visi restoran Sambal Lalap adalah menjadikan wisata kuliner terbaik dan menjadikan brand halal dan thayyiban dalam segi produk, harga, pelayanan, dan fasilitas restoran. Misi restoran Sambal Lalap yaitu memperkokoh citra brand restoran Sambal Lalap dengan strategi-strategi dan ide yang inovatif. Selanjutnya, meningkatkan suasana bersantap yang tak terlupakan dengan terus memberikan produk, pelayanan, serta fasilitas restoran yang berkualitas mengikuti kebutuhan dan selera konsumen yang terus berubah.⁶⁹

Dalam mencapai visi dan misi restoran, Sambal Lalap menggunakan kaidah-kaidah yang sesuai dengan ajaran Islam, hal ini dibuktikan karena karyawan restoran Sambal Lalap setiap paginya selalu berdoa bersama, dan setiap bulannya ada santunan kepada anak yatim piatu. Selanjutnya, restoran Sambal Lalap selalu melakukan inovasi dalam hal menu setiap bulannya, ini ditujukan agar konsumen yang makan restoran Sambal Lalap tidak bosan dengan menu yang ditawarkan Sambal Lalap.

c. Menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis (silaturahmi)

Bentuk silaturahmi yang dilakukan restoran Sambal Lalap dengan mitra bisnisnya yaitu melalui bentuk komunikasi yang baik dengan konsumennya, selanjutnya juga melalui diskon yang diberikan kepada

⁶⁹ Fredi Alvinto, *Op. Cit*

konsumen, serta memberikan paket gratis makan bagi yang berulang tahun pada hari itu.

Bentuk silaturahmi yang dilakukan restoran Sambal Lalap dengan karyawannya yaitu karyawan restoran Sambal Lalap ditekankan untuk bekerja secara team, serta mendiskusikan bersama ketika dihadapkan dengan masalah, dan dengan memberikan THR kepada karyawannya ketika memasuki hari lebaran.⁷⁰

Berdasarkan wawancara dengan Maylina, salah satu konsumen restoran Sambal Lalap, menurutnya restoran ini memiliki ciri khas sendiri untuk memikat hati konsumennya, meylina menganggap suasana restoran yang membuat ia betah untuk menikmati makanan di restoran Sambal Lalap, selain itu masakan yang diberikan Sambal Lalap merupakan masakan rumahan yang sesuai dengan lidah kebanyakan konsumen.⁷¹

Bentuk silaturahmi yang dilakukan restoran Sambal Lalap tidak bertentangan dengan etika bisnis Islam, hal ini dikarenakan apa yang dilakukan tersebut merupakan bentuk ungkapan terima kasih kepada konsumen dan karyawan. Hal ini sesuai dengan ajaran Rasullulah dalam menjalin hubungan dengan mitra bisnisnya yaitu dengan cara memanusiaikan anak buah, menghargai, dan mudah begaul dengan siapa pun.

⁷⁰ *Ibid*

⁷¹ Wawancara dengan Maylina, Konsumen Restoran Sambal Lalap, Restoran Sambal Lalap Palembang, 22 Mei 2017

4. Fathanah

a. Kecerdasan Spiritual

Bentuk kecerdasan spiritual yang dilakukan restoran Sambal Lalap ialah karyawan restoran sambal Lalap diberikan waktu khusus secara bergantian kepada karyawannya yang akan menjalankan sholat wajib, dan ketika saat *briving* akhir, karyawan restoran Sambal Lalap akan ditanya apakah menjalankan sholat wajib atau tidak pada hari itu. Hal ini ditujukan karena sholat bukan hanya kewajiban akan tetapi merupakan sebuah kebutuhan. Ketika setelah melakukan sholat wajib, manajer Sambal Lalap yakin karyawan dapat bekerja lebih optimal karena mereka merasa lebih tenang.

