

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAYANAN
TOKO PADA KONSUMEN DI TOKO JAWARA PLASTIK
BALUNG JEMBER**

SKRIPSI



Oleh:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Abd. Wadudi Kasful Anwar
NIM: E20192205
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2025**

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAYANAN
TOKO PADA KONSUMEN DI TOKO JAWARA PLASTIK
BALUNG JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Oleh:
J E M B E R

Abd. Wadudi Kasful Anwar

NIM: E20192205

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2025**

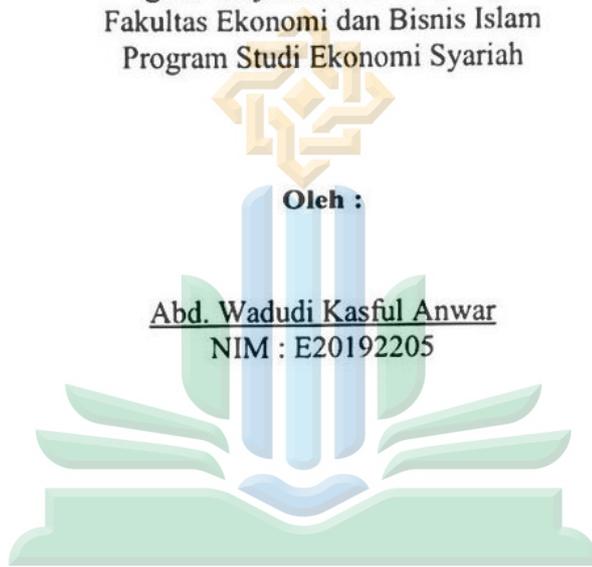
**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAYANAN
TOKO TERHDAP KONSUMEN DI TOKO JAWARA PLASTIK
BALUNG JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

Abd. Wadudi Kasful Anwar
NIM : E20192205



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Disetujui Pembimbing
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Dr. H. Fauzan, S. Pd., M.Si.
NIP. 197403122003121008

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAYANAN TOKO PADA KONSUMEN DI TOKO JAWARA PLASTIK BALUNG JEMBER

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Kamis
Tanggal: 20 Maret 2025

Tim Penguji:

Ketua

Sekretaris



Dr. Retna Amggitaningsih, S.E., M.M., CRMP.
NIP. 197404201998032001

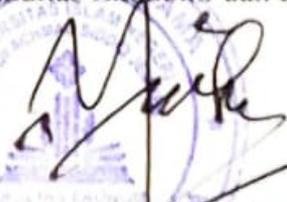


Suprianik, S.E., M.Si.
NIP. 198404162019032008

Anggota:

1. Dr. Nur Ika Mauliyah, S.E., M.Ak. ()
2. Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si. ()

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

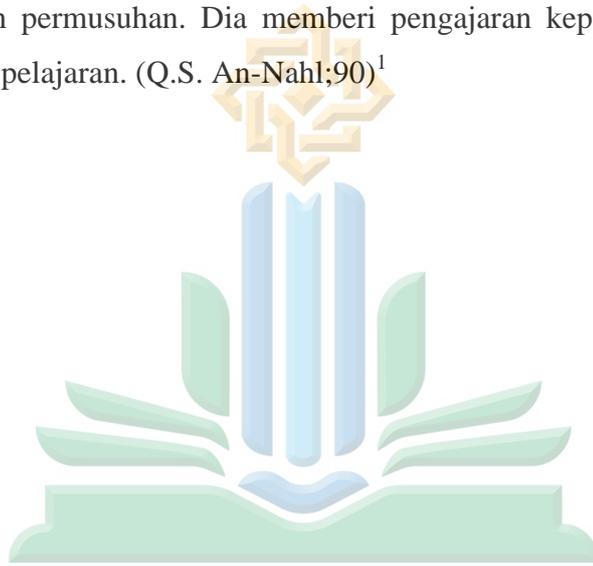


Dr. H. Ubaidillah, M.Ag
NIP. 196812261996031001

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkar dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. (Q.S. An-Nahl;90)¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Departemen Agama RI, *Alqur'an* dan Terjemah (Bandun: CV Dipenogoro, 2010).

PERSEMBAHAN

Rasa syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. yang telah memberikan Taufiq, Hidayah dan Rahmat-Nya sehingga dalam proses pengerjaan skripsi ini saya masih dalam lindungan-Nya dan diberi kesehatan serta semangat yang tiada henti sehingga akhirnya saya bisa menyelesaikan skripsi ini, dan skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibu tersayang, Terimakasih atas kasih dan sayang yang begitu tulus, nasehat dan motivasi serta doa yang tiada hentinya yang dipanjatkan untukku dan yang selalu memberikan dukungan untukku dalam keadaan apapun itu baik suka maupun duka. Terimakasih sudah selalu memberikan persembahan yang terbaik untukku dalam hal apapun itu. Semoga bapak dan ibu selalu dalam lindungan Allah Swt. Terimakasih juga selama ini sudah membesarkanku dan merawatku dengan ikhlas dan penuh kasih sayang.
2. Almater Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Shiddiq (KHAS) Jember yang selalu di kagumkan dan di banggakan.

Dengan kerendahan hati saya ucapkan terimakasih sebesar-besarnya, dan semoga skripsi ini mampu memberikan manfaat kepada seluruh pihak.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

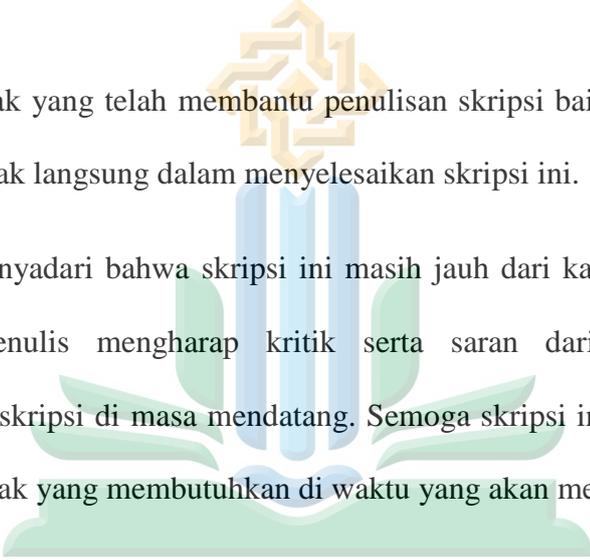
Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah SWT sang penguasa alam semesta. Sholawat serta salam tetap tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya. Sungguh atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat terselesaikan skripsi dengan judul “*Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko pada Konsumen di Toko Jawara Platik Balung.*”

Terselesainya skripsi ini dapat penulis peroleh karena bimbingan dan dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor UIN KHAS Jember yang telah memberi fasilitas yang memadai selama perkuliahan.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam UIN KHAS Jember.
4. Ibu Dr. Sofiah, M.E. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah UIN KHAS Jember.
5. Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah membekali ilmu serta pengetahuan yang bermanfaat.
7. Toko Jawara Plastik yang telah memberi izin dan membantu pelaksanaan penelitian, serta para narasumber yang telah berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga dapat membantu dalam penyelesaian skripsi.
8. Semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharap kritik serta saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi di masa mendatang. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan di waktu yang akan mendatang.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 20 Maret 2024

Abd. Wadudi Kasful Anwar
NIM. E20192205

ABSTRAK

Abd Wadudi Kasful Anwar, Fauzan 2025: Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko pada Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Pelayanan Toko, Konsumen.

Etika bisnis Islam memastikan bahwa semua pihak, termasuk mitra bisnis, konsumen, dan pebisnis, mendapatkan keuntungan. Dengan kata lain, orang-orang yang menjalankan bisnis secara Islami harus mengikuti aturan-aturan main bagaimana seseorang yang beragama Islam harus bertindak dalam dunia bisnis agar mereka mendapatkan manfaat dari Allah SWT baik di dunia maupun di akhirat. Toko Jawara Plastik Balung Jember adalah Toko klontong yang menjadi satusatunya yang terbaik di balung dan biasanya selalu ramai hal ini menjadi acuan peneliti dalam melihat seperti apa etika bisnis yang diterapkan sehingga toko ini menjadi ramai karena pastinya hal ini sangat mendukung toko dalam mengalami kemajuan.

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah: 1. Bagaimana Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko terhadap Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember? 2. Bagaimana Tantangan Dan Hambatan Dalam Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko terhadap Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember?.

Tujuan Penelitian ini antara lain: 1. Mengetahui Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko terhadap Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember 2. Mengetahui Tantangan Dan Hambatan Dalam Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko terhadap Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan data.

Hasil dari penelitian ini adalah: 1. Prinsip Prinsip Etika bisnis islam yang di terapkan oleh toko Jawara Plastik balung dalam melayani para konsumen adalah dengan 4 Prinsip sifat Rasulullah seperti Shiddiq, Amanah, Tabligh, dan Fathanah. 2. Tantangan dan hambatan dalam penerapan Etika Bisnis islam di Toko Jawara Plastik Balung ada 2 yaitu: kendala internal (Kurang maksimalnya prinsip tabligh dalam menyampaikan kualitas produk) dan kendala eksternal (pembeli yang kurang baik dan juga Toko dalam keadaan ramai.).

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi istilah	11
F. Sistematika Pembahasan.....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA	21
A. Penelitian Terdahulu	21

B. Kajian Teori	37
BAB III METODE PENELITIAN	62
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	62
B. Lokasi Penelitian.....	63
C. Subjek Penelitian.....	63
D. Teknik Pengumpulan Data.....	63
E. Analisis Data	67
F. Keabsahan Data.....	71
G. Tahap Penelitian.....	72
BAB IV PENYAJIAN DATA ANALISIS.....	74
A. Gambaran Objek Penelitian	74
B. Penyajian dan Analisis Data	78
C. Pembahasan Temuan.....	86
BAB V PENUTUP	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
Lampiran 1: Keaslian Tulisan	
Lampiran 2: Matrik Penelitian	
Lampiran 3: Pedoman Wawancara	
Lampiran 4: Surat Izin Penelitian	
Lampiran 5: Surat Selesai Penelitian	

Lampiran 6: Jurnal Kegiatan Penelitian

Lampiran 7: Surat Screening Plagiasi

Lampiran 8: Surat selesai Bimbingan

Lampiran 9: Dokumentasi Penelitian

Lampiran 10: Biodata Penulis



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

	Hal
2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	34



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

	Hal
4.1 Struktur Organisasi Toko Plastik jawara balung	76



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Indonesia merupakan negara yang sedang bangkit dari sektor perekonomian dan perdagangan yang terus meningkat. Dengan banyaknya pelaku usaha di sektor ini, Indonesia masih membutuhkan kecerdasan bisnis agar tetap bisa bersaing dengan negara yang sudah maju ini. Ketika jumlah wirausaha meningkat, negara menjadi lebih kuat. Dalam perekonomian sektor perdagangan masih menjadi sektor yang penting dan sangat di perhatikan.

Perekonomian adalah apa yang dibutuhkan setiap orang untuk memenuhi dan mempercepat tatanan kehidupan sehari-hari. Tidak peduli apakah kita menyadari atau tidak, setiap interaksi memiliki aspek ekonomi, termasuk pertanian, perdagangan, perindustrian, dan banyak lagi. Oleh karena itu, ekonomi adalah roda kehidupan yang selalu bergerak yang mendorong manusia menuju kemakmuran.

Bisnis merupakan salah satu aspek perekonomian di bidang perdagangan yang selalu memegang peranan penting dalam kehidupan sosial dan ekonomi setiap orang. Islam telah lama mendorong bisnis sejak awal berdirinya sejak pendirinya, Rasulullah, sendiri yang terlibat dalam bisnis. dalam jangka waktu yang cukup lama.² Rasulullah memuji perdagangan dan bisnis dengan berkata, "Perhatikan perdagangan, karena ada sembilan dari sepuluh pintu rezeki di dunia ini." Namun, Rasulullah tidak hanya

² Djoko Muljono, Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam, (Jakarta: PT Andi Offse, Tahun 2012), h 8.

meninggalkan aturan dan batasan yang perlu diperhatikan saat berbisnis atau berdagang. Akibatnya, bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Tidak mengherankan bahwa Islam, yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunnah, memberikan arahan dalam hal bisnis. Selama bertahun-tahun, bisnis digambarkan sebagai upaya untuk memperoleh keuntungan sebanyak mungkin, bahkan jika itu dilakukan dengan cara yang tidak etis dan kotor. Dengan menghalalkan segala cara seperti penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap, dan perbuatan batil lainnya, agama tidak membiarkan seseorang bekerja sesuka hatinya untuk mencapai tujuannya.

Menurut ajaran Islam, tindakan ekonomi harus bergantung pada nilai-nilai dasar yang ditemukan dalam Al-Qur'an, hadis nabi, dan sumber-sumber ajaran Islam lainnya. Selain itu, ekonomi konvensional Islam juga membahas tindakan manusia dalam memperoleh dan mengatur harta benda, baik material maupun non-material, untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia secara individu maupun kolektif, seperti membeli, mendistribusikan. Tampaknya ide-ide tentang ekonomi Islam berasal dari pemikiran ulama dan akademisi Islam. Mereka juga tampaknya telah membentuk etika dan dasar ekonomi Islam. Selain itu, dia memberikan penjelasan tentang standar etika bisnis seperti kejujuran, keramahan, penawaran yang jujur; pelanggan yang tidak dapat menjawab diberikan waktu; penjual tidak boleh memaksa pembeli dan

tidak bersumpah untuk menjual; timbangan dan takaran harus tegas dan adil; tidak ada monopoli; harga komoditi tidak boleh dibatasi; dan kesukarelaan³

Etika bisnis Islam memastikan bahwa semua pihak, termasuk mitra bisnis, konsumen, dan pebisnis, mendapatkan keuntungan. Dengan kata lain, orang-orang yang menjalankan bisnis secara Islami harus mengikuti aturan-aturan main bagaimana seseorang yang beragama Islam harus bertindak dalam dunia bisnis agar mereka mendapatkan manfaat dari Allah SWT baik di dunia maupun di akhirat. Dalam dunia bisnis, penerapan nilai etika sangat terkait dengan upaya untuk memuaskan pelanggan atau konsumen, yang berdampak pada keberlanjutan dan keberadaan suatu bisnis. Perusahaan modern telah menerapkan nilai etika tertentu untuk merebut pasar. Maka dari itu pentingnya pelayanan yang baik dan sesuai dengan ajaran islam agar bisnis selalu berkembang.

Pelayanan adalah suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung, pelayanan merupakan kunci keberhasilan dalam berbagai usaha. Peranannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetisi dalam usaha untuk merebut pasaran atau langganan. Pelayanan memiliki tugas utama yang sangat penting bagi setiap pemilik toko kelontong dan toko bahan kue, yang saat ini menjadi sebuah bisnis yang produktif dalam mencari sebuah keuntungan dengan banyaknya usaha toko bahan kue dimana-mana sehingga terjadi persaingan antar toko bahan kue penyedia barang untuk dapat

³ Indri, Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam Prespektif Islam Hadis Nabi), (Jakarta: PT Kencana, Tahun 2015), h 15.

memenuhi kebutuhan konsumen, dimana para pemilik usaha toko bahan kue berupaya untuk memberikan pelayanan yang berhubungan dengan perilaku konsumen secara maksimal, karena tujuan dari suatu bisnis usaha toko bahan kue adalah untuk menciptakan hubungan yang baik pada pelanggan dan hasil pelayanan akan dinikmati oleh pelanggan.⁴

Perilaku konsumen adalah tindakan langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsi, dan penghabisan produk/jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini.⁵ Perilaku konsumen dapat diartikan juga sebagai: (a) Disiplin ilmu yang mempelajari perilaku individual, kelompok, atau organisasi dan proses-proses yang digunakan konsumen untuk meyeleksi, menggunakan produk, pelayanan, pengalaman (ide) untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, dan dampak dari proses-proses tersebut pada konsumen dan masyarakat. (b) Tindakan yang dilakukan konsumen guna mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik dalam penggunaan, pengonsumsi, ataupun penghabisan barang atau jasa termasuk proses keputusan yang didahului dan yang menyusul. (c) Tindakan atau perilaku yang dilakukan konsumen yang dimulai dengan merasakan adanya kebutuhan dan keinginan, kemudian berusaha mendapatkan produk yang diinginkan, mengkonsumsi produk tersebut, dan berakhir dengan tindakan-tindakan pascapembelian, yaitu perasaan puas atau tidak puas.⁶

⁴ A. S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, Tahun 2006), h 186.

⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: C.V. Andi Offset, Tahun 2013), h. 7.

⁶ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: C.V. Andi Offset, Tahun 2013), h. 9.

Aktifitas ekonomi dan bisnis selalu memiliki relasi dengan etika dan karena itu pula bisnis tidak di lepaskan dari nilai sosial budaya masyarakat dimana etika itu dipraktikkan. Sebagaimana halnya aspek-aspek lain dalam kehidupan manusia yang melibatkan etika, ekonomi dan bisnispun selalu diakitkan dengan etika sehingga muncullah apa yang disebut dengan etika dalam bisnis dan bisnis yang etis.⁷ Etika bisnis dalam syariat Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini suatu yang baik dan benar. Faktor yang perlu diperhatikan untuk mempengaruhi pelayanan terhadap perilaku konsumen. Salah satu yang harus diperhatikan adalah pelayanan yang diberikan oleh karyawan agar menjadikan konsumen merasa puas dan nyaman, tidak merasa dirugikan ketika membeli barang tersebut. Sehingga dapat memberikan hubungan yang baik antara konsumen dengan pihak toko bahan kue.⁸

Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan analisis data dengan menganalisis pelayanan penjual terhadap konsumen atau pembeli dengan berdasarkan etika bisnis islam, yaitu yang berlandaskan dengan etika bisnis dan syariah. Penggunaan analisis data tersebut mampu mengetahui pelayanan yang baik bagi konsumen dan sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya karena dalam wawancara dan observasi singkat yang dilakukan peneliti melihat bahwa toko tersebut sangat ramai dan hal ini ternyata di

⁷ Muhammad, Paradigma, Metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syariah, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 49-50

⁸ Ali Hasan, Manajemen Bisnis Syariah, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 171

pengaruahi karena adanya penerapan etika bisnis islam maka dari itu peneliti sangat tertarik ingin meneliti Toko tersebut..

