

**PENERAPAN MANAJEMEN ETIKA BISNIS ISLAM PADA 212 MART AL-HIKMAH
KEDATON KOTA BANDAR LAMPUNG**

Skripsi

Oleh

DESSY PURWANINGSIH

NPM 1741030092

Jurusan : Manajemen Dakwah



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2022 M**

**PENERAPAN MANAJEMEN ETIKA BISNIS ISLAM PADA 212 ART AL-HIKMAH
KEDATON KOTA BANDAR LAMPUNG**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana S1 dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi
Oleh

DESSY PURWANINGSIH

NPM 1741030092

Jurusan : Manajemen Dakwah

Pembimbing I : Dr. Abdul Syukur, M.Ag

Pembimbing II : Dr. Hj. Suslina, M.ag

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2022 M**

ABSTRAK

Manajemen dan etika bisnis Islam sangat diperlukan dalam aktivitas bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep manajemen dan konsep etika bisnis Islam, dan juga Manajemen Etika Bisnis Islam yang diterapkan pada 212 Mart Al-Hikmah. 212 Mart Al-Hikmah merupakan salah satu cabang 212 Mart yang ada di Kota Bandar Lampung.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan dua macam sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung pada obyek yang bersangkutan, data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara peneliti yang ditanyakan kepada responden yaitu direktur toko dan konsumen 212 Mart Al-Hikmah.

Hasil dari penelitian yang diperoleh yaitu bahwa manajemen pada 212 Mart Al-Hikmah sudah diterapkan dengan baik sesuai dengan fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian atau pengawasan. Dimana fungsi manajemen tersebut dilaksanakan dalam aspek pemasok barang, distribusi barang, perencanaan dalam jangka panjang, jangka menengah dan jangka pendek, lalu pembagian job kerja yang sesuai dengan kemampuan masing-masing karyawan, ketepatan waktu kerja, apresiasi karyawan terhadap konsumen dengan memberi salam kepada konsumen yang baru datang, dan pengawasan kerja karyawan. Lalu 212 Mart Al-Hikmah juga sudah menerapkan etika bisnis Islam dengan baik yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, yang mencakup aspek dari produk, pelayanan, pemasaran, kerjasama dan lingkungan. Manajemen Etika Bisnis Islam pada 212 Mart yaitu hubungan antara perencanaan dan tauhid seperti dalam melaksanakan sholat, ketika waktu sholat tiba para karyawan berencana dan bersiap untuk melaksanakan sholat, perencanaan dalam pemasok barang dan distribusi barang, pihak 212 Mart melakukan penelitian terhadap barang yang akan ditawarkan dengan melihat kehalalan barang dan tanggal kadaluarsa. Pengorganisasian dengan keseimbangan, seimbang dalam memberikan gaji kepada setiap karyawan yang sesuai dengan pekerjaan masing-masing. Pelaksanaan dengan keseimbangan yaitu apresiasi karyawan, karyawan memberikan apresiasi kepada konsumen dengan sifat keramah-tamahan, tidak membandingkan konsumen satu dengan yang lain. Hubungan antara pengawasan dengan tauhid yaitu melakukan briefing sebelum memulai pekerjaan, dan briefing dua minggu sekali dengan tim penanggung jawab toko dengan para karyawan dengan melakukan pengajian rutin.

Kata kunci : Manajemen, Etika Bisnis Islam, 212 Mart

ABSTRACT

Management and Islamic business ethics are indispensable in business activities. This study aims to determine the management concept and the concept of Islamic business ethics, as well as the Management of Islamic Business Ethics which are applied to 212 Mart Al-Hikmah. 212 Mart Al-Hikmah is one of the branches of 212 Mart in Bandar Lampung City.

The research method used is descriptive qualitative. This research data collection technique uses two kinds of data sources, namely primary data and secondary data. Primary data is data obtained directly on the object in question, primary data in this study was obtained through interviews with researchers who were asked to respondents, namely store directors and consumers at 212 Mart Al-Hikmah.

The results of the research obtained are that the management at 212 Mart Al-Hikmah has been implemented properly in accordance with the management functions which include planning, organizing, directing and controlling or supervising. Where the management function is carried out in the aspect of suppliers of goods, distribution of goods, planning in the long term, medium term and short term, then the division of work jobs according to the abilities of each employee, punctuality of work, employee appreciation for consumers by greeting consumers new arrivals, and supervision of employee work. Then 212 Mart Al-Hikmah has also implemented Islamic business ethics well in accordance with the principles of Islamic business ethics, which include aspects of product, service, marketing, cooperation and the environment. Management of Islamic Business Ethics at 212 Mart, namely the relationship between planning and monotheism as in praying, when prayer time arrives employees plan and prepare to pray, planning in packing goods and distributing goods, 212 Mart conducts research on the goods to be offered with see the halalness of the goods and the expiration date. Organizing with balance, balanced in providing salaries to each employee in accordance with their respective jobs. Implementation with a balance, namely employee appreciation, employees give appreciation to consumers with a friendly nature, not comparing consumers with one another. The relationship between supervision and monotheism is conducting briefings before starting work, and briefings every two weeks with the store responsible team and employees by conducting regular recitations.