Bentuk kecerdasan spiritual lainnya yaitu Setiap hari, karyawan yang masuk sift pagi diwajibkan membaca surat Yasiin. Setiap awal bulan Restoran Sambal Lalap mengundang anak yatim piatu untuk makan bersama dalam rangka doa bersama. Setiap bulan seluruh karyawan diwajibkan mengikuti pengajian rutin yang dilakukan di restoran. Hal ini sesuai dengan ajaran Rasulullah Saw, dimana beliau dalam menjalankan bisnis selalu diawali dengan bismilla dan diakhiri dengan hamdallah, bersedekah, mengerjakan sholat wajib, mengerjakan sholat sunnah, mengerjakan puasa sunnah, dan berdoa kepada Allah Swt.⁷²

⁷² *Ibid*

b. Profesional

Bentuk profesional yang dilakukan restoran Sambal Lalap yaitu lebih ditekankan kepada kinerja karyawannya. Restoran Sambal Lalap mempunyai SOP restoran yang harus ditaati oleh semua karyawan restoran Sambal Lalap, apabila karyawan restoran Sambal Lalap membuat kesalahan yang besar dan bertentangan dengan SOP restoran maka karyawan restoran Sambal Lalap akan diberikan sanksi yang keras. Disamping itu, karyawan restoran Sambal Lalap dituntut untuk bekerja dengan serius dan dapat bekerja secara team. Misalkan karyawan bagian dapur, semua karyawan bagian dapur harus mengetahui standar rasa makanan dan minuman yang akan disajikan.

Bentuk Profesional yang lain dilakukan ialah dalam hal aturan yang berlaku untuk semua karyawan, karyawan restoran Sambal Lalap di tekankan untuk hadir 15 menit sebelum masuk kerja atau paling minimal tepat waktu sesuai dengan jam masuk kerja, hal ini ditujukan untuk melatih kedisiplinan karyawan dalam menjalankan tugasnya sebagai karyawan restoran Sambal Lalap, apabila karyawan datang terlambat maka akan langsung ditanyakan oleh manajer restoran perihal keterlambatan karyawan tersebut, dan aturan ini berlaku sama kepada seluruh karyawan restoran Sambal Lalap.⁷³

c. Kemampuan untuk melakukan inovasi

⁷³ *Ibid*

Restoran Sambal Lalap selalu menghadirkan inovasi-inovasi sesuai dengan perkembangan zaman, baik dalam hal menu makanan dan minuman, maupun suasana restoran. Hal ini dilakukan agar konsumen yang pernah makan di restoran Sambal Lalap dapat datang kembali ke restoran ini dikemudian hari.⁷⁴

Bentuk inovasi yang dilakukan restoran Sambal Lalap yaitu dalam hal menu makan berupa paket-paket yang ditawarkan mengikuti yang sedang trend saat ini, hal ini ditujukan agar restoran ini tidak pernah kehabisan konsumen setiap bulannya, bulan ini ada ikan bakar.

Inovasi menu yang dilakukan restoran Sambal Lalap tidak pernah bertentangan dengan etika bisnis Islam, hal ini dapat disimpulkan bahwa inovasi yang dilakukan memberikan manfaat, dan tidak tergolong dalam barang haram.

⁷⁴ *Ibid*

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan rumusan masalah diketahui bahwa restoran Sambal Lalap telah melakukan etika bisnis pada umumnya dan telah sesuai dengan etika bisnis Islam yang telah diajarkan oleh Rasulullah Saw dalam menjalankan bisnis. Etika bisnis Islam yang diterapkan di restoran Sambal Lalap meliputi tidak melipatgandakan harga, jujur dalam takaran, Mengakui kelemahan dan kelebihan produk, akuntabilitas, Memberikan Pelayanan yang Optimal, menepati janji, komunikasi bisnis, Menyampaikan visi dan misi restoran, Menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis (silaturahmi), kecerdasan spiritual, profesional, Kemampuan untuk melakukan inovasi. Hal ini menunjukkan restoran Sambal Lalap telah melakukan etika bisnis Islam sesuai indikator sifat Rasulullah Saw.