Beberapa penelitian terdahulu yang menunjang terhadap penelitian ini adalah Tya Triana yang berjudul “Analisi Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Penjualan dan Keberhasilan Usaha Bisnis (Studi Pada Konter HP Excel Cell Kecamatan Bungamayang, Lampung Utara.)” Hasilnya menunjukkan bahwa konter HP Excel Cell sudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam pelayanan penjualan. Namun konter HP Excel Cell Bungamayang belum sepenuhnya menerapkan dasar-dasar pelayanan. Meskipun karyawan konter HP Excel Cell Bungamayang belum sepenuhnya menerapkan dasar-dasar pelayanan berdasarkan kemampuan dan tindakan yang baik, namun dalam menerapkan dasar-dasar pelayanan berdasarkan sikap, perhatian, dan tanggung jawab, konter Hp Excel Cell Bungamayang sudah menerapkan sesuai dengan dasar-dasar pelayanan tersebut. Penerapan prinsip Etika Bisnis Islam konter HP Excel Cell Bungamayang sudah diterapkan dengan baik terhadap kemajuan bisnis, dapat dilihat dari tinjauan prinsip tauhid, keadilan, kehendak bebas, kejujuran dan tanggung jawab. Namun berdasarkan indikator keberhasilan usaha bisnis pada pendapatan dan volume penjualan belum sepenuhnya berjalan dengan baik karena volume penjualan dan pendapatan tidak selalu meningkat.⁹

Pada penelitian yang di lakukan Agus Tohawai dkk. yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Bawang Merah di Pasar

⁹ Tya Triana, “Analisis Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Penjualan dan Keberhasilan Usaha Bisnis (Studi Pada Konter HP Excel Cell Kecamatan Bungamayang, Lampung Utara.)” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2021), 58.

Sukomoro Nganjuk.” Hasilnya menunjukkan bahwa praktik transaksi jual beli Bawang Merah di Pasar Sukomoro Kabupaten Nganjuk dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam oleh pedagang. Nabi Muhammad, sebagai pedagang, memberikan konteks historis. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data primer diperoleh dari pedagang Bawang Merah partai, pedagang eceran, dan pembeli; sedangkan data sekunder berasal dari observasi dan arsip. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik transaksi umumnya mematuhi prinsip-prinsip Islam, seperti kejujuran dan menjauhi penipuan. Namun, masih ada ketidakpahaman dalam prinsip amanah dan persaingan sehat. Dalam penerapan etika bisnis Islam, sebagian pedagang belum sepenuhnya memahami prinsip pertanggungjawaban dan tauhid. Meskipun demikian, prinsip keadilan, kebebasan, dan ihsan telah diterapkan dengan baik dalam perdagangan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan meningkatkan pemahaman pedagang terhadap etika bisnis Islam¹⁰

Penelitian oleh Zainuddin dan Ummal Khoiriyah yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Jasa”. ini membahas. Yang dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: pertama, implementasi etika bisnis Islam yang diterapkan di percetakan CV. HAZHA dalam melayani konsumen telah sesuai dengan tuntunan syari’at secara menyeluruh. Prinsip-prinsip yang diterapkan yaitu prinsip tauhid, khilafah, ibadah, tazkiyah dan ihsan. Kedua, faktor-faktor pendukung yang membuat keberhasilan usaha

¹⁰ Agus Tohawai dkk, “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Bawang Merah di Pasar Sukomoro Nganjuk,” *Jurnal on Education*, 4 (04), (Agustus 2023): 17814

percetakan CV. HAZHA Banyuwangi ini adalah: telah diterapkannya bisnis berdasarkan etika bisnis Islam dengan benar seperti kejujuran, ketekunan, kesabaran, kesejahteraan karyawan, pelayanan yang prima, barang yang berkualitas, dan produk yang dipasarkan selalu berinovasi. Adapun faktor-faktor penghambat yang mempengaruhi keberhasilan usaha percetakan CV. HAZHA Banyuwangi ini adalah promosi barang yang masih belum maksimal dan banyaknya pesaing yang bermunculan.¹¹

Peneliti memilih implementasi etika bisnis Islam dalam pelayanan toko terhadap konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember. Hal ini merupakan sebuah pembaharuan dan evaluasi terkait beberapa penelitian terdahulu serta merupakan penelitian pertama pada pihak lembaga yang bersangkutan.

Dari keterangan di atas, penulis tertarik untuk meneliti dan mengangkat sebuah judul *“Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko pada Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember”*.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka diterapkan fokus pada penelitian ini :

1. Bagaimana Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko pada Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember?
2. Bagaimana Tantangan dan Hambatan Dalam Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko pada Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember?

¹¹ Zainuddin dan Ummal Khoiriyah, “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Jasa.” *Jurnal Lisan Al-Hal*, 15 (02), (Desember 2021): 341

C. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan Penelitian dari fokus penelitian di atas ialah

1. Mengetahui dan Memahami Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko pada Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember
2. Mengetahui Tantangan dan Hambatan Dalam Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko pada Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan berupa kegunaan yang bersifat teoretis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi peneliti, instansi, dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis. Penelitian yang dilakukan diharapkan memberikan manfaat, baik manfaat secara teoretis atau praktis. Masing-masing mamfaat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Manfaat dari penelitian ini yakni dapat menjadi pengetahuan, wawasan ilmu dan bahan dari pemikiran yang berguna baik untuk pembaca maupun penulis. Baik hal-hal tersebut berkaitan Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko pada Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember. Serta bisa digunakan untuk referensi data-data sekunder maupun primer untuk karya-karya ilmiah selanjutnya. yang dapat dijadikan sumber referensi. Dimana nantinya akan ada topik topik

penelitian baru yang selaras dengan penelitian ini sehingga dapat menjadi gagasan baru yang sifatnya melengkapi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Sebagai informasi, menambah wawasan dan pengetahuan serta pengembangan ilmu pengetahuan yang peneliti peroleh di bangku kuliah. Serta menambah ilmu baru yang nantinya juga akan menambah pengalaman dalam hal teori dan praktik terkait dengan Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko pada Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember. Juga dapat menjadi pengalaman sesuai dengan jurusan untuk nanti dalam hal suatu perusahaan/lembaga.

b. Bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Penemuan penelitian ini dapat ditambahkan ke perpustakaan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan digunakan sebagai sumber penelitian tambahan untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Program Studi Ekonomi Syariah, yang berkaitan dengan etika bisnis islam untuk pelayanan toko.

c. Bagi Lembaga

Sebagai bahan masukan, pengembangan dan perbandingan dengan perusahaan lain serta berguna untuk mengevaluasi kebijakan-kebijakan atau peraturan yang sudah diterapkan, khususnya dalam hal

Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko pada Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah ini berisikan tentang bagaimana istilah-istilah yang ada di dalam pembahasan dan menjadi pokok pembahasan di kupas dan di definisikan.

1. Implementasi.

Implementasi atau yang sering kita sebut penerapan adalah suatu kegiatan atau suatu tindakan dari sebuah rencana yang dibuat secara terperinci untuk mencapai suatu tujuan. Implementasi mulai dilakukan apabila seluruh perencanaan sudah dianggap sempurna. Implementasi menurut Jones bahwa proses mewujudkan program hingga memperlihatkan hasilnya jadi implementasi bisa di maksud juga sebagai tindakan yang dilakukan setelah suatu kebijakan ditetapkan, serta cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya.¹²

Menurut Nurdin Usman implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan.¹³ Pengertian diatas menjelaskan bahwa implementasi itu bukan hanya sekedar aktivitas saja tetapi sebuah kegiatan yang sudah terencana dan sudah di rencanakan dengan sungguh-sungguh.

¹² Mulyadi, *Implementasi Kebijakan* (Jakarta: Balai Pustaka, 2015)

¹³ Nurdin Usman, *Konteks implementasi berbasis kurikulum* (Jakarta: Grasindo, 2002), 170

Implementasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebuah penerapan atau tindakan terkait melaksanakan suatu manajemen risiko yang baik sehingga nantinya sebuah manajemen risiko dapat berjalan dengan baik sesuai dengan rencana yang sudah di rancang sebelumnya. Jadi sebuah manajemen risiko disini agar semua apa yang sudah di laksanakan bisa berhasil nantinya butuh sebuah pengimplementasian.

2. Etika Bisnis Islam.

Etika adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh berindak, dimana aturan-aturan tersebut daat bersumber dari aturan tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sanksi akan diterima. Dimana sanksi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung.¹⁴ Etika merupakan seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk. Bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, dan dibidang usaha. Sehingga bisnis merupakan suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.¹⁵ Etika juga merupakan cabang ilmu filsafat yang menelaah dan meneliti tingkah laku manusia. Tingkah laku ini sangat berpengaruh apabila harus berinteraksi dengan manusia lain apalagi memiliki budaya berbeda. Khususnya dalam bisnis dapat dicontohkan apabila staff masuk dalam ruangan rapat tanpa mengetuk pintu dan langsung memotong

¹⁴ Irham Fahmi, Etika Bisnis, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 3

¹⁵ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, Menggagas Bisnis Islam, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 15

pembicaraan yang sedang berlangsung. Etika adalah perbuatan dan perkataan yang dilakukan secara sadar merupakan ilmu yang membahas tentang tingkah laku manusia.

Etika menurut pandangannya di bagi menjadi dua yaitu:

- a. Etika sebagai praktis adalah nilai nilai atau norma norma moral sejauh di praktekkan walaupun seharusnya di praktekkan
- b. Etika sebagai refleksi adalah pemikiran moral, sebagai refleksi kita berfikir tentang apa yang dilakukan.¹⁶

Bisnis merupakan 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 services.” bisnis bergabung karena adanya keberuntungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya. Bisnis juga dipahami dengan satu kegiatan usaha individu 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, dari sekian banyak tujuan yang ada dalam bisnis profit, memegang

¹⁶ K. Bertens, Pengantar etika bisnis, (Yogyakarta: PT. Kanisius, 2013), h.30

peranan yang sangat berarti yang banyak dijadikan alasan tunggal didalam memulai bisnis.¹⁷

Dalam islam Bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang untuk menyediakan barang atau jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Sedangkan Etika disebut sebagai rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat akan membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji yang harus dipatuhi dan dijalankan. etika didalam bisnis sudah disepakati oleh orang-orang yang berbeda kelompok bisnis serta kelompok yang terkait lainnya. Hal itulah yang kemudian dijadikan sebagai acuan untuk mewujudkan tujuan dalam bisnis, antara lain: memberikan kesadaran dalam setiap pelaku bisnis adanya dimensi etis dalam bisnis, memperkenalkan argumentas- argumentasi moral bidang ekonomi maupun bisnis, serta bagaimana cara penyusunan, dan membantu untuk menentukan sikap moral yang tepat dalam menjalankan profesi.¹⁸ Sebagai ajaran hidup yang lengkap, Islam memberikan petunjuk atas semua aktivitas manusia termasuk ekonomi, tujuan ekonomi islam tidak lepas dari tujuan diturunkannya syariat Islam untuk mencapai Fallah (kesejahteraan/keselamatan) baik dunia maupun akhirat. Selain menetapkan etika bisnis, Islam mendorong umat manusia untuk mengembangkan bisnis.

¹⁷ Ika Yunia Fauzia, Etika Bisnis Dalam Islam, (Jakarta: Kencana, 2013), h.3

¹⁸ Fakhry Zamzam Dan Havis Aravik, Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), h. 1

Dalam kaitannya dengan paradigma Islam tentang etika bisnis, maka landasan filosofis yang harus dibangun dalam pribadi muslim adalah konsepsi hubungan manusia dengan manusia dan lingkungannya, serta hubungan manusia dengan tuhan, yang dalam agama dikenal dengan istilah (hablum minallah wanhablummanas) dengan berpegang pada landasan ini Maka setiap muslim yang bebisnis atau beraktivitas apapun akan merasa ada kehadiran “pihak ketiga” (Tuhan) disetiap aspek hidupnya. berikut Prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang menjadi dasar adalah sifat-sifat Rasulullah SAW yang terdiri dari:

1) Shiddiq

Shiddiq Shiddiq yang artinya benar. Dalam konteks menjalankan bisnis Islam tidak hanya benar dalam perkataan/ucapan namun juga dituntut benar dalam perbuatan. Amanah

2) Amanah

Amanah yang artinya dipercaya. Menjalankan bisnis sangat dibutuhkan kepercayaan antar pembisnis dan kosumen, untuk menumbuhkan kepercayaan seseorang kepada pelaku bisnis, pembisnis harus bertanggung jawab, memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan dan kesepakatan antara pembisnis dan konsumen tidak mengecewakan/merugikan salah satu pihak

3) Tabligh

Tabligh artinya menyampaikan, menjalankan bisnis Islam harus sesuai dengan kondisi barang yang akan dijual tidak menutup-nutupi kualitas

barang tersebut, kemudian sampaikan 20 dengan bahasa yang mudah dipahami oleh semua orang.

4) Fathanah

Fathonah artinya cerdik/cerdas. Dalam menjalankan bisnis Islam juga harus cerdas, cerdas dalam berkomunikasi bersama konsumen, cerdas mengatur strategi marketing, cerdas mempromosikan barang, cerdas dalam membaca situasi dalam menjalankan bisnis. Seorang pembisnis hendaknya memiliki komitmen serta menjaga etika bisnis, kemudian konsisten kepada sifat sifat Rasulullah SAW dalam menjalankan bisnis islam tersebut.¹⁹

3. Pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Selain itu juga bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas yang biasa (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan, jasa dan sumber daya, fisik atau barang, dan penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan. Sementara itu, perspektif pelayanan sebagai sebuah sistem, dimana setiap bisnis jasa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama: (1) operasi jasa, dan (2) penyampaian jasa lain.

¹⁹ Iwan Aprinato Dkk, Etika & Konsep Manajemen Bisnis,(Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), h.12.

Pelayanan juga diartikan perilaku petugas layanan dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan konsumen.²⁰

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat dipahami bahwa pelayanan merupakan suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu diberikan kepada orang lain, dalam hal ini, kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan atau keinginan pelanggan dengan tingkat persepsi mereka. Sehingga pengertian pelayanan pada intinya usaha melayani kebutuhan orang lain.²¹

Berdasarkan pernyataan di atas dapat dipahami bahwa yang dimaksud pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual atau penyedia jasa kepada orang lain dengan baik dengan tujuan memenuhi kebutuhan konsumen tersebut.

4. Konsumen

Kata konsumen berasal dari bahasa Inggris yaitu consumer. Dalam bahasa Belanda, istilah konsumen disebut dengan consument. Konsumen secara harfiah adalah “orang yang memerlukan, membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembutuh.”²¹ Istilah lain yang dekat dengan konsumen adalah “pembeli” (Inggris: buyer, Belanda: koper). Istilah koper ini dapat dijumpai dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Pengertian konsumen secara hukum tidak hanya terbatas kepada pembeli. Bahkan, jika disimak secara cermat pengertian konsumen sebagaimana di

²⁰ M. Nur Rianto Al-Alif. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah (Bandung; Alfabeta,2012), h 209

²¹ M. Nur Rianto Al-Alif. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah (Bandung; Alfabeta,2012), h 211

dalam Pasal 1 angka 2 UUPK, di dalamnya tidak ada disebut kata pembeli.¹⁵

Peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen di Indonesia, menjelaskan istilah “konsumen” sebagai definisi yuridis formal ditemukan pada pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut dengan UUPK). UUPK menyatakan “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”² Kamus Umum Bahasa Indonesia mendefinisikan konsumen sebagai lawan produsen, yakni pemakai barang-barang hasil industri, bahan makanan dan sebagainya. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (diberlakukan 5 Maret 2000). Konsumen adalah orang yang melakukan kegiatan konsumsi, konsumsi adalah kegiatan seseorang dalam mengurangi/ menghasilkan nilai guna suatu barang atau jasa. Konsumen dalam arti luas mencakup pada kriteria itu, sedangkan konsumen dalam arti sempit hanya mengacu pada konsumen pemakai terakhir.

”Pengertian konsumen dapat dibagi sebanyak 3 (tiga) macam yakni:

- a. Konsumen secara umum adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu;

- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial);
- c. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial)

F. Sistematika Pembahasan

Sebagai gambaran yang jelas mengenai sistem penulisan skripsi yang baik dan benar agar mudah dipahami. Adapun sistematika penulis pembahasan pada skripsi ini sebagai berikut:

Bab 1: Pendahuluan

Berisi tentang konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, metode penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II: Kajian Pustaka

Berisi tentang ringkasan kajian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan pada saat ini serta memuat kajian teori.

Bab III: Metode penelitian

Berisi tentang metode yang digunakan oleh peneliti meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, keabsahan data dan terakhir tahapan-tahapan penelitian.

Bab IV: Penyajian Data dan Analisis

Berisi tentang inti atau hasil penelitian, objek penelitian, penyajian data, analisis data dan pembahasan **temuan**.

Bab V: Kesimpulan dan Saran

Berisi kesimpulan dan hasil penelitian yang dilengkapi dengan saran dari peneliti.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah kajian hasil penelitian yang relevan dengan masalah yang diteliti. Kegunaan penelitian terdahulu adalah untuk membedakan antara penelitian ini dengan penelitian yang sejenis, serta untuk melihat persoalan yang terkait dengan permasalahan yang diteliti. Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya. Dengan melakukan cara ini, maka dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan. Adapun penelitian terdahulu dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Jurnal yang disusun oleh Nurmeiny Putri Ramadhany, Havis Aravik, Choirunnisak yang berjudul “*Analisi Penerapan Etik Bisnis Islam terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Rozza Bakery Palembang*”

Skripsi ini menggunakan Metodologi penelitian dengan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara sumber, dokumenasi, dan validitas data dengan menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian dari implemntasi etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang antara lain: Masih terdapat tindak kecurangan yang dilakukan oleh beberapa pedagang, seperti

permainan dalam takaran timbangan, mencampurkan kualitas barang yang baik dengan yang rendah, dan tidak amanah atas barang dagangannya. Disisi lain, masih terdapat pedagang yang memiliki sikap jujur dan ada juga pedagang yang memberikan diskon kepada pelanggannya. Dampak dari kecurangan yang dilakukan pedagang yaitu menurunkan kredibilitasnya dan hilangnya tingkat kepercayaan serta minat pembeli terhadap pedagang. dan Kendala yang dihadapi pelanggan dalam penerapan etika bisnis Islam yaitu kurangnya pemahaman tentang etika bisnis Islam.²²

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait penerapan Etika Bisnis Islam serta sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif sedangkan Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di Pasar baru Lumajang dan juga perbedaanya penelitian ini terkait etika pelayanan sedangkan penelitian terdahulu terkait Etika keseluruhan.

2. Jurnal yang disusun oleh Azizah Rahmawati, Shintya Terisna Sari yang berjudul "*Penerapan Etika Bisnis Islam pada Masyarakat Modern*".

