

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM GUNA MEMBANGUN BISNIS YANG ISLAMI

(Studi Pada Waroeng Steak And Shake Cabang Malang)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**LELI ROSIYANA
NIM. 105030200111140**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN
MALANG
2016**

MOTTO

Mendahulukan Allah sebelum yang lain
karena **JANJI ALLAH** itu **PASTI**

Wahai orang-orang yang beriman! Jika kamu menolong agama Allah,
niscaya Dia akan menolongmu dan meneguhkan kedudukanmu (QS.
Muhammad:7)

Sungguh tiada yang mencintai kita melebihi cinta Allah pada hamba-
Nya. Dzat yang menciptakan dan tak pernah menelantarkan ataupun
membebani melebihi yang mampu dipikul hamba-Nya.

PENULIS
2016

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis yang Islami (Studi Pada *Waroeng Steak and Shake* Cabang Malang)

Disusun oleh : Leli Rosiyana

NIM : 105030200111140

Fakultas : Ilmu Administrasi

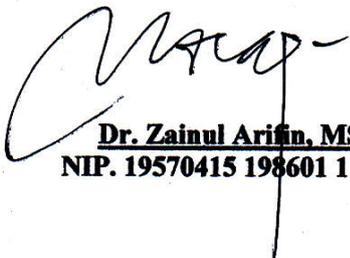
Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Malang, 11 Mei 2016

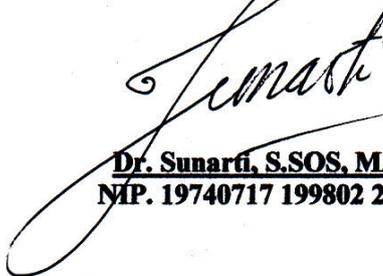
Komisi Pembimbing

Ketua



Dr. Zainul Arifin, MS
NIP. 19570415 198601 1 001

Anggota



Dr. Sunardi, S.SOS, MAB
NIP. 19740717 199802 2 001

TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

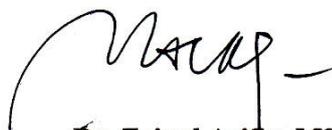
Hari : Senin
Tanggal : 02 Mei 2016
Jam : 12.30
Skripsi atas nama : Leli Rosiyana
Judul : Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis yang Islami (Studi Pada *Waroeng Steak and Shake* Cabang Malang)

Dan dinyatakan

LULUS

MAJELIS PENGUJI

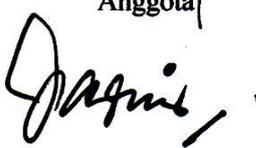
Ketua


Dr. Zainul Arifin, MS
NIP. 19570415 198601 1 001

Anggota


Dr. Sunarti, S.SOS, MAB
NIP. 19740717 199802 2 001

Anggota


Dr. Kadarisman Hidayat, M.Si
NIP. 19600515 198601 1 002

Anggota


Dr. Drs. Edy Yulianto, MP
NIP. 19600728 198601 1 001
Yulianto



RINGKASAN

Leli Rosiyana, 2016, **Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis Yang Islami (Studi Pada Waroeng Steak And Shake Cabang Malang)**, Dr. Zainul Arifin, MS, Dr. Sunarti, S.SOS, MAB, 84 Hal + xi

Para pebisnis yang telah atau akan memulai bisnisnya membutuhkan referensi aktivitas bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moralitas, agar nilai-nilai etis dalam berbisnis atau etika bisnis tidak terabaikan serta tanggung jawab sosial dapat terlaksana. Adanya pebisnis yang mengabaikan tanggung jawab sosial, kompetisi yang fair, dan aturan-aturan pemerintah yang diabaikan menjadi salah satu masalah implementasi etika bisnis kontemporer.

Dalam etika bisnis kontemporer tidak terdapat ukuran yang dapat digunakan untuk menentukan suatu tindakan etis atau tidak, menitik beratkan tujuan daripada tindakan sehingga tindakan apapun dianggap benar selama tujuannya benar, terjadinya ketidak merataan pembagian hak karena setiap individu saling menuntut haknya. Oleh karena itu bentuk etika bisnis yang sesuai dengan nilai moralitas erat kaitannya dengan etika bisnis yang dijelaskan dalam agama. Sebagaimana yang diupayakan untuk diterapkan oleh *Waroeng Steak and Shake*.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *Waroeng Steak and Shake* Cabang Malang menunjukkan profil bisnis yang mengimplementasikan etika bisnis islam sehingga terbentuklah model bisnis yang islami.

Persyaratan utama dalam penerimaan karyawan *Waroeng Steak and Shake* mengutamakan dari aspek agama sehingga terwujudnya kinerja optimal dan keberkahan usaha. Sudah terdaftar dan tersertifikasi halal MUI dan BPOM menjadi bentuk kesungguhan untuk menghadapi tantangan global di pasar bebas.

Dilaksanakannya rutinitas keagamaan pada hari kerja dan saat libur merupakan penyeimbang ruhiyah agar meningkatkan kualitas kerja seluruh karyawan. Dalam memenuhi tanggung jawabnya maka gaji karyawan disesuaikan dengan UMK (Upah Minimum Kota) sesuai dengan beban kerja.

Kejujuran adalah modal utama dalam menjalankan transaksi bisnis, maka karyawan sudah terlatih dan terbiasa menerapkannya dengan fasilitas training ESQ dan kegiatan rutin keagamaan untuk terus mengasah nilai-nilai kejujuran dalam diri karyawan.

Bentuk bisnis islami tercermin dari nilai-nilai aktivitas bisnis yang dijalankan sesuai dengan konsep bisnis islami yang dicontohkan oleh Rasulullah, sehingga terwujud aktivitas bisnis yang menyertakan Allah disetiap aktivitasnya.

Penerapan Standart Operasional Pelaksanaan masih belum optimal dan perlu dilakukan evaluasi berkala untuk mengetahui trend kepuasan pelanggan.

SUMMARY

Leli Rosiyana, 2016, **Implementation of Islamic Business Ethics to Build Islamic Business (Studies at Waroeng Steak And Shake Malang Branch)**, Dr. Zainul Arifin, MS, Dr. Sunarti, S.SOS, MAB, 84 Things + xi

The businessman who will or have started a business needs a reference business activity based on the principles of morality, that ethical values in business or business ethics is not neglected and social responsibility can be accomplished. The businessman who neglect their social responsibility, fair competition, and government rules was overlooked to be one of the issues of implementation of contemporary business ethics.

In the contemporary business ethics, there was no measure that can be used to determine an action were ethical or not, focuses on the objectives of the action so that any action deemed correct for the correct purpose, the inequity distribution of "rights" for every individual each demand their rights. Therefore, the model of business ethics that suitable with value of morality was related to business ethics described in religion. As it seeks to apply by Waroeng Steak and Shake now.

Results from the study showed that Waroeng Steak and Shake Branch Malang showed business profile that implements Islamic business ethics. Therefore, it was a model of Islamic business.

The main requirements in recruitment Waroeng Steak and Shake based on emphasis of religious aspect. It gave an effect of realization of optimum performance and blessing the effort. Already registered and certified halal MUI and BPOM be a form of seriousness to confront global challenges in the free market.

Implementation of religious routines on weekdays and during holidays is the balance *ruhiyah* order to improve the quality of work of all employees. In fulfilling its responsibilities, the employee's salary adjusted to the MSE (Minimum Wage State) according to the workload.

Honesty was the main capital in conducting business transactions, then the employee has been trained and accustomed to apply it with the ESQ training facilities and religious routines to continue the values of honesty in employees.

Islamic business forms reflected the values of the business activities carried out in accordance with Islamic business concept was exemplified by the Prophet, to realize a business activity that includes God in every activity.

Implementation of Standard Operating Implementation haven't optimal yet and needs to be evaluated periodically to determine the trend of customer satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis Yang Islami (Studi Pada *Waroeng Steak And Shake* Cabang Malang)”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang penulis ajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak prof. Dr. Bambang Supriyono M.S, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Ibu Prof. Dr. Endang Siti Astuti M.Si, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawujaya.
3. Bapak Muhammad Iqbal, S.Sos, M.IB DBA, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Bapak Dr. Zainul Arifin., MS selaku Dosen Pembimbing Utama yang dengan sabar telah membimbing dan memberikan dorongan serta masukan yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Sunarti, S.Sos.,MAB selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang dengan sabar telah membimbing dan memberikan dorongan melalui cerita-cerita penuh hikmah yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan staf pengajar Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya khususnya Jurusan Ilmu Administrasi yang telah memberikan bantuan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Bapak Adi Saputra selaku Manajer Area Waroeng Steak and Shake cabang Malang yang telah memberikan bantuan dalam penelitian skripsi ini.
8. Ibu tercinta Rusmini yang senantiasa memotivasi dan mendoakan disetiap sholatnya, semoga Allah memberikan kemuliaan dunia akhirat.
9. Suami sholih Yoyok Andi Budi Purwanto S.Si yang dengan sabar dan penuh kesungguhan membantu serta senantiasa memberi dorongan demi terselesaikannya amanah akademik ini. Semoga Allah kumpulkan kami di surge.
10. Anak sholiha Khansa Hazimah Aashim yang telah menjadi penyejuk pandangan, semoga Allah jadikan Khansa wanita mulia dengan keagungan akhlak.

11. Sahabat-sahabat tercinta di lingkaran Forkim, Mentoring UAKI, KAMMI, ETOS, dan keluarga Fapet yang telah membantu, menjadi penyemangat dan sarana agar Allah memberikan pertolongan-Nya sehingga terselesaikannya skripsi ini. Semoga Allah menetapkan kita pada lingkaran-lingkaran kebaikan.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, Mei 2016

Penulis



DAFTAR ISI

Halaman

MOTTO

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

TANDA PENGESAHAN

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

RINGKASAN i

SUMMARY ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR LAMPIRAN xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Perumusan Masalah 7

C. Tujuan Penelitian 7

D. Kontribusi Penelitian 8

E. Sistematika Pembahasan 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Hasil Penelitian Terdahulu 10

B. Definisi Implementasi 13

C. Etika Bisnis 14



1. Definisi Etika Bisnis	14
2. Sasaran Etika Bisnis	14
3. Etika Bisnis Sekuler	15
4. Etika Bisnis Islam	17
a. Definisi Etika Bisnis Islam	17
b. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam	18
1) Kesatuan (<i>Unity</i>)	18
2) Keseimbangan (Keadilan).....	19
3) Kehendak Bebas (<i>Free Will</i>).....	21
4) Tanggung Jawab (<i>Responsibility</i>).....	22
5) Kebenaran (Kebajikan)	24
D. Bisnis Islami	26
E. Kerangka Berfikir	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	31
B. Fokus Penelitian	32
C. Lokasi Penelitian	32
D. Sumber Data	33
E. Teknik Pengumpulan Data	34
1. Observasi	34
2. Wawancara	34
3. Dokumentasi	35
F. Metode Analisis	35



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

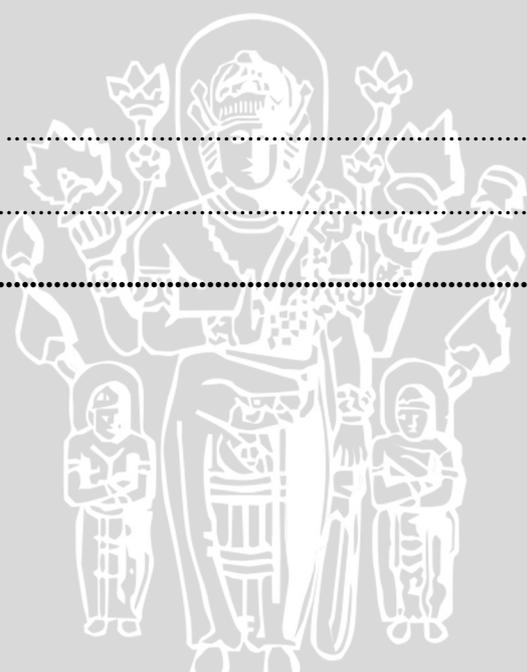
A. Penyajian data	38
1. Gambaran Umum Kota Malang	38
a. Sejarah Kota Malang	38
b. Letak Geografis Kota Malang	39
c. Keadaan Demografi Kota Malang	40
d. Visi dan Misi Kota Malang	41
2. Gambaran Umum <i>Waroeng Steak and Shake</i>	42
a. Sejarah dan Perkembangan <i>Waroeng Steak and Shake</i>	42
b. Deskripsi <i>Waroeng Steak and Shake</i>	46
c. Visi, Misi, dan Identitas <i>Waroeng Steak and Shake</i>	48
d. Struktur Organisasi <i>Waroeng Steak and Shake</i>	50
d. Jadwal dan Jam Kerja	51
B. Penyajian dan Analisis Data Fokus Penelitian	51
1. Implementasi Etika Bisnis Islam di <i>Waroeng Steak and Shake</i> Sebagai Bentuk Bisnis Islami	51
a. Kesatuan (<i>Unity</i>)	51
b. Keseimbangan (Keadilan)	57
c. Kehendak Bebas	61
d. Tanggung Jawab	63
e. Kebenaran (Kejujuran)	67
2. Faktor Pendukung dan Faktor penghambat pelaksanaan etika bisnis islam pada <i>Waroeng Steak and Shake</i>	68

a. Faktor Pendukung.....	69
1) Dukungan Pemerintah	69
2) Peran Internal	70
b. Faktor Penghambat.....	72
1) Kurangnya Kepuasan Pelanggan.....	72
2) Kendala Operasional dan Teknis dalam Mewujudnya Bisnis Islami.....	73

BAB V Penutup

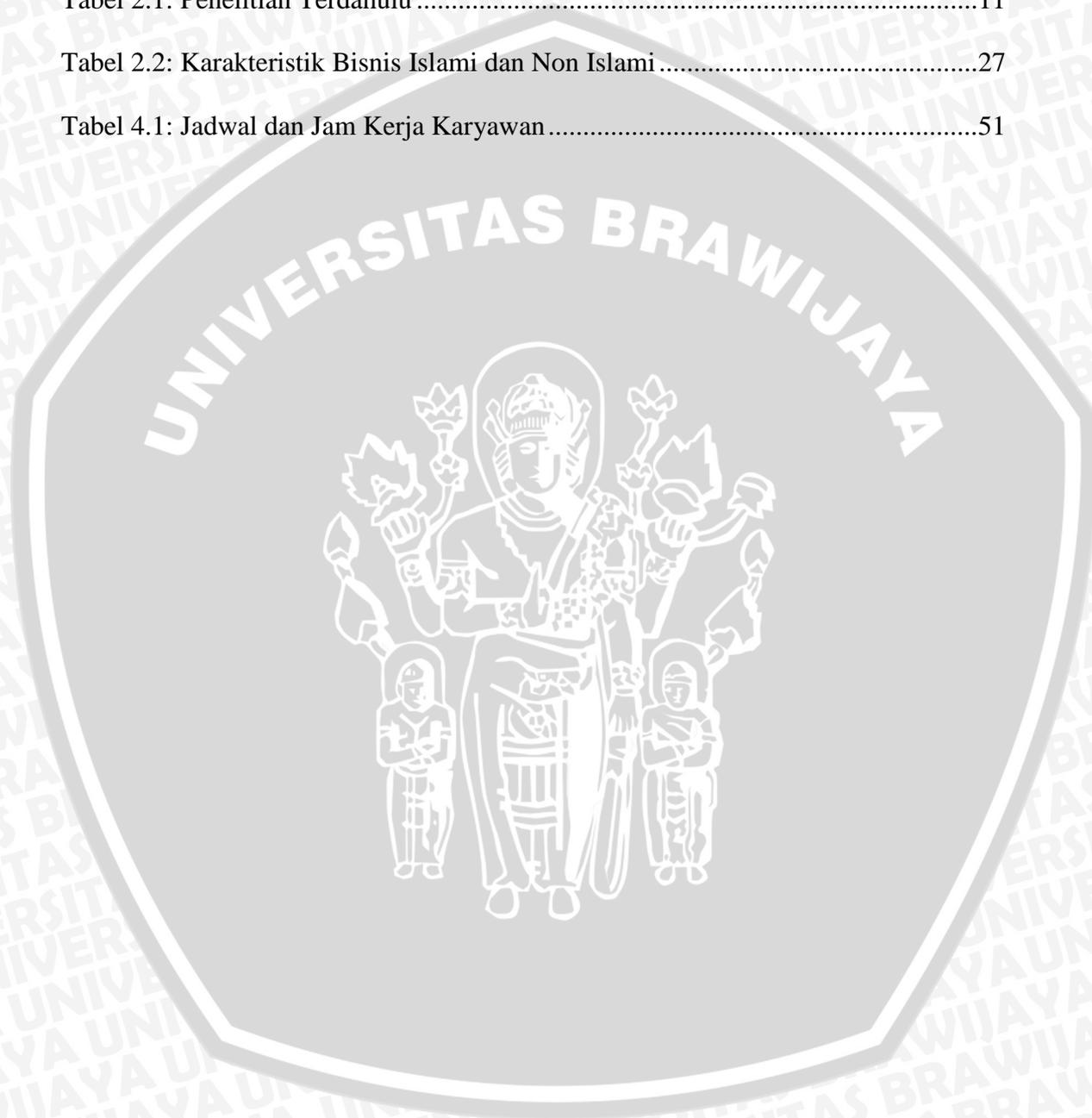
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA.....	78
----------------------------	-----------