B. Saran

1. Restoran Sambal Lalap
 - a) Untuk menambah kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk maka perlu ditambahkan sertifikat MUI
 - b) Untuk selalu mengedepankan inovasi kalau perlu setiap bulannya agar konsumen tidak bosan
 - c) Terus meningkatkan etika bisnis Islamnya terutama dalam hal kejujuran.
2. Masyarakat

Untuk menerapkan etika bisnis Islam sebagai landasan berbisnis.
3. Peneliti Selanjutnya

- a) Agar menambah pengaruh etika bisnis Islam terhadap volume penjualan
- b) Agar menambah objek lain yang konvensional, agar bisa dibandingkan dengan etika bisnis Islam

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Fahmi. 2014. *HRD Syariah*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Adimas Fahmi Firmansyah. 2013. *Praktek Etika Bisnis Islam Pada Toko Santri Syariah Surakarta*. Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan kalijaga.
- Agus Ariyanto. 2012. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Agam Santa Atmaja. 2014. *Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Para Pedagang Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)*. Skripsi. Semarang: IAIN Walisongo Semarang.
- Anas Sudijono. 2011. *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Djoko purwant. 2011. *komunikasi Bisnis Edisi ke-4*. Jakarta: Erlangga.
- Drs Faisal Badroen. 2015. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Fitri Amalia. 2012. *Implementasi etika bisnis islam pada pedagang di besar madinah Depok*. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Hafiz Juliansyah. 2011. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Ida Farida. 2011. *Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta*. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Ika Yunia Fauzia. 2013. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Prenadamedian Group
- Jusmaliani. 2011. *Pengelolaan Sumber Daya Insani*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Laili Latifah. 2014. *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghuart Berdasarkan Perspektif Karyawan (Studi kasus pada Rumah Yoghurt di Kota Batu)*. Skripsi. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Lucky Juwana. 2013. *Konsep Manajemen dakwah di warung group yogyakarta-yogyakarta (studi pada spritual company di outlet-outlet warung group)*. Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan kalijaga.
- Ly Fairuzah Aisyah. 2011. *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim (Studi Kasus Pada CV. Azka Syahrani Collection)*. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Mardani. 2014. *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta: Prenadamedian Group.
- Muhammad Nashiruddin al-Albani. 2008. *Shahih At-Tarhib Wa At-Tarhib terjemahan Izzudin*. Jakarta: Pustaka Sahifa.
- Muhammad Yunus. 2015. *Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen (Studi kasus UKM Bandeng Tandu Kendal)*. Skripsi. Semarang: IAIN Walisongo Semarang.

- Siti Rohmah. 2013. *Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan kalijaga.
- Sudirman Tebba. 2003. *Membangun Etos Kerja Dalam Perspektif Tasawuf*. Bandung: Pustaka Nusantara Publishing.
- Suharsimi Arikunto. 2014. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sidqi Amalia Izzati. 2015. *Penerapan Etika Bisnis Islam Di Boombu Hot Resto Tegal*. Skripsi. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Veithzal Rivai. 2012. *Islamic Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama.
- Wahbah Az-Zuhaili. 2011. *Fiqh Islam Wa Adilatuhu*. Jakarta : Gema Insani.
- Yucki Pribadi. 2012. *Sukses Bisnis Melalui Manajemen Rasulullah SAW*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama.



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri No. 1 Km. 3.5 Palembang 30126
Telp : (0711) 354668 web: www.radenfatah.ac.id

Formulir D.2

Hal : **Mohon Izin Penjilidan Skripsi**

Kepada Yth.
Ibu Wakil Dekan I
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswi :

Nama : Agustina Anggraini
Nim/Jurusan : 13190008/ Ekonomi Islam
Judul : Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Restoran Sambal Lalap
Palembang.

Telah selesai melaksanakan perbaikan, terhadap skripsinya sesuai dengan arahan dan petunjuk dari para penguji. Selanjutnya, kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk menjilid skripsinya agar dapat mengurus ijazahnya.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Palembang, 17 Januari 2018

Penguji Utama

Juwita Anggraini, M.H.I
NIP.198405192011012006

Penguji Kedua

Aziz Septiatin, SE., M.Si
NIP.1605061711



Mengetahui
Wakil Dekan I

Khatulikhah, M.Ag.