Skripsi ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian lapangan (Field Research). Pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini yaitu: 1)

²² Muhammad Ali Sofyan, "Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan di Pasar Baru Lumajang" (Skripsi, UIN KAS Jember, 2024), 49.

pelayanan di Ritel Basmalah Cabang Jenggawah sangat memperhatikan kenyamanan konsumen dengan meliputi: berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih, percaya diri, bersikap akrab dan murah senyum, menyapa dengan lemah lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal, tenang, sopan, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan, berbicara dengan bahasa yang baik, jangan menyela atau memotong pembicaraan, mampu meyakinkan konsumen dan memberikan kepuasan, dan jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada mintalah bantuan. 2) Ritel Basmalah Jenggawah menerapkan Etika Bisnis Islam dalam kegiatan bisnisnya dengan sebaik mungkin. Terdapat 7 prinsip Etika Bisnis Islam yang diterapkan oleh Ritel Basmalah Jenggawah yaitu: a) kesatuan atau tauhid. b) keseimbangan. c) kehendak bebas. d) tanggung jawab. e) jujur. f) produk yang dijual halal. g) tidak melakukan praktek mal bisnis.²³

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait penerapan pelayanan berbasis Etika Bisnis Islam serta sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif sedangkan Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di toko ritel Basmalah cabang jenggawah Jember, dan juga perbedaannya di jenis toko yakni penelitian ini merupakan toko kelontong sedangkan penelitian terdahulu toko retail.

²³ Yuliana Mahdiyah Datt Arina, "Implementasi Pelayanan Konsumen di Ritel Basmalah Cabang Jemnggawah Kabupaten Jember dalam Perspektif etika Bisnis Islam" (Skripsi, UIN KHAS Jember, 2023), 58.

3. Jurnal yang disusun oleh Septi Handayani, Desi Insani, Nonie Afriyanti dengan judul “*Strategi Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (pada Toko My Lova Kota Bengkulu)*”.

Dalam penelitian ini Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian fenomenologi kualitatif. Subjek Penelitian ini adalah pada empat konsumen toko CV. Fajar Baru Kelurahan Balangnipa, Kecamatan Sinjai Utara. Objek pada penelitian ini adalah Penerapan Etika Bisnis Islam pada Toko CV. Fajar Baru Kelurahan Balangnipa Kecamatan Sinjai Utara. Adapun tehnik pengumpulan data yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Tehnik analisis data, yaitu: reduksi data, penyajian data dan pengelola data yang dapat ditarik atau verifikasi datanya. Hasil penelitian menunjukkan, Pertama, Pemahaman Etika Bisnis Islam Pada Toko Pakaian CV. Fajar Baru sudah ada beberapa yang paham dan proses perdagangannya dapat di lihat dari karyawan atau pengelolanya menerapkan konsep siddiq, amanah, fatanah dan tabligh (komunikatif) kepada pembeli dalam mempromisokan barang jualannya. Kedua, Penerapan Etika Bisnis Islam sudah sesuai dengan yang di terapkan oleh CV. Fajar Baru pada proses penjualannya menjelaskan kualitas barang jualan dengan kepada pembeli dengan sangat detail kemudian penentuan harga barang tidak banyak dari

moda awalnya hal demikian bisa di tarik intisari bahwa kejujuran, amanah, fatanah dan tabligh pada Toko Pakaian CV. Fajar Baru sudah maksimal.²⁴

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait penerapan Etika Bisnis Islam serta sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif sedangkan Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di toko pakaian Cv fajar Utama Balangnipa Sinjai Utara , dan juga perbedaanya penelitian ini terkait etika pelayanan sedangkan penelitian terdahulu terkait Etika keseluruhan.

4. Jurnal yang disusun oleh Agus Tohawai dkk. yang berjudul “*Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Bawang Merah di Pasar Sukomoro Nganjuk.*”

Hasilnya menunjukkan bahwa praktik transaksi jual beli Bawang Merah di Pasar Sukomoro Kabupaten Nganjuk dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam oleh pedagang. Nabi Muhammad, sebagai pedagang, memberikan konteks historis. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data primer diperoleh dari pedagang Bawang Merah partai, pedagang eceran, dan pembeli; sedangkan data sekunder berasal dari observasi dan arsip. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik transaksi umumnya mematuhi prinsip-prinsip Islam, seperti kejujuran dan menjauhi penipuan. Namun, masih ada

²⁴ Rosma Rohali, “Penerapan Etika Bisnis Islam pada Toko Pakian CV Fajar Baru di Kelurahan Balangnipa Kecamatan Sinjai Utara” (Skripsi, UIAD Sinjay, 2023), 46. .

ketidapkahaman dalam prinsip amanah dan persaingan sehat. Dalam penerapan etika bisnis Islam, sebagian pedagang belum sepenuhnya memahami prinsip pertanggungjawaban dan tauhid. Meskipun demikian, prinsip keadilan, kebebasan, dan ihsan telah diterapkan dengan baik dalam perdagangan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan meningkatkan pemahaman pedagang terhadap etika bisnis Islam.²⁵

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait penerapan Etika Bisnis Islam serta sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif sedangkan Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di Pasar Sukomor Nganjuk, dan juga perbedaanya penelitian ini terkait etika pelayanan sedangkan penelitian terdahulu terkait Etika keseluruhan.

5. Jurnal yang disusun oleh Tri Mutiara Anaya yang berjudul “*Penerapan Etika Bisnis Islam dalam pelayanan Prima di SMK Bina Kerja*”

Permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana strategi penjualan Kitty Hijab di Instagram menurut Etika Bisnis Islam dan bagaimana penerapan Etika Bisnis Kitty Hijab melalui sudut pandang Prinsip Prinsip Etika Bisnis Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi penjualan Kitty Hijab di Instagram menurut Etika Bisnis Islam dan mengetahui penerapan etika bisnis Kitty Hijab melalui sudut pandang

²⁵ Agus Tohawai dkk, “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Bawang Merah di Pasar Sukomoro Nganjuk.,” *Jurnal on Education*, 4 (04), (Agustus 2023): 17814

Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam. Penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian yang jenis dan sifatnya deskriptif, riset kepustakaan dan kualitatif, yang didalamnya terdapat upaya-upaya dalam mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan mengenai Penelitian tentang “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Toko Kitty Hijab Bandar Lampung melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram”, sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Hasil dari penelitian ini adalah Meningkatnya angka grafik penggunaan internet dan bersosial media untuk berbisnis ternyata tidak membuat iii Kitty Hijab merasa berkecil hati karena banyaknya pesaing. Justru membuat Kitty Hijab semakin bersemangat untuk lebih berinovasi. Secara garis besar Kitty Hijab sudah menerapkan Etika Bisnis Islam melalui fungsi-fungsi bisnis Islam, strategi pemasaran bisnis Islam. Mengedepankan kejujuran, ketepatan, meningkatkan loyalitas serta kepuasan konsumen²⁶

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait penerapan Etika Bisnis Islam serta sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif sedangkan Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di toko Kitty hijab Bandar lampung, dan juga

²⁶ Suci Justika, “Penerapan Etika Bisnis Islam pada Toko Kitty Hijab Bandar Lampung Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram” (Skripsi, UIN Raden Intan lampung, 2022), 55.

perbedaannya penelitian ini terkait etika pelayanan sedangkan penelitian terdahulu terkait Etika dalam pemanfaatan media social intagram.

6. Jurnal yang disusun oleh Rianti yang berjudul “*Analisi Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam terhadap Transaksi Jual Beli pada Marketplace Lazada*”

Hasilnya menunjukkan bahwa konter HP Excel Cell sudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam pelayanan penjualan. Namun konter HP Excel Cell Bungamayang belum sepenuhnya menerapkan dasar-dasar pelayanan. Meskipun karyawan konter HP Excel Cell Bungamayang belum sepenuhnya menerapkan dasar-dasar pelayanan berdasarkan kemampuan dan tindakan yang baik, namun dalam menerapkan dasar-dasar pelayanan berdasarkan sikap, perhatian, dan tanggung jawab, konter Hp Excel Cell Bungamayang sudah menerapkan sesuai dengan dasar-dasar pelayanan tersebut. Penerapan prinsip Etika Bisnis Islam konter HP Excel Cell Bungamayang sudah diterapkan dengan baik terhadap kemajuan bisnis, dapat dilihat dari tinjauan prinsip tauhid, keadilan, kehendak bebas, kejujuran dan tanggung jawab. Namun berdasarkan indikator keberhasilan usaha bisnis pada pendapatan dan volume penjualan belum sepenuhnya berjalan dengan baik karena volume penjualan dan pendapatan tidak selalu meningkat.²⁷

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait penerapan pelaynan dalam Etika Bisnis Islam serta sama sama menggunakann metode penelitian kualitatif deskriptif sedangkan

²⁷ Tya Triana, “Analisis Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Penjualan dan Keberhasilan Usaha Bisnis (Studi Pada Konter HP Excel Cell Kecamatan Bungamayang, Lampung Utara.)” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2021), 58.

Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di Konter HP Excel Cell bangunmayang Lampung utara juga perbedaanya penelitian ini terkait etika pelayanan sedangkan penelitian terdahulu terkait prinsip etikanya.

7. Jurnal yang disusun oleh Zainuddin dan Ummal Khoiriyah yang berjudul “*Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Jasa*”.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: pertama, implementasi etika bisnis Islam yang diterapkan di percetakan CV. HAZHA dalam melayani konsumen telah sesuai dengan tuntunan syari’at secara menyeluruh. Prinsip-prinsip yang diterapkan yaitu prinsip tauhid, khilafah, ibadah, tazkiyah dan ihsan. Kedua, faktor-faktor pendukung yang membuat keberhasilan usaha percetakan CV. HAZHA Banyuwangi ini adalah: telah diterapkannya bisnis berdasarkan etika bisnis Islam dengan benar seperti kejujuran, ketekunan, kesabaran, kesejahteraan karyawan, pelayanan yang prima, barang yang berkualitas, dan produk yang dipasarkan selalu berinovasi. Adapun faktor-faktor penghambat yang mempengaruhi keberhasilan usaha percetakan CV. HAZHA Banyuwangi ini adalah promosi barang yang masih belum maksimal dan banyaknya pesaing yang bermunculan.²⁸

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait penerapan Etika Bisnis Islam serta sama sama

²⁸ Zainuddin dan Ummal Khoiriyah, “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Jasa.” *Jurnal Lisan Al-Hal*, 15 (02), (Desember 2021): 341

menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif sedangkan perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di CV Hazha Banyuwangi juga perbedaannya penelitian ini terkait pelayanan Barang sedangkan penelitian terdahulu terkait Pelayanan Jasa.

8. Jurnal yang disusun oleh Alwi Musa Muzaiyin yang berjudul “*Analisis sistem pelayanan jasa Wedding Organizer Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (studi kasus di UD. Santoso Wedding Organizing)*”

Permasalahan dalam penelitian ini adalah (1) bagaimana penerapan etika bisnis Islam di Rabbani Palembang? (2) apa faktor penghambat dan pendukung penerapan bisnis Islam? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis Islam dan faktor apa saja yang menjadi penghambat dan pendukung etika bisnis Islam di Rabbani cabang Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan melalui data primer dan sekunder, kemudian alat untuk pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data adalah deskriptif kualitatif dengan cara reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Penelitian ini menganalisis teori anoraga yaitu prinsip-prinsip etika bisnis Islam terdapat kejujuran, ketepatan, loyalitas dan kedisiplinan. Hanya saja dari ke empat prinsip etika bisnis Islam tersebut terdapat kendala untuk menerapkan prinsip

ketepatan dalam melakukan pengiriman produk kepada konsumen Rabbani..²⁹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait penerapan Etika Bisnis Islam serta sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif sedangkan Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di toko Busana Muslim Rabbani Cabang Palembang juga perbedaanya penelitian ini terkait etika pelayanan sedangkan penelitian terdahulu terkait etika keseluruhannya.

9. Jurnal yang disusun oleh Permadi dan Raziki Waldan yang berjudul *“Etika Binis Islam dan Penerapan dalam Usaha Studi Kasus pada Toko Roti gembul di Kota Pontianak.”*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep dan penerapan etika bisnis Islam yang ada pada toko Roti Gembul di Kota Pontianak. Penelitian ini adalah deskriptif-kualitatif. Sumber penelitian adalah toko Roti Gembul yang ada di Kota Pontianak. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi dan member check. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: (1) konsep etika bisnis Islam yang diterapkan pada

²⁹ Lusiyana Tandiyah, “Penerapan Etika Bisnis Islam di Toko Busana Muslim Rabbani Cabang Palembang” (Skripsi, UIN Palembang, 2021), 34

Roti Gembul adalah konsep tauhid, konsep akhlak, konsep kejujuran, konsep adil serta konsep halal dan haram, dan (2) penerapan etika bisnis Islam pada Roti Gembul adalah memberikan standar wajib kepada anggota untuk melaksanakan shalat tepat waktu dan membaca Al-Quran setiap hari minimal satu halaman dan standar pelayanan dengan salam, senyum sapa, menanyakan nama pembeli, kemudian mengucapkan salam sambil mendoakan pembeli.³⁰

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait penerapan Etika Bisnis Islam serta sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif sedangkan Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di Toko Roti Gembul Pontianak juga perbedaanya penelitian ini terkait etika pelayanan sedangkan penelitian terdahulu terkait etika keseluruhannya.

10. Jurnal yang disusun oleh Bayu Kurniawan Dwiatama yang berjudul “*Etika Bisnis islam dalam Pelayanan Haji dan Umroh.*”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan perilaku konsumen terhadap pelayanan toko sembako di pasar Sekampung dalam perspektif etika bisnis Islam. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah jenis penelitian lapangan (field research), bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data yang peneliti gunakan adalah sumber data

³⁰ Permadi dan Raziki Waldan, “Etika Binis Islam dan Pnerapan dalam Usaha Studi Kasus pada Toko Roti gembul di Kota Pontianak.” *Jurnal Manajemen Dakwah*, 1 (01), (Desember 2020): 67

primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer diperoleh dari pemilik toko sembako, konsumen serta karyawan yang ada di pasar Sekampung. Sumber data sekunder diperoleh dari buku-buku, internet dan kepustakaan lainnya. Metode pengumpulan data, peneliti menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode analisis data peneliti menggunakan analisis data kualitatif dengan menggunakan cara berpikir induktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen yang membeli sembako di pasar Sekampung ini termasuk ke dalam perilaku rasional dan irasional. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli sembako di pasar Sekampung adalah pengaruh lingkungan yaitu masyarakat dan keluarga. Selain itu, ada faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu harga dan pelayanan. Pelayanan yang diberikan oleh konsumen di pasar Sekampung belum memenuhi prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu tanggung jawab dan kebenaran.³¹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait Etika Bisnis Islam serta sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di Pasar Sembako Sekampung perbedaannya penelitian ini terkait penerapan sedangkan penelitian terdahulu terkait Analisis.

³¹ Apriyani, "Analisis Pelayanan Toko Sembako di Pasar Sekampung terhadap Perilaku Konsumen Perspektif Etika Bisnis" (Skripsi, IAIN Metro, 2019), 41

Tabel 1
Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1	Muhammad Ali Sofyan Tahun 2024 “Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk meningkatkan Penjualan di Pasar Baru Lumajang “	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait penerapan Etika Bisnis Islam serta sama sama menggunakann metode penelitian kualitatif deskriptif	Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di Pasar baru Lumajang dan juga perbedaanya penelitian ini terkait etika pelayanan sedangkan penelitian terdahulu terkait Etika keseluruhan.
2	Yuliana Mahdiyah Daat Arina, Tahun 2023 “Implementasi Pelayanan di ritel basmalah Cabang Jenggawah Kabupaten Jember dalam Prespektif Etika Bisnis Islam.”	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait penerapan pelayanan berbasis Etika Bisnis Islam serta sama sama menggunakann metode penelitian kualitatif deskriptif	Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di toko ritel Basmalah cabang jenggawah Jember dan juga perbedaanya ada di jenis toko kalau penelitian ini toko kelontong kalau penelitian terdahulu toko retail
3	Rosma Rohali, Tahun 2023 “Penerapan etika Bisnis Islam pada Toko Pakaian CV Fajar Baru di Kelurahan Balangnipa Kecamatan Sinjai	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait penerapan Etika Bisnis Islam serta sama sama menggunakann	Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di toko pakaian Cv fajar

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
	Utara.”	metode penelitian kualitatif deskriptif	Utama Balangnipa Sinjai Utar , dan juga perbedaanya penelitian ini terkait etika pelayanan sedangkan penelitian trerdahulu terkait Etika keseluruhan.
4	Agus Tohawi dkk., tahun 2023 “Penerapan Etika bisnis Islam dalam perdagangan Bawang merah di Pasar Sukomoro Nganjuk”	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait penerapan Etika Bisnis Islam serta sama sama menggunakann metode penelitian kualitatif deskriptif	Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di Pasar Sukomor Nganjuk, dan juga perbedaanya penelitian ini terkait etika pelayanan sedangkan penelitian trerdahulu terkait Etika keseluruhan.
5	Suhaimi, Wahidahwati, Tahun 2021. “Implementasi manajemen risiko untuk kredit usaha mikro (kum) dalam meminimalisir kredit bermasalah di bidang kredit modal kerja.”	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait penerapan Etika Bisnis Islam serta sama sama menggunakann metode penelitian kualitatif deskriptif	Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di toko Kitty hijab Bandar lampung, dan juga perbedaanya penelitian ini terkait etika pelayanan sedangkan penelitian trerdahulu terkait Etika dalam pemanfaatan media social intagram.
6	Tya Triana, Tahun 2021. “Analisis Prinsip Etika Bisnis	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah	Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
	islam dalam Pelayanan Penjualan dan Keberhasilan usaha Bisnis studi pada Konter HP Excel Cell Kecamatan Bangunmayang, Lampung Utara.”	sama-sama membahas terkait penerapan pelaynan dalam Etika Bisnis Islam serta sama sama menggunakann metode penelitian kualitatif deskriptif	penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di Konter HP Excel Cell bangunmayang Lampung utara juga perbedaanya penelitian ini terkait etika pelayanan sedangkan penelitian terdahulu terkait prinsip etikanya.
7	Zainuddin dan Ummal Khoiriyah, Tahun 2021. “Implementasi Etika Bisnis islam dalam Pelayanan Jasa”	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait penerapan Etika Bisnis Islam serta sama sama menggunakann metode penelitian kualitatif deskriptif	Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di CV Hazha Banyuwangi dan juga perbedaanya penelitian ini terkait pelayanan Barang sedangkan penelitian terdahulu terkait Pelayanan Jasa.
8	Lusiyana Tandiyah, Tahun 2021 “Penerapan etika Bisnis Islam di Toko Busana Muslim Rabbani Cabang Palembang“.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait penerapan Etika Bisnis Islam serta sama sama menggunakann metode penelitian kualitatif deskriptif	Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di toko Busana Muslim Rabbani Cabang Palembang dan juga perbedaanya penelitian ini terkait etika pelayanan sedangkan penelitian terdahulu terkait etika

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
			keseluruhannya.
9	Permadi dan Razaki Waldan, Tahun 2020. “Etika Bisnis Islam dan Penerapan dalam usaha studi Kasus pada Toko roti Gembul di Kota Pontianak”	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait penerapan Etika Bisnis Islam serta sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif	Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di Toko Roti Gembul Pontianak juga perbedaanya penelitian ini terkait etika pelayanan sedangkan penelitian terdahulu terkait etika keseluruhannya
10	Apriyani, Tahun 2019. “Analisis Pelayanan toko Sembako di Pasar Sekampung terhadap Perilaku Konsumen Prespektif Etika Bisnis Islam”	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah sama-sama membahas terkait Etika Bisnis Islam serta sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif	Perbedaan penelitian ini dengan yang sekarang adalah dari tempat penelitian ini bertempat di toko Jawara Plastik balung jember sedangkan penelitian terdahulu bertempat di Pasar Sembako Sekampung dan juga perbedaanya penelitian ini terkait penerapannya sedangkan penelitian terdahulu terkait Analisis pelayanannya.