Keywords : Management, Islamic Business Ethics, 212 Mart

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dessy Purwaningsih
NPM : 1741030092
Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Penerapan Manajemen Etika Bisnis Islam Pada 212 Mart Al-Hikmah Kedaton Kota Bandar Lampung"** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar rujukan. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, April 2022

Penulis



Dessy Purwaningsih

1741030092



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 704030

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Penerapan Manajemen Etika Bisnis Islam Pada 212 Mart Al-Hikmah Kedaton Kota Bandar Lampung

Nama : Dessy Purwaningsih

NPM : 1741030092

Jurusan : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Telah di periksa oleh pembimbing I dan pembimbing II, maka untuk itu pembimbing I dan pembimbing II menyetujui untuk disidangkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I,

Dr. Abdul Syukur, M.Ag
NIP. 196511011995031001

Pembimbing II,

Dr. Hj. Suslina, M.Ag
NIP. 197206161997032002

Ketua Jurusan,

Yunindar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I
NIP. 197010251999032001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 704030

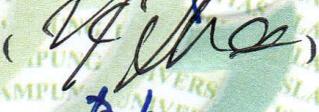
PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Penerapan Manajemen Etika Bisnis Islam Pada 212 Mart Al-Hikmah Kedaton Kota Bandar Lampung” disusun oleh Dessy Purwaningsih, NPM 1741030092, Program Studi Manajemen Dakwah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Pada Hari/Tanggal: Jumat / 01 April 2022

Tim Penguji

Ketua Sidang : Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I ()

Sekretaris : Devid Saputra, M.M ()

Penguji I : Dr. Tontowi Jauhari, S.Ag., MM ()

Penguji II : Dr. Abdul Syukur, M.Ag ()

Penguji Pendamping : Dr. Hj. Suslina, M.Ag ()

Mengetahui




Dr. Abdul Syukur, M.Ag

NIP. 196511011995031001

MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung”

(QS Al-Jumuah[62]: 10)



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, penulis mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Kedua orang tuaku, bapak Sukamto Prayoga dan Ibuku Mulyati yang selalu senantiasa berdo'a untuk kesuksesan anaknya, memberikan kasih sayang yang tak terhingga, memberikan nasihat dan bersabar untuk menantikan keberhasilanku.
2. Omku Wardiyanto dan Buleku Setia Asih yang mana telah berjasa padaku selama aku menuntut ilmu, telah membiayai sekolahku hingga ke perguruan tinggi, sehingga mengantarkanku meraih gelar sarjana dan selalu senantiasa mendo'akan untuk suksesanku.
3. Adik-adik kandung ku, Anggi Anugerah Pratiwi, Deva Tri Handayani, dan Gilang Ramadhan. Dan juga keponakanku Uswatun Khasanah dan Isnaini Putri Ar-Royyan yang aku sayangi dan cintai.
4. Saudara ku Restu Aulia yang sudah menemani, menyemangati, dan mendo'akan aku dalam penggarapan skripsi ini hingga selesai.
5. Sahabat-sahabat ku, Dwi Septiani, Dina Arif Apriliani, Himmatul Aliyah, Diana Putri, Rani Handaya Putri, Eva Lestari, Emi Yusnita dan teman-eman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan dan motivasi serta semangat yang kalian berikan, kalian sudah bekerja keras.
6. Serta almamaterku tercinta kampus UIN Raden Intan Lampung beserta para staf kampus dari dosen, staf akademik, staf perpustakaan fakultas dan akademik, staf pusat bahasa dan semua karyawan yang telah melayani dengan baik.



RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis adalah Dessy Purwaningsih, dilahirkan di Kota Bandar Lampung pada tanggal 18 Desember 1999, penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara, dari pasangan bapak Sukanto Prayoga dan ibu Mulyati yang bertempat tinggal di Gunung Sulah Bandar Lampung.

Jenjang pendidikan yang ditempuh penulis, dimulai dari SD Negeri 2 Sawah Lama dan lulus tahun 2011. Kemudian melanjutkan di jenjang SMP Negeri 9 Bandar Lampung dan lulus tahun 2013. Selanjutnya penulis melanjutkan di SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2017. Seterusnya penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Penulis di terima sebagai mahasiswi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, jurusan Manajemen Dakwah di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tahun 2017.

Bandar Lampung, November 2021



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang mana telah memberikan karunia dan nikmat-Nya, kesehatan jasmani dan rohani, dan kekuatan lahir batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul penelitian “**Penerapan Manajemen Etika Bisnis Islam Pada 212 Mart Al-Hikmah Kedaton Kota Bandar Lampung**” sebagai syarat akhir untuk mencapai Gelar Sarjana Sosial (S1) pada program studi Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Sholawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada suri tauladan kita baginda Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarga dan sahabat dan para pengikutnya, karena telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju kepada cahaya Islam, semoga kita semua mendapatkan syafa'atnya di yaumul akhir nanti.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa tidak dapat terselesaikan tanpa bimbingan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah
3. Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag selaku pembimbing I dan Dr. Hj. Suslina, M. Ag selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi hingga tahap penyelesaiannya.
4. Bapak/Ibu Dosen & Civitas Akademik Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan selama penulis menempuh studi pendidikan di kampus uin Raden Intan Lampung.
5. Seluruh staf karyawan dan staf perpustakaan
6. Bapak Yuzep Andiyawan selaku direktur 212 Mart Al-Hikmah, telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian di 212 Mart Al-Hikmah. terima kasih atas bantuannya.
7. Para karyawan 212 Mart Al-Hikmah yang telah membantu saya dalam penelitian.
8. Teman-teman seperjuangan Manajemen Dakwah kelas C angkatan 2017, yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis, semoga Allah SWT senantiasa memudahkan segala urusan dan langkah kita semua.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan yang telah bapak, Ibu dan saudara/i lakukan dan menjadi amal ibadah yang di ridhoi Allah SWT dan di balas dengan Allah SWT, Aamiin Ya Robbal Alamin.

Dengan segala kerendahan hati, akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti-peneliti selanjutnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan dan kelemahannya, jadi sangat diharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun untuk penulis.

Bandar Lampung, Januari 2022
Penulis

Dessy Purwaningsih
1741030092

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	iii
SURAT PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN	vi
PENGESAHAN.....	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	2
C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Penelitian.....	6
G. Kajian Penelitian	6
H. Metode Penelitian.....	8
I. Sistematika Pembahasan.....	10

BAB II MANAJEMEN ETIKA BISNIS ISLAM

A. Pengertian Manajemen Bisnis	12
1. Pengertian Manajemen.....	12
2. Manajemen Bisnis Dalam Islam.....	13
1. <i>Planning</i>	13
2. <i>Organizing</i>	17
3. <i>Actuating</i>	18
4. <i>Controlling</i>	20
B. Pengertian Etika Bisnis Islam	
1. Pengertian Etika Bisnis	21
2. Etika Bisnis dalam Islam.....	22
3. Etika Bisnis Rasulullah SAW	23
C. Fungsi Etika Bisnis Islam	25
D. Tujuan Etika Bisnis Islam.....	25
E. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	26
F. Tujuh Hal yang Harus di Hindari Oleh Pelaku Bisnis	30

BAB III GAMBARAN UMUM 212 MART AL-HIKMAH KEDATON

A. Gambaran Umum 212 Mart Al-Hikmah

1. Sejarah Berdirinya	32
2. Visi Misi dan Tujuan	36
3. Fasilitas 212 Mart Al-Hikmah	36
4. Struktur organisasi	36
5. Produk Anggota 212 Mart Al-Hikmah.....	35

B. Gambaran Tentang Fungsi Manajemen Bisnis Islami 212 Mart Al-Hikmah	
1. <i>Planning</i>	43
2. <i>Organizing</i>	44
3. <i>Actuating</i>	45
4. <i>Controlling</i>	45
C. Gambaran Tentang Prinsip Etika Bisnis Islam 212 Mart Al-Hikmah	
1. Konsep Tauhid.....	46
2. Keseimbangan.....	48
3. Kehendak Bebas	48
4. Tanggung Jawab	50
5. Kebenaran.....	51

**BAB IV ANALISIS PENERAPAN MANAJEMEN ETIKA BISNIS ISLAM PADA 212
MART AL-HIKMAH KEDATON KOTA BANDAR LAMPUNG**

A. Fungsi Manajemen Bisnis Islami Pada 212 Mart Al-Hikmah.....	53
B. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada 212 Mart Al-Hikmah	55
C. Manajemen Etika Bisnis Islam Pada 212 Mart Al-Hikmah	58

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan	60
B. Rekomendasi	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Gerai 212 Mart di Bandar Lampung	33
Tabel 3.2 Jadwal Kerja Karyawan	34
Tabel 3.3 Perbandingan Harga	35
Tabel 3.4 Pengurus 212 Maert Al-Hikmah.....	36
Tabel 3.6 Daftar Produk-Produk Anggota.....	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	5
Struktur Organisasi	37



\DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Judul Skripsi
2. Daftar Wawancara
3. Surat Konsultasi Skripsi
4. Surat Permohonan Izin Penelitian
5. Surat Balasan Penelitian
6. Surat Rekomendasi Penelitian PTSP
7. Surat Perubahan Judul Skripsi
8. Dokumentasi Foto



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Pada skripsi ini, judul yang diambil penulis yaitu, “*Penerapan Manajemen Etika Bisnis Islam Pada 212 Mart Al-Hikmah Kedaton Kota Bandar Lampung*”. Agar tidak ada kesalahpahaman dan kekeliruan dalam memahami judul skripsi ini, maka penulis akan memberikan penjelasan terhadap kata atau istilah yang terdapat dalam judul skripsi tersebut.

Penerapan adalah perihal mempraktikkan, menurut KBBI penerapan adalah suatu perbuatan menerapkan, menurut beberapa ahli, penerapan ialah suatu perbuatan mempraktekan suatu teori, metode, dan lainnya untuk mencapai tujuan tertentu terhadap suatu kepentingan yang diharapkan oleh individu maupun kelompok.¹

Kata manajemen berasal dari bahasa Inggris, yakni dari kata *to manage* yang berarti mengurus, mengelola, atau mengatur. Menurut Mary Parker Follett disebutkan bahwa manajemen merupakan seni untuk mencapai tujuan melalui orang-orang. Terry mengartikan manajemen sebagai serangkaian proses unik yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang dilaksanakan untuk menetapkan dan mencapai berbagai sasaran yang sudah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan berbagai sumber daya lainnya.

Asal usul etika tak lepas dari kata *ethos* dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan atau karakter.² Etika adalah filsafat tentang nilai-nilai, kesusilaan tentang baik buruk. Selain itu juga etika juga merupakan pengetahuan tentang batin seseorang yang sesuai dengan norma-norma etik. Etika sering juga dihubungkan dengan moral (moralitas), dan dalam Islam pula etika atau moral lebih sering dikenal dengan akhlak. Etika sebagai kata tunggal bermakna tempat tinggal, padang rumput, kebiasaan, watak, dan sikap atau cara berfikir dan perasaan itu sendiri. Pada dasarnya etika (nilai-nilai dasar) dalam bisnis berfungsi sebagai penolong bisnis untuk memecahkan masalah-masalah (moral) dalam praktek bisnis.

Bisnis berarti suatu dagang, usaha komersil di dunia perdagangan di bidang usaha. Dalam artian luas, bisnis diartikan sebagai semua aktivitas produksi perdagangan barang dan jasa. Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Bisnis memiliki makna “*the buying and selling of goods and services*”. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan

¹ <https://kbbi.web.id/terap-2>

² Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), 4.

dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.³ Kegiatan bisnis mencari keuntungan ini dilakukan oleh usaha perorangan, persekutuan atau kerjasama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Termasuk jasa dari pemerintah dan swasta yang disediakan untuk melayani anggota masyarakat.⁴ Etika Bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah dan halal haram dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah. Etika Bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Etika Bisnis Islam yaitu seperangkat nilai dalam menjalankan bisnis yang dimana nilai-nilai tersebut sesuai dengan syariat Islam. Jadi dua hal antara etika dan bisnis saling berhubungan agar dapat saling menguntungkan di antara kedua belah pihak. Pada pengertian diatas, maka maksud dari skripsi ini adalah memberikan gambaran tentang penerapan fungsi manajemen dan etika bisnis Islam pada 212 Mart Al-Hikmah, di lihat dari fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan juga pengendalian. Dan juga prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran.

B. Latar Belakang

Dalam kehidupan manusia bisnis adalah suatu hal yang sangat penting. Maka dari itu landasan dalam berbisnis harus bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah. Selama ini bisnis selalu dilihat sebagai suatu usaha untuk mencari keuntungan yang sebanyak-banyaknya, dan mungkin ada pula cara yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan dengan cara yang tidak etis. Dalam bisnis seorang pebisnis rela menghalalkan segala cara seperti penipuan, sumpah palsu, riba, kecurangan menyuap dan perbuatan yang dilarang lainnya dan Islam tidak mengajarkan seperti itu. Allah swt telah menyatakan bahwa ada batasan-batasan yang dilakukan dalam bisnis seperti yang halal dan haram, yang benar dan yang salah serta yang boleh dan tidak boleh, batasan-batasan ini dapat menguntungkan individu tanpa mengorbankan hak individu lainnya. Batasan ini disebut dengan istilah dari etika.

Bagi sebagian orang, berbisnis adalah kegiatan ekonomi manusia dengan tujuan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan. Pada dasarnya etika bisnis (core values) membantu pengusaha dalam memecahkan masalah praktik bisnis (moral). Oleh karena itu, dalam rangka mengembangkan sistem ekonomi Islam, terutama untuk menghidupkan kembali perdagangan Islam dalam menanggapi kegagalan sistem ekonomi baik kapitalis maupun sosialis, nilai-nilai dasar

³ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), 3.

⁴ Buchari Alma, *Dasar-dasar Bisnis dan Pemasaran* (Bandung: CV Alfabeta, 1992), 1-2

Islam yang terkait dengan aturan perdagangan adalah dengan Al-Qur'an, sunnah adalah yang dibutuhkan.

Seseorang pengusaha selain harus memiliki etika juga harus mampu menyatukan dan mengelola sumber daya yang dimiliki, sehingga dapat memproduksi secara maksimal, ini juga biasa disebut dengan manajemen. Manajemen merupakan rangkaian aktivitas yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian ditujukan kepada sumber daya manusia untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

Nabi Muhammad SAW sangat baik dalam mengatur proses, hubungan bisnis dengan seluruh pelaku bisnis lainnya. Karena itu Nabi Muhammad SAW lebih dulu menerapkan nilai manajemen dalam kehidupan begitu juga dalam kegiatan bisnisnya. Nabi Muhammad SAW merupakan pedagang yang adil dan jujur dalam membuat sebuah perjanjian bisnis. Beliau tak pernah membuat pelanggan kecewa, karena beliau menepati janjinya dan menyerahkan barang pesanan dengan tepat waktu. Dan juga selalu memberikan rasa bertanggung jawab dengan siapapun.⁵

Etika dan manajemen bisnis Islam telah dilaksanakan pada berbagai bisnis di Indonesia, salah satunya bisnis ritel. Perkembangan bisnis ritel dapat dikatakan cukup pesat di Indonesia. Adanya persaingan antara pebisnis ritel ini terjadi di seluruh Indonesia, khususnya pada kota-kota besar. Agar tidak tertinggal oleh para pesaing, sebagai pebisnis muslim harus memiliki pemikiran yang maju. Pesaing muncul dengan menghadirkan produk atau jasa yang lebih unggul dibandingkan dengan yang sebelumnya. Pengetahuan tentang manajerial adalah hal penting yang harus dipelajari dan sangat dibutuhkan apabila seseorang ingin terjun dalam dunia bisnis, guna mengatasi kecemasan calon pengusaha baik dari segi mentalitas maupun modal

Munculnya peritel besar dan asing seperti *department store*, *hypermarket*, supermarket dan sejenisnya sangat membahayakan kelangsungan bisnis ritel kecil serta tradisional. Tak hanya itu saja, banyak pelaku bisnis berbondong-bondong yang menguasai pangsa pasar dengan cara yang tidak sehat dan tidak memperhatikan norma dan etika ini disebabkan karena persaingan yang sangat ketat. Sehingga sering merugikan konsumen dan juga pihak lainnya. Saat ini tujuan belanja konsumen berubah bukan hanya berdasarkan kualitas dan harga, tapi juga ada faktor lainnya seperti kenyamanan tempat, lokasi strategis dan juga pelayanan yang diberikan. Pelaku bisnis diharapkan ketika ingin menarik minat konsumen diharapkan memperhatikan faktor-faktor tersebut dan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi sebagian konsumen.

Prinsip-prinsip yang terdapat dalam etika bisnis Islam merupakan sebuah ilmu yang digunakan untuk mengetahui mana benar dan salah. Dan juga etika

⁵ Agustianto, *Manajemen Bisnis Rasulullah*, <https://pengusahamuslim.com/184-manajemen-bisnis-rasulullah.html> diakses pada 10 Januari 2022, pukul 13.00 WIB

bisnis harus dijunjung dan diterapkan oleh para pebisnis dalam melakukan kegiatan bisnis, agar bisnis dapat mencapai tujuan dengan selamat. Dalam Islam etika bisnis Islam tercantum dalam Al-Qur'an :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “wahai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah maha penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa ayat 29)

212 Mart merupakan brand minimarket yang dimiliki koperasi Syariah 212. Koperasi ini hadir dimana adanya aksi bela Islam yang dilakukan pada Desember 2016, kemudian semangat tersebut direalisasikan dengan membentuk koperasi 212 dengan brand 212 Mart untuk mewujudkan perjuangan umat Muslim dan kebangkitan Ekonomi.

Kepemilikan 212 Mart Al-Hikmah bukan perorangan melainkan bersama-sama, demi menjaga sisi jaringan distribusi, harga, produk, daya saing hingga promo maka dilakukan pengelolaan secara profesional. Saat ini 212 Mart Al-Hikmah dimiliki oleh 337 anggota atau investor, dimana jumlah ini telah sesuai dengan ketentuan peraturan Koperasi Syariah 212 pusat, yaitu harus memiliki minimal 100 anggota atau investor dalam mendirikan gerar 212 Mart

Pada 212 Mart sangat selektif dalam pemasukan barang, 212 Mart mengecek barang agar tidak terjadi adanya barang yang cacat ataupun kadaluarsa. 212 mart juga sangat mementingkan kehalalan produk, tidak menjual produk non halal seperti rokok, minuman keras atau beralkohol, dan juga alat kontrasepsi. Produk yang ditawarkan di 212 Mart, sangat mencerminkan produk Islami dengan dijualnya Al-Qur'an, madu herbal, dan lain sebagainya. Dan juga nuansa toko yang Islami dengan diputarnya murottal Al-Qur'an. Karyawan yang menyambut konsumen dengan salam ini yang membedakan 212 Mart dengan ritel konvensional. Sehingga semua aturan dan tingkah laku 212 Mart Al-Hikmah sudah sesuai dengan ajaran-ajaran Islam.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis pada 212 Mart Al-Hikmah, bahwa jumlah penjualan pada bulan januari sampai dengan bulan desember tahun 2021 dapat dilihat dari grafik dibawah ini.



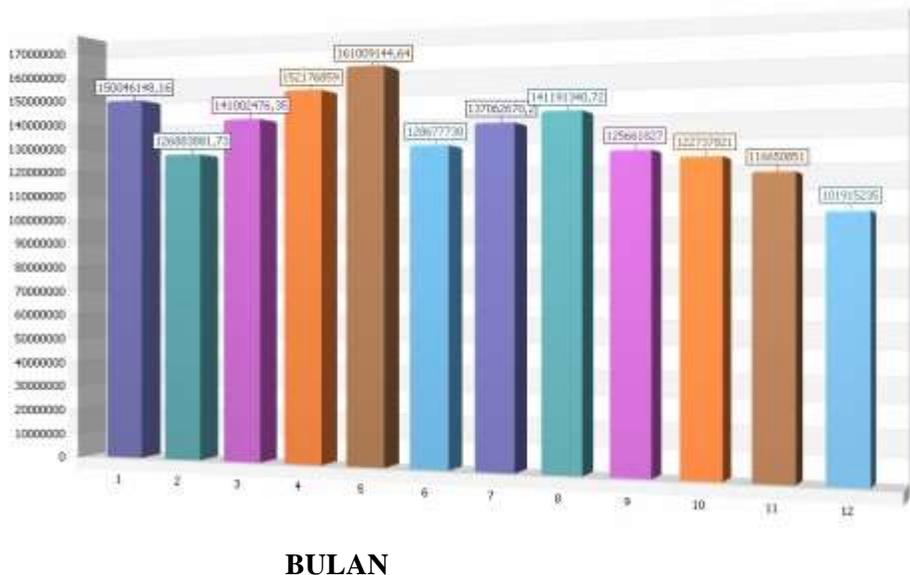
GRAFIK PENJUALAN PER BULAN 212 MART

Jl. Pagar Alam Gg PU No.6, Kendaton, Bandar
Lampung

0821-7547-0133

-

PERIODE : 01/01/21 - 31/12/21



Gambar 1.1

Dilihat dari grafik penjualan tersebut, dapat dilihat bahwa 212 Mart Al-Hikmah pada tahun 2021 mampu menjual dengan rata-rata tertinggi 16.000.000 pada bulan ke lima atau bulan mei, dan terendah pada bulan desember dengan rata-rata jumlah 10.000.000 pada bulan desember. Dalam hal ini diharapkan agar 212 Mart bisa menjual dengan jumlah yang lebih besar lagi dari tahun 2021, karena dengan potensi pasar di Indonesia yang 87,2% beragama Islam seharusnya bisa menjadi peluang yang besar bagi pebisnis syariah dan dapat berkembang, namun dengan minimnya pemahaman tentang ekonomi Islam sehingga dapat dipastikan konsumen mungkin lebih tertarik untuk berbelanja pada retail konvensional.

Sehingga dalam hal ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada 212 Mart Al-Hikmah. Dan juga untuk mengetahui apakah 212 Mart

menerapkan fungsi manajemen dan etika bisnis Islam dengan baik. Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Penerapan Manajemen Etika Bisnis Islam pada 212 Mart Al-Hikmah Kedaton Kota Bandar Lampung”

C. Fokus dan SubFokus penelitian

Penelitian ini terfokus pada penerapan fungsi manajemen dan etika bisnis Islam pada 212 Mart Al-Hikmah

Dari fokus ini dibagi menjadi beberapa subfokus yaitu :

1. Fungsi manajemen di 212 Mart Al-Hikmah
2. Etika bisnis Islam sebagai hal penting yang harus ada pada sebuah bisnis termasuk pada 212 Mart Al-Hikmah

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas diatas, penulis merumuskan :

1. Bagaimana fungsi manajemen di 212 Mart Al-Hikmah ?
2. Bagaimana penerapan Etika Bisnis Islam di 212 Mart Al-Hikmah?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh penulis yaitu : “Untuk mengetahui penerapan Etika Bisnis Islam dan Fungsi Manajemen di 212 Mart Al-Hikmah”

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung.

a. Manfaat Teoritis :

- 1) Penelitian ini diharapkan sebagai bahan referensi dan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca terutama tentang penerapan manajemen dan etika bisnis Islam pada suatu perusahaan.
- 2) Diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi bagi peneliti baru, untuk penelitian dengan topik yang sama yang bersifat melengkapi atau lanjutan.

b. Manfaat Praktis :

- 1) Bagi perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan oleh perusahaan tentang segala hal yang berkaitan dengan manajemen dan etika bisnis dalam Islam.
- 2) Diharapkan bagi masyarakat dapat paham transaksi jual beli yang sesuai dengan syariat Islam.

G. Kajian Penelitian

Pada penulisan skripsi ini, penulis bukan yang pertama dalam membahas Manajemen dan Etika Bisnis Islam, penulis sebelumnya melihat karya skripsi terdahulu sebagai perbandingan, agar lebih jelas permasalahan yang penulis buat berbeda dengan penelitian yang terdahulu.

1. Ayu Vita Tiara Sari dengan judul "*Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam di Mina Swalayan Syariah Sleman*" pada penelitian ini disimpulkan bahwa Mina Swalayan Syariah Sleman telah menerapkan etika bisnis Islam dengan menerapkan tujuh prinsip etika bisnis islam yaitu jujur dalam takaran, menjual barang yang baik kualitasnya, tidak diperbolehkan menggunakan sumpah, longgar dan bermurah hati, membangun hubungan baik antar kolega, tertib administrasi dan memberikan harga dengan transparan. Namun dalam ketujuh prinsip tersebut ada beberapa hal yang kurang maksimal, seperti menjual barang dengan kualitas yang baik dan longgar dalam bermurah hati masih kurang maksimal dalam penerapannya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan subjek penelitiannya yitu supervisor, karyawan dan pembeli di Mina Swalayan Syariah Sleman. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi.⁶
2. Sidqi Amalia Izzati dengan judul "*Penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal.*" Dari penilitian tersebut bahwa etika bisnis Islam pada Boombu Hot Resto sudah sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan Islam, seperti tidak melipatgandakan harga dalam jual beli, jujur dalam takaran, berkomunikasi dengan ramah, menjalin silaturahmi, tidak melupakan ibadah, bekerja keras serta tidak termasuk produk yang dilarang dalam Islam. Bisnis kuliner adalah bisnis yang tidak pernah surut dari dunia perbisnisan. Terlihat jelas dari banyaknya rumah makan, café dan tempat-tempat hangout bagi kalangan remaja. Penelitian ini menggunakan peneliatian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan penelitian langsung kelapangan, dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi.⁷
3. Rizka Ar-Rahmah dengan judul "*Etika Dan Manajemen Bisnis Islam (Studi Kasus Di Waroeng Steak And Shake Cabang SM Raja Medan).*" Dari penelitian ini disimpulkan bahwa Waroeng Steak and Shake sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang meliputi, siddiq, amanah, tabligh dan fatonah. Steak and shake juga sudah menerapkan fungsi manajemen dengan baik mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan juga pengawasan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data dengan menggunakan studi pustaka teknik simak

⁶ Ayu Vita Tiara Sari, "*Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Di Mina Swalayan Syariah Sleman,*" (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga , 2020)

⁷ Sidqi Amalia Izzati. "*Penerapan Etikan Bisnis Islam di Boombo Hot Resto Tegal,*" (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2015)

yang terbagi menjadi beberapa teknik, salah satunya yang digunakan yaitu teknik catat, lalu observasi, wawancara dan dokumentasi.⁸

4. Lamtiur Mayogi Rohana Pasaribu Dengan Judul “*Analisis Prinsip Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis (Studi Pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri)*” dari hasil penelitian ini bahwa penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Swalayan surya belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam dengan baik namun penerapan etika bisnis Islam jika dilihat dari parameter penerapan etika bisnis Islam diterapkan dengan positif, hal tersebut dapat dilihat dari aspek pemasaran, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek sosial dan juga aspek finansial.⁹

H. Metode Penelitian

Metode penelitian berasal dari kata “*metode*” berarti cara yang tegas dalam melakukan sesuatu dan “*logos*” berarti ilmu atau pengetahuan. Jadi metodologi merupakan cara dalam melakukan sesuatu dengan menggunakan pemikiran untuk mencapai tujuan.¹⁰

Metode penelitian merupakan cara ilmiah dalam mendapatkan data dengan memiliki tujuan dan kegunaan tertentu.¹¹ Metode penelitian yang digunakan penulis pada penelitian yaitu:

1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan peneliti yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dilakukan dengan penelitian lapangan. Pendekatan deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka, semua yang dikumpulkan dipastikan dapat menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Laporan akan berisi tentang kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lain. Maka dari itu peneliti harus aktif dalam pengumpulan data penelitian. Yang dimaksudkan mengetahui informasi tentang penerapan manajemen etika bisnis Islam pada 212 Mart Al-Hikmah.

⁸ Rizka Ar-Rahmah, “*Etika dan Manajemen Bisnis Islam (Studi Kasus di Waroeng Steak and Shake Cabang SM Raja Medan)*,” (Tesis, UIN Sumatera Selatan, 2017)

⁹ Lamtiur Mayogi Rohana Pasaribu, “*Analisis Prinsip dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis (Studi Pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri)*,” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019)

¹⁰ Cholid Narbuko, Abu Achadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015), 1

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 3

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ialah tempat dimana penulis akan melakukan sebuah penelitian. Ini merupakan tahap yang sangat penting dalam penelitian kualitatif, karena apabila sudah ditetapkan lokasi penelitian maka sudah ditetapkan juga tujuan dan kegunaan dari penelitian ini, dan dapat mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Lokasi yang dilakukan penulis dalam penelitian yaitu pada 212 Mart A-Hikmah Kedaton Kota Bandar Lampung.

3. Teknik Pengumpulan data

a. Wawancara

Wawancara dalam penelitian survey dilakukan oleh peneliti dengan cara merekam jawaban atas pertanyaan yang diberikan kepada responden.¹² Peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden dengan pedoman wawancara, mendengarkan atas jawaban, mengamati perilaku dan merekam semua respon dari yang disurvei.

Adapun narasumbernya adalah direktur 212 Mart Al-Hikmah dan konsumen 212 Mart Al-Hikmah. Dengan teknik wawancara peneliti mengajukan beberapa pertanyaan untuk mendapatkan informasi mengenai penerapan etika bisnis Islam di toko tersebut.

b. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan¹³. Observasi adalah pengamatan secara langsung dengan menggunakan, penciuman, pendengaran, perabaan, penglihatan bila perlu dengan pengecapan.¹⁴ Dengan melakukan pengamatan langsung ke tempat penelitian yaitu 212 Mart Al-Hikmah untuk mendapatkan data yang benar dan mencari tahu kegiatan-kegiatan yang ada ditoko tersebut.

Dalam melakukan observasi peneliti harus selalu ingat dan memahami betul apa yang hendak direkam, agar tidak mengganggu objek pengamatan, maka pencatatan merupakan hal yang amat penting dilakukan.¹⁵

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya

¹² Ibid, 188

¹³ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), 118.

¹⁴ Sandu siyoto, dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 81

¹⁵ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, 119

monumental dari seseorang. Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara.¹⁶

4. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi dan resmi, gambar, foto dan sebagainya.¹⁷ Analisis data yang digunakan peneliti yaitu analisis deskriptif kualitatif dengan menggambarkan dan menjabarkan secara jelas penerapan manajemen dan etika bisnis Islam di 212 Mart Al-Hikmah yang sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.

5. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya.¹⁸ Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Peneliti harus mengumpulkan data secara langsung untuk data primer ini. Dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, diskusi terfokus dan penyebaran kuesioner.

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti konsumen dari Toko Sumber Wangi Pasir Gintung.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan penelitian ini, maka peneliti akan membagi ke dalam lima bab berbentuk uraian dan pastinya berkaitan antara bab 1 dengan bab yang lainnya :

BAB I : Pendahuluan, terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, focus dan sub focus, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : Landasan teori yang terdiri dari manajemen dan fungsi manajemen, etika bisnis yang terbagi menjadi etika bisnis secara umum dan etika bisnis Islam, etika bisnis Rasulullah SAW, fungsi etika bisnis Islam,

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* , 326.

¹⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016),

¹⁸ Sandu siyoto, dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 68

Tujuan Etika bisnis Islam, prinsip-prinsip etika bisnis Islam, tujuh maksiat yang harus di hindari oleh pelaku bisnis

BAB III : Gambaran Umum Objek Penelitian terdiri dari sejarah berdirinya, lokasi, visi misi, kondisi sarana dan prasarana, struktur organisasi dan produk-produk, gambaran umum etika bisnis Islam dan gambaran umum fungsi manajemen di 212 Mart Al-Hikmah.

BAB IV : menganalisis tentang penerapan etika bisnis Islam dan fungsi manajemen pada 212 Mart Al-Hikmah.

BAB V : bab terakhir sebagai penutup dan akhir dari penelitian yang berisi kesimpulan dan rekomendasi dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti

Lalu pada bagian akhir berisi daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penelitian skripsi, serta beberapa lampiran selama melakukan penelitian



BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan sudah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, peneliti menyimpulkan:

- a. 212 Mart Al-hikmah telah menerapkan fungsi manajemen dengan baik, dalam perencanaan ketika mensupplier barang, 212 Mart benar-benar mensortir barang yang ditawarkan oleh MD dan sales, agar terhindar dari barang yang non halal dan tidak cacat. Lalu dengan ada nya perencanaan dalam merekrut karyawan pun memang sesuai dengan kemampuan karyawan tersebut. Pengorganisasian yang sudah terstruktur sehingga dapat menjalankan tugas sesuai dengan kemampuannya masing-masing. Ketepatan waktu kerja karyawan juga tidak ada masalah, kecuali jika terkena suatu hal dijalan maka akan di maklumi, apresiasi karyawan kepada konsumen juga sangat baik dengan karyawan yang ramah tamah. Selanjutnya dilakukannya briefing sebelum memulai pekerjaan dan juga pengawasan terhadap karyawan yang dilakukan dan selama ini belum ada masalah pada karyawan.

Penerapan etika bisnis Islam di 212 Mart Al-Hikmah juga sudah diterapkan dengan baik, dengan dilaksanakannya sholat 5 waktu dan dilakukan penutupan toko ketika waktu sholat tiba, memberikan nuansa yang Islami di Toko. Ada nya keadilan dalam pemberian harga yang dilakukan antara konsumen, dalam pemberian upah pun sudah adil walaupun berbeda nominal tapi sesuai dengan job mereka, adanya kegiatan sosial kegamaan, untuk penjualan produk pun tidak bebabs sebab 212 Mart menjual produk-produk halal. Ada nya tanggung jawab apabila ada konsumen yang komplain dan tanggung jawab kepada Allah SWT dengan menjual produk yang sesuai dengan ajaran Allah SWT. Tidak adanya barang yang cacat dan kadaluarsa dan menolong sesama dengan mengadakan promo-promo bagi konsumen.

- b. Manajemen etika bisnis Islam pada 212 Mart, saling berhubungan seperti *planning* dan konsep tauhid yang mencakup menjalankan dan berencana dalam melaksanakan sholat ketika toko ditutup, mensurvey barang yang ditawarkan oleh MD dan sales, agar tidak ada barang non halal dan tidak ada *expired*. *Organizing* dan keseimbangan seperti menempatkan karyawan sesuai dengan job masing-masing, dan pemberian gaji secara adil. *Actuating* dengan konsep keseimbangan dan konsep kebenaran, karyawan melaksanakan apresiasi kepada konsumen dengan keramah-tamahan kepada konsumen, dan menawarkan produk dengan jujur tidak menawarkan barang yang cacat atau rusak kepada konsumen. *Controlling*

dan konsep tauhid 212 Mart akan melakukan *briefing* kepada karyawan setiap akan memulai pekerjaan, dan dilakukan *briefing* umum pada dua minggu sekali yang akan dihadiri oleh penanggung jawab toko dan karyawan dengan adanya pengajian rutin.

B. Rekomendasi

Dari penelitian ini, penulis memberikan rekomendasi atau saran kepada 212 Mart

- a. Diharapkan agar 212 Mart Al-Hikmah tetap istiqomah dalam menerapkan fungsi manajemen dan etika bisnis Islam
- b. Lebih digencarkan lagi promosi kepada masyarakat untuk meningkatkan penjualan



DAFTAR PUSTAKA

- Aedy, Hasan. *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. Bandung : Alfabeta, 2011
- Arjiyanto, Agus. *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2012
- Alma, Buchari. *Dasar-Dasar Bisnis dan Pemasaran*. Bandung : CV Alfabeta, 1992
- Athoillah, H.M Anton, *Dasar-Dasar Manajemen*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2012
- Aziz, Abdul. *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta, 2011
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta : Prenada Media Group, 2006
- Baidan, Nashruddin, Erwati Aziz. *Etika Islam dalam Berbisnis*. Yogyakarta:
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Prenada Media Group, 2007 Pustaka Pelajar, 2014
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis*. Jakarta: Penebar Plus, 2012
- Fauzia Yunia, Ika. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta : Prenada Media Group, 2013
- Hasibuan, Malayu. *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016
- Krisnandy, Herry.dkk. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: LPU-UNAS, 2019
- Moleong J. Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016
- Muhammad, *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPNY Yogyakarta, 2004
- Siswanto. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005
- Siyotno, Sandu, Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015
- Solihin, Ismail. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga, 2009
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung : Alfabeta, 2017
- Terry, George R, *Prinsip-prinsip Manajemen*, Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Jurnal**
- Baidowi, Aris. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. *Jurnal Hukum Islam*. Vol 9 no. 2, 2011
- Juliyani, Erly. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. *Jurnal Ummul Qura*. Vol 7 no.1, 2016
- Nawatmi, Sri. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. *Jurnal Fokus Ekonomi*. Vol 9 no 1, 2010
- Rianati. Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace Lazada. *Journal Of Economics and Business Research*, Vol.1 No.1, 2021
- Riyadi, Fuad. Urgensi Manajemen Dalam Bisnis Islam. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, Vol 3, No. 1, 2015
- Saifullah, Muhammad. *Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*. Vol. 19, No. 2, 2011

Skripsi

Amalia Izzati, Sidqia. “*Penerapan Etika Bisnis Islam Di Boombu Hot Resto Tegal*”, Skripsi UIN Walisongo Semarang, 2015

Ar-Rahmah, Rizka. “*Etika dan Manajemen Bisnis Islam (Studi Kasus Di Waroeng Steak And Shake Cabang RM Raja Medan)*”, Tesis UIN Sumatera Utara Medan, 2017

Mayogi Rohana Pasaribu, Lamtiur. “*Analisis Prinsip Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis (Studi Pada Swalayab Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri)*”, Skripsi UIN Raden Intan Lampung, 2019

Vita Tiara Sari, Ayu. “*Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Di Mina Swalayan Syariah Sleman*” Skripsi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2020

Web

Agustianto, *Manajemen Bisnis Rasulullah*, <https://pengusahamuslim.com/184-manajemen-bisnis-rasulullah.html> diakses pada 10 Januari 2022, pukul 13.00 WIB

<https://kbbi.web.id/terap-2>

<https://goenable.wordpress.com/2012/01/08/jenis-jenis-perencanaan/>, minggu 23 januari 2022, pukul 22.54

<https://www.trusvation.com/poac-dalam-manajemen-bisnis/> pada minggu, 7 november pukul 10:15 2021

<https://blog.syarq.com/konsep-keseimbangan-dalam-ekonomi-islam-a0381289e7d2?gi=c68435251d5e> pada minggu, 31 oktober 2021 pukul 10:00