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2: Karakteristik Bisnis Islami dan Non Islami	27
Tabel 4.1: Jadwal dan Jam Kerja Karyawan	51



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1: Kerangka Berfikir.....	29
Gambar 3.1: Analisis Data Model Miles dan Hubberman.....	36
Gambar 4.1: Peta Kota Malang.....	40
Gambar 4.2 : Logo <i>Waroeng Steak and Shake</i>	49
Gambar 4.3 : Maskot <i>Waroeng Steak and Shake</i>	49
Gambar 4.4 : Struktur Organisasi <i>Waroeng Steak and Shake</i>	50



DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Program Waroeng Steak and Shake80



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam cabang ilmu ekonomi, bisnis merupakan suatu hal yang amat urgen dan kompleks (Shihab, 1997:4). Hal ini dikarenakan kegiatan bisnis banyak terkait dan sekaligus dipengaruhi banyak faktor, seperti faktor organisasi-manajerial, ilmiah-teknologis, dan politik-sosial-kultural. Oleh karena itu, para pelaku bisnis sekarang ini dituntut untuk memiliki profesionalisme yang tinggi. Sebab tanpa itu kegiatan bisnis bukan saja tidak akan maju dan berkembang, melainkan akan hancur dan berantakan. Ini berarti bahwa bisnis modern mensyaratkan dan menuntut para pelaku bisnis mempunyai etika bisnis yang baik.

Secara historis, munculnya wacana pemikiran etika bisnis ini didorong oleh realitas bisnis yang mulai mengabaikan nilai-nilai moralitas. Bagi sebagian pihak, bisnis merupakan aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan hanya mencari keuntungan semata. Oleh karena itu, cara apapun boleh dilakukan untuk mendapatkan tujuannya. Konsekuensinya bagi pihak lain, aspek moralitas tidak bisa digunakan untuk menilai kegiatan bisnis. Aspek moralitas dalam persaingan bisnis, dianggap akan menghalangi kesuksesannya. Di satu sisi, aktivitas bisnis dimaksudkan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya, sementara di sisi yang lain, prinsip-prinsip moralitas (*morality principles*) membatasi terhadap aktivitas bisnis itu sendiri (Fauroni, 2002:29). Berdasarkan fenomena tersebut, wajar apabila hukum klasik yang mengarahkan pebisnis untuk mengeluarkan modal sekecil mungkin dan mendapatkan untung sebesar mungkin, telah menjadikan

para pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya. Dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolaan, hingga pemasaran dilakukan seefektif dan seefisien mungkin.

Tidak mengherankan jika bisnis perusahaan kecil maupun perusahaan besar, tidak memprioritaskan tanggung jawab sosial seperti dampak lingkungan, dampak dari produk yang dikonsumsi konsumen, kompetisi yang *fair*, aturan-aturan pemerintah, etika kemanusiaan dan yang lainnya. Kolusi dan nepotisme antara pengusaha dan pemerintahan bukan hal yang aneh dalam dunia bisnis. Pengusaha membutuhkan hak-hak istimewa, proteksi, kemudahan prosedur, dan monopoli, sedangkan penguasa atau pemerintah membutuhkan dana untuk kepentingan pribadi dan politiknya. Penguasa pemegang kebijakan untuk mengatur, termasuk menerbitkan peraturan yang menguntungkan pengusaha. Oleh karena itu, wajar bila muncul paradigma masyarakat yang menyatakan bahwa dunia bisnis merupakan bagian dari "dunia hitam" yang kotor, yang didalamnya mengabaikan nilai-nilai moralitas atau etika bisnis.

Permasalahan-permasalahan tersebut bagian dari implementasi etika bisnis kontemporer. Dalam konteks ini, ada empat sistem etika bisnis kontemporer yang hingga kini mendominasi perjalanan bisnis yaitu relativisme, utilitarian, universalisme, hak-hak individu (*individual rights approach*) (Yusuf, 1997:10). Secara filosofis, relativisme merupakan sistem etika yang memandang tidak terdapat ukuran yang dapat digunakan untuk menentukan suatu tindakan itu etis atau tidak. Terkait dengan sistem etika ini, ada beberapa persoalan mendasar yaitu

paham ini lebih menitik beratkan pada individu dan mengesampingkan pentingnya interaksi sosial (Yusuf, 1997:10).

Etika bisnis utilitarianisme merupakan tingkah laku bisnis yang di dasarkan pada konsekuensinya (Yusuf, 1997:10). Tindakan pelaku bisnis pada sistem ini lebih menitik beratkan untuk mendapatkan untung yang sebesar-besarnya. Sedangkan sistem etika bisnis universalisme merupakan kebalikan dari sistem utilitarianisme. Sistem ini lebih menitikberatkan pada tujuan daripada tindakan artinya seorang pelaku bisnis dapat melakukan tindakan apapun asalkan tujuan yang diraihinya benar. Sistem etika bisnis berikutnya yaitu *individual rights approach*. Pendekatan hak dalam sistem ini, menekankan pada nilai tunggal (kebebasan). Suatu tindakan dianggap etis apabila tindakan tersebut ditetapkan berdasarkan pada hak-hak individu (Syukron, 2000:4). Pendekatan etis berdasarkan hak ini, dapat di salah artikan dan di salah gunakan. Individu lebih sering menuntut hak-haknya atas individu yang lain. Akhirnya seringkali terjadi ketidakmerataan pembagian hak. Oleh karena itu, dalam implementasi bisnis harus bisa menggunakan etika bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai moralitas. Etika bisnis yang bermoral erat kaitanya dengan etika bisnis yang dijelaskan dalam agama.

Selaras dengan perkembangan bisnis di Indonesia dan karakter penduduknya yang konsumtif terutama di bidang kuliner, maka tak sedikit yang memilih rumah makan sebagai solusi pemenuh kebutuhan. *Waroeng Steak and Shake* adalah rumah makan yang menyediakan makanan berupa aneka *steak* dan minuman dengan harga terjangkau, serta mampu menepis stigma mahal pada makanan khas

Eropa ini dengan harga yang terjangkau bagi mahasiswa dan masyarakat menengah kebawah. Rumah makan yang berdiri pada 4 September tahun 2000 di Jalan Cendrawasih Demangan Yogyakarta ini mengutamakan bahan makanan dan minuman yang halal dari bahan-bahan lokal.

Waroeng Steak and Shake sekarang sudah mempunyai 50 outlet yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia. Yaitu di Malang, Medan, Pekanbaru, Palembang, Lampung, Bandung, Jakarta, Bogor, Semarang, Solo, Yogyakarta, Bali, Makassar dan Surabaya. Obsesi *Waroeng Steak and Shake* ialah dapat menjadi tempat kuliner lokal berkelas Internasional dengan era *spiritual management* yang baik. (<http://www.waroengsteakandshake.com>).

Era *spiritual management* yang diterapkan oleh *Waroeng Steak and Shake* merupakan aplikasi dari konsep bisnis islam sesuai dengan yang diterapkan oleh Rosulullah. Yakni memadukan antara aktivitas bisnis dengan konsep ketuhanan, bahwa setiap yang dilakukan manusia di dunia akan mendapatkan balasan sesuai dengan apa yang dia kerjakan. Konsep ketuhanan menjadi acuan kerja bagi usaha *Waroeng Steak and Shake* dan memiliki pengaruh besar terhadap aktifitas bisnis yang baik dan benar.

Etika bisnis dalam studi Islam selama ini kajiannya didasarkan pada Al-Qur'an dan As-sunnah. Menurut Fauroni (2002:11) dalam etika bisnis islam terdapat lima prinsip yang harus dipenuhi. Prinsip etika bisnis yang pertama adalah kesatuan (*unity*). Dari konsep ini maka islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal,

membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam (Naqvi, 1993:50-51).

Prinsip yang kedua yaitu keseimbangan (*tawazzun*). Keseimbangan atau keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada alam semesta. Hukum dan tatanan yang kita lihat pada alam semesta mencerminkan keseimbangan yang harmonis (Beekun, 1997:23). Dengan demikian keseimbangan, kebersamaan, kemoderatan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitasbisnis.

Prinsip etika bisnis islam yang ketiga yaitu kehendak bebas. Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam,tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif (Beekun, 1997: 24-25). Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Sampai pada tingkat tertentu, manusia dianugerahi kehendak bebas untuk memberi arahan dan membimbing kehidupannya sendiri sebagai khalifah di muka bumi (QS al-Baqarah, 2:30) :

“Dan ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, Aku hendak menjadikan khalifah dibumi. Mereka berkata, Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah disana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?. Dia berfirman, Sungguh aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.”.

Berdasarkan prinsip kehendak bebas ini, manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian termasuk menepati janji atau mengingkarinya.

Tentu saja seorang muslim yang percaya kepada kehendak Allah akan memuliakan semua janji yang dibuatnya (Beekun,1997: 24).

Prinsip etika bisnis islam yang keempat adalah pertanggung-jawaban. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya (Beekun, 1997:25). Allah menekankan konsep tanggung jawab moral tindakan manusia, (Q.S. An-Nisa, 4:123-124) :

“Pahala dari Allah itu bukanlah angan-anganmu dan bukan (pula) angan-angan ahli kitab. Barang siapa mengerjakan kejahatan, niscaya akan dibalas sesuai dengan kejahatan itu, dan dia tidak akan mendapatkan pelindung dan penolong selain Allah. Dan barang siapa mengerjakan amal kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan sedang ia beriman, maka mereka itu akan masuk ke dalam surge dan mereka tidak didzalimi sedikitpun.”

Karena itu menurut Sayyid Qutub prinsip pertanggung jawaban Islam adalah pertanggung-jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungnya. Antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya (Beekun, 1997:27).

Prinsip etika bisnis islam yang ke-lima adalah kebenaran (kebajikan dan kejujuran). Dalam al-Qur’an prinsip kebenaran yang mengandung kebajikan dan kejujuran dapat diambil dari penegasan keharusan menunaikan atau memenuhi perjanjian atau transaksi bisnis (Beekun, 1997:28). Hal ini ditekankan untuk menciptakan dan menjaga keharmonisan hubungan serta cinta mencintai antar mitra bisnis. Adapun kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Sikap ini dalam khazanah Islam dapat dimaknai dengan amanah. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis. Dari sikap kebenaran, kebajikan dan kejujuran demikian maka suatu bisnis secara otomatis akan melahirkan persaudaraan, dan kemitraan yang saling

menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan. Demikian prinsip-prinsip etika bisnis dalam islam, apabila di implentasikan dalam bisnis akan menciptakan iklim bisnis yang harmonis dan islami.

Berlandaskan uraian di atas dengan penggalian etika bisnis yang berasal dari berbagai sumber menunjukan yang bersumber dari al-Qur'an dan As-Sunnah perlu dikaji lebih dalam lagi. Dalam hal ini penulis mencoba melakukan penelitian tentang "IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM GUNA MEMBANGUN BISNIS YANG ISLAMI (Studi pada *Waroeng Steak and Shake* cabang Malang)".

B. Perumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian, berdasarkan latar belakang di atas adalah :

1. Bagaimana implementasi etika bisnis islam guna membangun bisnis yang islami pada *Waroeng Steak and Shake* cabang Malang?
2. Apa faktor pendukung dan faktor penghambat pelaksanaan etika bisnis islam guna membangun bisnis yang islami pada *Waroeng Steak and Shake* cabang Malang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian adalah untuk :

1. Mengetahui implementasi etika bisnis islam guna membangun bisnis yang islami pada *Waroeng Steak and Shake* cabang Malang
2. Mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat pelaksanaan etika bisnis islam guna membangun bisnis yang islami pada *Waroeng Steak and Shake* cabang Malang

D. Kontribusi Penelitian

1. Kontribusi teoritis
 - a. Dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu dan kajian etika bisnis kontemporer yang mengaitkan aktivitas positif dalam berbisnis dengan ajaran-ajaran agama islam.
 - b. Sebagai bahan wacana dan rujukan bagi penelitian selanjutnya mengenai implementasi etika bisnis islam guna membangun bisnis yang islami.
2. Kontribusi Praktis
 - a. Sebagai bahan masukan untuk organisasi bisnis, khususnya pemilik usaha terkait guna memaksimalkan peran sebagai bentuk usaha yang menggunakan era spiritual management yang baik dan bisnis islam yang beretika sesuai ajaran islam.
 - b. Sebagai bahan pembelajaran dan diskusi bagi akademisi , praktisi , dan peminat bisnis untuk turut berkontribusi mengimplementasikan teori etika bisnis islam, agar tidak terjadi ketimpangan di era modern ini.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran dan pemahaman secara menyeluruh tentang proposal penelitian ini, maka diperlukan sebuah sistematika penulisan pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang yang menjelaskan alasan penulis mengambil judul penelitian tentang Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis yang Islami, perumusan masalah yaitu batasan terhadap

permasalahan yang akan diteliti, tujuan penelitian menjelaskan sesuatu yang akan dicapai atau yang dituju dalam kegiatan penelitian ini, kontribusi penelitian sebagai bentuk partisipasi peneliti secara kongkret dalam memberikan sumbangsih di bidang ilmu pengetahuan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan dan menguraikan teori yang berkaitan dengan penelitian, meliputi: penelitian terdahulu, definisi implementasi, pengertian etika bisnis, penjabaran singkat konsep etika bisnis sekuler, pemaparan konsep etika bisnis islam yang sesuai dengan ajaran agama islam, makna bisnis yang islami, dan landasan teori lainnya yang sesuai dengan masalah penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat metode penelitian yang digunakan meliputi, jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjabarkan latar belakang tempat penelitian, data hasil penelitian dan analisisnya berdasarkan pada fokus penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat kritik dan saran dari peneliti berdasarkan hasil analisis yang telah dibuat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Hasil Penelitian Terdahulu

Terdapat 3 penelitian terdahulu yang serupa memiliki kaitan dengan penelitian ini, yaitu:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Fokus/Variabel Penelitian	Hasil
1.	Kamarudin (2003)	“Sitem <i>Gold Quest</i> dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”	Kualitatif dengan menggunakan pendekatan <i>Library Research</i>	1. Konsep <i>Gold Quest</i> 2. Etika Bisnis Islam	system <i>Gold Quest</i> kurang sesuai dengan etika bisnis Islam karena Sistem <i>Gold Quest</i> sama dengan multi level Marketing dimana syarat-syarat untuk mencapai level sangat berat dan disini kezaliman terjadi karena level yang diatas yang diuntungkan.
2.	Samsul Hadi (2007)	“Etika Bisnis Islam” (Studi Tentang Pemasaran	Kualitatif dengan pendekatan deskriptif	1. Konsep etika bisnis 2. Etika bisnis islam 3. Aplikasi Etika Bisnis	Berdasarkan pengamatan dan wawancara serta dianalisis

*dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Fokus/Variabel Penelitian	Hasil
		Produk Murabahah dalam Perspektif Etika Bisnis Islam pada Bank Mu'amalat Indonesia Cabang Malang)		Islam	dengan referensi, bahwa Bank Muamalat Indonesia cabang malang menerapkan etika bisnis Islam yang dijalankan dapat dijumpai dalam kontek produk, harga, promosi, distribusi, proses, people, layanan pelanggan.
3.	Wasilatur Rahmah (2008)	“Internalisasi Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran” (Studi pada PT. Telkom Kandatel Malang)	Kualitatif dengan pendekatan deskriptif	1. Konsep internalisasi etika bisnis islam 2. Etika bisnis islam 3. Komunikasi pemasaran	Hasil penelitian, menunjukkan bahwa PT TELKOM Kandatel Malang, dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya sangat mengedepankan dan menerapkan etika bisnis, hal ini dapat dibuktikan dalam komunitas perilaku di

*dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Fokus/Variabel Penelitian	Hasil
					lingkungan PT TELKOM Kandatel Malang dalam komunikasi pemasaran. Hal ini ditunjukkan dalam kejujuran, transparan, komitmen, kerjasama, disiplin, peduli dan tanggungjawab yang ini semua dijalankan dalam rangka untuk sustainable perusahaannya
4.	Leli Rosiyana (2014)	Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis yang Islami (Studi pada <i>Waroeng Steak and Shake</i> Cabang Malang)	Kualitatif dengan pendekatan deskriptif	1. Penggambaran Konsep Implementasi Etika Bisnis islam 2. Faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan etika bisnis islam guna membentuk bisnis islami.	<i>Waroeng Steak and Shake</i> dalam menjalankan usahanya sudah menerapkan etika bisnis islam yang menjadi hal fundamentalis dalam membentuk bisnis islami serta mampu menunjang kemajuan perusahaan.

B. Definisi Implementasi

Implementasi adalah proses untuk memastikan terlaksananya suatu kebijakan dan tercapainya kebijakan tersebut. Implementasi juga dimaksudkan menyediakan sarana untuk membuat sesuatu dan memberikan hasil yang bersifat praktis terhadap sesama. Van Horn Dan Van Meter mengartikan Implementasi adalah tindakan-tindakan oleh individu publik dan swasta (atau kelompok) yang diarahkan pada prestasi tujuan yang ditetapkan dalam keputusan kebijakan sebelumnya (Van Horn Dan Van Meter dalam Subarsono, 2006 : 100).

Implementasi bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan (Nurdin, 2002 : 70). Sedangkan menurut Guntur Setiawan, Implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksana, birokrasi yang efektif (Setiawan, 2004 : 39).

Berdasarkan pengertian implementasi yang dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa implementasi adalah tindakan-tindakan yang dilakukan pihak-pihak yang berwenang atau berkepentingan baik pemerintah maupun swasta yang bertujuan untuk mewujudkan cita-cita atau tujuan yang telah ditetapkan, implementasi dengan berbagai tindakan yang dilakukan untuk melaksanakan atau merealisasikan program yang telah disusun demi tercapainya tujuan dari program yang telah direncanakan karena pada dasarnya setiap rencana yang ditetapkan memiliki tujuan atau target yang hendak dicapai.

C. Etika Bisnis

1. Definisi Etika Bisnis

Etika berasal dari kata “*ethos*” yang mempunyai arti adat istiadat atau kebiasaan (Keraf, 1998:14). Keraf (1998:23) mengatakan “Etika adalah sebuah cabang filsafat yang mengkaji tentang nilai dan norma moral manusia yang menentukan manusia dalam hidupnya. Wilayah kajian dalam etika ini adalah penekanannya pada kajian kritis terhadap nilai dan norma moral serta permasalahan yang dimunculkan dari nilai dan norma moral tersebut”.

Muslich (1998:1) menyatakan Etika merupakan cabang filsafat yang membahas tentang nilai dan norma moral yang mengatur perilaku manusia baik sebagai individu maupun sebagai kelompok dan institusi di dalam masyarakat. Berdasarkan definisi etika dari beberapa pakar, dapat disimpulkan bahwa etika merupakan cabang filsafat yang membahas tentang nilai dan norma moral manusia, sedangkan penekanan kajiannya lebih terhadap pengkritisan dan permasalahan yang dimunculkan dari nilai dan moral.

2. Sasaran Etika Bisnis

Keraf (1998:69-71) berpendapat ada tiga sasaran etika bisnis yaitu :

- a. Etika bisnis berfungsi sebagai penggugah kesadaran moral para pelaku bisnis untuk berbisnis secara baik dan etis demi nilai-nilai luhur demi kepentingan bisnis sendiri

- b. Menyadarkan masyarakat khususnya konsumen akan hak dan kepentingannya yang tidak boleh dilanggar oleh praktik bisnis
- c. Dalam etika bisnis yang bersifat makro, etika bisnis lebih menekankan pada pentingnya legal-politis bagi praktik bisnis yang baik, yaitu pentingnya hukum dan aturan bisnis serta peran pemerintah yang efektif menjamin keberlakuan aturan bisnis serta. peran pemerintah yang efektif menjamin keberlakuan aturan bisnis tersebut secara konsekwen tanpa pandang bulu.

Dari ketiga sasaran etika bisnis di atas dapat kita simpulkan bahwa etika bisnis adalah bidang ilmu, refleksi kritis dari tindakan seseorang terhadap aktivitas yang dilakukan. Ada beberapa hal yang mendasari bisnis harus beretika, menurut Keraf (1998:69-71) yaitu :

- a. Memenuhi harapan-harapan publik bagi bisnis.
- b. Mencegah mengganggu dan menyakiti pihak-pihak lain.
- c. Memperbaiki keterkaitan bisnis dan produktivitas karyawan.
- d. Mengurangi denda-denda sesuai dengan undang-undang dan peraturan bisnis
- e. Melindungi bisnis dari pihak lain.
- f. Melindungi para karyawan dari para majikan mereka.
- g. Mempromosikan moralitas pribadi.

3. Etika Bisnis Sekuler

Beberapa teori-teori etika bisnis sekuler yang menentukan proses pengambilan keputusan etis telah dikemukakan dari tahun ke tahun.

(Forsyth, 1980: 175) menjelaskan bahwa teori-teori sekuler tersebut memiliki tiga keterbatasan utama. *Pertama*, konsep-konsep dari keadilan dan utilitas telah diartikan dengan pandangan yang dangkal dan sempit. *Kedua*, teori-teori ini bersifat tidak lengkap dan terbatas dalam penerapan dan kegunaannya. *Ketiga*, dua kekurangan ini menyebabkan teori-teori sekuler ditafsirkan menurut keinginan dan perilaku dari masing-masing pelaku bisnis, yang berdampak pada kegagalan etika dalam memberikan layanan yang penuh arti.

Dengan kegagalan teori-teori ini, konsep dari idealisme dan relativisme sebagai cara untuk mengatur standar etika yang menghasilkan popularitas para pakar teori pada akhir-akhir ini. Idealisme berhubungan dengan kecenderungan merugikan terhadap orang lain, sedangkan relativisme cenderung mengabaikan nilai moral secara universal. Relativisme menjadi suatu pendekatan yang dominan dalam bidang etika bisnis internasional menyatakan bahwa tingkat penilaian para konsumen terhadap periklanan etis ataupun sangat tidak etis, sangat bervariasi tergantung persepsi mereka (Yusuf, 1997: 10). Laurence (1995: 5) mengatakan bahwa pengalaman dan budaya menentukan dalam merumuskan tentang standar etika. Relativisme tidak memberikan dasar-dasar dan kode-kode yang lengkap dalam melakukan praktik pelaku pemasaran internasional. Suatu alasan yang dijadikan dasar dalam pendekatan sekuler adalah prinsip maksimalisasi keuntungan.

4. Etika Bisnis Islam

a. Definisi Etika Bisnis Islam

Menurut Beekun (1997:30), “etika dalam konteks Islam, didasarkan atau dihubungkan dengan etika-etika dalam Qur’an yang disebut dengan ”*Khuluq*”. Al-Qur’an juga menggunakan beberapa istilah lainnya untuk mendefinisikan etika, yaitu *Khair* (kebaikan), *birr* (kebajikan), *qiat* (kesetaraan atau kesamaan), *’adl* (keseimbangan dan kebijaksanaan), *haqq* (kebenaran dan hak), *ma ’ruf* (dikenal dan baik), *taqwa* (ketakwaan). Selanjutnya perbuatan sholeh (baik) dikenal dengan istilah *salihat* dan perbuatan jelek dikenal dengan *sayyi’at*”

Subtansi utama penyelidikan tentang etika dalam Islam antara lain:

- 1) Hakikat benar (*birr*) dan salah;
- 2) Masalah *free will* dan hubungannya dengan kemahakuasaan Tuhan – tanggung jawab manusia,
- 3) Keadilan Tuhan dan realitas keadilan-Nya di hari kemudian.

Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas di sini yang disinggung di atas, kemudian dalam kajian etika bisnis Islam susunan *adjective* di atas ditambah dengan halal-haram.

Dari penjelasan tersebut disimpulkan bahwa etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al islamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah

Allah dan menjauhi larangnya. Dalam islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Quran dan sunnaturrasul. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya, sebagaimana kriteria yang disampaikan oleh Conger dan Kanungo (1998:94) bahwa pemimpin harus mampu mengemban visi perusahaan meskipun harus menanggung resiko personal, serta peka terhadap lingkungan dan tidak berperilaku konvensional dalam kepemimpinannya.

b. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Fauroni, (2002:11-22) mengatakan prinsip-prinsip etika bisnis islam merupakan paradigma bisnis yang dibangun dan dilandasi oleh aksioma – aksioma berikut ini :

1) Kesatuan (*unity*)

Kesatuan di sini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, social, menjadi satu “*homogeneous whole*” atau keseluruhan yang homogeny, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

Tauhid merupakan konsep serba eksklusif dan serba inklusif. Pada tingkat absolut ia membedakan khalik dengan makhluk, memerlukan penyerahan tanpa syarat kepada kehendak- Nya, tetapi pada eksistensi manusia memberikan suatu prinsip perpaduan yang

kuat sebab seluruh umat manusia dipersatukan dalam ketaatan kepada Allah semata. Konsep tauhid merupakan dimensi vertikal Islam sekaligus horizontal yang memadukan segi politik dan sosial ekonomi kehidupan manusia menjadi kebulatan yang homogen yang konsisten dari dalam dan luar sekaligus terpadu dengan alam luas sebagaimana Al-Qur'an yang mengajarkan pengusaha muslim agar mencari keuntungan yang secara hakikat baik dan berakibat baik pula bagi kesudahannya (Lukman Fauroni, 2002:32).

Dari konsepsi ini, maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas bisnis harus memperhatikan tiga hal (Beekun,1997:20-23) :

“Pertama, tidak diskriminasi terhadap pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama. Kedua, Allah yang paling ditakuti dan dicintai, Ketiga, tidak menimbun kekayaan atau serakah, karena hakikatnya kekayaan merupakan amanah Allah.”

Adanya kriteria aktivitas bisnis yang dijabarkan oleh Beekun tersebut, didukung juga oleh Lukman Fauroni (2002:26) yang menjelaskan adanya hubungan antara iman dan kegiatan bagaikan hubungan akar dan tumbuhan. Allah juga menjabarkan dalam Al-Qur'an tentang hubungan keduanya dalam beberapa surat, yakni QS. Al-Furqan(25): 23, QS. Al-Jumu'ah (62): 9-10, dan QS. Fatir (35): 29.

- 2) Keseimbangan (keadilan)

Keseimbangan (*equilibrium*) atau keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran islam yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada alam semesta. Hukum dan tatanan yang kita lihat pada alam semesta mencerminkan kesetimbangan yang harmonis. Tatanan ini pula yang disebut *sunnatullah*.

Ajaran Islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain (masyarakat) dan dengan lingkungan. Keseimbangan ini sangat ditekankan oleh Allah dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatan wasathan*. *Ummatan wasathan* adalah umat yang memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak, arah dan tujuannya serta memiliki aturan-aturan kolektif yang berfungsi sebagai penengah atau pembenar. Dengan demikian keseimbangan, kebersamaan, kemoderenan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis (Fauroni, 2002:63).

Menurut Naqvi (1993:99-100) agar keseimbangan ekonomi dapat terwujud maka harus terpenuhi syarat-syarat berikut:

“Pertama, produksi, konsumsi dan distribusi harus berhenti pada titik keseimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam genggamannya segelintir orang. Kedua, setiap kebahagiaan individu harus mempunyai nilai yang sama dipandang dari sudut sosial, karena manusia adalah makhluk *teomorfis* yang harus memenuhi ketentuan keseimbangan nilai yang sama antara nilai sosial marginal dan individual dalam masyarakat. Ketiga, tidak mengakui hak milik yang tak terbatas dan pasar bebas yang tak terkendali”.

Pembagian kekayaan, keuntungan, dan kerugian secara adil merupakan suatu tindakan etis atas keputusan dan tindakan pengusaha muslim (Fauroni, 2002:50). Pendapat Naqvi tentang keseimbangan nilai di atas juga didukung oleh K.Bertens dalam Lukman Fauroni, (2002:112) bahwa pengusaha muslim harus mengutamakan kualitas barang yang diproduksi. Dalam konsep pasar bebas yang diniscayakan dalam Islam juga harus di tolak oleh pengusaha muslim, karena akan merugikan yang lemah. Sehingga dalam Islam yang muncul adalah pasar sempurna dimana permintaan dan penawaran terjadi secara sempurna (Fauroni, 2002:111).

3) Kehendak Bebas (*Free Will*)

Menurut Naqvi (1993:82-83), kehendak bebas merupakan kontribusi Islam yang paling orisinal dalam filsafat sosial tentang konsep manusia “bebas”. Hanya Tuhan yang bebas, namun dalam batas-batas skema penciptaan-Nya manusia juga secara relatif mempunyai kebebasan. Manusia sebagai khalifah di muka bumi sampai batas-batas tertentu mempunyai kehendak bebas untuk mengarahkan kehidupannya kepada tujuan yang akan dicapainya sebagaimana yang Allah jelaskan dalam QS. Al-Insyirah:7. Manusia dianugerahi kehendak bebas (*free will*) untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk

aktivitas bisnis tertentu, berkreasi mengembangkan potensi bisnis yang ada.

Menurut Yusuf Ali seperti dikutip Beekun, *uqud* merupakan konsep yang multidimensional (Beekun, 1997:25). Konsep ini meliputi kewajiban Ilahiah yang mengarahkan dari spiritual dan hubungan seksama, kewajiban Sosial, kewajiban politik seperti perjanjian, dan kewajiban bisnis seperti kontrak-kontrak kerja sama. Dengan landasan ini maka dalam sistem ekonomi, Islam menolak konsep *invisible hand*.

4) Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Segala kebebasan dalam melakukan bisnis oleh manusia tidak lepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan atas aktivitas yang dilakukan sesuai dengan apa yang ada dalam al-Qur'an An Nisa (4):85, "Barang siapa memberikan hasil yang baik, niscaya ia akan memperoleh bagian pahala. Dan barang siapa menimbulkan akibat yang buruk, niscaya ia akan memikul konsekuensinya". Kebebasan yang dimiliki manusia dalam menggunakan potensi sumber daya mesti memiliki batas-batas tertentu, dan tidak digunakan sebebas-bebasnya, melainkan dibatasi oleh koridor hukum, norma dan etika yang tertuang dalam al-Qur'an dan Sunnah rasul yang harus dipatuhi dan dijadikan referensi atau acuan dan landasan dalam menggunakan potensi sumber daya yang dikuasai. Tidak kemudian digunakan untuk melakukan kegiatan bisnis yang

terlarang atau yang diharamkan, seperti judi, riba dan lain sebagainya. Apabila digunakan untuk melakukan kegiatan bisnis yang jelas-jelas halal, maka cara pengelolaan yang dilakukan harus juga dilakukan dengan cara-cara yang benar, adil dan mendatangkan manfaat optimal bagi semua komponen masyarakat yang secara konstruktif ikut mendukung dan terlibat dalam kegiatan bisnis yang dilakukan. Terutama dalam kaitannya produk yang dijual serta pelayanan terhadap pelanggan, bahwa kualitas harus diutamakan demi kepuasan pelanggan (Lovelock, 1998:18).

Pertanggung jawaban ini secara mendasar akan mengubah perhitungan ekonomi dan bisnis karena segala sesuatunya harus mengacu pada keadilan. Hal ini diimplementasikan minimal pada tiga hal (Naqvi, 1993:103-104), yaitu:

“Pertama, dalam menghitung margin, keuntungan nilai upah harus dikaitkan dengan upah minimum yang secara sosial dapat diterima oleh masyarakat. Kedua, *economic return* bagi pemberi pinjaman modal harus dihitung berdasarkan pengertian yang tegas bahwa besarnya tidak dapat diramalkan dengan probabilitas nol dan tak dapat lebih dahulu ditetapkan (seperti sistem bunga). Ketiga, islam melarang semua transaksi *alegtoris* yang dicontohkan dengan istilah *gharar*”.

Yang dimaksud dengan sistem *gharar* dalam konsepsi fiqh yakni membeli ikan dalam kolam, buah-buahan masih mentah, yang membuka jalan perselisihan karena adanya kondisi barang yang belum diketahui kualitas dan kuatintasnya waktu diperolehnya kelak (Fu'ad Abdul Baqi'dalam Lukman Fauroni, 2002: 156). Hukum *gharar* dan riba yang tidak diperbolehkan dalam islam memiliki

kedudukan haram untuk di aplikasikan dalam perdagangan. Penjelasan tentang riba Allah jabarkan dalam QS. Al-Baqoroh 2:275 bahwa orang-orang yang memakan harta riba sesungguhnya tidak akan mendapat kemanfaatan sebagaimana penjelasan Rosulullah tentang haramnya hokum riba dalam Shohih Muslim:3881.

5) Kebenaran (Kebajikan)

Menurut Fauroni (2002:17-18), kebenaran adalah nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran islam. Dalam konteks bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar. Meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan margin keuntungan (laba).

Konsep kebajikan atau kebaikan terhadap orang lain didefinisikan sebagai tindakan yang menguntungkan orang lain. Perbuatan kebaikan sangat dianjurkan didalam Islam, Rasulullah Saw pernah bersabda :

“Penghuni surga terdiri dari tiga kelompok. Pertama, adalah mereka yang memiliki kekuasaan dan bertindak lurus dan adil, yang kedua adalah mereka yang jujur dan diberikan kelebihan kekuasaan untuk berbuat hal-hal yang baik, dan mereka yang berhati pemurah dan suka menolong keluarganya serta setiap muslim yang shaleh, dan yang ketiga adalah mereka yang tidak mengulurkan tangannya meski memiliki banyak keluarga yang harus dibantu (HR. Muslim)”.

Penerapan konsep kebajikan dalam etika bisnis islam menurut Al Ghazali, terdapat lima bentuk kebajikan yang harus di aplikasikan oleh pengusaha muslim:

- a) Jika seseorang membutuhkan sesuatu, maka orang lain harus memberikannya dengan mengambil keuntungan yang sedikit mungkin, jika sang pemberi melupakan keuntungannya, maka hal tersebut akan lebih baik baginya.
- b) Jika seseorang membeli sesuatu dari orang miskin, akan lebih baik baginya untuk kehilangan sedikit uang dengan membayarnya lebih dari harga yang sebenarnya. Tindakan seperti ini akan memberikan akibat yang mulia. Bukan suatu hal yang patut dipuji untuk membayar orang kaya lebih dari apa yang seharusnya diterima manakala ia dikenal sebagai orang yang suka mencari keuntungan yang tinggi.
- c) Dalam mengabdikan hak pembayaran dan pinjaman, seorang pebisnis Islam harus bertindak secara bijaksana dengan memberi waktu yang lebih banyak kepada sang peminjam untuk membayar hutangnya dan jika diperlukan, seseorang harus membuat pengurangan pinjaman untuk meringankan beban sang peminjam.
- d) Ketika pebisnis menjual barang secara kredit kepada seseorang, ia harus cukup bermurah hati, tidak memaksa membayar dalam waktu yang telah ditetapkan.
- e) Barang atau uang yang dipinjam harus dikembalikan tanpa diminta

Paparan 5 aksioma etika bisnis islam yaitu kesatuan, kesetimbangan (keadilan), kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran memperlihatkan adanya suatu bangunan bisnis yang ideal. Dengan demikian kelima aksioma telah menjadi suatu paradigma bisnis untuk membangun bisnis islami. Sehingga para pengusaha muslim hendaknya mampu mengaplikasikan seluruh aksioma tersebut dalam aktifitas bisnisnya dengan pengendalian produksi, operasi dan teknik bisnis (Gluek dan Jauch, 1998:162)

D. Bisnis Islami

Dalam mempelajari ilmu Bisnis Islam, pasti akan dihadapkan dengan beragam hal yang sangat kompleks. Mulai dari teori-teori yang disajikan, hingga menyangkut etika atau moral yang harus dijalankan yang sesuai dengan prinsip Islam.

Menurut Harsono, (2006:3) "bisnis adalah semua lembaga, besar atau kecil, dengan berbagai variasi bidang kegiatan yang menciptakan barang atau jasa dengan tujuan untuk mendapatkan laba". Sedangkan menurut Manullang, (2002:3) "bisnis adalah segala aktivitas dari sebuah lembaga yang bergerak dalam dunia bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat untuk kebutuhan sehari-hari". Dari definisi tersebut, inti dari sebuah bisnis ialah suatu lembaga yang berfungsi menghasilkan barang dan jasa yang berguna bagi kehidupan manusia dan bagi para pelakunya akan mendapatkan keuntungan dari produk-produk yang dijual.

Sedangkan definisi bisnis Islami adalah "serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya

(barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram)" (Yusanto, 2002:18).

Berdasarkan pengertian bisnis yang diuraikan oleh Yusanto tersebut, diperoleh gambaran bahwasannya dalam menjalankan bisnis Islami memperbolehkan segala bentuk bisnis kecuali yang dilarang oleh Allah, yakni jelas batasan halal dan haram yang disyariatkan.

Pada dasarnya, bisnis Islami dikendalikan oleh aturan syari'ah dalam memanfaatkan harta dengan rambu-rambu baik-buruk, halal-haram, benar-salah, dan sebagainya. Lain halnya dengan bisnis nonIslami yang berprinsip sekuler. Dengan prinsip sekularisme yang dianut oleh bisnis nonIslami, nilai-nilai yang dianut hanyalah nilai material. Sehingga bisnis nonIslami tidak mempersoalkan aturan halal-haram, benar-salah, dalam usaha mencapai tujuan bisnisnya. Dari asas sekulerisme inilah Yusanto (2002:21) berpendapat "seluruh karakter bisnis non Islami hanya diarahkan pada hal-hal yang bersifat bendawi dan melupakan nilai ruhiah serta keterikatan pebisnis pada aturan yang lahir dari nilai-nilai transendental (aturan halal-haram)". Sehingga pelaku bisnisnya tidak mempermasalahkan hubungan dosa dengan pahala.

Tabel 2.2
Karakteristik Bisnis Islami dan Non Islami

No	Karakter	Islami	Non Islami
1	Asas	Aqidah Islam (nilai-nilai transendental)	Sekularisme (nilai-nilai material)
2	Motivasi	Dunia-akhirat	Dunia
3	Orientasi	Profit & benefit, pertumbuhan, keberlangsungan, dan keberkahan	Profit, pertumbuhan, dan keberlangsungan

*dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.2

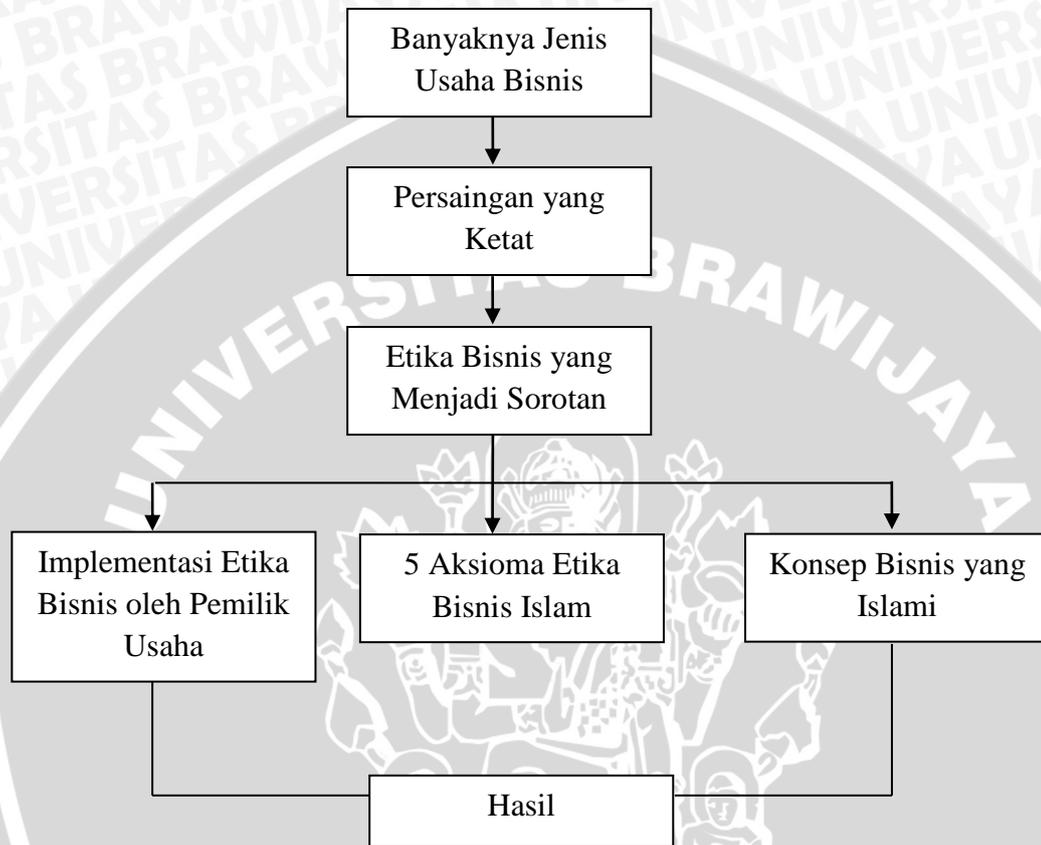
No	Karakter	Islami	Non Islami
4	Etos Kerja	Tinggi, bisnis adalah bagian dari ibadah	Tinggi, bisnis adalah kebutuhan duniawi
5	Sikap Mental	Maju & produktif, konsekuensi keimanan dan manifestasi kemusliman	Maju dan produktif sekaligus konsumtif, konsekuensi aktualisasi diri
6	Amanah	Terpercaya dan bertanggung jawab, tujuannya tidak menghalalkan segala cara	Tergantung kemauan individu (pemilik kapital), tujuan menghalalkan segala cara
7	Modal	Halal	Halal dan haram
8	SDM	Sesuai dengan akad kerjanya	Sesuai dengan akad kerjanya atau sesuai keinginan pemilik modal
9	Sumber Daya	Halal	Halal dan haram
10	Manajemen Strategik	Visi dan misi organisasi terkait erat dengan misi penciptaan manusia di dunia	Visi dan misi organisasi ditetapkan berdasarkan pada kepentingan material belaka
11	Manajemen Operasi	Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran, mengedepankan produktivitas dalam koridor syariah	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran, mengedepankan produktivitas dalam koridor manfaat
12	Manajemen Keuangan	Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan

Sumber: Yusanto (2002 : 22)

Berdasarkan pemaparan di atas, jelas sekali bahwa antara bisnis Islami dan bisnis non Islami memiliki perbedaan mendasar pada aspek karakteristik masing-masing. Perbedaan tersebut akan semakin terlihat dengan jelas jika cakupan sudut pandang yang diambil lebih banyak. Artinya dalam menjelaskan perbedaannya tersebut tidak hanya pada satu-dua aspek, melainkan multi aspek

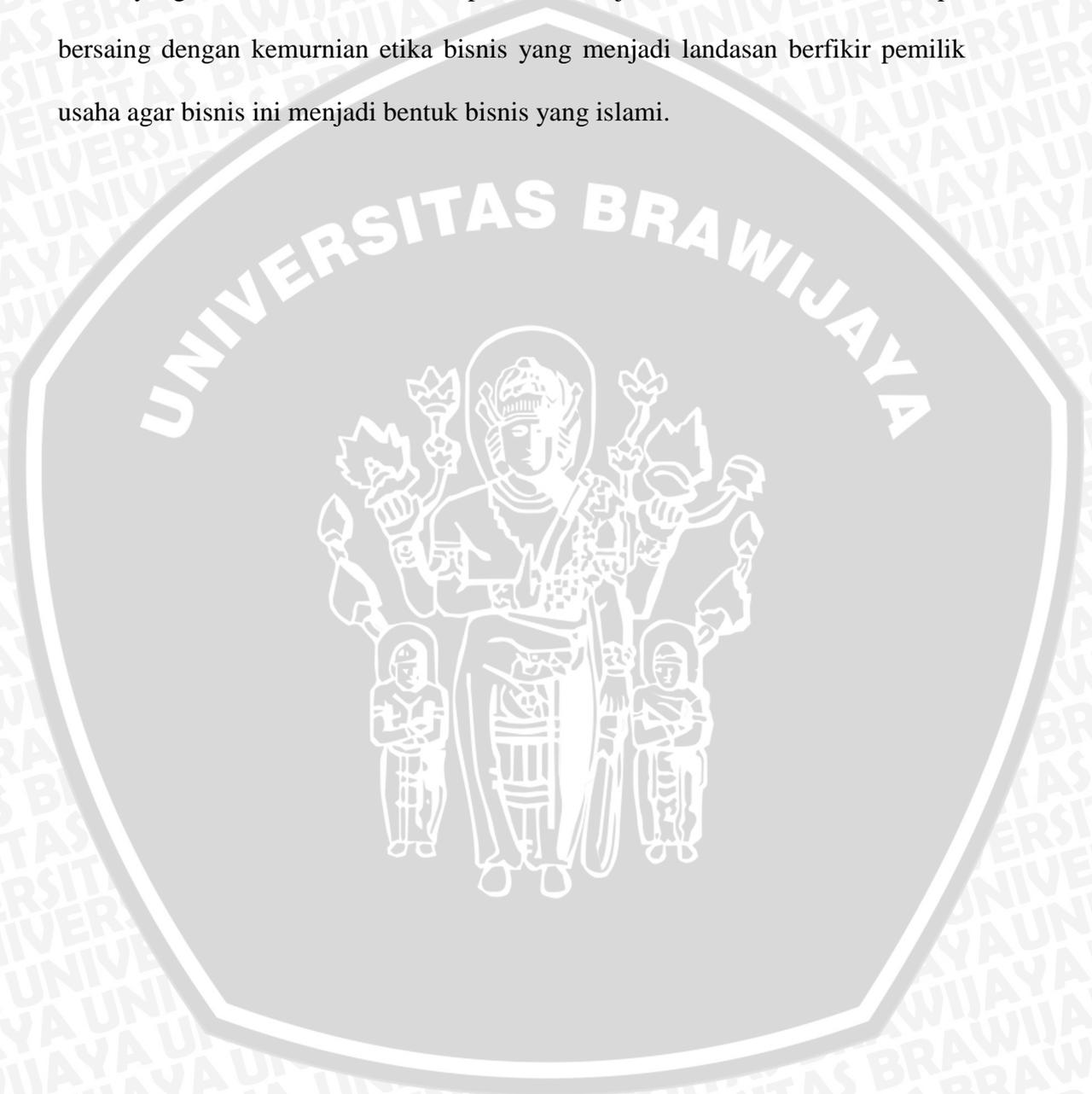
E. Kerangka Berfikir

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



Rumusan permasalahan pada penelitian ini didasarkan pada fenomena bisnis perusahaan besar ataupun kecil yang tak banyak memikirkan dampak sosial dari keberadaan usaha, ditunjang dengan persaingan bisnis yang ketat pula membuat para pelaku bisnis tak menjadika etika bisnis sebagai salah satu tolok ukur kelayakan bisnis. Kajian-kajian etika bisnis yang cenderung sekuler dan hanya memberikan pilihan pada pelaku bisnis untuk “bersimpati” membuat kajian ini memiliki makna yang semakin sempit karena dibatasi oleh kehendak. Berbeda dengan konsep etika bisnis islam yang mensisnergikan antara tuhan, pelaku bisnis,

karyawan, mitra dan pelanggan sehingga kegiatan bisnis berjalan selaras sesuai dengan konsep islam yang menjadi *Rahmatan lil 'alamin*. Waroeng *Steak and Shake* yang memiliki landasan era spiritual manajemen, berusaha untuk mampu bersaing dengan kemurnian etika bisnis yang menjadi landasan berfikir pemilik usaha agar bisnis ini menjadi bentuk bisnis yang islami.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif yang mendeskripsikan keadaan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta dan data yang tampak atau seadanya. Penelitian kualitatif didefinisikan oleh Bogdan & Taylor (1975:5) dalam Moleong (2006:4) adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Adapun penelitian Deskriptif menurut Arikunto (2002:309) adalah “penelitian untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menuntut apa adanya pada saat peneliti dilakukan. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, aktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang dimiliki.”

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dikemukakan bahwa penelitian deskriptif ini berusaha menggambarkan objek penelitian, yakni Waroeng *Steak and Shake* berdasarkan fakta dan data serta kejadian berusaha menghubungkan kejadian-kejadian atau objek penelitian. Sekaligus menganalisisnya berdasarkan konsep-konsep yang telah dikembangkan sebelumnya sehingga memudahkan peneliti dalam memecahkan masalah. Dalam penelitian ini, peneliti mendeskripsikan dan menganalisa data yang di dapatkan dari berbagai sumbe, baik berupa tulisan

maupun lisan tentang implementasi etika bisnis Islam di Waroeng *Steak and Shake* jl. Soekarno-Hatta 14.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan bahasan terkait pentingnya implementasi etika bisnis islam guna membangun bisnis yang islami, peneliti mengambil kajian pada 5 aksioma etika bisnis islam dengan tolok ukur bisnis yang terhindar dari tiga landasan praktek mal bisnis; kebathilan, kerusakan, dan kezhaliman (Fauroni, 2002:11-22) dengan fokus penelitian:

3. Implementasi etika bisnis islam guna membangun bisnis yang islami pada *Waroeng Steak and Shake* cabang Malang
4. Faktor pendukung dan faktor penghambat yang mempengaruhi pelaksanaan etika bisnis islam guna membangun bisnis yang islami pada *Waroeng Steak and Shake* cabang Malang

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti menggambarkan kejadian yang sebenarnya dari obyek atau fenomena yang diteliti. Penelitian ini dilakukan di Waroeng *Steak and Shake* jl. Soekarno-Hatta 14, alasan mengenai lokasi penelitian ini adalah :

1. Tempat penelitian ini memiliki relevansi kriteria usaha dengan judul yakni dari segi manajemen usaha dan visi usaha yang mengedepankan identitas bisnis islami.
2. Tempat penelitian menerapkan spiritual manajemen yang menggambarkan implementasi konsep etika bisnis islam dalam konsep bisnis islami

D. Sumber Data

Sumber data adalah subyek dari mana saja data dapat diperoleh (Arikunto, 2002:107). Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Moleong 2002:112). Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dengan dua sumber data :

1. Data primer (*Primary data*)

Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian (Indriantoro, 2002:146). Data primer ini disebut juga data asli atau data baru, data primer dari penelitian ini adalah :

a. Hasil wawancara dengan pihak terkait *Waroeng Steak and Shake* cabang

Malang melalui:

- 1) Manajer Area
- 2) Manajer Outlet
- 3) Karyawan outlet

b. Hasil wawancara dengan pelanggan *Waroeng Steak and Shake* cabang

Malang

2. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (Idriantoro, 2002:147). Data ini diperoleh dari dokumen-dokumen yang umumnya berupa bukti, catatan atau laporan

historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter). Adapun data sekunder dari penelitian ini adalah :

- a. Data yang berupa informasi-informasi langsung dari sumber yakni *Waroeng Steak and Shake* cabang Malang
- b. Media informasi lainnya, yaitu:
 - 1) Situs Resmi *Waroeng Steak and Shake*
 - 2) Laporan kegiatan
 - 3) Dokumentasi

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian dari proses pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi adalah proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), obyek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti (Indriantoro, 2002:157). Peneliti melakukan pengamatan secara langsung dari segi etika bisnis islam dalam pengelolaan *Waroeng Steak and Shake*.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada si peneliti (Indriantoro, 2002:150). Peneliti melakukan wawancara dengan pihak-

pihak terkait dengan maksud untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi. Data ini berupa : bagaimana Internalisasi etika bisnis Islam dalam pengelolaan *Waroeng Steak and Shake*.

3. Dokumentasi

Menurut Indriantoro, (2002:146) data ini berupa: faktur, jurnal surat-surat, notulen hasil rapat, memo atau dalam bentuk laporan program. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumentasi sebagai sarana untuk mendapatkan data tentang: sejarah berdirinya *Waroeng Steak and Shake* struktur organisasi, visi dan misi, kegiatan dalam pengelolaan usaha sesuai dengan etika bisnis islam.

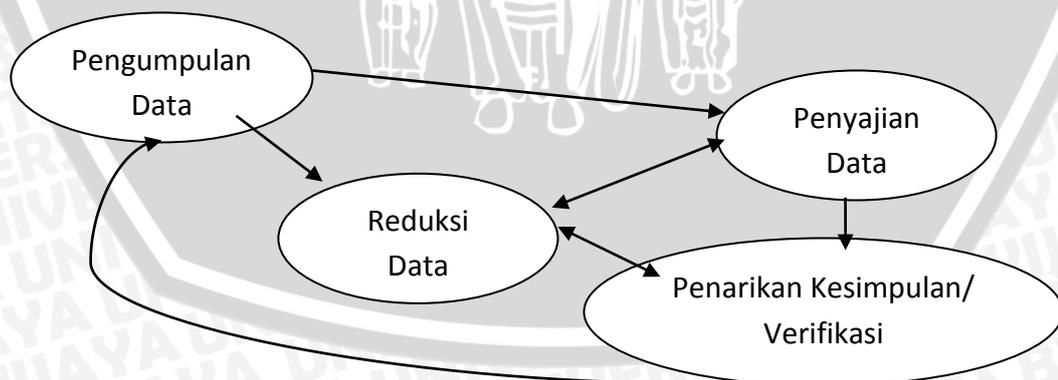
F. Metode Analisis

Analisis data adalah sebagai bagian dari proses pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik kesimpulan penelitian (Indriantoro, 2002:11). Analisis data adalah proses mencari dan menyusun sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara data Analisis data dapat dilakukan setelah memperoleh data-data, baik dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian data-data tersebut diolah dan dianalisis untuk mencapai tujuan akhir penelitian.

Analisa data dalam penelitian ini menggunakan model analisa interaktif oleh Miles dan Hubberman dalam Sugiyono (2001:246). Tahap analisis data dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

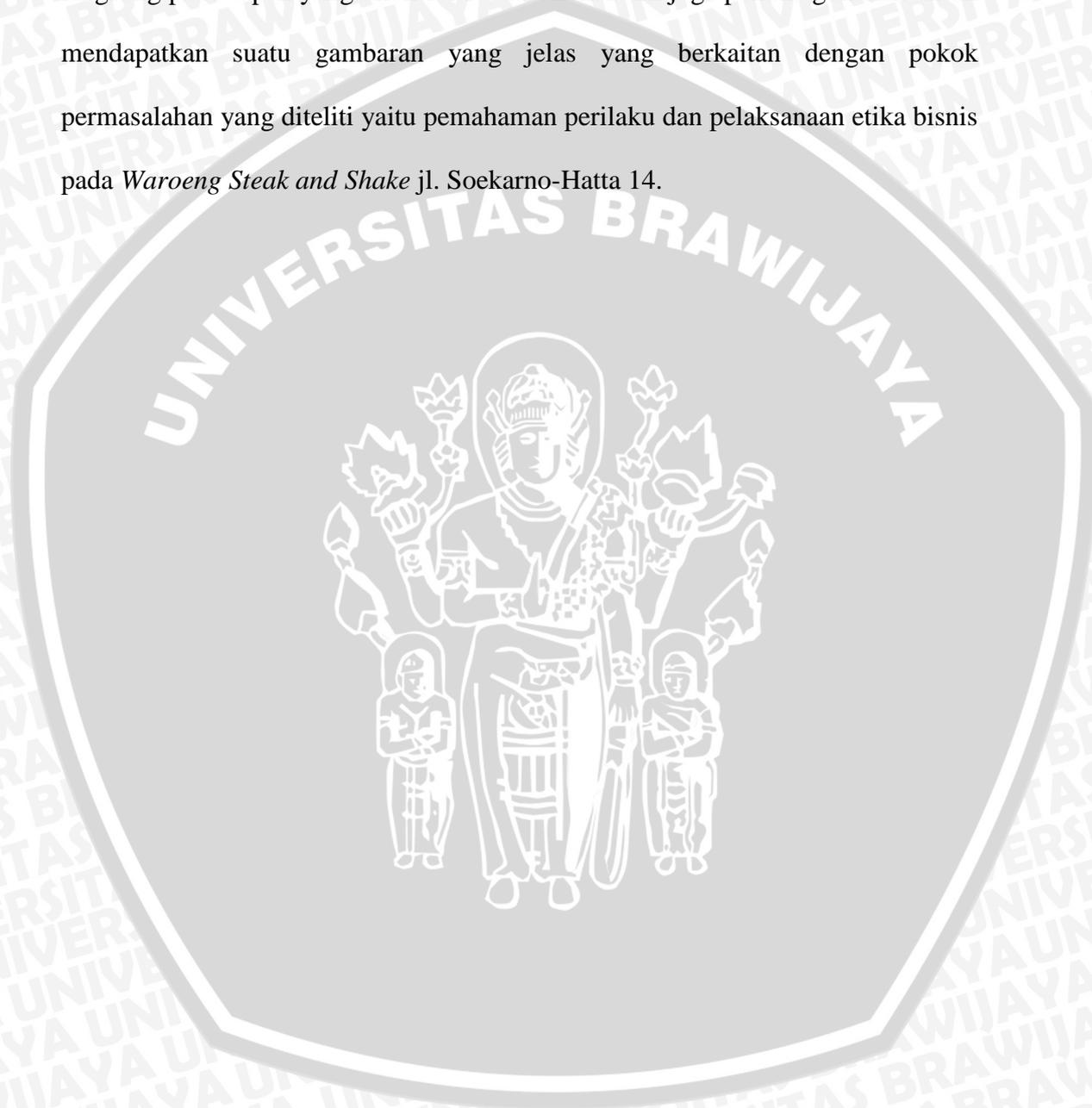
1. Pengumpulan data, yaitu proses pengumpulan data yang belum di olah yang merupakan hasil interview, observasi dan dokumentasi di *Waroeng Steak and Shake* Cabang Malang.
2. Reduksi data, yaitu data yang diperoleh di lapangan, kemudian dirangkum, dipilih hal yang pokok, dan difokuskan pada hal yang berkaitan dengan fokus penelitian saja. Reduksi data dilakukan terus menerus selama proses penelitian yang berlangsung.
3. Penyajian data, yaitu sekumpulan informasi dari *Waroeng Steak and Shake* yang disusun dan memungkinkan diambilnya kesimpulan melalui penyajian data. Informasi disederhanakan oleh peneliti ke dalam bentuk yang lebih sederhana dan mudah dipahami.
4. Penarikan kesimpulan/ Verifikasi, data yang diperoleh dianalisis dan dilakukan verifikasi selama proses penelitian berlangsung. Sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan berdasarkan data yang telah diperoleh.

Gambar 3.1
Analisis Data Model Miles dan Huberman



Sumber : Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D (Sugiyono,2011:147)

Peneliti mencoba mengungkapkan seberapa jauh dan mendalam penerapan etika bisnis Islam akan dipaparkan secara sederhana namun mendalam dan langsung pada aspek yang diteliti. Metode analisis ini juga penulis gunakan untuk mendapatkan suatu gambaran yang jelas yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang diteliti yaitu pemahaman perilaku dan pelaksanaan etika bisnis pada *Waroeng Steak and Shake* jl. Soekarno-Hatta 14.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

C. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Kota Malang

a. Sejarah Kota Malang

Kota Malang berdiri pada 1 April 1914. Adanya kota Malang tidak terlepas dari kebijakan desentralistik yang dikeluarkan oleh pemerintahan kolonial Belanda pada tahun 1903. Undang-undang ini membawa dampak pada perkembangan kota Malang yang mulai dibangun dengan baik. Pada tahun 1937, tata ruang kota Malang dikirim ke Paris untuk pameran tata ruang kota-kota di dunia. Ini memberikan bukti bahwa kota Malang dengan tata ruang berkonsep kota taman (*garden city*) merupakan kota yang menarik, hingga pernah dipamerkan secara internasional. Konsep kota taman pada kota Malang adalah hasil buah pikir dari seorang arsitek dan konsultan perencanaan pembangunan yang bernama Ir. Herman Thomas Karsten yang lahir pada tanggal 22 April 1884 di Amsterdam.

”Apabila anda memasuki kota Malang dari Utara, yaitu dari arah Surabaya, maka anda akan melihat tanaman bunga yang teratur rapi dan menarik hati. Bunga-bunga gladiol yang beraneka ragam warnanya, ada yang merah, putih, kuning, dan ungu. Serta bermacam-macam bunga lainnya seperti anyelir, mawar, melati, lilie, dan lain-lain. Tampak indah di pertamanan kota. Penduduk malang memang suka dengan bunga dan kebun-kebun bunga.” (widodo, dkk, 2006:175)

Gambaran ini menunjukkan bahwa kota Malang pada masa itu begitu indah, asri, dan mewah. Sehingga tata ruang kota Malang-pun layak untuk di bawa ke pameran internasional.

b. Letak Geografis Kota Malang

Kota Malang terletak di provinsi Jawa Timur, Indonesia. Letaknya 90 km selatan Kota Surabaya, kota ini terletak pada ketinggian 440-667 meter di atas permukaan air laut, dan kota ini merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur. Kota Malang dengan potensi alam dan iklim yang dimiliki menjadi salah satu kota tujuan wisata di Jawa Timur, dan dikenal dengan julukan "Kota Pelajar". Secara geografis Kota Malang terletak pada $112,06^{\circ}$ - $112,07^{\circ}$ Bujur Timur dan $7,06^{\circ}$ - $8,02^{\circ}$ Lintang Selatan. Kota Malang memiliki luas $110,06\text{Km}^2$ dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

- 1) Wilayah Utara dibatasi oleh Kecamatan Singosari dan Kecamatan Karang Ploso Kabupaten Malang
- 2) Wilayah Timur dibatasi oleh Kecamatan Pakis dan Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang
- 3) Wilayah Selatan dibatasi oleh Kecamatan Pakisaji dan Kecamatan Tajinan Kabupaten Malang
- 4) Wilayah Barat dibatasi oleh Kecamatan Dau Kota Batu dan Kecamatan Wagir Kabupaten Malang

Kota Malang dikelilingi oleh daerah pegunungan, antara lain Gunung Arjuno, Gunung Tengger, Gunung Kawi, dan Gunung Kelud. Wilayah administrasi Kota Malang terdiri dari 5 kecamatan, yakni Kedung Kandang, Kecamatan Sukun, Kecamatan Klojen, Kecamatan Blimbing, Lowok Waru

(http://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Malang diakses tanggal 29 Januari 2015).

c. Keadaan Demografi Kota Malang

Gambar 4.1
Peta Kota Malang



Sumber: http://obyekwisatakotamalang.blogspot.com/2010_03_01_archive.html

diakses tanggal 24 September 2014

Sebagai salah satu kota Pendidikan, masyarakat di wilayah Kota Malang tergolong heterogen dalam etnis dan latar belakang budaya,

sehingga dapat tercipta kehidupan yang dinamis. Kota Malang telah lama berinteraksi dengan budaya dan kebiasaan dari berbagai suku yang datang dan dibawa oleh para pelajar, mahasiswa serta kalangan pedagang. Bahasa yang digunakan sehari-hari adalah Bahasa Jawa, Madura dan Bahasa Indonesia. Hal ini disebabkan mayoritas penduduk berasal dari suku Jawa dan Madura.

d. Visi dan Misi Kota Malang

Pemerintah Kota Malang dalam pelaksanaan pembangunan berpedoman pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Daerah dimana didalamnya termuat Visi Kota Malang : "Menjadikan kota Malang sebagai kota BERMARTABAT (Bersih, Makmur, Adil, Religius Toleran, Terkemuka, Aman, Berbudaya, Asri, dan Terdidik)". Dalam rangka mewujudkan Visi Kota Malang, maka dirumuskan upaya-upaya yang akan dilaksanakan kedalam Misi Kota Malang Tahun 2014-2018 sebagai berikut :

- 1) Menciptakan masyarakat yang makmur, berbudaya dan terdidik berdasarkan nilai-nilai spiritual yang agamis, toleran dan setara.
- 2) Meningkatkan kualitas pelayanan publik yang adil, terukur dan akuntabel.
- 3) Mengembangkan potensi daerah yang berwawasan lingkungan yang berkesinambungan, adil, dan ekonomis.
- 4) Meningkatkan kualitas pendidikan masyarakat kota malang sehingga bisa bersaing di era global.

- 5) Meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat kota malang baik fisik, maupun mental untuk menjadi masyarakat yang produktif.
- 6) Membangun kota malang sebagai kota tujuan wisata yang aman, nyaman, dan berbudaya.
- 7) Mendorong pelaku ekonomi sektor informal agar lebih produktif dan kompetitif.
- 8) Mendorong produktivitas industri dan ekonomi skala besar yang berdaya saing, etis dan berwawasan lingkungan.
- 9) Mengembangkan sistem transportasi terpadu dan infrastruktur yang nyaman untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

(<http://www.malangkota.go.id/halaman/1606073> diakses tanggal 20 Januari 2015)

2. Gambaran Umum Waroeng Steak and Shake

a. Sejarah dan Perkembangan Waroeng Steak and Shake

Waroeng Steak & Shake atau lebih dikenal dengan nama WS adalah salah satu usaha waralaba yang didirikan oleh Pak Jody Brotosuseno dan Siti Haryani (Bu Aniek) pada 4 September 2000. Pada awalnya, usaha ini didirikan di teras rumah kontrakan oleh Pak Jody dan Bu Aniek di Jalan Cenderawasih no. 30 Yogyakarta. Usaha ini tidak terlepas dari pengaruh ayah Pak Jody. Sebelum mempunyai usaha sendiri, mereka berdua telah aktif membantu usaha ayah Pak Jody yang memang telah lebih dulu berkecimpung di dunia bisnis restoran *steak* bernama *Obonk Steak*. *Obonk Steak* memang sudah

cukup lama berdiri di Yogyakarta dan sasaran konsumen restoran ini adalah kelas menengah ke atas. Dari sinilah, Bu Aniek dan Pak Jody mempunyai ide untuk membuka tempat makan *steak* yang dapat menyentuh lapisan menengah ke bawah.

Untuk mendirikan *Waroeng Steak and Shake* dibutuhkan modal awal yang tidak sedikit, maka Pak Jody berinisiasi menjual motor pemberian orang tuanya untuk modal usaha. Uang hasil dari penjualan motor, digunakan untuk sewa tempat di daerah Demangan Yogyakarta, sebagian lagi untuk peralatan usaha, dan sisanya untuk membeli motor tua sebagai alat transportasi.

Pada tanggal 4 September 2000 adalah awal berdirinya *Waroeng Steak and Shake* di Jalan Cendrawasih Demangan Yogyakarta. Pak Jody memilih nama *Waroeng* sebagai brand usaha kulinernya untuk memberi kesan harga yang terjangkau kepada konsumen. Sebagai identitas dari *Waroeng Steak and Shake*, warna yang digunakan pada design *outlet* dibuat cerah dengan kombinasi warna kuning yang dominan dipadukan dengan warna putih dan hitam.

Tahun pertama merupakan perjuangan bagi Pak Jody. Dengan lima meja, sepuluh hot plate dan tiga menu utama yang disediakan. Yaitu *Sirloin*, *Tenderlon*, dan *Chicken Steak*. Dalam keseharian-pun tidak jarang diteMUI (Majelis Ulama' Indonesia) *outlet* tanpa penunjang dan sedikitnya pengunjung yang datang. Pada masa ini Pak Jody bersinergi bersama Bu Aniek dengan pembagian tugas. Pak Jody memasak di

dapur, Bu Aniek melayani tamu sekaligus menjadi kasir, dan dua karyawan menangani tugas lainnya.

Interaksi Pak Jody dengan pelanggan dan berbagai saran yang disampaikan oleh pelanggan membuat Pak Jody terus melakukan evaluasi. Pak Jody berinisiatif membuat daftar harga dan dipasang di depan warung miliknya. Ternyata cara ini efektif untuk mengundang pelanggan.

Tahun kedua berjalannya usaha mulai menampakkan hasil yang signifikan. Pengunjung semakin meningkat, sehingga outlet tidak mampu menampung seluruh pengunjung yang datang. Maka Pak Jody mengajak keluarganya untuk berinvestasi mengembangkan usaha ini, mulai dari ayah, ibu, saudara, paman, dan keluarga lainnya diajak berinvestasi dengan sistem bagi hasil 50:50. Semakin hari usaha ini berkembang hingga cabang ke-7 dengan sistem bagi hasil yang sudah disepakati. Pada pendirian outlet ke-8 dan seterusnya Pak Jody mampu mendanai seluruh *outlet* yang ada tanpa menerapkan pola *franchise*.

Seiring berkembangnya *Waroeng Steak and Shake*, membuat Pak Jody lebih senang mengajak investor dari kalangan ustadz, seperti Ustadz Yusuf Mansyur, Ustadz Edi Mustofa, dan Ustadz Endang untuk mengembangkan outlet-outlet diberbagai daerah di Jawa, Bali, dan Sumatera. Serta mengharap memperoleh doa dari para ustadz untuk keberkahan *Waroeng Steak and Shake*. *Waroeng Steak and Shake* sudah berkembang menjadi manajemen bernama *Waroeng Group* dengan

berbagai variasi kuliner. Seperti *Bebaqaran* untuk ikan bakar, Bebek Goreng H. Slamet, dan Festival Kuliner (Feskul).

Seiring dengan berkembangnya *Waroeng Steak and Shake* menjadi *Waroeng Group*, Pak Jody membekali seluruh karyawan yang berasal dari berbagai latar belakang sosial dan budaya dengan training ESQ sebagai sarana pengembangan diri. Atas saran dari beberapa ustadz dengan kajian terhadap konsep bisnis islami, *Waroeng Group* disahkan oleh Pak Jody sebagai usaha yang menerapkan *Spiritual Company* dan mendaulat Ustadz Syamsuri untuk membuat sistem sekaligus mengawal berjalannya sistem. *Spiritual Company* terdiri dari dakwah dan pendidikan Islam. Untuk dakwah *bil hal*, dilakukan melalui olahraga, kegiatan sosial, infaq karyawan, dan seni budaya. Untuk pendidikan Islamnya yakni pengadaaan tausiyah rutin di outlet-outlet dan kantor, buletin bulanan, dan belajar membaca al-Qur'an bagi seluruh karyawan.

Tausiyah disusun secara sistematis dengan adanya tema-tema tertentu. Misalnya bulan Maret bertema shalat tepat waktu, maka seluruh gerai di Jawa, Bali dan Sumatera harus menyelenggarakan tausiyah untuk karyawan dengan tema yang sama. Tema yang beragam itu telah disusun selama setahun. Materinya meliputi aqidah, akhlak, fiqih, dan sirah Nabi.

Selain pengajian internal karyawan yang dilaksanakan setiap pekan, *Waroeng Group* juga menyelenggarakan pengajian warga berskala besar sekitar gerai tiap bulan dengan tema kegiatan "Dari

Waroeng untuk Umat?'. Tahun 2010, *Waroeng Group* mulai menawarkan program menarik bagi karyawannya. Bagi yang mampu menghafal al-Qur`an minimal empat surat pilihan akan mendapatkan hadiah umrah dan haji gratis dari manajemen dengan adanya seleksi untuk mengambil 6 diantara seluruh karyawan *Waroeng Group*.

Saat ini sebagai salah satu wujud kepedulian *Waroeng Group* terhadap umat, maka Pak Jody mendirikan Rumah Tahfizh yang sekarang sudah ada 4 satu di antaranya adalah Rumah Tahfizh *Waroeng Group*. Pak Jody juga mengasuh 83 santri mukim dan 60 santri kalong untuk menghafal al-Qur`an. Karena *ikhtiar* dan *tawakal* yang diharapkan keberkahan atas setiap harta yang diperoleh, maka *Waroeng Steak and Shake* pada tahun 2014 sudah memiliki 50 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia.

b. Deskripsi *Waroeng Steak and Shake*

Waroeng steak and Shake adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang kuliner dan tidak di *franchise*-kan. Usaha yang fokus pada penjualan Steak dengan harga terjangkau ini berdiri pada tahun 2000, dan pada tahun 2014 sudah mempunyai 50 cabang *outlet* yang tersebar di beberapa kota di Indonesia. Yakni, Medan, Pekanbaru, Palembang, Lampung, Bandung, Jakarta, Bogor, Semarang, Solo, Yogyakarta, Bali, Surabaya dan Makasar. *Waroeng steak and Shake* telah memiliki sekitar 1000 karyawan yang tersebar diseluruh *outlet*. Ada tiga jenis steak yang ditawarkan di *Waroeng steak and Shake*:

- 1) *Original steak* (daging tidak dilumuri tepung)
- 2) *Steak tepung* (daging dilumuri tepung dan digoreng)
- 3) *Steak ikan* (daging yang dilumuri tepung dan digoreng yang menggunakan saus ikan dalam penyajiannya).

Beberapa jenis minuman yang disediakan antara lain:

- 1) *Sirloin*
- 2) *Tenderloin*
- 3) *Chicken*
- 4) *Shrimp*
- 5) *Steak Waroeng*
- 6) *Beef Steak*
- 7) *Blackpepper*
- 8) *Chicken Mushroom*
- 9) *Chicken Pepper*
- 10) *Rib Eye Import*
- 11) *Beef Burger*
- 12) *Chicken Burger* dan sebagainya.

(Sumber: Buku Menu *Waroeng steak and Shake*)

Minuman yang ditawarkan adalah *milkshake*, jus buah, dan beberapa menu minuman *float*. Selain itu juga ada *french fries*, kentang goreng lokal, *spaghetti*, jamur (*mushroom*), *burger*, dan nasi paprika.

c. Visi, Misi, dan Identitas *Waroeng Steak and Shake*

Waroeng Steak and Shake dalam merealisasikan visi dan misi-nya memiliki program-program yang dijadikan pedoman dalam pelaksanaan seluruh aktivitas usaha *Waroeng Steak and Shake*. Berikut penjelasan tentang visi dan misi dari *Waroeng Steak and Shake* :

1) Visi

Selalu berubah menuju kebaikan sesuai syari'ah Islam

2) Misi

a) Menjadikan perusahaan sebagai sarana untuk mendapatkan ridho Allah SWT dan keberadaannya selalu bisa bermanfaat untuk banyak orang

b) Mencanangkan tanggung jawab sosial demi kehidupan yang lebih baik

c) Bekerja adalah ibadah, tanpa melepaskan unsur tanggung jawab dan disiplin tinggi.

d) Menjadikan karyawan perusahaan yang berakhlak mulia dan taat beribadah

e) Membangun usaha yang halal, berdaya guna dan berkualitas tinggi, yang berorientasi pada pelayanan terbaik

f) Menghasilkan profit, membangun citra, mengembangkan profesionalisme usaha berdasarkan prinsip-prinsip keislaman

g) Membangun dan mengembangkan potensi khususnya bagi karyawan dan mitra usaha kecil dan menengah pada umumnya

3) Identitas *Waroeng Steak and Shake*

a) Logo

Gambar 4.2
Logo Waroeng Steak and Shake



Sumber: www.waroengsteakandshake.com

Logo *Waroeng Steak and Shake* menggunakan dominan warna hitam, putih, dan kuning sebagai ciri khas *Waroeng Steak and Shake*. *Icon plate* yang menggantikan huruf 'O' pada kata 'Waroeng' menunjukkan bahwa makanan yang disajikan adalah masakan fresh yang baru saja dimasak.

b) Maskot

Gambar 4.3
Maskot Waroeng Steak and Shake

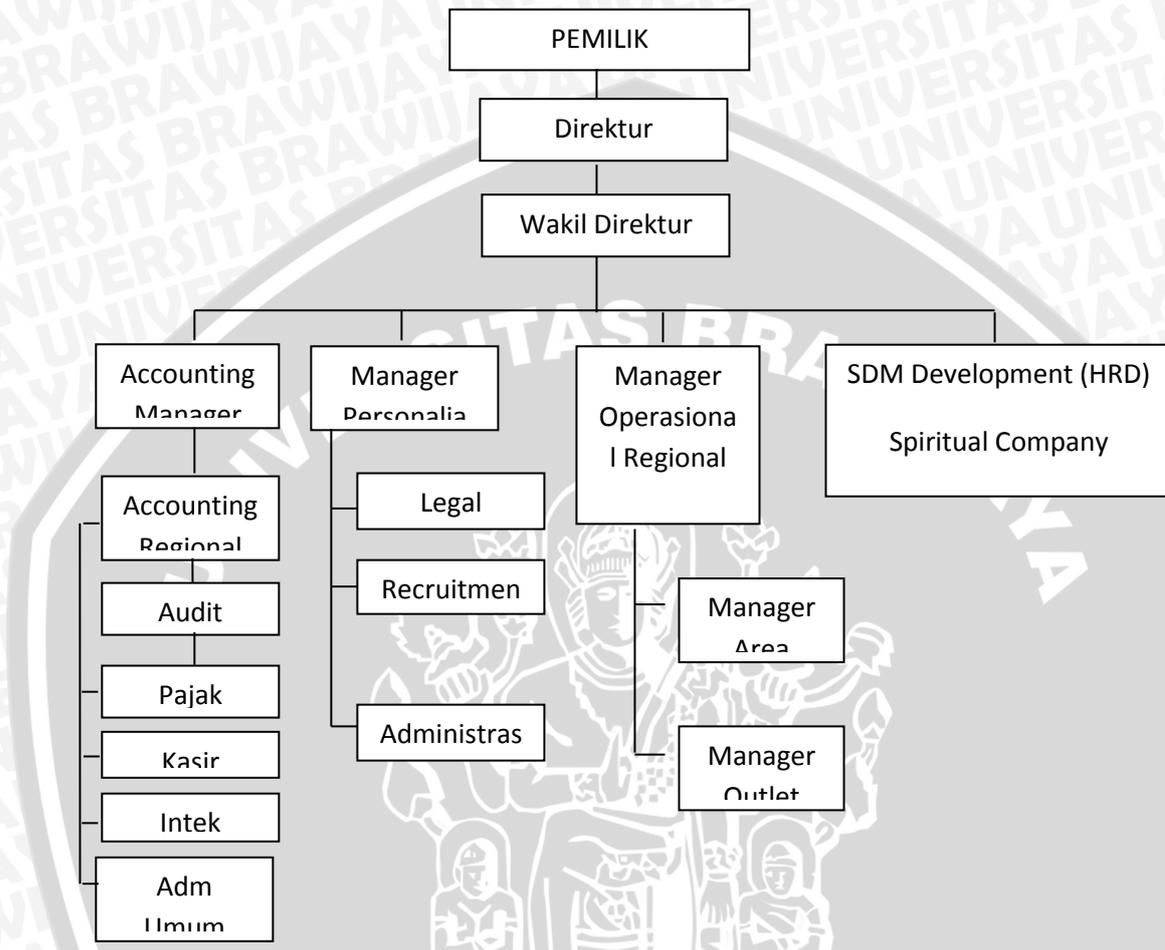


Sumber: www.waroengsteakandshake.com (diolah)

Arti dari maskot yang menggambarkan *plate* dengan kepulan asap menunjukkan bahwa hidangan yang disajikan adalah masakan yang baru diolah. Maskot tersebut memperlihatkan kelezatan makanan yang dihidangkan dengan ilustrasi asap yang menyelimuti bagian atas *plate*.

d. Struktur Organisasi *Waroeng Steak and Shake*

Gambar 4.4
Struktur Organisasi Waroeng Steak and Shake



Sumber: Data diolah

e. Jadwal dan Jam Kerja

Jam kerja efektif karyawan sesuai dengan standart jam kerja yakni 8 jam. Untuk kelebihan waktu jam kerja, yakni 1 jam setiap harinya dihitung sebagai lembur. Sehingga karyawan berhak menerima intensif atas kerja lemburnya. Karyawan juga diberikan jam untuk istirahat yakni selama 2 jam. Waktu ini bisa digunakan karyawan untuk istirahat dan makan. Sehingga hak-hak karyawan tetap terpenuhi.

Tabel 4.1



Jadwal dan jam Kerja Karyawan

No.	Hari	Jam Kerja	Istirahat	Keterangan
1	Senin	08.00 – 22.00	2 Jam	Sistem shift dan setiap hari di hitung lembur dengan jam efektif kerja 8 Jam
2	Selasa	08.00 – 22.00		
3	Rabu	08.00 – 22.00		
4	Kamis	08.00 – 22.00		
5	Jum'at	08.00 – 22.00		
6	Sabtu	08.00 – 22.00		
7	Minggu	08.00 – 22.00		

Sumber: Data Diolah

D. Penyajian dan Analisis Data Fokus Penelitian

1. Implementasi etika bisnis islam di *Waroeng Steak and Shake* guna membangun bisnis yang islami

a. Kesatuan (unity)

Dalam konsep kesatuan atau yang biasa disebut Tauhid dalam agama Islam, *Waroeng Steak and Shake* memberlakukan persyaratan umum dan khusus bagi penerimaan karyawan, yang tidak memisahkan antara ras, suku, dan budaya. Adapun persyaratan utama dalam penerimaan karyawan menurut pak Adi sebagai Manajer *Waroeng Steak and Shake* Area Malang adalah:

- 1) Beragama Islam
- 2) Sholat 5 Waktu
- 3) Bisa membaca al-Qur'an atau Iqro' (minimal iqro' jilid 3)
- 4) Wanita berjilbab dan Laki-laki tidak merokok
- 5) Lulusan minimal SMA / Sederajat
- 6) Pekerja keras
- 7) Bersedia menta'ati segala hak dan kewajiban sebagai karyawan

Dalam hal ini, pengelola menghendaki karyawan yang bersungguh-sungguh dalam bekerja. Persyaratan utama yang harus terpenuhi ialah terkait agama dan ibadahnya. Karena hal ini yang menjadi bab utama keberkahan usaha yang tidak memisahkan antara hubungan makhluk dengan Tuhannya. Untuk aspek lain seperti ras, warna kulit dan jenis kelamin tidak menjadi permasalahan karena pada hakikatnya manusia diciptakan dalam keadaan berbangsa-bangsa dan ber suku-suku. Maka Agama-lah yang menjadi pemersatu antara keduanya.

Tauhid atau Kesatuan pada tingkat absolut menjadi pembeda antara khalik dengan makhluk. Pada eksistensi manusia, tauhid memberikan prinsip kesetaraan derajat dan seluruh manusiadipersatukan dalam ketaatan kepada Allah. Kesamaan prinsip keyakinan yang dijadikan oleh *Waroeng Steak and Shake* sebagai landasan utama penerimaan karyawan yang menjadi persyaratan utama, yakni wajib beragama Islam. Agar dalam pengondisian karyawan atas prinsip-prinsip usaha *Waroeng Steak and Shake* tidak terjadi benturan terhadap keyakinan karyawan.

Persyaratan khusus terkait ke-Tauhid-an ini juga diterapkan pada proses pemilihan pemasok bahan baku dan bahan pelengkap. Pak Adi Saputro sebagai Manajer *Waroeng Steak and Shake* area Malang pada hari Rabu 27 Agustus 2014 Pkl 12.10, menjelaskan bahwa:

“Setiap pemasok daging harus memiliki sertifikat halal dari MUI (Majelis Ulama’ Indonesia), sehingga *Waroeng Steak and Shake*

tidak menerima supply daging dari pedagang ecer. Pemilihan bahan pelengkap juga memiliki kriteria khusus seperti pemilihan pemasok, yakni harus ada sertifikat halal dari MUI (Majelis Ulama' Indonesia). Ketatnya proses pemilihan bahan baku dan bahan pelengkap yang dilakukan tersebut demi menjaga kualitas dan kehalalan makanan yang akan disajikan”.

Menjamin kehalalan pangan dengan tersertifikasi halalnya *Waroeng Steak and Shake* oleh MUI (Majelis Ulama' Indonesia) membuktikan kesungguhan *Waroeng Steak and Shake* untuk menjauhkan perusahaan dari segala sesuatu yang mengandung unsur haram. Karena Al-Qur'an telah mensyari'atkan iman, islam, dan taqwa sebagai landasan etika dalam menjalankan segala aktifitas duniawi dan *ukhrowi*, maka dari prinsip ini akan mengalir kebutuhan manusia pada Tuhan sebagai pencipta, penopang, pemberi petunjuk, dan hakim yang merupakan interpretasi iman. Kemudian lahir prinsip-prinsip umum tentang keadilan sosial dan ekonomi dalam sektor sosial, setelah itu aturan-aturan spesifik Al-Qur'an digeneralisasikan sebagai hukum-hukum moralitas dan etika untuk masa kekinian.

Sebagai bentuk menghindari sikap mubadzir pada makanan, maka sisa makanan pelanggan diberikan pada pemilik ternak agar bisa dimanfaatkan sebagai pakan ternak. Sebagaimana yang disampaikan pak Ali Widodoara sebagai Manajer Outlet *Waroeng Steak and Shake* Soekarno-Hatta pada hari Kamis, 28 Agustus 2014 Pkl 11.10, menyatakan bahwa:

“Setiap sisa makanan dikumpulkan dalam wadah khusus kemudian di letakkan di bagian samping outlet. Siapa saja boleh mengambil untuk dimanfaatkan sebagai pakan ternak. Jadi tidak ada

kerjasama khusus dengan pemilik usaha ternak manapun untuk menyalurkan sisa makanan dari penguinjung”.

Keberadaan *Waroeng Steak and Shake* tidak dikhususkan bagi kalangan tertentu. Namun yang menjadi pangsa pasar *Waroeng Steak and Shake* adalah kalangan mahasiswa. Sebagaimana yang disampaikan oleh Khoirun Nisa salah satu pelanggan *Waroeng Steak and Shake outlet* Soekarno-Hatta pada Kamis, 28 Agustus 2014 Pkl 12.15, menyatakan bahwa: “Harga yang terjangkau bisa membuat semua kalangan mampu menjangkaunya, terutama para pegawai, masyarakat menengah kebawah maupun menengah ke atas”.

Sebagai perusahaan yang menerapkan *Spiritual Company*, maka *Waroeng Steak and Shake* memiliki banyak program yang berkaitan dengan aktivitas spiritual. Program sedekah nasional-pun menjadi salah satu agenda wajib selama setahun sekali. Pak Adi Saputro selaku Manajer *Waroeng Steak and Shake* Area Malang pada hari Rabu 27 Agustus 2014 Pkl 13.00, menjelaskan bahwa:

”Setiap tanggal 27 April, seluruh *Outlet* kami menyedekahkan semua laba usaha yang diperoleh pada hari itu. Penyaluran sedekah melalui Lagzis (Lembaga Zakat, Infaq, dan Shodaqoh) dan Pesantren Tahfidz yang didirikan oleh Pak Pak Jody pemilik usaha *Waroeng Steak and Shake* yang tergabung dalam manajemen *Waroeng Group*”.

Al-qur’an mengaitkan antara bekerja dengan iman, yang menunjukkan bahwa hubungan antara iman dan kegiatan bagaikan hubungan antara akar tumbuhan dengan buahnya (Lukman Fauroni, 2002:26). Allah berfirman dalam QS. Al-Furqan (25): 23 bahwa “Dan

Kami akanlihatkan segala amal yang mereka kerjakan, lalu Kami akan jadikan amal itu bagaikan debu yang berterbangan”.

Maksud dari amal dalam ayat ini adalah amal-amal baik yang dikerjakan manusia didunia, amal-amal itu tidak dibalas oleh Allah karena mereka tidak beriman. Maksud utama dalam penggalan surat Al-Furqon :23 adalah sungguh amal-amal apapun bentuknya yang tidak disertai iman oleh pelakunya, maka amal itu tidak akan berarti di sisi Allah. Allah juga menjelaskan dengan detail bagaimana islam mengatur etika jual-beli, seperti firman Allah dalam QS. Al-Jumu'ah (62): 9-10 :

“Wahai orang-orang yang beriman, apabila telah diseru untuk melaksanakan sholat pada hari jum'at, maka segeralah kamu mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. Apabila sholat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.”

Ayat ini menegaskan bahwa Allah sebagai penguasa apa yang ada di langit dan di bumi menghendaki hamba-Nya untuk melakukan jual beli dilakukan setelah menunaikan sholat, serta tidak mengesampingkan tujuan keuntungan hakiki yaitu yang dijanjikan Allah.

Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an tersebut, maka *Waroeng Steak and Shake* menjaga agar setiap elemen karyawan yang bekerja ditempat usahanya tidak melalaikan syari'at Allah dalam berbisnis. Atas dasar ini pula *Waroeng Steak and Shake* menerapkan

manajemen berupa *Spiritual Company* dengan mengutamakan suplemen ruhani bagi seluruh karyawannya. Seperti rutinitas yang wajib dilakukan karyawan di tempat kerja adalah membaca Al-Qur'an & sholat berjama'ah serta kegiatan sedekah nasional yang dilakukan setahun sekali. Peraturan tersebut linier dengan kriteria bisnis barokah yang Allah firmankan dalam QS. Fatir (35): 29 :

“Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah (Al-Qur'an) dan melaksanakan sholat dan menginfakkan sebagian rezeki yang kami anugerahkan kepadanya dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perdagangan yang tidak akan rugi”

Al-Qur'an memberikan tuntunan visi bisnis yang jelas, yaitu visi bisnis masa depan yang bukan semata-mata mencari keuntungan sesaat tapi merugikan. Melainkan mencari keuntungan yang secara hakikat baik dan berakibat baik pula bagi kesudahannya (Lukman Fauroni, 2002:32).

Persyaratan-persyaratan yang menjadi kriteria penerimaan karyawan, adanya kegiatan kerohanian, dan pengelolaan bahan makanan yang baik pada *Waroeng Steak and Shake* sesuai dengan yang disampaikan oleh Beekun (1997:20-23), bahwa pemilik usaha sudah bisa memadukan antara agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan dengan memperhatikan tiga hal:

“Pertama, tidak diskriminasi terhadap pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama. Kedua, Allah yang paling ditakuti dan dicintai, Ketiga, tidak menimbun kekayaan atau serakah, karena hakikatnya kekayaan merupakan amanah Allah.”

Implementasi prinsip kesatuan pada *Waroeng Steak and Shake* memberikan pengaruh terhadap tindakan dan sikap karyawan untuk *amar ma'ruf nahi munkar*. Karena karyawan mendapat ketenangan ruhani dalam menjalankan setiap aktivitasnya yang kemudian akan memberikan hasil maksimal di setiap pekerjaan yang dilaksanakannya.

b. Keseimbangan (Keadilan)

Waroeng Steak and Shake yang menerapkan sistem *Spiritual Company* untuk menghindari pemusatan kekuasaan bisnis pada orang-orang yang hanya bertujuan pada keuntungan materi saja. Maka dalam bentuk usahanya, sebagaimana yang disampaikan pak Adi, "*Waroeng Steak and Shake* tidak di *Franchise*-kan". Seperti yang menjadi tantangan global saat ini adalah pasar bebas. Untuk membentengi diri dari dampak pasar bebas maka *Waroeng Steak and Shake* mempercepat langkah dengan mendaftarkan sertifikasi Halal di MUI (Majelis Ulama' Indonesia) dan BPOM (Badan Pengawas Obat Dan Makanan). Berdasarkan parameter yang sudah ditentukan oleh MUI (Majelis Ulama' Indonesia) dan BPOM (Badan Pengawas Obat Dan Makanan), maka *Waroeng Steak and Shake* sudah mendapatkan sertifikasi halal dengan nomor : 07160019670114. Tersertifikasinya *Waroeng Steak and Shake* dalam kehalalan pangan, menjadikan pembeda antara makanan yang halal dan yang belum jelas kehalalannya, serta menjadi keunggulan tersendiri. Sehingga

konsumen tidak perlu lagi meragukan kehalalan seluruh makanan yang disajikan.

Dalam hal permodalan, pemilik usaha mempercayakannya pada anggota keluarga dengan sistem bagi hasil. Pengelolaan inti *Waroeng Steak and Shake* juga dikelola oleh orang-internal anggota keluarga Pak Jody. Sehingga pelaksanaan sistem tetap terjaga baik hingga ke seluruh area dan *outlet* yang tersebar diseluruh Indonesia.

Sistem pengelolaan *Waroeng Steak and Shake* menggambarkan penolakan pada istilah pasar bebas, dalam perspektif islam tidak digunakan istilah pasar bebas tetapi menggunakan istilah pasar sempurna sebagaimana yang disampaikan oleh Lukman Fauroni (2002:111) mendeskripsikan bahwa Pasar sempurna merupakan kondisi pasar dimana antara permintaan dan penawaran akan suatu kebutuhan terjadi secara sempurna, sehingga melahirkan suatu kesetimbangan antara keduanya, karena didasarkan atas kerelaan dan keterbukaan. Dengan demikian pada pasar ini terjadi kompetisi yang *fair*.

Sebagai bentuk pembentengan terhadap dampak pasar bebas, maka *Waroeng Steak and Shake* mengutamakan kualitas barang yang diproduksinya, jauh dari konsep pasar bebas yang menghendaki hasil komoditas terbanyak dan berkualitas tinggi dengan biaya yang rendah. (K.Bertens dalam Lukman Fauroni, 2002:112). Penjagaan kualitas produk salah satunya dengan cara menjaga kehalalan pangan dan

memperjelas hukum kehalalannya dengan sertifikat halal MUI (Majelis Ulama' Indonesia). Karena implementasi sebuah etika bisnis di lapangan mempunyai ketergantungan dengan sistem sosial politik dan ekonomi sebuah Negara melalui perangkat hukum yang ada pada pemerintahan.

Pendekatan terhadap aksioma keadilan, agar disebut etis maka keputusan dan tindakan harus menjamin pembagian kekayaan, keuntungan, dan kerugian secara adil, Lukman Fauroni (2002:50). Sumber modal awal usaha yang berasal dari internal keluarga Pak Jody memudahkan terlaksananya keadilan distributif, yakni setiap orang mendapatkan pembagian yang sama sesuai dengan besaran modal yang dipinjamkan hingga mampu terlunasinya modal yang dipinjam.

Keputusan mendasar Pak Jody dengan tidak mem-*franchise*-kan *Waroeng Steak and Shake* pada tingkat manajemennya tidak akan menimbulkan efek-efek yang kompleks, kecuali pada individu-individu yang bersangkutan. Menurut Lukman Fauroni (2002:63), jika bisnis dilakukan terkoordinasi dengan melibatkan banyak individu dalam manajemen perusahaan, maka pasti akan menimbulkan efek-efek sosial yang bertumpu pada keseimbangan berbagai macam kepentingan, namun demikian dari sudut pandang perilaku bisnis sebagai aktivitas tidak akan lepas dari persoalan etika.

Karakteristik usaha *Waroeng Steak and Shake* sebagaimana yang telah dijabarkan di atas sesuai dengan konsep bisnis Islami menurut Naqvi (1993:99-100) yang mensyaratkan keseimbangan ekonomi dapat terwujud dengan beberapa hal:

“Pertama, produksi, konsumsi dan distribusi harus berhenti pada titik keseimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam genggamannya segelintir orang. Kedua, setiap kebahagiaan individu harus mempunyai nilai yang sama dipandang dari sudut sosial, karena manusia adalah makhluk *teomorfis* yang harus memenuhi ketentuan keseimbangan nilai yang sama antara nilai sosial marginal dan individual dalam masyarakat. Ketiga, tidak mengakui hak milik yang tak terbatas dan pasar bebas yang tak terkendali”.

Prinsip keseimbangan yang di implementasikan oleh *Waroeng Steak and Shake* adalah dengan menjamin kehalalan seluruh bahan baku dan bahan pendukung untuk menjaga kualitas produk. Sehingga bisa unggul di pasar persaingan sempurna yang mengakui adanya keseimbangan antara permintaan dan penawaran.

c. Kehendak bebas

Penolakan pada kehendak bebas atau yang bisa diartikan dengan istilah *Invisible Hand*, yakni mengakui ada hal yang tidak bisa dikendalikan oleh siapapun karena sifat alamiahnya. Konsepsi Islam yang meyakini bisnis merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas atau amal perbuatan manusia secara keseluruhan dan tidak dibatasi oleh kesempatan sesaat. Seperti yang disampaikan Pak Adi

Saputro selaku Manajer *Waroeng Steak and Shake* Area Malang pada Rabu 27 Agustus 2014 Pkl 11.25, menyatakan bahwa:

“Wujud penyeimbang antara *habluminallah* dan *habluminannas* maka *Waroeng Steak and Shake* menerapkan konsep kematangan ruhiyah demi kebarokahan amal. Yakni dengan dilaksanakannya program-program rutin sebagai berikut :

- 1) Berdo'a sebelum bekerja
- 2) Sholat berjama'ah
- 3) Membaca Al qur'an setiap hari
- 4) Pengajian Rutin 8 kali tiap pekan
- 5) Menerapkan 5 S (Senyum, Sapa, Salam, Sopan, dan Santun)”

Adanya kegiatan rohani untuk pegawai menunjukkan bahwa manusia tidak bisa menentukan sendiri kehendaknya tanpa menyertakan Allah. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Naqvi (1993:82-83), kehendak bebas merupakan kontribusi Islam yang paling orisinil dalam filsafat sosial tentang konsep manusia “bebas”.

Sebagai penyeimbang usaha untuk meningkatkan kualitas kerja karyawan, maka sistem kerja diberlakukan seperti formasi sepak bola. Sehingga setiap karyawan juga bertanggung jawab atas kinerja karyawan lainnya. Keseimbangan yang dihasilkan dari keterpaduan *habluminallah* dan *habluminannas* mampu menghasilkan kesolidan karyawan dan keterbebasan dari rasa menanggung beban kerja yang berat. Karena yang ada adalah sikap tolong-menolong dan rasa persaudaraan dalam setiap aktifitas.

Sebagai bentuk tanggung jawab sosial, maka ada program-program yang diperuntukkan bagi masyarakat luas, yaitu:

- 1) Pengajian akbar bersama warga sekitar setiap bulan sekali

- 2) Sedekah Nasional
- 3) Donor darah
- 4) Hari anti rokok
- 5) Tanggap bencana

Program kerja dan sosial kemasyarakatan yang dijalankan oleh *Waroeng Steak and Shake* menjadi salah satu tanda bahwa ada usaha optimal untuk menjaga hubungan baik antara hamba dengan Tuhannya dan hubungan sesama hamba. Sebagaimana yang diterapkan oleh *Waroeng Steak and Shake* dalam program ruhiyah karyawannya seperti berdo'a sebelum bekerja, wajib sholat berjama'ah, membaca Al-Qur'an, pengajian rutin, dan menerapkan 5S linier dengan pendapat Yusuf Ali seperti dikutip Beekun, *uqud* merupakan konsep yang multidimensional (Beekun, 1997:25). Konsep ini meliputi:

- 1) Kewajiban Illahi, yang mengarahkan dari spiritual dan hubungan seksama kepada Allah
- 2) Kewajiban Sosial
- 3) Kewajiban politik seperti perjanjian
- 4) Kewajiban bisnis seperti kontrak-kontrak kerja sama atau kontrak kepegawaian.

Implementasi dari prinsip kehendak bebas pada *Waroeng Steak and Shake* mengarahkan seluruh karyawannya untuk bertindak sesuai dengan batasan yang sudah Allah buat bagi manusia, sehingga

hak-hak pihak eksternal yang tidak terlibat langsung dengan aktivitas bisnis dapat tertunaikan. Seperti kegiatan kemasyarakatan pengobatan gratis, kajian akbar, tanggap bencana dan donor darah menjadi program rutin yang dilaksanakan oleh *Waroeng Steak and Shake*.

d. Tanggung jawab

Sebagai bentuk sikap tanggung jawab *Waroeng Steak and Shake* pada seluruh karyawannya, maka standart upah karyawan disesuaikan dengan UMK (Upah minimum Kota) sesuai dengan beban kerja yang ditanggungnya. Adapun pengalokasian anggaran atas laba usaha seperti yang disampaikan Pak Adi Saputro sebagai Manajer *Waroeng Steak and Shake* area Malang pada hari Rabu 28 Agustus 2014 Pkl 11.35, yakni sebagai berikut:

- 1) Gaji Karyawan 15%
- 2) Operasional 30%
- 3) Produksi 30%
- 4) Asset 15%
- 5) Lain-lain 10%

Berdasarkan data tersebut, sesuai dengan pendapat Lukman Fauroni (2002:50-51) terdapat lima prinsip yang dapat dipergunakan untuk menjamin pembagian keuntungan dan kerugian sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap orang-orang yang terlibat dalam aktivitas usahanya, yakni :

- 1) Setiap orang mendapatkan pembagian yang sama
- 2) Setiap orang mendapatkan bagian sesuai kebutuhan masing-masing
- 3) Setiap orang mendapatkan bagian sesuai usaha masing-masing
- 4) Setiap orang mendapatkan bagian sesuai kontribusi sosial masing-masing
- 5) Setiap orang mendapat bagian sesuai jasanya

Berdasarkan prinsip tanggung jawab beserta keadilan yang diungkapkan oleh Lukman Fauroni, sesuai dengan manajemen finansial perusahaan dalam menentukan gaji karyawan. Yakni di bedakan berdasarkan 5 faktor tersebut, dan UMK (Upah Minimum Kota) yang telah ditetapkan oleh pemerintah sebagai bentuk kelayakan upah. Pembagian tersebut juga sesuai dengan firman Allah dalam QS. An-Nisa(4):85 yang menjelaskan bahwa apapun yang dilakukan demi mendapatkan akibat yang baik maka akan mendapatkan akibat yang baik pula setelahnya, begitu juga sebaliknya.

Pembelian bahan baku di *WaroengSteak and Shake* terhindar dari sistem *gharar* (sistem tebas), sebagaimana yang disampaikan pak Ali Widodoara sebagai Manajer *Outlet Waroeng Steak and Shake Soekarno-Hatta* pada hari Kamis, 28 Agustus 2014 Pkl 11.25, menyatakan bahwa: “Setiap pembelian bahan baku langsung di bayar begitu barang sudah di kirim. Jadi tidak ada penangguhan pembayaran”.

Waroeng Steak and Shake menghindari sistem gharar yang dalam konsepsi fiqh yakni membeli ikan dalam kolam, buah-buahan masih mentah, yang membuka jalan perselisihan karena adanya kondisi barang yang belum diketahui kualitas dan kuantitasnya waktu diperolehnya kelak (Fu'ad Abdul Baqi'dalam Lukman Fauroni, 2002:156). Maka setiap transaksi jual beli bahan baku maupun pelengkap yang dilakukan oleh manajemen *Waroeng Steak and Shake* adalah melalui perjanjian yang dapat dipercaya dari pemasok, jelas harga, barang, kualitas, dan kuantitasnya. Sehingga tidak akan muncul perselisihan atau perebutan di kemudian hari.

Penyimpanan uang di bank dapat menimbulkan potensi riba dengan adanya bunga. Pak Adi Saputro selaku Manajer *Waroeng Steak and Shake* Area Malang pada hari Rabu 27 Agustus 2014 Pkl 11.40, menjelaskan bahwa: "Bank tempat menyimpan aset *Waroeng Steak and Shake* adalah bank mandiri dengan perjanjian pemisahan aset *Waroeng Steak and Shake* dari bunga, sehingga terhindar dari sistem riba". Islam mendorong pengusaha muslim untuk memperbesar keuntungannya melalui perdagangan, islam secara tegas pula melarang adanya bunga dalam akad pemberian pinjaman. Bunga yang diperoleh dari bank merupakan bunga dari pinjaman yang diberikan oleh bank kepada peminjam, yang status sosialnya biasanya peminjam adalah yang lebih miskin. Sehingga akan terjadi jurang antara pemilik

aset di bank dan peminjam modal. Allah berfirman dalam QS.Al-Baqoroh (2):275 :

“Orang-orang yang mengambil riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaithan karena tekanan penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan perkataan mereka, “Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba” padahal Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”

Rosulullah juga mempertegas hukum riba ini dalam sabdanya:

“Rosulullah SAW mengutuk baik penerima maupun pembayar bunga, dan orang yang mencatatnya, serta dua orang yang mengetahuinya, dan Rosulullah berkata, mereka semua sama.” (Jabir ibn abd Allah,Shohih muslim: 3881)

Berdasarkan pertimbangan tersebut, *Waroeng Steak and Shake* dapat dinilai sebagai usaha yang menjauhkan diri dari praktek riba. Karena dalam perjanjian rekening perusahaan, *Waroeng Steak and Shake* tidak menghendaki bunga untuk di masukkan dalam rekeningnya. Berdasarkan analisis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa *Waroeng Steak and Shake* dalam menjalankan usahanya mengacu pada keadilan sebagaimana yang disampaikan oleh Naqvi (1993:103-104):

“Pertama, dalam menghitung margin, keuntungan nilai upah harus dikaitkan dengan upah minimum yang secara sosial dapat diterima oleh masyarakat. Kedua, *economic return* bagi pemberi pinjaman modal harus dihitung berdasarkan pengertian yang tegas bahwa besarnya tidak dapat diramalkan dengan probabilitas nol dan tak dapat lebih dahulu ditetapkan (seperti sistem bunga). Ketiga, islam melarang semua transaksi *alegotoris* yang dicontohkan dengan istilah *gharar*”.

Implementasi prinsip pertanggung jawaban pada *Waroeng Steak and Shake* dilaksanakan dalam bentuk sistem bagi hasil sesuai syari'ah terhadap pemegang modal dan memberikan gaji tetap sesuai UMK pada seluruh karyawan.

e. Kebenaran (Kejujuran)

Sikap mempertahankan kebenaran ketika karyawan berinteraksi langsung dengan pelanggan dapat tercermin dari bagaimana karyawan menanggapi komplain pelanggan atas rasa ketidakpuasan pelanggan. Sebagaimana yang disampaikan pak Ali Widodoara sebagai Manajer *Outlet Waroeng Steak and Shake Soekarno-Hatta* pada hari Kamis, 28 Agustus 2014 Pkl 12.05, menyatakan bahwa: "Sebagaimana yang sudah menjadi etika kerja *Waroeng Steak and Shake*, