

## **IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAYANAN JASA**

Oleh:

**Zainuddin & Ummal Khoiriyah**

Universitas Ibrahimy

zainummal@gmail.com & ummal2014@gmail.com

*Abstract:*

Every businessman must apply ethics properly. With the correct application of ethics, the business activities carried out will run correspondingly to the applicable religious rules. Ethics that must be considered in doing business include ethics with fellow entrepreneurs, employees, customers and the community. This research is a qualitative research that uses descriptive analysis, which describes all the data that the researcher collects, both from the results of observations, interviews and documentation during research at CV. HAZHA Banyuwangi about the implementation of Islamic business ethics in services.

Based on the results of the study indicate that Islamic business ethics in CV. HAZHA has been applied in serving consumers. The ethics applied are correspondingly to what is taught in Islam. This can be seen from the existence of excellent service, the quality of the products marketed, always keeping promises in accordance with the agreement, determining prices evenly, the existence of activities in the form of worship and so on. Consumers get satisfactory goods and services, they are always polite and friendly in serving and listening to customer complaints. Supporting factors that affect the progress of CV. HAZHA is all parts, both internal and external parts. Internal parts are the cooperation of employees who support each other, quality goods and excellent service while the external part is customer loyalty. The inhibiting factors experienced by CV. HAZHA are a very short time gap between ordering, processing and delivery, because report card cover and certificate folders are only needed in certain months

**Keywords:** Etika Bisnis Islam, Pelayanan Jasa

### **A. Pendahuluan**

Perilaku bisnis merupakan salah satu aktivitas yang sudah sangat tua usianya dalam sejarah manusia. Hampir dapat dikatakan bahwa semenjak masyarakat manusia terbentuk, bisnis mulai *exist*. Dapat

dibuktikan dengan kebiasaan untuk menukarkan barang dengan barang lain (barter) yang telah dipraktikkan sejak masa prasejarah.

Bisnis lahir dan diakui kehalalannya sejak zaman Rasulullah SAW. yakni sejak awal munculnya Islam. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya dalil-dalil al-Qur'an maupun al-hadist yang menjelaskan mengenai kehalalannya. Sebagaimana yang tertera dalam QS. Al-baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

*"Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya".<sup>1</sup>*

Ayat tersebut dengan tegas menyeru kepada kaum muslimin bahwa bisnis dihalalkan oleh Allah SWT. baik berupa barang maupun jasa. Manusia diberi kebebasan untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun manusia juga terikat dengan suatu etika sehingga tidak bebas mutlak dalam mengelola dan menggunakan sumber daya yang ada. Pembatasan ruang gerak yang ada yaitu dengan peraturan dan norma hendaknya dipahami sebagai sesuatu yang memelihara kebebasan yang telah dianugerahkan kepada manusia itu sebenarnya.<sup>2</sup>

Islam menempatkan bisnis sebagai cara terbaik untuk mendapatkan harta serta kesejahteraan. Oleh karena itu, bisnis harus dilakukan dengan cara terbaik dengan tidak melakukan kecurangan, riba, rekayasa harga maupun penimbunan barang. Pelaku seperti ini menyebabkan terjadinya kezaliman dalam kehidupan masyarakat.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2007), 36.

<sup>2</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Fajar Interpratama, 2012), 12.

<sup>3</sup> Evi Susanti, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mebel Di CV. Jati Karya Palembang" (Skripsi – UIN Raden Fatah, Palembang, 2017), 2.

Untuk memulai dan menjalankan bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena mengimplementasikan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh keuntungan materiil dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah.<sup>4</sup>

Kegiatan bisnis pada dasarnya adalah kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara layak, baik dari bentuk produksi, konsumsi, distribusi maupun kegiatan lainnya. Bagi orang muslim, kegiatan seperti ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari tugasnya sebagai khalifah dan ibadah kepada Allah. Karena itu kegiatan tersebut harus dilandasi dan diikat oleh prinsip dan nilai yang terdapat dalam Al-Qur'an dan sunnah.<sup>5</sup>

Pada hakikatnya tujuan penerapan etika bisnis Islam yang sesuai dengan aturan syari'at dalam ajaran Islam di bidang *muammalah* agar terciptanya pendapatan yang berkah serta terpenuhinya hak-hak manusia secara adil, sehingga tidak ada yang merasa terdzolimi satu sama lain.

Keadilan yang berhubungan dengan konsumen diantaranya konsumen merasa tidak nyaman dengan sikap karyawan atau karyawan yang terkadang tidak ramah, konsumen juga mendapatkan barang dengan kondisi yang tidak baik dan menerima harga yang tidak wajar. Konsumen seharusnya diberitahukan cacat yang ada pada barang. Pelaku bisnis tidak boleh memasarkan barang palsu dan rusak.