Sumber: diolah peneliti tahun 2024

B. Kajian Teori.

1. Implementasi

a. Pengertian Implementasi

Secara etimologis implementasi itu dapat dimaksudkan sebagai suatu aktivitas yang bertalian dengan penyelesaian suatu pekerjaan

dengan penggunaan sarana (alat) untuk memperoleh hasil. Apabila pengertian implementasi di atas dirangkaikan dengan kebijakan publik, maka kata implementasi kebijakan publik dapat diartikan sebagai aktivitas penyelesaian atau pelaksanaan suatu kebijakan publik yang telah ditetapkan/ disetujui dengan penggunaan sarana (alat) untuk mencapai tujuan kebijakan. Dengan demikian, dalam proses kebijakan publik, implementasi kebijakan merupakan tahapan yang bersifat praktis dan dibedakan dari formulasi kebijakan yang dapat dipandang sebagai tahapan yang bersifat teoritis.³²

Dari uraian di atas diperoleh suatu gambaran bahwa, implementasi kebijakan publik merupakan proses kegiatan administratif yang dilakukan setelah kebijakan ditetapkan/ disetujui. Kegiatan ini terletak di antara perumusan kebijakan dan evaluasi kebijakan. Implementasi kebijakan mengandung logika yang top-down, maksudnya menurunkan/menafsirkan alternatif-alternatif yang masih abstrak atau makro menjadi alternatif yang bersifat konkrit atau mikro. Sedangkan formulasi kebijakan mengandung logika bottom-up, dalam arti proses ini diawali dengan pemetaan kebutuhan publik atau pengakomodasian tuntutan lingkungan lalu diikuti dengan pencarian dan pemilihan alternatif cara pemecahannya, kemudian diusulkan untuk ditetapkan.

³² Tachjan, Implementasi Kebijakan Publik (Bandung: AIPI Bandung-Pusat KP2W Lemit Unpad,2016),23

b. Model-Model Implementasi

Ada beberapa model Implementasi kebijakan public antara lain:

- 1) Model Van Meter dan Van Horn Model pertama adalah model yang paling klasik yang diperkenalkan oleh Donald Van Meter dan Carl Van Horn (1975). Model ini menegaskan bahwa: “Implementasi kebijakan berjalan secara linier dari kebijakan publik, implementor, dan kinerja kebijakan publik”.
- 2) Model Mazmanian dan Sabatier Model yang kedua adalah model yang ditawarkan oleh Danial Mazmanian dan Paul A. Sabatier (1983) yang menegaskan bahwa : “Implementasi kebijakan adalah upaya melaksanakan keputusan kebijakan”. Mazmanian dan Paul A. Sabatier, mengklasifikasikan proses implementasi kebijakan ke dalam tiga variabel
- 3) Model Hoogwood & Gun Model ketiga adalah Model yang diketengahkan oleh Brian W. Hoogwood & Lewis A. Gun (1978), yang menegaskan bahwa: untuk melakukan implementasi kebijakan diperlukan beberapa syarat yaitu: a) Berkenaan dengan jaminan bahwa kondisi eksternal yang dihadapi oleh lembaga/badan pelaksana tidak akan menimbulkan masalah yang besar, dan lain lain
- 4) Model Grindle Model keempat adalah model Merilee S. Grindle (1980), yang menegaskan bahwa: “Keberhasilan proses implementasi kebijakan sampai kepada tercapainya hasil,

tergantung kepada kegiatan program yang telah dirancang dan pembiayaan cukup, selain dipengaruhi oleh Content of Policy (isi kebijakan) dan Context of Implementation (konteks implementasi)”.

5) Model Elmore, Lipsky, Hjern & O'Porter Model kelima adalah model yang ditawarkan oleh Richard Elmore (1979), Michael Lipsky (1971), dan Benny Hjern & David O'Porter (1981), menegaskan bahwa: “Model ini di mulai dari mengidentifikasi jaringan aktor yang terlibat di dalam proses pelayanan dan menanyakan kepada mereka: tujuan, strategi, aktivitas, dan kontak-kontak yang mereka miliki”.

6) Model Nakamura dan Smallwood Model ini menggambarkan proses implementasi kebijakan secara detail. Karena begitu detailnya, maka model ini relatif relevan diterapkan pada semua kebijakan. Tabel berikut ini menjelaskan keterkaitan antara pembentukan kebijakan dengan implementasi kebijakan secara praktikal. J E M B E R

7) Model George Edwards III Edwards III (1980) mengemukakan: “In our approach to the study of policy implementation, we begin in the abstract and ask: What are the preconditions for successful policy implementation? What are the primary obstacles to successful policy implementation?” Untuk menjawab pertanyaan penting itu, maka Edwards III (1980)

menawarkan dan mempertimbangkan empat faktor dalam mengimplementasikan kebijakan publik, yakni: “Communication, resources, dispositions or attitudes, and bureaucratic structure”.

8) Model Jan Merse Jan Merse mengemukakan bahwa: “Model Implementasi kebijakan dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut: a) informasi, b) isi Kebijakan, c) dukungan Masyarakat (fisik dan non fisik), dan d) pembagian potensi. Khusus dukungan masyarakat berkaitan erat dengan partisipasi masyarakat sebagai salah satu stakeholder dalam proses pelaksanaan program”

9) Model Warwic Warwic mengatakan bahwa: “Dalam Implementasi kebijakan terdapat faktor-faktor yang perlu diperhatikan, yaitu: a) Kemampuan Organisasi, b) Informasi, c) Dukungan, dan d) pembagian potensi

10) Model Rippley dan Franklin Menurut Rippley dan Franklin bahwa: “Keberhasilan implementasi kebijakan program ditinjau dari tiga faktor: a) perspektif kepatuhan yang mengukur implementasi dari kepatuhan aparatur pelaksana, b) keberhasilan implementasi diukur dari kelancaran rutinitas dan tiadanya persoalan, dan c) implementasi yang berhasil mengarah kepada kinerja yang memuaskan semua pihak terutama kelompok penerima manfaat program”

11) Model Charles O. Jones, Charles O. Jones mengatakan bahwa: Implementasi kebijakan adalah suatu kegiatan yang dimaksudkan untuk mengoperasikan sebuah program dengan memperhatikan tiga aktivitas utama kegiatan, yaitu: 1) Organisasi, 2) Interpretasi, dan 3) Aplikasi (penerapan).

12) Model Goggin Brown, dkk Goggin Brown, dkk dalam bukunya *Implementation Theory and Practice Toward a Third Generation*, secara implisit mensyaratkan 3 (tiga) hal penting dalam implementasi kebijakan, yakni: 1) isi pesan, 2) bentuk pesan, dan 3) persepsi tentang pimpinan. Ketiga hal tersebut selanjutnya dijabarkan kedalam sebelas indikator

13) Model Jaringan Model ini menegaskan bahwa proses implementasi kebijakan adalah sebuah complex of interaction processes di antara sejumlah besar aktor yang berada dalam suatu jaringan (network) aktor-aktor yang independen. Interaksi di antara para aktor dalam jaringan tersebutlah yang akan menentukan bagaimana implementasi harus dilaksanakan, permasalahan-permasalahan yang harus dikedepankan, dan diskresi-diskresi yang diharapkan menjadi bagian penting di dalamnya

14) Model Matland Richard Matland (1995) mengembangkan sebuah model yang disebut dengan Model Matriks Ambiguitas-Konflik yang menjelaskan bahwa: “implementasi secara

administratif adalah implementasi yang dilakukan dalam keseharian operasi birokrasi pemerintahan. Kebijakan di sini memiliki ambiguitas atau kemenduaan yang rendah dan konflik yang rendah. Implementasi secara politik adalah implementasi yang perlu dipaksakan, karena walaupun ambiguitasnya rendah, tingkat konfliknya tinggi. Implementasi secara eksperimen dilakukan pada kebijakan yang mendua, namun tingkat konfliknya rendah. Implementasi secara simbolik dilakukan pada kebijakan yang mempunyai ambiguitas tinggi dan konflik rendah. Implementasi secara simbolik dilakukan pada kebijakan yang mempunyai ambiguitas tinggi dan konflik yang tinggi.³³

2. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

1) Pengertian Etika

Etika merupakan cabang ilmu filsafat yang menelaah dan meneliti tingkah laku manusia. Tingkah laku ini sangat berpengaruh apabila harus berinteraksi dengan manusia lain apalagi memiliki budaya berbeda. Khususnya dalam bisnis dapat dicontohkan apabila staff masuk dalam ruangan rapat tanpa mengetuk pintu dan langsung memotong pembicaraan yang sedang berlangsung. Etika adalah perbuatan dan perkataan yang

³³ Yulianto Kadji, Formulasi dan Implementasi Kebijakan Publik(Gorontalo:UNG Press,2015),54

dilakukan secara sadar merupakan ilmu yang membahas tentang tingkah laku manusia, Ahmad yani mengartikan sebagai ilmu yang menjelaskan baik dan buruk, menerapkan apa yang seharusnya dilakukan, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dan apa yang seharusnya diperbuat.

Adapun definisi etika yang perlu diketahui:

- a) Etika Diskriptif adalah etika yang berkaitan dengan nilai dan ilmu pengetahuan yang membahas masalah baik dan buruk tingkah laku manusia dalam kehidupan masyarakat.
- b) Etika Normatif adalah Ukuran umum atau norma-norma yang bisa dipakai atau disepakati masyarakat untuk menanggapi atau menilai tingkah laku seseorang dalam masyarakat.
- c) Etika Kefilsafatan adalah analisa tentang predikat kesuilan, etis dan tidak etis.³⁴

2) Pengertian Bisnis

Bisnis merupakan 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 services.” bisnis bergabung karena adanya keberuntungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya. Bisnis juga dipahami dengan satu kegiatan usaha

³⁴ Aselina Endang Trihastuti, Etika Bisnis Islam, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), h, 11

individu 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, dari sekian banyak tujuan yang ada dalam bisnis profit, memegang peranan yang sangat berarti yang banyak dijadikan alasan tunggal didalam memulai bisnis.³⁵

3) Etika Bisnis Islam

Bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang untuk menyediakan barang atau jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Sedangkan Etika disebut sebagai rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat akan membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji yang harus dipatuhi dan dijalankan, etika didalam bisnis sudah disepakati oleh orang-orang yang berbeda kelompok bisnis serta kelompok yang terkait lainnya. Hal itulah yang kemudian dijadikan sebagai acuan untuk mewujudkan tujuan dalam bisnis, antara lain: memberikan kesadaran dalam setiap pelaku bisnis adanya dimensi etis dalam bisnis, memperkenalkan argumentasi-argumentasi moral bidang ekonomi maupun bisnis,

³⁵ Ika Yunia Fauzia, Etika Bisnis Dalam Islam, (Jakarta: Kencana, 2013), h,3.

serta bagaimana cara penyusunan, dan membantu untuk menentukan sikap moral yang tepat dalam menjalankan profesi.³⁶

System etika islam berbeda dengan etika sekuler dan dari ajaran ajaran moral yang diyakini agama lain Sebagai ajaran hidup yang lengkap,³⁷ Islam memberikan petunjuk atas semua aktivitas manusia termasuk ekonomi, tujuan ekonomi islam tidak lepas dari tujuan diturunkannya syariat Islam untuk mencapai Fallah (kesejahteraan/keselamatan) baik dunia maupun akhirat. Selain menetapkan etika bisnis, Islam mendorong umat manusia untuk mengembangkan bisnis. Dalam kaitannya dengan paradigma Islam tentang etika bisnis, maka landasan filosofis yang harus dibangun dalam pribadi muslim adalah konsepsi hubungan manusia dengan manusia dan lingkungannya, serta hubungan manusia dengan tuhan, yang dalam agama dikenal dengan istilah (hablum minallah wanhablummanas) dengan berpegang pada landasan ini. Maka setiap muslim yang bebisnis atau beraktivitas apapun akan merasa ada kehadiran “pihak ketiga” (Tuhan) disetiap aspek hidupnya. Keyakinan ini harus menjadi bagian integral dari setiap muslim dalam berbisnis. Hal ini karena bisnis dalam islam tidak semata-mata orientasi dunia tetapi harus punya visi akhirat yang jelas. Dengan kerangka pemikiran seperti

³⁶ Fakhry Zamzam Dan Havis Aravik, Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), h. 1.

³⁷ Muhammad, Etika Bisnis Islam, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2004), h.41

itulah maka persoalan etika dalam bisnis menjadi sorotan penting dalam ekonomi Islam.³⁸

b. Prinsip Prinsip Etika Bisnis Islam

Membangun prinsip yang mengedepankan etika bisnis Islam yang sehat, seyogianya dimulai dari pemahaman seorang pembisnis mengetahui etika-etika dalam berbisnis, prinsip dari etika bisnis Islam itu sendiri tidak keluar dari ajaran Islam. Islam itu sendiri telah mengatur berbagai macam aspek, artinya nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran Islam yang terdiri dari “akhlak” mulai dari mengutamakan kejujuran, disiplin serta bertanggung jawab. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang menjadi dasar adalah sifat-sifat Rasulullah SAW yang terdiri dari:

1) Shiddiq

Shiddiq yang artinya benar. Dalam konteks menjalankan bisnis Islam tidak hanya benar dalam perkataan/ucapan namun juga dituntut benar dalam perbuatan.

2) Amanah

Amanah yang artinya dipercaya. Menjalankan bisnis sangat dibutuhkan kepercayaan antar pembisnis dan kosumen, untuk menumbuhkan kepercayaan seseorang kepada pelaku bisnis, pembisnis harus bertanggung jawab, memenuhi sesuatu sesuai

³⁸ Fakhry Zamzam Dan Havis Aravik, Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), h. 7.

dengan ketentuan dan kesepakatan antara pembisnis dan konsumen tidak mengecewakan/merugikan salah satu pihak

3) Tabligh

Tabligh artinya menyampaikan, menjalankan bisnis Islam harus sesuai dengan kondisi barang yang akan dijual tidak menutup-nutupi kualitas barang tersebut, kemudian sampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh semua orang.

4) Fathanah

Fathanah artinya cerdas/cerdas. Dalam menjalankan bisnis Islam juga harus cerdas, cerdas dalam berkomunikasi bersama konsumen, cerdas mengatur strategi marketing, cerdas mempromosikan barang, cerdas dalam membaca situasi dalam menjalankan bisnis. Seorang pembisnis hendaknya memiliki komitmen serta menjaga etika bisnis, kemudian konsisten kepada sifat sifat Rasulullah SAW dalam menjalankan bisnis islam tersebut.³⁹

c. Fungsi etika Bisnis Islam

Fungsi bisnis pada intinya mempersiapkan segala produk yang dibutuhkan oleh masyarakat serta mendesain sesuatu yang bersifat biasa saja atau bernilai kecil menjadi sesuatu yang luar biasa atau bernilai besar. Dalam konteks berbisnis secara Islami haruslah

³⁹ Iwan Aprinato Dkk, Etika & Konsep Manajemen Bisnis, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), h.12.

mengedepankan etika bisnis Islam “akhlak” karena akhlak sebagai modal utama

Terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam diantaranya adalah:

- 1) Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- 2) Etika bisnis mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islam, dan cara biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spritualisme, yang kemudian terangkum didalam etika bisnis Islam.⁴⁰
- 3) Etika bisnis terutama etika bisnis Islam juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis moderen ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan Sunnah.⁴¹

Fungsi etika bisnis Islam merupakan penerpan aturan-aturan dalam menjalankan bisnis agar tidak keluar dari norma-norma atau ajaran Islam. Agama Islam mengatur segala aspek, termasuk dalam berbisnis.

⁴⁰ Fauzan,. Nurul, S., & Ika, M. N. (2023). Etika Bisnis Dan Profesi. *Indigo Media. Diambil, 13.*

⁴¹ Iwan Aprinato Dkk, Etika & Konsep Manajemen Bisnis, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), h.7.

3. Pelayanan

a. Pengertian pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Selain itu juga bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas yang biasa (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan, jasa dan sumber daya, fisik atau barang, dan penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.⁴²

Sementara itu, perspektif pelayanan sebagai sebuah sistem, dimana setiap bisnis jasa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama: (1) operasi jasa, dan (2) penyampaian jasa lain. Pelayanan juga diartikan perilaku petugas layanan dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan konsumen.⁴³

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat dipahami bahwa pelayanan merupakan suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu diberikan kepada orang lain, dalam hal ini, kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan atau keinginan pelanggan dengan tingkat persepsi mereka. Sehingga

⁴² Siti Indah P. Y., & Wulandari, A. (2023). Pengaruh Brand Pride, Web Design Quality, E-Service Quality dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention E-Commerce Shopee Pada Konsumen Milenial Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)*, 3(2), 111-124.

⁴³ M. Nur Rianto Al-Alif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah* (Bandung; Alfabeta, 2012), h 209.

pengertian pelayanan pada intinya usaha melayani kebutuhan orang lain.⁴⁴

Berdasarkan pernyataan diatas dapat dipahami bahwa yang dimaksud pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual atau penyedia jasa kepada orang lain dengan baik dengan tujuan memenuhi kebutuhan konsumen tersebut

b. Tujuan Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah beberapa hal yang diberikan karyawan terhadap pelanggan guna memberikan kepuasan kepada konsumen, ukuran pelayanan bukan hanya ditentukan oleh pihak yang dilayani, karna merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan untuk memenuhi kepuasannya yaitu:

- 1) Kualitas pelayanan dalam bentuk fisik yaitu kemampuan perusahaan/toko sembako dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal/konsumen/masyarakat. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik toko sembako dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan
- 2) Kualitas pelayanan dalam bentuk kehandalan karyawan yaitu kemampuan toko sembako untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

⁴⁴ M. Nur Rianto Al-Alif. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah (Bandung; Alfabeta,2012), h 211.

- 3) Kualitas pelayanan dalam bentuk ketanggapan karyawan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas.
- 4) Kualitas pelayanan dalam bentuk empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.⁴⁵

Dalam merumuskan macam-macam dan tujuan dari kualitas pelayanan, maka toko sembako harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan kualitas barang dan layanan. Disamping itu adanya suatu macam-macam sistem pelayanan yang baik peran divisi pemasaran merupakan peran strategis dalam menentukan masa depan perusahaan melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia, baik melalui perkembangan kreatifitas, fleksibilitas, maupun proaktif.⁴⁶

Strategi pelayanan, suatu strategi untuk memberikan layanan dengan mutu yang sebaik mungkin kepada para pelanggan, sumber daya manusia yang memberikan layanan, sitem pelayanan, prosedur dan tata cara untuk memberikan layanan kepada para pelanggan yang

⁴⁵ M. Nur Rianto Al-Alif. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah (Bandung; Alfabeta,2012), h 220.

⁴⁶ Lina Anatan dan Lena Ellitan, Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Bisnis Modern, (Bandung; Alfabeta, Tahun 2009), h.133

melibatkan seluruh fasilitas fisik memiliki dan seluruh sumber daya manusia yang ada

c. Factor Faktor Yang Memengaruhi Pelayanan

Menurut Parasuraman untuk mengetahui kualitas pelayanan umumnya menggunakan 5 (lima) dimensi, diantaranya adalah sebagai berikut:⁴⁷

1) Tangibles atau bukti langsung

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen

2) Realibility atau keandalan

Realibility atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.

3) Responsiveness atau ketanggapan

Responsiveness atau ketanggapan merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

4) Assurance atau jaminan

Assurance merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.

⁴⁷ A. Valerie Parasuraman, *Delivering Quality Service* diterjemahkan oleh Sutanto, (New York: the Free Press, h. 162

5) Emphaty atau empati

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumsi secara individu.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi timbulnya pelayanan yaitu:

- a) Faktor adanya rasa cinta dan kasih sayang. Cinta dan kasih sayang membuat manusia bersedia mengorbankan apa yang ada padanya sesuai kemampuannya, diwujudkan menjadi layanan dan pengorbanan dalam batas ajaran agama, norma, sopan santun, dan kesusilaan yang hidup dalam masyarakat.
- b) Faktor adanya keyakinan untuk saling tolong menolong sesamanya. Rasa tolong menolong merupakan gerak naluri yang sudah melekat pada manusia. Apa yang dilakukan oleh seseorang untuk orang lain karena diminta oleh orang yang membutuhkan pertolongan hakikatnya adalah pelayanan, disamping ada unsur pengorbanan, namun kata pelayanan tidak pernah digunakan dalam hubungan ini.
- c) Faktor adanya keyakinan bahwa berbuat baik timbul dari orang yang bukan berkepentingan untuk membantu orang yang membutuhkan bantuan, proses ini disebut pelayanan.

4. Konsumen

a. Pengertian Konsumen

Peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen di Indonesia, menjelaskan istilah “konsumen” sebagai definisi yuridis formal ditemukan pada pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut dengan UUPK). UUPK menyatakan “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”² Kamus Umum Bahasa Indonesia mendefinisikan konsumen sebagai lawan produsen, yakni pemakai barang-barang hasil industri, bahan makanan dan sebagainya. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (diberlakukan 5 Maret 2000). Konsumen adalah orang yang melakukan kegiatan konsumsi, konsumsi adalah kegiatan seseorang dalam mengurangi/ menghasilkan nilai guna suatu barang atau jasa. Konsumen dalam arti luas mencakup pada kriteria itu, sedangkan konsumen dalam arti sempit hanya mengacu pada konsumen pemakai terakhir.⁴⁸

”Pengertian konsumen dapat dibagi sebanyak 3 (tiga) macam yakni:

⁴⁸ Musaidah, A., Ahmadio, A., & Masrohatin, S. (2024). The influence of halal label, price, and brand image on cosmetic product purchase decisions among female students at FEBI UIN KHAS Jember. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(1).

1. Konsumen secara umum adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu;
2. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial);
3. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial)

b. Macam Macam Konsumen

pengertian konsumen dalam pasal 1 angka 2 UUPK. Konsumen adalah

1) Setiap orang

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah “orang” sebetulnya menimbulkan keraguan, apakah hanya, orang individual yang lazim disebut *natuurlijke person* atau termasuk juga badan hukum (*rechtspersoon*). Hal ini berbeda dengan pengertian yang diberikan untuk “pelaku usaha” dalam pasal 1 angka 3 UUPK yang secara eksplisit membedakan kedua pengertian *persoon* diatas, dengan menyebutkan katakataf: “orang perseorangan atau badan usaha.” Tentu yang paling tepat tidak membatasi pengertian konsumen itu sebatas pada orang

perseorangan. Namun, konsumen harus mencakup juga badan usaha, dengan makna lebih luas daripada badan hukum. UUPK tampaknya berusaha menghindari penggunaan kata “produsen” sebagai lawan dari kata “konsumen.” untuk itu, digunakan kata “pelaku usaha” yang bermakna lebih luas. Istilah terakhir ini dipilih untuk memberi arti sekaligus bagi kreditur (penyedia dana), produsen, penyalur, penjual dan terminologi lain yang lazim diberikan. Bahkan, untuk kasus-kasus spesifik seperti dalam kasus periklanan, pelaku usaha ini juga mencakup perusahaan media, tempat iklan itu ditayangkan. 17

2) Pemakai

Sesuai dengan bunyi penjelasan pasal 1 angka 2 UUPK “pemakai” menekankan, konsumen adalah konsumen akhir (ultimate consumer). Istilah pemakai dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut, sekaligus menunjukkan, barang dan/atau jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari transaksi jual beli. Artinya, yang diartikan sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan/atau jasa itu. Dengan kata lain, dasar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak perlu harus kontraktual (the privity of contract). Dapat dilihat bahwa konsumen tidak hanya sekedar sebagai pembeli saja tetapi semua orang (perseorangan atau badan usaha) yang mengkonsumsi jasa

dan/atau barang. Keterkaitan disini adalah dimana pelaku usaha dan konsumen tidak hanya sebatas pada transaksi jual beli saja melainkan di saat konsumen tersebut ikut dalam menikmati manfaat dari barang atau jasa yang diberikan oleh si pelaku usaha, sehingga pada saat suatu nanti apabila dia merasa dirugikan maka dapat mengajukan klaim atas ketidaknyamanan terhadap barang atau jasa yang didapatnya dari pelaku usaha tersebut. Dapat disimpulkan bahwa konsumen berdasarkan directive adalah pribadi yang menderita kerugian (jiwa, kesehatan maupun benda) akibat pemakaian produk yang cacat untuk keperluan pribadinya. Jadi, 18 konsumen yang dapat memperoleh kompensasi atas kerugian yang dideritanya adalah “pemakai produk cacat untuk keperluan pribadi.”

3) Barang dan/atau Jasa

Berkaitan dengan istilah barang dan/atau jasa, sebagai pengganti terminologi tersebut digunakan kata produk. Saat ini “produk” sudah berkonotasi barang atau jasa, semula kata produk hanya mengacu pada pengertian barang. Dalam dunia perbankan, misalnya istilah produk dipakai juga untuk menamakan jenis-jenis layanan perbankan. UUPK mengartikan barang sebagai setiap benda, baik berwujud ataupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai,

dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak menjelaskan perbedaan istilah-istilah “dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan.” Sementara itu, jasa diartikan sebagai setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen. pengertian “disediakan bagi masyarakat” menunjukkan jasa itu harus ditawarkan kepada masyarakat. Artinya, harus lebih dari satu orang. Jika demikian halnya, layanan yang bersifat khusus (tertutup) dari individual, tidak tercakup dalam pengertian tersebut. Kata-kata “ditawarkan kepada masyarakat” itu harus ditafsirkan sebagai bagian dari suatu transaksi konsumen. Artinya, seseorang yang karena kebutuhan mendadak lalu menjual rumahnya kepada orang lain, tidak dapat dikatakan perbuatannya itu sebagai transaksi konsumen, si pembeli tidak dapat dikategorikan sebagai “konsumen” menurut UUPK.

4) Yang Tersedia dalam Masyarakat

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran (lihat juga bunyi pasal 9 ayat (1) huruf e UUPK). Dalam perdagangan yang makin kompleks dewasa ini, syarat itu tidak mutlak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen. Misalnya, perusahaan pengembangan (developer) perusahaan sudah biasa mengadakan transaksi terlebih dahulu

sebelum bangunannya jadi. Bahkan, untuk jenis-jenis transaksi konsumen tertentu, seperti futures trading, keberadaan barang yang diperjualbelikan bukan sesuatu yang diutamakan.

5) Bagi Kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang Lain, Makhluk Hidup Lain

Transaksi konsumen ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain. Unsur yang diletakkan dalam definisi itu mencoba untuk memperluas pengertian kepentingan. Kepentingan ini tidak sekedar ditujukan untuk diri sendiri dan keluarga, tetapi juga barang dan/atau jasa itu untuk diperuntukkan bagi orang lain (diluar diri sendiri dan keluarganya), bahkan untuk makhluk hidup lain, seperti hewan dan tumbuhan. Dari sisi teori kepentingan, setiap tindakan manusia adalah bagian dari kepentingannya. Oleh sebab itu, penguraian 20 unsur itu tidak menambah makna apa-apa karena pada dasarnya tindakan memakai suatu barang dan/atau jasa (terlepas ditujukan untuk siapa dan makhluk hidup lain), juga tidak terlepas dari kepentingan pribadi. Seseorang yang membeli makanan untuk kucing peliharaannya, misalnya berkaitan dengan kepentingan pribadi orang itu untuk memiliki kucing yang sehat.

6) Barang dan/atau Jasa itu tidak untuk Diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam UUPK ini dipertegas yakni hanya konsumen akhir. Batasan itu sudah biasa dipakai dalam peraturan

perlindungan konsumen berbagai negara. Secara teoritis hal demikian terasa cukup baik untuk mempersempit ruang lingkup pengertian konsumen walaupun dalam kenyataannya, sulit menetapkan batasbatas seperti itu.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari perspektif partisipan. Partisipan adalah orang-orang yang diajak berwawancara, diobservasi, diminta memberikan data, pendapat, pemikiran, berdasarkan persepsinya.⁴⁹ Alasan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengetahui mengenai dalam terkait penerapan Etika Bisnis Islam di Toko Plastik Jawa Balung.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan fenomena atau kejadian secara rinci dengan menggunakan kata-kata sebagai medium utama, dan bukan melalui representasi gambar. Dengan demikian, penelitian deskriptif menjadi sarana yang tepat untuk merinci dan menjelaskan fenomena yang menjadi fokus kajian. Dalam penelitian deskriptif, peneliti berperan sebagai pengamat yang mencatat serta menganalisis data secara mendalam untuk menghasilkan gambaran yang akurat terkait dengan peristiwa atau objek penelitian. Pendekatan ini memungkinkan untuk merinci karakteristik, pola, dan relasi antarvariabel yang terlibat. Oleh karena itu, penggunaan metode deskriptif

⁴⁹ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 11-12.

diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap konteks penelitian yang sedang dijelaskan.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini di Toko Plastik Jawara Yang bertempat di Desa Tututl Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Alasan memilih lokasi ini karena di Toko Plastik Jawara Balung memiliki beragam konsumen yang beragam karakter dan merupakan toko plastic satu satunya di desa tersebut. Alasan di atas tentunya di dukung oleh sumber daya manusia yang kompeten di bidangnya sehingga peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian di Toko Jawara Plastik Balung.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian sebagai sumber informasi yang dibutuhkan untuk mendapatkan data di dalam penelitian, peneliti menggunakan teknik *purposive* atau penemuan informan yang ditentukan sendiri oleh peneliti.⁵⁰

Adapun informan yang dipilih dalam penelitian adalah:

1. Kepala Toko (Pemilik): Adi Permana
2. Karyawan Toko: Ali Rochman dan Andre
3. Konsumen/Pembeli: Hadi dan Marhun

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini ada 3 yang penulis gunakan, yaitu:

⁵⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2015), 218.

1. Observasi

Dalam rangka mengeksplorasi dan memahami secara mendalam fenomena yang menjadi fokus penelitian, metode observasi menjadi pilihan utama. Observasi merupakan suatu pendekatan penelitian yang memungkinkan peneliti untuk mengamati dan mencatat gejala yang tampak pada objek penelitian secara sistematis. Untuk meminimalisir bias dan memastikan objektivitas, peneliti mengadopsi metode observasi non partisipan. Dalam konteks ini, peneliti bertindak sebagai pengamat independen yang tidak terlibat secara langsung dalam situasi yang diamati, sehingga mampu menjaga ketidakberpihakan dan keobjektifan dalam pengamatan.

Peneliti mengadakan observasi atau pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti dan untuk mengungkapkan data-data sebagai berikut:

- a. Lokasi atau tempat: Toko Plastik Jawara Balung Jember
- b. Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko di Toko Jawara Plastik Balung Jember
- c. Kendala kendala yang didapatkan ketika melakukan proses Pelayanan Toko Berbasis Etika Bisnis Islam di Toko Jawara Plastik Balung Jember.

2. Wawancara

Metode wawancara telah dipilih sebagai teknik utama dalam mengumpulkan data, menggali pemahaman, dan mendapatkan wawasan mendalam tentang fenomena yang diteliti. Wawancara merupakan suatu bentuk percakapan yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu antara

narasumber, yang memberikan informasi, dan peneliti, yang bertugas sebagai penanya. Pendekatan wawancara yang diterapkan adalah wawancara tidak terstruktur.⁵¹ Wawancara tidak terstruktur memberikan kebebasan dan keterbukaan dalam berkomunikasi, memungkinkan narasumber untuk menyampaikan informasi dengan lebih leluasa. Pendekatan ini sangat sesuai untuk penelitian ini, terutama dalam tahap awal penelitian atau untuk penelitian yang membutuhkan pemahaman mendalam tentang pandangan dan pengalaman responden. Dengan mengadopsi wawancara tidak terstruktur, diharapkan dapat terbentuk ruang diskusi yang alami dan otentik, memperkaya data yang diperoleh.⁵²

Dalam hal ini peneliti lebih menggunakan pelaksanaan wawancara dengan *face to face* yaitu peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan tatap muka dengan informan. Pada penelitian ini mengadakan tanya jawab secara langsung dengan informan yaitu Kepala Toko, Karyawan, dan Pembeli.

Wawancara yang peneliti terapkan adalah wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Dalam hal ini tidak semua Karyawan dan Pembeli di Toko Jawara Plastik Balung Jember diwawancarai oleh peneliti, hanya beberapa bagian saja yang bersangkutan dengan data yang dibutuhkan oleh peneliti. Yang mana peneliti mewawancarai Kepala Toko, Karyawan Toko, dan Pembeli di Lingkungan Toko plastic Jawara Balung Jember. Dengan hal ini, peneliti akan memperoleh data sebagai berikut :

⁵¹ Lexy J. Moleong, "Metode Penelitian Kualitatif" (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2016), 186.

⁵² Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis" (Bandung : ALFABETA, 2002) ,132

a. Proses Penerapan Etika Bisnis islam dalam Pelayanan Toko di Toko Jawara Plastik Balung Jember

b. Kendala Kendala yang didapatkan ketika melakukan Proses Penerapan Etika Bisnis islam dalam Pelayanan Toko di Toko Jawara Plastik Balung Jember.

3. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, dokumentasi menjadi elemen penting dalam mengumpulkan data terkait dengan Toko Plastik Jawara Balung Jember. Dokumentasi mencakup berbagai jenis data, seperti catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda, dan sumber informasi lainnya. Metode dokumentasi memungkinkan peneliti untuk mendapatkan gambaran umum yang komprehensif tentang berbagai aspek yang terkait dengan subjek penelitian. Pengumpulan data melalui dokumentasi membantu dalam mengeksplorasi informasi historis, kebijakan, prosedur, dan konteks operasional Toko Plastik Jawara Balung Jember. Oleh karena itu, metode dokumentasi diintegrasikan ke dalam desain penelitian untuk mendukung upaya pemahaman yang holistik dan mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Pendekatan ini memberikan dasar yang kuat untuk menganalisis dan menginterpretasi data yang bersifat faktual dan kontekstual:

- a. Laporan data Konsumen tetap.
- b. Struktur organisasi Toko plastik jawara balung.
- c. Foto terkait dengan aktifitas penelitian di Toko Plastik Jawara Balung.

Pentingnya teknik dokumentasi sebagai metode penelitian adalah tidak terbantahkan. Dalam konteks penelitian ini, teknik dokumentasi

digunakan sebagai alat tambahan untuk melengkapi dan memvalidasi data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara. Sang peneliti menjalankan proses studi mendalam terhadap berbagai dokumen terkait, dengan tujuan untuk memahami konteks yang lebih luas, memverifikasi temuan, dan meningkatkan validitas data. Analisis dokumen melibatkan kajian mendalam terhadap berbagai sumber informasi tertulis, seperti catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda, dan sebagainya. Proses ini dilakukan secara cermat dan sistematis, memastikan bahwa data yang dihimpun memiliki dasar yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan. Teknik dokumentasi menjadi landasan penting dalam memastikan akurasi dan kehandalan hasil penelitian ini.

Adapun data yang diperoleh dari bahan dokumen adalah:

- a. Sejarah berdirinya Toko Plastik Jawara Balung Jember
- b. Struktur karyawan Toko Plastik Jawara Balung
- c. Visi dan Misi Toko Plastik Jawara Balung
- d. Dokumen lain yang relevan diperoleh dari berbagai sumber yang dilakukan validitasnya dalam memperkuat analisis objek pembahasan.

E. Analisis Data

Penelitian kualitatif memberikan fleksibilitas dalam melakukan analisis data, baik ketika peneliti berada di lapangan maupun setelah kembali dari lapangan. Proses analisis data dilakukan secara simultan dengan pengumpulan data, memungkinkan peneliti untuk terlibat secara langsung dalam pengelolaan dan interpretasi informasi yang diperoleh. Pendekatan analisis interaktif, seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman, menjadi

landasan metodologis untuk mengurai dan memahami kompleksitas data.⁵³

Dan proses analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan empat tahap, yaitu:

1. Pengumpulan Data

Data yang berhasil dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi menjadi inti catatan lapangan yang saya susun. Catatan lapangan ini dirinci dalam dua aspek utama: deskriptif dan reflektif. Catatan deskriptif mencakup aspek alami, menggambarkan apa yang saya lihat, dengar, saksikan, dan alami sendiri selama proses penelitian. Ini adalah catatan yang bersifat objektif, tanpa penambahan pendapat atau penafsiran subjektif dari peneliti terhadap fenomena yang diamati. Sementara itu, catatan reflektif menjadi wadah bagi kesan, komentar, pendapat, dan interpretasi pribadi saya terhadap temuan yang dijumpai. Bagian ini memberikan dimensi subjektif pada catatan lapangan, mencerminkan pemahaman dan pandangan peneliti terhadap data yang terkumpul. Kedua jenis catatan ini saling melengkapi, menciptakan gambaran yang komprehensif dan mendalam terhadap konteks penelitian. Catatan ini juga menjadi landasan untuk perencanaan pengumpulan data pada tahap berikutnya dalam penelitian ini.

2. Reduksi Data

Setelah berhasil mengumpulkan sejumlah data, langkah selanjutnya adalah melakukan reduksi data. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menyaring data, memilih informasi yang relevan dan memiliki

⁵³ V. Wiranta Sujarweni, *“Metedologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi”*(Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015).23

makna signifikan. Fokus utama pada reduksi data adalah mempertahankan elemen-elemen yang dapat memberikan kontribusi dalam memecahkan masalah penelitian, menemukan pola, memberikan makna, atau merespon pertanyaan penelitian. Proses ini melibatkan penyederhanaan dan penyusunan data secara sistematis, memperinci hal-hal yang esensial mengenai hasil temuan dan signifikansinya. Dalam melakukan reduksi data, hanya informasi yang berkaitan erat dengan permasalahan penelitian yang dipertahankan, sementara data yang tidak relevan dengan fokus penelitian dieliminasi. Reduksi data ini berfungsi sebagai alat analisis yang mengarahkan, mengelompokkan, dan mengorganisir data dengan tujuan memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan yang akurat.

3. Penyajian Data

Pada tahap penyajian data, peneliti memiliki beberapa pilihan untuk menyampaikan hasil penelitian. Jenis-jenis penyajian data melibatkan bentuk tulisan atau kata-kata, gambar, grafik, dan tabel. Tujuan dari penyajian data ini adalah untuk mengintegrasikan informasi sehingga dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang keadaan yang sedang dipelajari. Dalam konteks ini, untuk memastikan bahwa peneliti dapat menguasai informasi secara efektif, disarankan untuk menyajikan data dalam bentuk naratif, matriks, atau grafik. Penggunaan naratif membantu dalam menyusun cerita atau uraian yang menggambarkan informasi secara terstruktur. Matriks dapat digunakan untuk menyajikan data dalam format tabel, sementara grafik dapat membantu memvisualisasikan tren atau pola

yang mungkin sulit diungkapkan dengan kata-kata. Peneliti perlu menyadari bahwa tata cara penyajian data sangat penting untuk memudahkan pemahaman dan mencegah informasi yang terlalu tersebar atau sulit diinterpretasikan. Oleh karena itu, penggunaan naratif, matriks, atau grafik disarankan agar data tetap terorganisir dengan baik, memastikan pemahaman yang tepat, dan mencegah kesimpulan yang tidak akurat atau bersifat tendensius. Display data dianggap sebagai bagian integral dari proses analisis data dan harus dihadirkan dengan kesadaran akan dampaknya terhadap interpretasi hasil penelitian.

4. Penarikan Kesimpulan

Proses penarikan kesimpulan dalam penelitian ini diintegrasikan sepanjang perjalanan penelitian. Mulai dari tahap awal, ketika data terkumpul dengan jumlah yang memadai, peneliti sudah memulai pembentukan kesimpulan sementara. Seiring dengan bertambahnya kelengkapan data dari wawancara dan observasi, kesimpulan tersebut menjadi lebih solid. Peneliti senantiasa berusaha mencari makna dalam data yang terkumpul dengan mencari pola, tema, hubungan, dan persamaan. Pada tahap awal, kesimpulan bersifat tentatif dan mungkin diragukan, namun seiring dengan bertambahnya data dari hasil wawancara dan observasi, kesimpulan tersebut mengalami klarifikasi dan verifikasi. Kesimpulan yang diperoleh diinterpretasikan dan diperjelas selama penelitian berlangsung. Data yang terkumpul kemudian disatukan ke dalam unit-unit informasi yang membentuk kategori, dengan memegang

prinsip holistik. Hal ini memungkinkan terbentuknya kategori baru dari kategori yang sudah ada, menciptakan landasan yang kuat untuk kesimpulan akhir. Proses ini memastikan bahwa kesimpulan yang diambil dapat diandalkan, terbuka untuk interpretasi, dan dapat memberikan pemahaman yang mendalam terkait dengan fenomena yang diteliti.⁵⁴

F. Keabsahan Data

Teknik untuk memeriksa keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik yang menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data dan memeriksa data yang diluar data untuk pengecekan sebagai pembanding data penelitian.⁵⁵ Hasil pengumpulan data yang berasal dari observasi, wawancara, dan dokumentasi agar data yang didapatkan valid.

Peneliti menggunakan jenis triangulasi sumber untuk menguji keabsahan data. Triangulasi sumber adalah teknik untuk mendapatkan data dari yang telah diperoleh berbagai sumber.⁵⁶ Peneliti menjadikan pihak Toko Plastik Jawara balung (Kepala Toko dan Kwryawan Toko), dan Pembeli/Konsumen untuk mendapatkan sumber dan pengecekan data yang selanjutnya diolah menggunakan triangulasi sumber yang berasal dari pengumpulan data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi.

⁵⁴ Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis" (Bandung: ALFABETA, 2002), 274.

⁵⁵ Pritandhari Meyta dan Triani Ratnawuri, "Analisis Pembelajaran Monopoli Ekonomi (Monokomi) pada Siswa *Boarding School*," *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, no.2 (2018): 103.

⁵⁶ Meyta dan Triani, "Analisis Pembelajaran Monopoli Ekonomi (Monokomi) pada Siswa *Boarding School*," 103.

G. Tahap-Tahap Penelitian

Pada tahap *penelitian*, peneliti melakukan beberapa tahapan, yakni:

1. Tahap pra-lapangan

Tahap pertama yang dilakukan dalam hal ini oleh peneliti adalah mencari beberapa masalah yang ada, setelah itu dilanjutkan dengan mencari referensi-referensi yang terkait. Peneliti mengambil permasalahan tentang Manajemen risiko kredit dengan mengangkat judul “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko terhadap Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember”.

Adapun tahap-tahap Pra Lapangan adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan lokasi penelitian.
- b. Menyusun rancangan penelitian.
- c. Mengurus perizinan.
- d. Menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Tahap Lapangan

Setelah mendapatkan izin penelitian, peneliti akan memasuki objek penelitian dan langsung melakukan pengumpulan data dengan observasi dan wawancara untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penerapan manajemen risiko.

3. Tahap Penyelesaian

Setelah peneliti mendapatkan sebuah data, maka selanjutnya data tersebut di analisis. Selanjutnya langkah yang dilakukan oleh peneliti

adalah membuat laporan penelitian. Laporan penelitian tersebut kemudian diserahkan kepada dosen pembimbing yakni Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Toko Plastic Jawara Balung

Toko Jawara Plastik sebagai Toko Plastik Satu satunya dan yang paling terkenal di desa Balung Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember, Toko ini didirikan pada tahun 2016 oleh pak Adi awalnya toko ini hanya menjual beberapa barang seperti plastic dan beberapa bahan kue, tetapi lambat laun toko ini menjual beberapa barang dagangan yang membuat toko ini masih tetap bertahan sejauh ini. Awal mula pak Adi Mendirikan toko ini hanya berdua dengan istrinya yang berawal dari membuka jualan kecil-kecilan di depan rumah sampai memiliki toko sendiri. Pak Adi dan istri awalnya hanya iseng ingin jualan tapi akhirnya toko ini bertahan, hingga saat ini Toko ini memiliki beberapa karyawan yang akhirnya menjadi Toko yang mampu bersaing.

Pak Adi berharap Toko ini dapat dilanjutkan ke beberapa generasi setelahnya karena sudah memiliki banyak pelanggan tetap yang akhirnya mampu berjalan sejauh ini, perlu juga adanya dorongan beberapa pihak agar usaha yang dia mulai dari tahun 2016 tidak sia sia dan membuahkan hasil maksimal sehingga bisa bersaing ke jenjang berikutnya bahkan keinginan beliau bisa membuka berbagai cabang di jember bahkan se Indonesia. Semangat pak Adi terus tetap membara agar bisa membawa dampak positif bagi keluarga dan usahanya.

2. Visi dan Misi Toko Plastik Jawara Balung

a. Visi

“Menjadi Toko Plastik Yang Berdaya Saing di Level Lokal
Maupun Nasional”.

b. Misi

- 1) Menjadi Toko {Plastik jawara Balung Toko yang berintegritas dan membangun perkonomian warga lokal maupun nasional.
- 2) Menjadikan Toko Jawara Plastik wadah Bagi Masyarakat balung dalam setiap Kebutuhan Rumah Tangga.

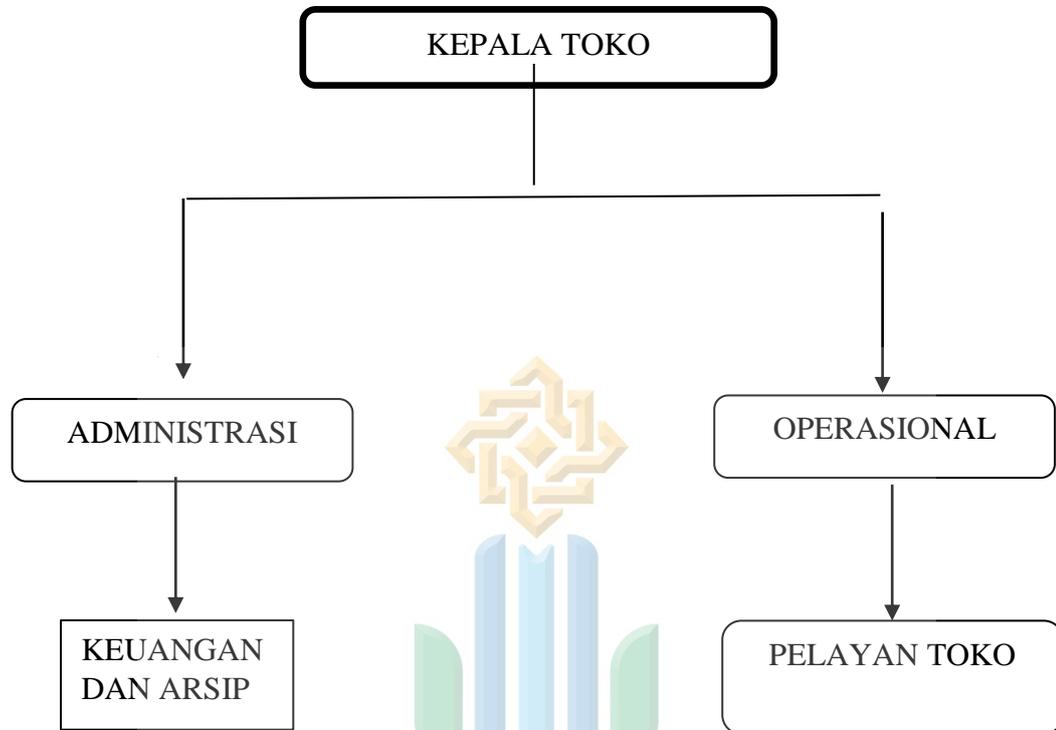
3. Struktur Organisasi Toko Plastik Jawara Balung

Menurut James A. Toner, menyebutkan bahwa didalam struktur organisasi terdapat hubungan antara berbagai komponen-komponen dan posisi-posisi disetiap perusahaan.⁵⁷ Dengan adanya struktur organisasi dapat mencapai tujuan dengan baik melalui memberikan sebuah gambaran yang jelas mengenai tugas dan tanggung jawab setiap posisi tersebut. Struktur Toko Jawara Plastik Balung Jember sebagai berikut:

J E M B E R

⁵⁷ T. Hani Handoko, *Manajemen Edisi 2* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2000) , 169.

4.1 Gambar Struktur Toko Jawara Plastik



Sumber: Dokumentasi Toko Jawara Plastik 2024

Dari struktur diatas dapat diketahui bahwa terdapat beberapa posisi yang memiliki tugas sekaligus tanggung jawab yang berbeda untuk mencapai tujuan Toko jawara Plastik Balung Jember, sebagai berikut:

a. Kepala Toko

Kepala toko memiliki peran yang sangat vital dalam mengelola dan mengawasi berbagai aspek operasional di dalam toko tersebut. Tugas utamanya melibatkan pengawasan terhadap pegawai-pegawai dan karyawannya, penerimaan dan analisis terhadap laporan keuangan yang diberikan oleh karyawan terkait, pengatur strategi penjualan, evaluasi dan pengawasan pelaksanaan rencana dan strategi pemasaran, pengambilan keputusan dan kebijakan terkait proses jual beli, serta

pembinaan hubungan yang baik dengan karyawan dan pembeli, khususnya mereka yang memiliki potensi memberikan manfaat dan perkembangan positif bagi toko. Melalui peran multifungsi ini, kepala toko memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga kelancaran dan kesuksesan operasional toko tersebut.

b. Karyawan Toko

Karyawan atau pelayan toko memiliki peran sentral dalam proses pemasaran penjualan Toko, yang melibatkan penjualan barang pokok dagangan toko tersebut, termasuk modal kerja atau stok barang dagang. Selain itu, pelayan toko juga bertanggung jawab untuk mengumpulkan informasi yang relevan terkait penjualan dan segmentasi pasar. Setelah itu, pelayan juga melakukan analisis dan evaluasi terhadap calon konsumen. Selama proses ini, pelayan juga berperan aktif dalam melayani kebutuhan dan menanggapi keluhan konsumen, memastikan bahwa hubungan antara konsumen dan toko tetap optimal dan berkelanjutan. Pelayan/karyawan toko juga berperan membersihkan dan menyetok barang dagangan serta menata rapi penjualan.

c. Keuangan dan Arsip

Mengelola keuangan, melakukan perencanaan, dan memberikan pelayanan administrasi keuangan. Tugas pengadministrasi keuangan juga meliputi penerimaan, pencatatan, dan

pendokumentasian berkas persuratan, naskah dinas, dan laporan keuangan. Serta tugas arsip adalah sebagai berikut:

- a) Memilah dan memindahkan arsip
- b) Menilai penyusutan arsip
- c) Menyimpan, merawat, mengawetkan, dan memproduksi arsip
- d) Melakukan penjilidan dan restorasi arsip

Adapun susunan karyawan pada Toko Jawara Plastik Balung Jember adalah sebagai berikut:

- 1) Kepala Toko: 1 (Satu)
- 2) Karyawan Toko: 2 (Dua)
- 3) Keuangan dan Arsip: 1 (Satu)

B. Penyajian Data dan Analisis

1. Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko pada Konsumen di Toko Jawara Plastik balung Jember.

Etika bisnis Islam sangatlah berperan penting dalam kegiatan jual beli. Di dalam Hadist dan Al-Quran juga sudah dijelaskan bahwasannya tujuan dari adanya kegiatan jual beli yaitu untuk memperoleh keuntungan dan keberkahan. Akan tetapi, keuntungan yang didapat harus sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yang tidak ada unsur riba di dalamnya. Dalam kegiatan bisnis, Islam tidak semata-mata hanya menginginkan untuk memperoleh keuntungan yang banyak, tetapi dalam kegiatannya harus ada nilai-nilai dari ajaran Islam. Namun, dalam dunia bisnis sekarang banyak yang terlihat hanya lebih mementingkan dari segi mendapatkan

keuntungan yang banyak saja tanpa menghiraukan nilai- nilai syariah. Kegiatan bisnis mulai dari perdagangan, jual beli, perniagaan, dan lain-lain memanglah sudah dihalalkan oleh Islam. Akan tetapi, dalam Islam juga memiliki aturan supaya segala kegiatan bisnisnya mendapat ridho dari Allah SWT. di dunia maupun di akhirat dengan melaksanakannya sesuai dengan syariat Islam. Berikut Prinsip prinsip yang di terapkan dalam pelayanan Toko jawara:

a. Shiddiq

Prinsip Shiddiq sendiri memiliki arti menjalankan bisnis Islam tidak hanya benar dalam perkataan/ucapan namun juga dituntut benar dalam perbuatan. Prinsip ini merupakan prinsip yang perbuatannya dapat memberikan manfaat kepada orang lain. Tanpa adanya aturan yang mewajibkan orang lain untuk jujur, apabila orang tersebut sudah menanamkan sifat jujur sejak dini maka akan dipraktikannya dalam kehidupan sehari-hari. Karena siapa pun, kapan pun dan dimana pun yang berbuat baik akan tetap dicatat sebagai amal kebaikan oleh Allah SWT.

Dalam konteks Shiddiq ini toko Jawara sudah menerapkan beberapa prinsip Etika Bisnis islam kepada konsumen, hal yang dilakukan seperti memberi rekomendasi barang yang dibutuhkan konsumen dengan memberitahu kualitasnya dan disesuaikan dengan harga dan juga pelayan sering mengembalikan uang sisa pembelian

dengan jujur tanpa dicurangi hal ini disampaikan mas ali rochman selaku karyawan dan pelayan toko tersebut beliau mengatakan:

Untuk terkait penjualan mas saya tidak pernah membohongi penjual makanya toko ini tetap ramai mas, saya kalau ada pembeli atau konsumen saya layani dengan baik mas terus kalau ada yang minta rekomendasi barang yang bagus saya pasti kasih barang yang bagus mas sama kalau kembalian itu pasti kita kembalikan dengan baik baik mas kita usahakan toko ini tetap jujur mas soalnya pesan bapak kalau ada pelanggan beli kita harus utamakan senyum ramah dan jujur mas.⁵⁸

Pernyataan hal serupa juga disampaikan Bapak Adi selaku kepala atau pemilik toko Jawara, menyatakan:

Biasanya ya dek karyawan saya aitu selalu saya bekali hal hal kejujuran sebelum mereka buka toko saya yaa pasti pesan ke mereka kalau apa apa harus di landaskan sifat kejujuran seperti yang dilaksanakan nabi Muhammad dalam berdagang agar semua berkah dan urusan sama yang kuasa terkait jualan ini semua di perlancar, kalau contohnya ya banyak dek kayak harus memberi kembalian yang pas dan jangan sekali kali melakukan fraud kepada toko ini.⁵⁹

b. Amanah

Prinsip ini merupakan prinsip yang menekankan pada konsep tanggung jawab dan dapat dipercaya. Dalam hal ini, berarti bahwa yang diperbolehkan dalam Islam adalah kebebasan yang dapat dipertanggung jawabkan tindakannya. Manusia harus memiliki keberanian dalam mempertanggung jawabkan apa yang sudah dilakukan dihadapan manusia bahkan dihadapan Allah SWT. Manusia bisa saja melepaskan tanggung jawab kepada sesama manusia karena kelalaiannya, namun tidak dengan tanggung jawab kepada Allah SWT

⁵⁸ Ali Rochman, diwawancarai oleh penulis, Jember, 02 November 2024

⁵⁹ Adi Permana, diwawancarai oleh penulis, Jember, 02 November 2024

yang memiliki zat Maha Melihat dan Maha Mengetahui. Dalam praktiknya pelayan di toko Jawara sudah melaksanakan dan menerapkan prinsip ini dalam hal melaksanakan segala tanggung jawab yang diberikan oleh kepala toko, ketika di titipkan barang oleh konsumen pasti selalu tanggung jawab, dan apabila ketika melayani pelanggan selalu konsisten terkait harga dan pemberian kualitas barang sehingga pelanggan mempercayai pelayan dan toko ini. Hal ini disampaikan oleh Mas Andre selaku karyawan pelayan di Toko Jawara beliau menyampaikan:

Begini ya mas say aitu orangnya penakut jadi ga berani mau nipu pelanggan dan bapak pemilik toko ini jadi apa apa saya lakukan pekerjaan ini dengan maksimal supaya saya bisa dipercaya sama pelanggan dan bapak dan alhamdulillah disini belum ada yang pernah merasa di curangi bahkan setiap toko ini tutup alhamdulillah belum ada barang yang tiba tiba hilang pasti saya crosscheck lagi sehingga bapak tidak merasa di rugikan dan saya juga buktinya bertahan 3 tahun mas kerja disini sampai sekarang apalagi bapak baik banget mas jadi rasa saya juga harus baik dengan menyelesaikan tanggung jawab dan bisa di percaya aja usah alhamdulillah banget mas.⁶⁰

Hal yang serupa juga disampaikan oleh pak Hadi selaku konsumen di Toko Jawara beliau menyampaikan:

Nak saya sudah langganan disini dari awal berdiri memang karyawan disini baik baik dan Amanah semua bisa lah dipercaya gitu kadang saya nitip belanjaan kemerak ga pernah ada masalah pasti ketika saya ambil belanjaan dan saya hitung sampai rumah pas terus ini yang buat saya betah belanja disini mas daripada yang lain pelayanannya bagus bagus mas pokok bisa di percaya.⁶¹

⁶⁰ Anita, diwawancarai oleh penulis, Jember, 02 November 2024

⁶¹ Misnati, diwawancarai oleh penulis, 03 November 2024

c. Tabligh

Prinsip Tabligh artinya menyampaikan, menjalankan bisnis Islam harus sesuai dengan kondisi barang yang akan dijual tidak menutup-nutupi kualitas barang tersebut, kemudian sampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh semua orang. Dalam konsep bisnis seperti toko swalayan yang menjual barang ini penyampaian barang sangat erat hubungannya dengan sifat shiddiq dan Amanah banyak pembelajaran yang bisa diambil dari prinsip ini, konsep penerapannya di Toko ini di terapkan namun kurang maksimal karena terkadang pelayan kurang mengerti terkait produk baru dan di setiap ada pembeli terkadang ada barang terlewat yang jelek karena terkadang kurang di perhatikan kualitasnya. Namun hal ini ketika memang barang kualitasnya diketahui pihak pelayan Toko Jawara Balung tidak menutup nutupi. hal ini di sampaikan oleh Mas Andre selaku karyawan pelayan di Toko Jawara balung jember beliau menyampaikan bahwa:

Kalau terkait prinsip tabligh yang menyampaikan ini mas kadang saya pribadi sebagai pelayan ada yang terlewat dengan tidak sengaja tapi kita pastikan untuk kita ketahui kualitasnya nanti kita arahkan kepada pembeli sesuai dengan yang direkomendasikan oleh kita yang mana nantinya yang terbaik kualitasnya. Kalua dari segi pelayanan kita usahakan pasti maksimal mas tetapi pasti ada aja yang terlewat dan tidak sengaja untuk kami sampaikan apalagi barang di toko ini sangat banyak mas jadi kadang kita bingung tapi pasti kami akan optimalkan semua pekerjaan agar sesuai dengan prinsip etika bisnis mas hehehe.⁶²

⁶² Anita, diwawancarai oleh penulis, Jember, 02 November 2024

Hal serupa juga disampaikan oleh bapak Adi selaku Kepala

Toko di Toko Jawara Balung:

Di toko Jawara plastic ini dek kita selalu utamakan menyampaikan kualitas secara pasif ya tapi pasti ada kendala dan kurang maksimal karena satu dan dua lain hal yaa tapi alhamdulillah sejauh ini kita juga jarang komplemen terkait hal ini dan kalau memang ada komplemen terkait kualitas yang ga sesuai pasti kami tukarkan dengan yang terbaik tapi alhamdulillah sejauh ini kami bisa tetap stabil penjualan dan pendapatannya apalagi pas jaman covid-19 dua tahun yang lalu tapi alhamdulillah kita usahakan yang terbaik untuk Toko ini.⁶³

d. Fathanah

Pada Prinsip Fathanah yang artinya cerdas/cerdas. Dalam menjalankan bisnis Islam juga harus cerdas, cerdas dalam berkomunikasi bersama konsumen, cerdas mengatur strategi marketing, cerdas mempromosikan barang, cerdas dalam membaca situasi dalam menjalankan bisnis. Dalam hal ini Pelayan Toko pandai mengambil hati pelanggan dan pandai memberikan pelayanan yang prima terhadap konsumen atau pelanggan serta tetap profesionalitas dan totalitas dalam pekerjaan hal ini disampaikan Mas Ali selaku karyawan pelayan beliau menyampaikan:

sebetulnya untuk cerdas atau pandai ini yaa saya sama pelayan yang lain itu pasti memberikan pelayanan yang prima, kita selalu memberikan sikap yang sekiranya menarik hati pelanggan dan juga pandai menawarkan barang dagangan juga agar tetap laku hal ini juga kita tidak mengenyampingkan prinsip etika yang lain dibalik itu ya mas kita kan harus professional dalam bekerja jadi kita harus benar benar totalitas dalam pekerjaan kita sehingga pelanggan tertarik dan itu poin kecerdikan dan kepandaian temen temen disini.⁶⁴

⁶³ Adi Permana, diwawancarai oleh penulis, Jember, 02 November 2024

⁶⁴ Ali rochman, diwawancarai oleh penulis, Jember, 02 November 2024

Hal ini juga disampaikan pak Marhun selaku pelanggan tetap

Toko Jawara plastik beliau menyampaikan:

Saya ini mas selalu di layani dengan maksimal sama mas mas dan mbak mbak yang jaga sampai saya jadi langganan disini mana mas masnya ramah dan baik gitu mereka juga saya liat liat pintar ngomong jadi cepet membaaur sama pelanngannya saya kan dirumah suka bikin kua mas jadi saya kalua apa apa mesti beli disini selain harganya lumayan murah pelayanannya juga bagus jadi saya suka gitu.⁶⁵

2. Tantangan dan Hambatan dalam Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko pada Konsumen di Toko Jawara Plastik balung Jember.

Penerapan Etika Bisnis Islam tidak bisa lepas dari tantangan dan hambatan yang biasanya dirasakan tantangan dan hambatan ini di rasakan dalam beberap proses dan prinsip yang pastinya hal ini juga di rasakan dalam penerapan etika Bisnis Islam dalam pelayanan di Toko Jawara Plastik Balung. Kendala ini berupa kendala internal dan eksternal dalam kendala eksternal ini biasanya berupa karakter konsumen yang kurang baik karena semua konsumen atau pelanggan memiliki karakter yang berbeda beda contohnya menipu dan terkadang acuh tak acuh serta kurang memerhatikan apa yang disampaikan pelayan, hal ini di sampaikan oleh Bapak Adi selaku kepala Toko Jawara Balung beliau menyampaikan bahwa:

untuk kendala sih kadang mendapatkan pelanggan konsumen yang kurang baik secara perilakunya seperti yaa acuh tak acuh juga kurang memerhatikann apa yang disampaikan oleh karyawan kami terus kadang yaa Namanya pelanggan ada aja yang nipu juga tetapi

⁶⁵Ayu Wulandari, diwawancarai oleh penulis, Jember, 03 November 2024

selama ini semua pelanggan kami usahakan layani dengan maksimal tanpa tebang pilih.hal ini menjadi tantangan bagi kami agar senantiasa bersabar dan tetap melakukan prinsip sesuai dengan yang diajarkan Rasulullah saat berdagang⁶⁶

Hal yang sama juga di rasakan oleh Mas Ali selaku pelayan Toko jawara Plastik jember beliau menyampaikan bahwa:

Aku ya dek selama jaga toko ini kadang ada aja pembeli atau konsumen yang rusuh kadang acuh tak acuh gitu kadang juga ada yang nipu tapi kami usahakan melakukan pelayanan yang terbaik juga buat mereka tanpa pilih kasih.⁶⁷

Untuk kendala atau tantangan eksternal juga biasanya berupa toko ketika sudah ramai dan kita kurang memerhatikan pelanggan dengan baik hal ini di sampaikan oleh Mas Andre selaku karyawan pelayan Toko Jawara Plastik jember beliau menyampaikan bahwa:

ada beberapa kendala eksternal biasanya mas yang pasti si ketika toko dalam keadaan ramai kita selalu kadang kurang memerhatikan pelanggan satu satu tapi pastinya kita upayakan maksimal sii dengan pelanggan tersebut dan alhamdulillah sejauh ini belum ada complain dari pelanggan ini sering kita rasakan dan biasanya prinsip tabligh itu kadang terlupakan.⁶⁸

Dan untuk kendala internal biasanya berupa kesalahan dalam menyampaikan kualitas seperti yang tertanam dalam prinsip tabligh dalam hal ini terkadang para pelayan kurang memerhatikan pelanggan apalagi jika ramai dan juga keteledoran pribadi ini sering terjadi dan terus di evaluasi hal ini disampaikan oleh pak Adi selaku Kepala Toko Jawara beliau menyampaikan bahwa:

untuk kendalanya juga sering adanya kesalahan dan keteledoran dalam penyampaian kualitas seperti dalam prinsip tabligh itu mas

⁶⁶ Adi Permana, diwawancarai oleh penulis, Jember, 02 November 2024

⁶⁷ Ali Rochman, diwawancarai oleh penulis, Jember, 02 November 2024

⁶⁸ Anita, diwawancarai oleh penulis, Jember, 02 November 2024

tapi kami usahakan semaksimal mungkin dan tetap adanya evaluasi dari saya pribadi dan teman teman karyawan yang jaga toko dalam segala hal dan insyaallah toko kami bisa terus mengoptimalkan hal tersebut.⁶⁹

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan dari hasil studi pustaka, observasi dan wawancara serta analisis data yang sudah dilakukan oleh peneliti dan juga berlandaskan dengan fokus penelitian, maka selanjutnya peneliti akan membahas apa saja yang telah peneliti temukan di lapangan. Dalam hal itu, penerapan etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan di Pasar Baru Lumajang adalah sebagai berikut:

1. Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko pada Konsumen di Toko Jawara Plastik balung Jember.

Etika Bisnis Islam yang diterapkan oleh Toko Jawara Plastik Balung Jember sudah melakukan dengan semaksimal mungkin, menurut hasil observasi, wawancara secara langsung dengan kepala toko, karyawan dan konsumen ada beberapa kegiatan dan prinsip yang diterapkan oleh toko jawara antara lain:

a. Shiddiq

Prinsip pertama yang harus dilakukan pelayan toko dalam melayani konsumen dengan Etika bisnis Islam adalah shiddiq, shiddiq dalam bisnis adalah menjalankan bisnis Islam tidak hanya benar dalam perkataan/ucapan namun juga dituntut benar dalam perbuatan. Prinsip ini merupakan prinsip yang perbuatannya dapat memberikan manfaat

⁶⁹ Adi Permana, diwawancarai oleh penulis, Jember, 02 November 2024

kepada orang lain. Tanpa adanya aturan yang mewajibkan orang lain untuk jujur, apabila orang tersebut sudah menanamkan sifat jujur sejak dini maka akan dipraktikannya dalam kehidupan sehari-hari.⁷⁰

Prinsip kejujuran yang merupakan sikap positif yang selalu berkata benar dan mengakatan kebenaran terhadap apapun, bertindak sesuai dengan yang dialami. Dalam komunikasi bisnis, kejujuran ini menjadi bagian penting demi terlaksananya tujuan bisnis seperti yang diinginkan. Sukses atau tidaknya sebuah perusahaan atau instansi ditentukan oleh beberapa factor kejujuran.⁷¹

Pada Toko Jawara Plastik Balung Jember prinsip ini diterapkan dengan maksimal oleh pelayan toko dengan berperilaku jujur disaat melakukan pelayanan dan menyampaikan kejujuran serta berbuat dan berperilaku sopan dan baik sesuai dengan prinsip dan contoh yang Rasulullah S.A.W ajarkan hal ini sudah menjadi kebiasaan dan profesionalisma pelayan dan semua karyawan di Toko Jawara ini, dibuktikan dengan banyaknya pelanggan tetap yang berdatangan dan senang dengan pelayanan yang diberikan.

b. Amanah

Upaya penerapan prinsip Amanah sebagai prinsip kedua yang di terapkan oleh Pelayan Toko Jawara Balung Jember yang merupakan prinsip sangat penting ini dilakukan secara maksimal juga karena

⁷⁰ Iwan Aprinato Dkk, Etika & Konsep Manajemen Bisnis,(Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), h.12.

⁷¹ Nurul Widyawati I, R., Rifa'i, K., & Rokhim, A. (2021). Komunikasi Etika Bisnis Dalam Keberagaman Agama di Kabupaten Jember. *IJIC: Indonesian Journal of Islamic Communication*, 4(2), 39-63.

prinsip Amanah merupakan prinsip yang menekankan pada konsep tanggung jawab dan dapat dipercaya. Dalam hal ini, berarti bahwa yang diperbolehkan dalam Islam adalah kebebasan yang dapat dipertanggung jawabkan tindakannya. Manusia harus memiliki keberanian dalam mempertanggung jawabkan apa yang sudah dilakukan dihadapan manusia bahkan dihadapan Allah SWT. Prinsip tanggung jawab memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemahaman dan kepatuhan terhadap setiap proses pelayanan.⁷²

Dari data hasil observasi dan wawancara Upaya pelayan untuk melaksanakan prinsip Amanah ini sudah cukup maksimal dilihat dari ketika pelayan di berikan kepercayaan oleh pelanggan dan banyaknya pelanggan tetap juga dari toko tersebut hal ini menandakan bahwa kinerja dan pelayanan sudah baik dan dapat di percaya, ini juga termasuk dalam meningkatkan proses pemasaran produk agar tetap terjamin pioduknya dan tetap banyak pembeli.⁷³ Dalam praktiknya pelayan di toko Jawara sudah melaksanakan dan menerapkan prinsip ini dalam hal melaksanakan segala tanggung jawab yang diberikan oleh kepala toko, ketika di titipkan barang oleh konsumen pasti selalu tanggung jawab, dan apabila ketika melayani pelanggan selalu konsisten terkait harga dan pemberian kualitas barang sehingga pelanggan mempercayai pelayan dan toko ini.

⁷² Yuwana, S. I. P., & Hasanah, H. (2021). Literasi produk bersertifikasi halal dalam rangka meningkatkan penjualan pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(2), 104-112.

⁷³ M. Nur Rianto Al-Alif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah* (Bandung; Alfabeta,2012), h 220.

c. Tabligh

Prinsip Tabligh yang artinya menyampaikan, menjalankan bisnis Islam harus sesuai dengan kondisi barang yang akan dijual tidak menutup-nutupi kualitas barang tersebut, kemudian sampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh semua orang. Dalam konsep bisnis seperti toko swalayan yang menjual barang ini penyampaian barang sangat erat hubungannya dengan sifat shiddiq dan Amanah, ini merupakan prinsip ketiga dari Etika bisnis Islam yang penerapannya sesuai dengan sifat-sifat yang dimiliki oleh Rasulullah S.A.W.

konsep penerapan Tabligh di Toko Jawara Plastik balung Jember ini sudah diterapkan namun kurang maksimal karena terkadang pelayan kurang mengerti terkait produk baru dan di setiap ada pembeli terkadang ada barang terlewat yang jelek karena terkadang kurang diperhatikan kualitasnya. Namun hal ini ketika memang barang kualitasnya diketahui pihak pelayan Toko Jawara Balung tidak menutup-nutupi.

d. Fathanah

Pada prinsip fathanah ini Fathanah artinya cerdik/cerdas. Dalam menjalankan bisnis Islam juga harus cerdas, cerdas dalam berkomunikasi bersama konsumen, cerdas mengatur strategi marketing, cerdas mempromosikan barang, cerdas dalam membaca situasi dalam menjalankan bisnis, konsep penerapan Pelayan Toko pandai mengambil hati pelanggan dan pandai memberikan pelayanan

yang prima terhadap konsumen atau pelanggan serta tetap profesionalitas dan totalitas dalam pekerjaan, serta mengembangkan kreativitas dalam pelayanan terhadap konsumen.⁷⁴

Seorang karyawan hendaknya memiliki komitmen serta menjaga etika bisnis, kemudian konsisten kepada sifat sifat Rasulullah SAW dalam menjalankan etika bisnis islam tersebut.

2. Kendala dan Hambatan dalam Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko pada Konsumen di Toko Jawara Plastik balung Jember.

Pelaksanaan Etika Bisnis islam di Toko Jawara ini tentu tidak lepas dari adanya tantangan atau hambatan dalam hal ini Toko Jawara balung hanya memiliki kendala proses Etika Bisnis islam pada Prinsip Tabligh yaitu berupa internal dan eksternal:

a. Kendala Internal

Kendala sering terjadi pada siapa aja dan dimana saja apalagi kendala dalam proses penerapan prinsip Etika bisnis islam ini ada kenala internal yang merupakan kendala yang berasal diri individu, kelompok atau badan itu sendiri. pada proses penerapan prinsip etika bisnis islam pada pelayanan Toko Jawara plastic balung jember kendala internal berasal dari pelayanan /karyawan itu sendiri dan ketika melaksanakan prinsip tabligh yang artinya menyampaikan semua bentuk barang dagangan itu terkadang kurang maksimal karena

⁷⁴ Muhammad Ali Sofyan, "Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan di Pasar Baru Lumajang" (Skripsi, UIN KAS Jember, 2024), 49.

disebabkan dari keteledoran dan beberapa efek samping dari masalah eksternal.

b. Kendala Eksternal

Pada kendala eksternal yang dihadapi dalam proses penerapan prinsip etika bisnis islam pada pelayanan Toko Jawara plastic balung jember ada pada penerapan prinsip Tabligh juga yang dalam hal ini kurang maksimal dikarenakan Ada dua hal, Karakter pembeli yang kurang baik dan toko ramai/padat pembeli.

1) Karakter pembeli yang kurang baik

Kendala eksternal yang pertama adalah karakter pembeli yang kurang baik, dalam hal ini ketika pelayanan sudah berusaha memberikan *Excellent Service* yang baik terkadang pelanggan atau pembeli acuh tak acuh atau semenea mena dan kadang juga pernah menipu para pelayan namun dalam hal ini pelayan tetap memberikan pelayanan yang maksimal dan terus melakukan evaluasi.

2) Toko yang ramai/padat pembeli

Kendala yang kedua ini ketika Toko sudah ramai maka pelayan terkadang kurang memerhatikan pelanggan dengan baik dan hal ini menjadi kendala dan perlunya evaluasi dikemudian hari.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

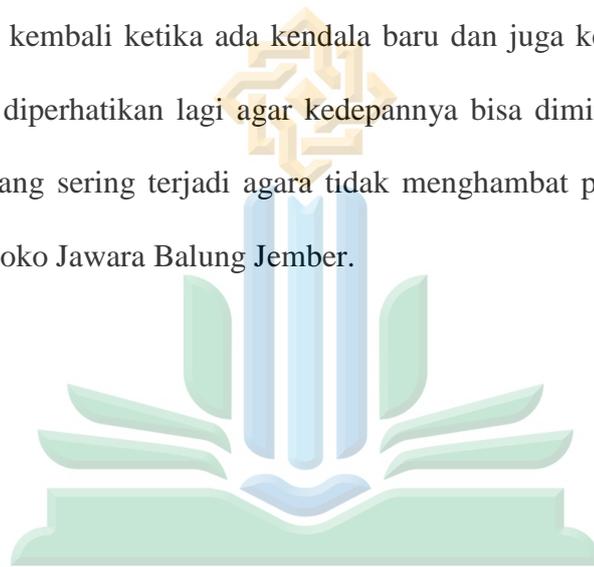
Berdasarkan pembahasan dan analisis diatas yang dilakukan sebelumnya, peneliti dapat mengambil kesimpulan, sebagai berikut:

1. Penerapan Etika Bisnis islam di Toko Jawara plastic sudah di terapkan dengan maksimal meski ada beberapa kendala dan kekurangan yang belum maksimal, toko jawara ini menggunakan prinsip etika bisnis islam yang sesuai dengan sifat Rasulullah saat berdagang atau berbisnis yakni Siddiq (Meneladani Sifat Rasulullah yang selalu jujur dalam hal ini pelayan sangat menerapkan), Amanah (dapat dipercaya ketika diberikan kepercayaan dalam menjalankan tugas hal ini juga sangat di terapkan), Tabligh (yakni menyampaikan segala hal yang benar serta menyampaikan apa juga yang menjadi kekurangan, dalam hal ini pelayan toko juga menerapkan), dan Fathanah (yakni Pandai dalam segala hal dan bidang, dalam hal ini sangat diterapkan dalam sehari hari).
2. Kendala dan tantangan serta hambatan yang terjadi dalam penerapan Etika bisnis islam di Toko Jawara plastic balung Jember ini di bagi menjadi 2 yakni kendala Internal (berupa kurang maksimalnya penerapan prinsip tabligh dalam melayani pelanggan dan Kendala Esternal (seperti pembeli yang kurang baik serta Ketika toko dalam keadaan ramai maka pelayanan terkadang kurang maksimal dalam penerapan Etika Bisnis Islam).

B. Saran

Saran peneliti berdasarkan hasil dan analisis penelitian diatas adalah:

- 1 Proses Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko ini dapat menambah minat Pembeli untuk datang lagi dan di harapkan diperbaiki lagi untuk setiap proses dan tahapannya agar Konsumen terus berdatangan dan bisa mempertahankan operasional toko.
- 2 Perbaiki kembali ketika ada kendala baru dan juga kendala yang sudah ada lebih diperhatikan lagi agar kedepannya bisa diminimalisir beberapa kendala yang sering terjadi agara tidak menghambat proses Etika Bisnis islam di Toko Jawara Balung Jember.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Alif, M. Nur Rianto. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah (Bandung; Alfabeta,2012)
- Anatan, Lina dan Ellitan, Lena, Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Bisnis Modern, (Bandung; Alfabeta, Tahun 2009).
- Aprinato Iwan Dkk, Etika & Konsep Manajemen Bisnis, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020)
- Apriyani, “Analisis Pelayanan Toko Sembako di Pasar Sekampung terhadap Perilaku Konsumen Perspektif Etika Bisnis” (Skripsi, IAIn Metro, 2019),
- Arina Yuliana Mahdiyah Datt, “Implementasi Pelayanan Konsumen di Ritel Basmalah Cabang Jemnggawah Kabupaten Jember dalam Perspektif etika Bisnis Islam” (Skripsi, UIN KHAS Jember, 2023)
- Bertens, K., Pengantar Etika Bisnis, (Yogyakarta: PT. Kanisius, 2013)
- Departemen Agama RI, *Alqur'an* dan Terjemah (Bandun: CV Dipenogoro, 2010).
- Estijayandono Kristianto Dwi Dkk, Etika Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, (Makassar: UIN Alauddin), Vol 3 No. 1, 2019.
- Fahmi, Irham, Etika Bisnis, (Bandung: Alfabeta, 2015)
- Fauzan, F., Nurul, S., & Ika, M. N. (2023). Etika Bisnis Dan Profesi. *Indigo Media. Diambil, 13.*
- Hasan, Ali, Manajemen Bisnis Syariah, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009).
- Indri, Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam Prespektif Islam Hadis Nabi), (Jakarta: PT Kencana, Tahun 2015).
- Kadji, Yulianto, Formulasi dan Implementrasi Kebijakan Publik, (Gorontalo: UNG Press,2015)
- Khoiriyah, Ummal, Zainuddin, “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Jasa. “*Jurnal Lisan Al-Hal*, 15 (02), (Desember 2021):
- Moenir A. S., Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia, (Jakarta: PT Bumi Aksara, Tahun 2006).
- Moleong, Lexy J., “Metode Penelitian Kualitatif”, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,2016).
- Muhammad, Etika Bisnis Islam, (Yokyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2004)

- Muljono Djoko, *Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*, (Jakarta: PT Andi Offse, Tahun 2012).
- Mulyadi, *Implementasi Kebijakan* (Jakarta: Balai Pustaka, 2015)
- Musaidah, A., Ahmadiono, A., & Masrohatin, S. (2024). The influence of halal label, price, and brand image on cosmetic product purchase decisions among female students at FEBI UIN KHAS Jember. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(1).
- Paradigma, Muhammad, *Metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008)
- Parasuraman, A. Valerie, *Delivering Quality Service* diterjemahkan oleh Sutanto, (New York: the Free Press).
- Permadi dan Waldan, Raziki, “Etika Bisnis Islam dan Penerapan dalam Usaha Studi Kasus pada Toko Roti gembul di Kota Pontianak. “*Jurnal Manajemen Dakwah*, 1 (01), (Desember 2020)
- Rahayu, N. W. I., Rifa’i, K., & Rokhim, A. (2021). Komunikasi Etika Bisnis Dalam Keberagaman Agama di Kabupaten Jember. *IJIC: Indonesian Journal of Islamic Communication*, 4(2)
- Rohali, Rosma, “Penerapan Etika Bisnis Islam pada Toko Pakian CV Fajar Baru di Kelurahan Balangnipa Kecamatan Sinjai Utara” (Skripsi, UIAD Sinjay, 2023)
- Sofyan Muhammad Ali, “Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan di Pasar Baru Lumajang” (Skripsi, UIN KAS Jember, 2024)
- Sopiah, Sangadji Etta Mamang, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: C.V. Andi Offset, Tahun 2013).
- Suci Justika, “Penerapan Etika Bisnis Islam pada Toko Kitty Hijab Bandar Lampung Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2022)
- Sugiono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*”, (Bandung: ALFABETA, 2015).
- Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis*” (Bandung: ALFABETA, 2002)
- Tachjan, *Implementasi Kebijakan Publik* (Bandung: APII Bandung-Pusat KP2W Lemit Unpad, 2016)
- Tandiyah Lusiyana, “Penerapan Etika Bisnis Islam di Toko Busana Muslim Rabbani Cabang Palembang” (Skripsi, UIN Palembang, 2021)

- Tim Penyusun, “*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*”, (Jember: IAIN Jember Press, 2017).
- Tohawai, Agus dkk, “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Bawang Merah di Pasar Sukomoro Ngjanjuk,,” *Jurnal on Education*, 4 (04), (Agustus 2023).
- Triana, Tya, “Analisis Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Penjualan dan Keberhasilan Usaha Bisnis (Studi Pada Konter HP Excel Cell Kecamatan Bungamayang, Lampung Utara.)” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2021)
- Trihastuti, Aselina Endang Etika Bisnis Islam, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020)
- Usman, Nurdin, *Konteks implementasi berbasis kurikulum* (Jakarta: Grasindo, 2002)
- Yusanto Muhammad Ismail dan Widjajakusuma, Muhammad Karebet, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002).
- Yunia, Fauzia Ika, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2013)
- Yuwana, S. I. P., & Hasanah, H. (2021). Literasi produk bersertifikasi halal dalam rangka meningkatkan penjualan pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(2).
- Yuwana, S. I. P., & Wulandari, A. (2023). Pengaruh Brand Pride, Web Design Quality, E-Service Quality dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention E-Commerce Shopee Pada Konsumen Milenial Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)*, 3(2).
- Zamzam Fakhry Dan Aravik Havis, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020)

Matrik Penelitian

Judul Penelitian	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko terhadap Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember	a. Etika Bisnis Islam b. Pelayanan Toko	1. Mengimplementasikan Etika Bisnis Islam 2. Tantangan dan Hambatan Implementasi Etika Bisnis Islam 1. Pelayanan Toko dalam perspektif etika bisnis Islam 2. Perilaku konsumen terkait pelayanan toko	a. Informan 1. Pemilik Toko 2. Karyawan Toko (Pelayan) 3. Konsumen	1. Pendekatan dan jenis penelitian a. Pendekatan Kualitatif b. Jenis Penelitian Deskriptif 2. Subyek penelitian a. Purpose 3. Teknik pengumpulan data a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Teknik analisis data a. Deskriptif 5. Teknik keabsahan data a. Triangulasi Sumber 6. Lokasi penelitian Toko Jawara Plastik Balung Jember	1. Bagaimana Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko terhadap Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember? 2. Bagaimana Tantangan dan Hambatan Dalam Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko terhadap Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember

Lampiran 2 Keaslian Tulisan

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abd. Wadudi Kasful Anwar
NIM : E20192205
Program Studi : Ekonomi Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul "*Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko pada Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember*" ini adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 04 Maret 2025

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Abd. Wadudi Kasful Anwar

Lampiran 3 Pedoman Wawancara

Daftar Pertanyaan Wawancara

Penelitian ini menggunakan wawancara sebagai salah satu metode penelitian untuk memperoleh data secara mendalam. Penulis mengemukakan pertanyaan secara garis besar yang akan dikembangkan pada saat wawancara. Adapun daftar pertanyaan sebagai berikut

Pertanyaan kepada Pemilik Toko

Pertanyaan terkait Gambaran Umum

1. Bagaimana sejarah singkat berdirinya toko plastik jawara?
2. Bagaimana struktur organisasi yang ada di toko plastik jawara?
3. Bagaimana budaya perusahaan yang ada di toko plastik jawara?
4. Apa saja produk yang dijual ada di toko plastik jawara?

Pertanyaan terkait Fokus Penelitian

1. Apa Saja kegiatan yang dilakukan karyawan di toko plastik jawara?
2. Apa saja prinsip prinsip etika bisnis yang ditetapkan perusahaan?
3. Apa ada keluhan dari konsumen terkait pelayanan yang dilakukan karyawan dan pelayanan toko?
4. Bagaimana proses pelayanan yang baik menurut perusahaan?
5. Dari proses pelayanan berbasis etika bisnis tersebut apakah ada kendala dan hambatan?
- 6.

Pertanyaan kepada Karyawan

1. Apa Saja kegiatan yang dilakukan karyawan di toko plastik jawara?
2. Apa saja prinsip prinsip etika bisnis yang ditetapkan perusahaan?
3. Apa ada keluhan dari konsumen terkait pelayanan yang dilakukan karyawan dan pelayanan toko?
4. Bagaimana proses pelayanan yang baik menurut perusahaan?
5. Dari proses pelayanan berbasis etika bisnis tersebut apakah ada kendala dan hambatan?

Pertanyaan kepada Konsumen

1. Bagaimana pelayanan karyawan di toko plastik jawara?

2. Apakah ada kendala terkait proses pelayanan yang diberikan karyawan toko?
3. Dari proses pelayanan tersebut apakah ada hambatan yang bikin anda terganggu?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 4 Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Matarani No. 1 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur Kode Pos 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 4270050-mail: feb@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



Nomor : B- /Un.22/7.a/PP.00.9/12/2024 Jember, 09 Desember 2024
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.
Kepala Toko Jawara Plastik
Desa Balung Tutul, Kecamatan Balung,
Kabupaten Jember, Jawa Timur.

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Abd. Wadudi Kasful Anwar
NIM : E20192205
Semester : XI (Sebelas)
Prodi : Ekonomi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko Terhadap Konsumen di Toko Jawar Plastik Balung Jember" di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Nurul Widyawati Islami Rahayu



Lampiran 5 Surat Selesai penelitian

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Adi Permana

Jabatan: Kepala Toko Jawara Plastik Balung Jember

Dengan ini bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Abd. Wadudi Kasful Anwar

Nim : E20192205

Semester : XI (Sebelas)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Toko Jawara Plastik Balung Jember terhitung dari 19 November 2024 sampai dengan 20 November 2024 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAYANAN TOKO TERHADAP KONSUMEN DI TOKO JAWARA PLASTIK BALUNG JEMBER".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

J E M B E R Mengetahui, Rabu 20 November 2024

Kepala Toko Plastik Jawara Balung Jember



Adi Permana

Lampiran 6 Jurnal Kegiatan Penelitian

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN DI TTKO JAWARA PLASTIK BALUNG JEMBER

Nama : Abd. Wadudi Kasful Anwar

NIM : E20192205

Judul : Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko terhadap Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember.

Lokasi : Toko Jawara Plastik Desa Balung Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

No	Hari/Tanggal	Uraian Kegiatan	Paraf
1	Selasa/19 November 2024	Menyerahkan surat izin penelitian	
2	Selasa/19 November 2024	Wawancara dengan Pak Adi Permana selaku Kepala Toko Plastik Jawara Balung Jember	
3	Selasa/20 November 2024	Wawancara dengan Mas Ali Rochman selaku Pelayan Toko Plastik Jawara Balung Jember	
4	Rabu/20 November 2024	Wawancara dengan Mas Andre selaku Pelayan Toko Plastik Jawara Balung Jember	
5	Rabu/20 November 2024	Wawancara dengan Konsumen pertama atas nama Hadi	
6	Rabu/20 November 2024	Wawancara dengan Konsumen kedua atas nama Marhun	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 20 November 2024

Kepala Toko Plastik Jawara Balung Jember



Adi Permana

Lampiran 7 Surat Screening Turnitin



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Abd. Wadudi Kasful Anwar
NIM : E20192205
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Toko terhadap Konsumen di Toko Jawara Plastik Balung Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 6 Desember 2024
Operator Aplikasi DrillBit
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Luluk Musfiroh



Lampiran 8 Surat Selesai Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Abd. Wadudi Kasful Anwar
NIM : E20192205
Semester : XII (Duabelas)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 06 Maret 2025
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,


Dr. Sofiah, M.E.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



Lampiran 9 Verifikasi Berkas



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febl@uinkhas.ac.id Website: <https://febl.uinkhas.ac.id/>



SURAT KETERANGAN

Kami selaku pembimbing skripsi dengan ini menerangkan bahwa:

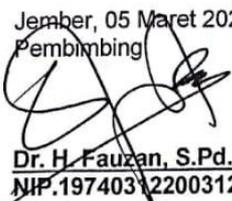
Nama : Abd. Wadudi Kasful Anwar
NIM : E20192205
Program Studi/Fakultas : Ekonomi Syariah/Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Teah melengkapi lampiran naskah skripsi sesuai ketentuan buku pedoman akademik dan berhak diverifikasi untuk mendaftar ujian skripsi, antara lain :

No	Lampiran	Keterangan
1	Lembar persetujuan Pembimbing	✓
2	Matrik Penelitian	✓
3	Surat Pernyataan Keaslian Bermaterai dan ditandatangani	✓
4	Pedoman Wawancara/ Angket Penelitian	✓
5	Surat Izin Penelitian	✓
6	Surat Keterangan Selesai Penelitian	✓
7	Jurnal Kegiatan Penelitian	✓
8	Dokumentasi Penelitian (Kualitatif dan Kuantitatif Data Primer)	✓
9	Lampiran Data Sekunder (Hasil penghitungan SPSS dll atau penelitian kuantitatif data sekunder)	✓
10	Surat keterangan screening turnitin 30% (Bagian Akademik)	✓
11	Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi	✓
12	Biodata	✓

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 05 Maret 2025
Pembimbing


Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si.
NIP.197403122003121008



Lampiran 10 Dokumentasi Penelitian

DOKUMENTASI

Wawancara dengan Kepala Toko



Wawancara dengan Karyawan Toko Jawara Plastik Jember

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER





Wawancara dengan Konsumen Pertama



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Jember

Wawancara dengan Konsumen Kedua



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 11 Biodata Penulis

BIODATA PENULIS



Nama Lengkap : Abd. Wadudi Kasful Anwar
NIM : E20192205
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 21 Januari 2001
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Alamat : Desa Tutul, Kecamatan Balung,
Kab Jember
Email : abd.wadz21@gmail.com
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

RIWAYAT PENDIDIKAN

- RA Bustanul Ulum : 2005-2007
- SD Negeri 02 Balung Tutul : 2007-2013
- MTS Baitul Arqom Balung Jember : 2013-2016
- MA Baitul Arqom Balung Jember : 2016-2019
- Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember : 2019-selesai