Secara logis maupun praktis etika bisnis Islam merupakan landasan ideal sekaligus praktis untuk membangun bisnis yang beretika Islami. Relevansi dan aplikasi nilai-nilai etika bisnis dalam membangun bisnis Islami, tidak berhadapan dengan suatu keterpisahan antara nilai-nilai etika dengan bisnis yang intern di dalamnya dengan media bisnis yang terus berkembang. Praktik-praktik bisnis seperti *riba*, *gharar*, menimbun, merupakan contoh-contoh praktik bisnis yang bertentangan dengan etika bisnis dan tidak mempunyai relevansi dengan bisnis yang Islami.<sup>6</sup>

Dalam proses bisnis, termasuk hubungan produsen dan konsumen yang meliputi kualitas dan keamanan komoditas, keadilan harga, serta kebenaran dalam advertensi merupakan proses bisnis yang bersinambungan yang tidak boleh lepas dari nilai-nilai etika bisnis. Jadi

---

<sup>4</sup> Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta : Salemba Diniyah, 2002), 141.

<sup>5</sup> Didin Hafiduddin, *Islam Aplikatif*, (Jakarta: Penerbit Gema Insani, 2003), 28.

<sup>6</sup> R Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: PT.LKIS Pelangi Aksara, 2006), 15.

bisnis tidak hanya sekedar bisnis, tapi bisnis juga berhubungan dengan tanggung jawab terhadap manusia, Negara dan Tuhan, karena semua aktifitas bisnis sebenarnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup dalam rangka mencapai kesejahteraan bersama.

Etika bisnis Islam, dengan demikian memosisikan pengertian bisnis sebagai usaha manusia untuk mencari ridho ilahi. Bisnis tidak banyak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematis, tetapi juga bertujuan jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, Negara dan Allah. Dengan realitas seperti itu, maka menjadi semakin jelas bahwa di dalam Islam tidak ada pemisahan antara etika pada satu sisi dan bisnis pada sisi yang lain. Bisnis berada dalam satu kesatuan dengan etika.

Prinsip-prinsip etika bisnis dalam Al-Qur'an memberikan pandangan bahwa antara bisnis dan etika bukan merupakan dua bangunan yang terpisah, melainkan sebagai satu kesatuan struktur. Bisnis dalam pandangan Al-Qur'an bukan semata-mata meraih keuntungan materiil, tetapi sekaligus berupaya mancapai tujuan spiritual, yakni pencapaian tujuan kemanusiaan sebagai pengejawatahan amanah sebagai makhluk dan sebagai khalifah untuk mencapai keridhoan Allah.<sup>7</sup>

Al-Qur'an memandang bisnis sebagai pekerjaan yang menguntungkan dan menyenangkan. Al-Qur'an seringkali mengungkapkan bahwasannya pekerjaan dagang (bisnis) adalah pekerjaan yang paling menarik.<sup>8</sup> Pada era bisnis saat ini, persaingan bisnis berkembang begitu pesat, sehingga setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Agama Islam mengajarkan kepada umatnya agar setiap aktivitas bisnis yang dilakukan tetap berpedoman pada kaidah-kaidah syari'at Islam. Hal ini bertujuan agar masyarakat khususnya umat Islam tetap berada pada acuan yang benar.

Salah satu etika pelayanan yang dapat dikaitkan dengan ayat tersebut, yaitu agar berbicara terhadap sesama hendaknya dengan nada yang lembut serta sopan santun. Sebab dengan berbicara lembut dan sopan tentu akan menampakkan kesan yang baik. Selain itu, pelayan atau karyawan yang mampu berbicara dengan lembut dan sopan kepada konsumen akan memberikan kesan tersendiri dan nilai positif dimata

---

<sup>7</sup> Ibid, 16.

<sup>8</sup> Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2005), 17.

konsumen.<sup>9</sup> Perusahaan dituntut untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan serta berusaha memenuhi harapan konsumen sehingga perusahaan akan mampu memberikan kepuasan kepada para konsumennya dengan memberikan pelayanan yang baik.

Adanya aplikasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas bisnis khususnya dalam pelayanan sangatlah penting, karenanya dapat menjadikan sebuah bisnis lebih terarah dan menjamin kesejahteraan masyarakat. Selain itu, untuk menciptakan pelanggan yang tinggi, sebuah perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang mampu diterima dan dirasakan oleh pelanggan sesuai atau bahkan melebihi apa yang diharapkan konsumen. Salah satu usaha bisnis yang menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam usahanya adalah CV. HAZHA Banyuwangi.

CV. HAZHA Banyuwangi merupakan usaha yang bergerak di bidang spesialis map raport, ijazah dan spundbon bag ini dirintis oleh Bapak Achmad Suyuti yang semula hanya sebagai *sallesman* dengan modal awal Rp.20.000 dapat memberikan lapangan kerja bagi para pengangguran, hingga kini memiliki karyawan berjumlah 25 orang. Manfaat percetakan ini juga dirasakan oleh berbagai lembaga pendidikan yang dapat memesan dan mendapatkan barang yang berkualitas serta pelayanan yang memuaskan. Percetakan CV. HAZHA ini telah memiliki nama baik di tengah-tengah masyarakat, sehingga percetakan ini mampu mendistribusikan produknya dari lingkup lokal hingga luar kota, seperti: Batam dan Kalimantan. Semakin banyak persaingan pembisnis yang handal dan berbagai macam cara untuk menarik perhatian konsumen agar tertarik, salah satunya dengan cara melayani konsumen dengan baik, sopan serta ramah. Dalam Islam banyak mengajarkan bagaimana etika yang baik dan benar dalam perspektif Islam agar pelanggan mau kembali lagi di lain waktu.<sup>10</sup>

Agar percetakan CV. HAZHA tetap bertahan dan terus berkembang dengan baik, serta memiliki jumlah konsumen yang terus meningkat, maka percetakan CV. HAZHA harus mampu bersaing dengan baik sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang telah diajarkan oleh Rasulullah dalam aktivitas bisnis.

Beberapa prinsip etika bisnis Islam telah diajarkan dalam Islam, seperti prinsip tauhid, khilafah yang menekankan kesatuan, sikap keseimbangan, kejujuran, bertanggung jawab dan lain sebagainya. Adapun

---

<sup>9</sup> Yun Farida, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Dalam perspektif Etika Bisnis Islam" (Skripsi-IAIN Metro, Metro, 2018), 4.

<sup>10</sup> Achmad Suyuti, *Wawancara*, Banyuwangi, 15 Februari 2019.

sebagai objek penelitian tentang implementasi etika bisnis Islam akan dilakukan di CV. HAZHA Banyuwangi.

Dari pemaparan di atas maka penulis tertarik untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam dalam pelayanan jasa yang diterapkan oleh CV. HAZHA Banyuwangi.

## **B. Kajian Teori**

### **1. Definisi Etika Bisnis Islam**

Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral, sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi dan perilaku bisnis. Standar etika bisnis tersebut diterapkan kedalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa yang diterapkan kepada orang-orang yang ada didalam organisasi.<sup>11</sup>

Bisnis Islam dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Dalam arti, pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariat (aturan-aturan dalam al-Qur'an dan al-Hadist). Dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktis bagi pelaku kegiatan ekonomi (pembisnis).<sup>12</sup>

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang selanjutnya tentu akan melakukan hal benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengertian etika bisnis Islami tersebut selanjutnya dijadikan sebagai kerangka praktis yang secara fungsional akan membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi.<sup>13</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa Etika Bisnis Islam adalah seperangkat nilai, aturan maupun tata cara yang dijadikan pedoman dalam berbisnis sehingga aktivitas bisnis yang dilakukan tidak menyimpang dari ajaran Islam.

---

<sup>11</sup> Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 4.

<sup>12</sup> Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business and Economic Ethics*, 13.

<sup>13</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 35.

## 2. Urgensi Etika Bisnis Islam

Dalam situasi dunia bisnis membutuhkan etika, Islam sejak lebih dari 14 abad yang lalu, telah menyerukan urgensi etika bagi aktivitas bisnis.<sup>14</sup> Dalam hal ini, etika bisnis Islam merupakan hal yang penting dalam perjalanan sebuah aktivitas bisnis yang professional. Islam merupakan sumber nilai dan etika Islam mengatur segala aspek kehidupan manusia, termasuk didalamnya mengatur mengenai etika dalam melakukan aktivitas bisnis.

Terkait pentingnya etika dalam bisnis, A. Sonny Keraf mengatakan, "jika bisnis tidak punya etika, apa gunanya kita bicara mengenai etika dan apa pula gunanya kita berusaha merumuskan berbagai prinsip moral yang dapat dipakai dalam bidang kegiatan yang bernama bisnis. Paling tidak adalah tugas etika bisnis untuk pertama-tama memperlihatkan bahwa memang bisnis perlu etika, bukan hanya berdasarkan tuntutan etis belaka melainkan juga berdasarkan tuntutan kelangsungan bisnis itu sendiri."<sup>15</sup>

Berbisnis secara etis sangat perlu dilakukan karena profesi bisnis pada hakikatnya adalah profesi luhur yang melayani masyarakat banyak. Usaha bisnis berada di tengah-tengah masyarakat, mereka harus menjaga kelangsungan hidup bisnisnya. Caranya ialah menjalankan prinsip etika bisnis.<sup>16</sup>

Praktik bisnis yang tercela tidak akan terjadi jika kegiatan bisnis dilandasi dengan etika bisnis Islam yang sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW. Dengan diterapkannya etika bisnis yang sesuai dengan syari'at Islam dapat mengantarkan pelakunya selamat didunia hingga di akhirat.

Dalam bisnis, etika Islam memiliki beberapa kepentingan yaitu: pertama, etika bisnis Islam dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menyelaraskan kepentingan suatu lembaga bisnis, yaitu mencari keuntungan dengan tuntutan moral. Kedua, etika bisnis Islam bertugas melakukan perubahan atas kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan pemahaman bahwa bisnis tidak dapat dipisahkan dari etika.<sup>17</sup>

## 3. Definisi Pelayanan Jasa

Dalam kamus bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan merupakan suatu hal, cara, atau hasil pekerjaan melayani. Sedangkan

---

<sup>14</sup> Veithzal, *Islamic Business Economic Ethics* 36.

<sup>15</sup> A. Kadir, *Hukum Bisnis Syari'ah dalam Al-Qur'an*, (Jakarta: Amzah, 2010), 50.

<sup>16</sup> Buchari Alma dan Donni Junni Priansa, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, 382.

<sup>17</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), 60.

melayani adalah menyugahi orang dengan makanan, minuman, menyediakan keperluan orang, mengiyakan, menerima dan menggunakan.<sup>18</sup>

Pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan organisasi atau program pada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.<sup>19</sup>

Menurut Kasmir, untuk meningkatkan citra perusahaan, wirausahawan perlu menyiapkan sumber daya manusia (karyawan) yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan pelanggan disebut *customer service* (CS) atau ada juga yang menyebutnya *service assistance* (SA).<sup>20</sup>

Selanjutnya menurut R.A Supriyono pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen yang berkepentingan sehingga dilayani dengan keinginan konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri.<sup>21</sup> Dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas. Dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Moenir mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh sebab itu dapat ditetapkan standar baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan, agar hasil akhir memuaskan pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.<sup>22</sup> Berdasarkan beberapa teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan yang berlangsung secara berkesinambungan dalam interaksi seseorang dengan orang lain dalam menyediakan kepuasan.

#### 4. Pelayanan Jasa dalam Islam

Menurut ensiklopedi Islam, pelayanan adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syari'ah. Agar suatu pelayanan lebih terarah maka semua pihak harus mempunyai pedoman

---

<sup>18</sup> Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), 5.

<sup>19</sup> M. Nurrianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Perbankan Syari'ah*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2010), Cet. ke-1, 211.

<sup>20</sup> Kasmir, *Kewirausahawan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 275.

<sup>21</sup> Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), 152.

<sup>22</sup> Moenir, *Manajemen Pelayanan Publik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 27.

dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran Islam. Dimana Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum.<sup>23</sup>

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas serta bersifat lemah lembut dan sopan santun manakala berbicara dan melayani pelanggan, karena baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses dan gagalnya bisnis yang dijalankan.

Sikap melayani adalah salah satu prinsip bisnis yang Islami, Rasulullah mengatakan "*saidul kaunkhalimuhun*" pengurus atau pengusaha itu adalah pelayan bagi customernya. Karena itu sikap murah hati, ramah dan sikap terpuji lainnya dalam melayani mestilah menjadi bagian dari kepribadian semua karyawan yang bekerja.<sup>24</sup>

Dari penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan Islami adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Terintegritasnya etika Islam dalam bisnis telah menciptakan suatu paradigma bisnis dalam sistem etika bisnis Islam. Paradigma bisnis adalah gugusan pikir atau cara pandang tertentu yang dijadikan sebagai landasan bisnis baik sebagai aktifitas maupun entitas.<sup>25</sup>

### C. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, objek, kondisi, sistem pemikiran ataupun suatu kelas pada masa sekarang. Menurut Whitney, metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat.<sup>26</sup>

Penelitian ini dilakukan dengan penelitian lapangan, mengamati objek yang dikaji berdasarkan realita yang ada. Kemudian hasil penelitian memberikan gambaran yang luas mengenai objek yang dikaji, yang mana penelitian ini merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data

---

<sup>23</sup> Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syari'ah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 1999), 96.

<sup>24</sup> Didin Hafifuddin Dan Hendri Tanjung , *Manajemen Syari'ah dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), Cet.ke-1, 71.

<sup>25</sup> Muhammad Fauroni dan Lukman, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), 10.

<sup>26</sup> Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), 160.

deskriptif berupa ucapan, tulisan dan perilaku yang diperoleh dan digali dari responden. Selanjutnya data yang terkumpul disajikan dalam bentuk kata-kata tertulis.

Melalui penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, peneliti dapat mengenali dan mengamati objek penelitian secara mendalam dan mendapatkan eksperimen dalam mengeksisiskan etika bisnis Islam. Dalam hal ini peneliti bertujuan menjelaskan proses mengenai etika bisnis Islam yang diterapkan di CV HAZHA Banyuwangi. Hasil penelitian dideskripsikan dari hasil data lapangan.

#### **D. Pembahasan**

CV. HAZHA Banyuwangi merupakan usaha yang bergerak di bidang spesialis map raport, ijazah dan spundbon bag. Yang mana usaha ini dirintis oleh Bapak Achmad Suyuti pada tahun 2014, yang semula hanya sebagai *sallesman* dari CV. HASHA Gresik, dengan modal awal Rp.20.000. Awal mula usahanya ia menggunakan strategi *door to door*, menawarkan barangnya dengan mendatangi sekolah-sekolah yang ada di Banyuwangi. Barang yang ditawarkan berupa aneka macam perlengkapan sekolah. Pada tahun 2015 bapak Suyuti lebih memfokuskan usahanya pada pembuatan sampul raport, ijazah dan spundon bag.

Nama CV. HAZHA diambil dari gabungan nama anak pemilik usaha ini yakni Hafiz dan Zafran. Selain itu secara spontanitas karena disebabkan keinginan untuk mengikuti jejak kesuksesan mitra usahanya, sehingga nama usaha ini juga di kutip dari CV. HASHA Gresik.

Kesusksesan usaha ini dapat memberikan lapangan kerja bagi para pengangguran, hingga kini memiliki karyawan berjumlah 25 orang (18 pria dan 7 wanita). Manfaat percetakan ini juga dirasakan oleh berbagai lembaga pendidikan yang dapat memesan dan mendapatkan barang yang berkualitas serta pelayanan yang memuaskan. Percetakan CV. HAZHA ini telah memiliki nama baik di tengah-tengah masyarakat, sehingga percetakan ini mampu mendistribusikan produknya dari lingkup lokal hingga luar kota, seperti: Batam, Bali dan Kalimantan.<sup>27</sup>

Pada percetakan CV.HAZHA masih menggunakan struktur sentralisasi dalam usahanya, yakni memusatkan seluruh wewenang kepada sejumlah kecil manajer atau yang berada di posisi puncak pada suatu struktur organisasi.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Bapak Achmad Suyuthi, ST, Owner Percetakan CV. HAZHA Banyuwangi, Hasil wawancara pribadi, Banyuwangi, 15 Februari 2019.

<sup>28</sup> <http://hdsngrafica.blogspot.com/2010/09/sentralisasi-dan-desentralisasi->

Berikut merupakan prinsip operasional percetakan CV. HAZHA yaitu: membangun hubungan yang baik antar karyawan, fokus terhadap pekerjaan masing-masing, mengutamakan kejujuran dalam segala aspek, dan mengutamakan pelayanan prima kepada konsumen.

### **1. Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Jasa di CV. HAZHA Banyuwangi**

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian di percetakan CV. HAZHA Banyuwangi mengenai implementasi etika bisnis Islam dalam pelayanan jasa, guna aktivitas bisnis yang dilakukan tidak hanya sekedar menjalankan bisnis saja, namun bisnis yang beretika. Karena bisnis yang beretika tidak hanya sekedar untuk mencari keuntungan berupa laba saja. Namun lebih kepada bisnis berdasarkan prinsip yang telah diajarkan oleh Islam.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti peroleh dapat diketahui bahwa etika bisnis Islam dalam pelayanan jasa yang dilakukan oleh percetakan CV. HAZHA Banyuwangi pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan dalam Islam. Dalam hal ini percetakan CV. HAZHA Banyuwangi dalam usahanya telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam pelayanan jasanya meliputi: prinsip tauhid (kesatuan dan integrasi-kesamaan); prinsip khilafah (intelektualitas-kehendak bebas-tanggung jawab dan akuntabilitas); prinsip ibadah (penyerahan total); prinsip tazkiyah (kejujuran-keadilan-keterbukaan); dan prinsip ihsan (kebaikan orang lain-kebersamaan-profesionalisme).

Pemilik dan karyawan percetakan CV. HAZHA memiliki etos kerja tinggi dan berkerja keras dalam menjalankan segala aktivitas bisnisnya. Menurut pemilik percetakan ini, ibadah harus dijalani dengan ikhlas semata mengharap keridhaan Allah agar bisnisnya diberkahi. Selain itu, diantara bentuk penghambaan kepada Allah, pemilik percetakan menyediakan waktu karyawan untuk sholat dan ia juga menyisihkan sebagian hasil dari bisnisnya untuk diberikan kepada anak yatim pada setiap hari kamis.

Tauhid merupakan sebuah ekspresi pengakuan akan adanya Tuhan yang maha Esa sebagai muara berlabuhnya pertanggung jawaban perbuatan manusia yang tidak mungkin dihindari oleh siapapun. Ini

berarti konsep tauhid akan memiliki pengaruh yang paling mendalam terhadap seorang muslim.<sup>29</sup>

Prinsip tauhid dijadikan pondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan tauhid ini bertitik tolak pada keridhaan Allah, tata cara yang dilakukan sesuai dengan ketentuan syari'at-Nya. Segala kegiatan bisnis dikaitkan dengan masalah *ilahiyah*. Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian yang diperoleh dapat ditarik kesimpulan bahwa usaha percetakan CV. HAZHA ini telah menerapkan prinsip tauhid dengan baik. Terbukti dari beberapa aktivitas ketauhidan yang telah dilakukan. Seperti meluangkan waktu sholat dan menginfakkan sebagian keuntungannya untuk anak yatim.

Prinsip khilafah juga telah diterapkan di percetakan CV. HAZHA sesuai dengan etika bisnis Islam. Hal ini tergambar dari berbagai tindakan yang dilakukan oleh percetakan ini. Diantaranya yaitu dengan melakukan inovasi. Berbagai macam bentuk inovasi yang telah dilakukan diantaranya yaitu dengan memodifikasi produk, seperti menggunakan tinta berwarna emas pada penulisan, yang mana hal tersebut tidak dilarang oleh Islam. Dengan demikian inovasi yang dilakukan oleh percetakan CV. HAZHA sesuai dengan syari'at Islam, karena bukan merupakan barang yang tergolong haram atau bukan barang yang dilarang dalam Islam.

Dalam berbisnis perlu adanya intelektualitas atau kecerdasan untuk menjalankan strategi bisnis sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku, sehingga menghasilkan keuntungan yang memadai. Dengan kecerdasan pula seorang pebisnis mampu mewaspadaikan dan menghindari berbagai macam bentuk kejahatan non-etis yang mungkin dilancarkan oleh lawan-lawan bisnisnya.<sup>30</sup> Setiap pebisnis memiliki intelektualitas atau ide masing-masing untuk mengembangkan bisnisnya. Begitupula bisnis di percetakan CV. HAZHA. Dengan demikian, percetakan CV. HAZHA mempunyai intelektualitas tinggi dalam meningkatkan mutu produknya, dengan melakukan berbagai inovasi, sehingga dapat meluaskan pangsa pasar.

Percetakan CV. HAZHA bersaing secara sehat dan benar dengan membiarkan pebisnis lain menawarkan barang yang sama serta tidak memaksa konsumen untuk membeli barang yang ditawarkan. Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa percetakan CV. HAZHA telah menerapkan

---

<sup>29</sup> Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 33.

<sup>30</sup> Agus Ariyanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011), 18.

prinsip khilafah dari segi kehendak bebas, dengan adanya persaingan sehat dengan percetakan lain dan tidak pernah memaksakan kehendak terhadap konsumen.

Dalam melakukan segala bentuk kegiatan bisnisnya, percetakan CV. HAZHA tidak hanya mempertanggungjawabkan segala tindakannya didepan manusia tetapi juga mempertanggungjawabkan dihadapan Allah SWT. Selain itu, sebagai bentuk tanggungjawab percetakan CV. HAZHA selalu menanggapi keluhan konsumen dengan baik. Tanggung jawab kepada pelanggan dan masyarakat dalam dunia bisnis, produsen tidak dapat dipisahkan dari konsumen. Seorang konsumen harus diperlakukan dengan secara moral. Hal ini bukan hanya karena tuntutan etis, melainkan persyaratan mutlak untuk mencapai keberhasilan bisnis.<sup>31</sup>

Tanggung jawab dalam bisnis harus ditampilkan dengan berbuat yang terbaik dalam segala urusan. Dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontal kepada masyarakat. Umat Islam harus meyakini bahwa Allah mengetahui segala yang dilakukan dan akan dipertanggungjawabkan kelak di akhirat.

Dari paparan tersebut dapat disimpulkan bahwa percetakan CV. HAZHA telah bertanggungjawab terhadap segala tindakan usahanya, baik kepada Allah maupun kepada manusia.

Dalam segala bentuk aktivitas bisnisnya percetakan CV. HAZHA juga telah menerapkan prinsip ibadah yang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam dengan memasrahkan seluruhnya kepada Allah SWT. Aktivitas bisnisnya tidak hanya untuk mencari keuntungan, melainkan dituangkan sebagai bentuk ibadah.

Prinsip etika bisnis Islam dalam berbisnis tidak semata-mata hanya untuk mendapatkan *profit* atau keuntungan, melainkan segala aktivitas bisnis diniatkan sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT.

Kemampuan pelaku bisnis untuk menjadikan penghambaan manusia kepada Tuhan sebagai wawasan batin sekaligus komitmen moral yang berfungsi memberikan arah, tujuan dan pemaknaan terhadap aktualisasi kegiatan bisnisnya.

Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa segala bentuk kegiatan bisnis di percetakan CV. HAZHA diniatkan sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT, dengan memasrahkan bisnisnya kepada Allah dalam berbagai aspek.

---

<sup>31</sup> Ahmoedin, *Etika Bisnis Perbankan*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), 81.

Dalam berbisnis percetakan CV. HAZHA selalu menjelaskan kondisi barang apa adanya tanpa menutup-nutupi kualitas produk yang dipasarkan. Disamping itu, percetakan ini sangat menghindari melakukan pengoplosan barang meskipun harga bahan sedang melambung tinggi atau bahan sedang sulit didapat.

Selain itu, percetakan CV. HAZHA memperlakukan semua konsumen dengan sama tanpa ada yang dibedakan, baik dari pemberian harga, kualitas produk serta pelayanan yang prima.

Prinsip tazkiyah ini sangat dianjurkan dalam Islam, karena Al-Qur'an dan Rasulullah selalu menekankan adanya kejujuran, keterbukaan serta keadilan dalam berbisnis. Rasulullah member tauladan secara langsung mengenai cara berbisnis dengan benar tanpa ada unsur kebohongan ketika menjelaskan macam, jenis, sumber maupun biaya barang yang ditawarkan.

Berdasarkan paparan hasil penelitian tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada usaha percetakan CV. HAZHA telah diterapkan prinsip tazkiyah dengan baik dan benar sesuai dengan ajaran Islam. Hal tersebut dapat dilihat dengan adanya penetapan harga secara merata, menjelaskan kondisi barang di awal pemesanan kepada konsumen dan lain sebagainya.

Percetakan CV. HAZHA juga telah menerapkan prinsip ihsan dalam bisnisnya, hal ini tergambar dengan selalu menjaga hubungan baik dengan para konsumen. Mulai dengan mengajak berkomunikasi dengan ramah dan sopan santun sampai dengan memberikan diskon pada konsumen yang berlangganan. Bentuk-bentuk prinsip ihsan yang dilakukan oleh percetakan CV. HAZHA tidak bertentangan dengan etika bisnis Islam. Sementara itu, menjalin hubungan baik dengan karyawan dilakukan dengan menghargai sesama rekan kerja, menghormati pendapat dan selalu bermusyawarah tentang upaya yang menyangkut kemajuan bisnis.

Sebelum ilmuan barat menemukan teori bahwa menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis merupakan hal yang penting bagi kelangsungan bisnis, ternyata hal tersebut sudah lebih dahulu dipraktikkan oleh Rasulullah. Dalam berdagang Rasulullah menggunakan konsep dagang *relationship marketing*. Konsep ini memandang bahwa pada awal barang dipasarkan, semua anggota masyarakat adalah calon pembeli yang potensial. Diantara calon pembeli tersebut pasti ada yang memutuskan untuk melakukan pembelian dan ada pula yang tidak jadi membeli. Konsumen yang melakukan pembelian ulang hingga akhirnya menjadi pelanggan tetap. Pelanggan tetap tersebut dengan sendirinya akan

membantu mempromosikan dan mengajak orang disekitar mereka untuk ikut menjadi pelanggan.

Selain menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis dengan sifat yang rendah hati, dermawan dan menghargai orang lain Rasulullah juga mengajarkan untuk memperhatikan dan menjaga kepentingan masyarakat dan lingkungan.

Dengan demikian, Perilaku yang dilakukan oleh pihak percetakan CV. HAZHA tersebut ditekankan dalam ajaran Islam. Sebagaimana Rasulullah yang selalu memahami dan berkomitmen terhadap tugas masing-masing yang telah dibagi serta selalu membantu mitra bisnis ketika membutuhkan. Rasulullah selalu menjalin hubungan baik pada anak buah dengan cara memanusiakan, menghargai serta tidak pernah enggan berteman dengan anak buah.

Percetakan CV. HAZHA telah memiliki segmen pasar tertentu serta target yang harus dipenuhi dalam bisnisnya. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa percetakan ini tidak hanya asal bisnis. Mereka menganalisa peluang dan mengetahui segmen pasarnya. Selain itu, mereka juga mengidentifikasi pesaing tanpa memiliki niat untuk menjatuhkan dan meremehkan kemampuan pembisnis lain.

## **2. Faktor Pendukung dan Penghambat Percetakan CV. HAZHA Banyuwangi**

Dalam menjalankan suatu aktivitas bisnis terdapat faktor pendukung demi lancarnya proses bisnis. Setiap usaha yang dilakukan, pasti tidak akan terlepas dari adanya hal-hal yang mendukung kelancaran usaha tersebut, juga masih terdapat hal-hal yang menjadi kendala dalam menjalankan usaha. Faktor yang menjadi pendukung keberhasilan suatu usaha merupakan suatu nilai positif yang dimiliki. Namun, jika yang terjadi adalah terdapatnya faktor yang menghambat, hal tersebut harus diantisipasi oleh sebuah perusahaan agar tidak menjadi penghambat dari keberhasilan suatu usaha.

Sebagaimana yang terjadi pada percetakan CV. HAZHA Banyuwangi, dalam menjalankan usahanya, terdapat beberapa hal yang menjadi faktor pendukung dalam keberhasilan usaha yang dijalankan. Diantara faktor pendukung dalam usaha percetakan CV. HAZHA dapat diterangkan berupa kesetiaan konsumen dalam melakukan pembelian barang di percetakan CV. HAZHA, hal tersebut merupakan suatu nilai positif yang harus dipertahankan oleh pemilik, karena kesetiaan konsumen dalam melakukan pembelian dapat menjamin lancarnya suatu usaha yang ada, karena dengan begitu konsumen dapat secara

berkesinambungan melakukan pembelian, serta tidak menutup kemungkinan, konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain tentang nilai positif yang dimiliki oleh percetakan CV. HAZHA.

Selain hal tersebut, juga dari segi kualitas barang yang ditawarkan di percetakan CV. HAZHA sendiri, barang yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik, hal tersebut dapat dijamin oleh pemilik usaha, juga dapat dirasakan sendiri oleh konsumen sebagai pemakai barang. Hal lain yang menjadi faktor pendukung dalam usaha ini adalah pelayanan yang diberikan kepada konsumen, karena percetakan CV. HAZHA mengutamakan pelayanan yang diberikan kepada para konsumen, agar konsumen merasa puas, serta dapat secara berkelanjutan melakukan pembelian di percetakan CV. HAZHA, dan dapat merekomendasikan kepada pihak lain untuk melakukan pembelian di percetakan CV. HAZHA. Selain itu, kejujuran menjadi faktor pendukung lain dalam menjalankan usaha percetakan CV. HAZHA ini, karena pengelola usaha percaya bahwa kejujuran dalam usaha dapat membawa keberkahan sendiri dalam menjalankan usaha. Serta dapat menjadi modal utama untuk memperoleh kepercayaan dari konsumen.

Selain faktor pendukung usaha yang telah disebutkan di atas, terdapat beberapa faktor penghambat atau kendala yang terjadi dalam usaha percetakan CV. HAZHA ini, diantaranya adalah masalah waktu. Jangka waktu antara pemesanan, pengolahan dan pengiriman sangat singkat. Karena konsumen membutuhkan sampul raport dan map ijazah hanya pada bulan-bulan tertentu, pada sa'at kenaikan kelas dan kelulusan saja. Biasanya sampul raport dan map ijazah dibutuhkan sekitar bulan desember. Sementara pemesanan biasanya kisaran bulan oktober.

Selain itu, juga faktor penghambat yang terjadi adalah berupa banyaknya pesaing yang bermunculan, namun hal tersebut dapat daitasi dengan terus melakukan inovasi dalam penjualan barang di percetakan CV. HAZHA tersebut.

## **E. Simpulan**

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.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Boedi dan Beni Ahmad Saebani. *Metode penelitian Ekonomi Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.
- Agoes, Sukrisno dan I Cenik Ardana. *Etika Bisnis dan Profesi*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Pestaka Al-Kautsar, 2005.
- Al Arif, M. Nurrianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Perbankan Syari'ah*. Bandung: CV. Alfabeta, 2010.
- Alma, Buchari. *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Alma, Buchari dan Donni Junni Priansa. *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Arijanto, Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 1996.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: KENCANA, 2006.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Fajar Interpretama, 2012.
- Basrowi dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Beekun, Rafik Isa. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Charris, Zubair Achmad. *Kuliah Etika*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1995.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2007.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis*. Jakarta: Penebar Swadaya, 2012.
- Farida, Yun. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Dalam perspektif Etika Bisnis Islam". Skripsi-IAIN Metro, 2018.

- Fauroni, R Lukman. *Etika Bisnis dalam Al-Qurán*. Yogyakarta: PT.LKIS Pelangi Aksara, 2006.
- Fauroni , R. Lukman dan Muhammad. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta : Salemba Diniyah, 2002.
- Hafiduddin, Didin. *Islam Aplikatif*. Jakarta: Penerbit Gema Insani, 2003.
- Hafiduddin, Didin dan Hendri Tanjung. *Manajemen Syari'ah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2003.
- Hasibuan, Malayu. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005.
- Izzati, Sidqi Amalia. "*Penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal*". Skripsi-Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015.
- Kadir. *Hukum Bisnis Syari'ah dalam Al-Qur'an*. Jakarta: Amzah, 2010.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Moenir. *Manajemen Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Meleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta CV, 2014.
- Muhammad. *Pengantar Akuntansi Syari'ah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 1999.
- Muhammad. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004.
- Muhammad dan Alimin. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE, 2004.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Rivai, Veithzal dkk. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012.
- Rohmah, Siti. "*Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta*". Skripsi-UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.
- Sinambela. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Susanti, Evi, "*Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mebel Di CV. Jati Karya Palembang*". Skripsi - UIN Raden Fatah Palembang, 2017.
- Untung, Budi. *Hukum dan Etika Bisnis*. Yogyakarta: ANDI, 2012.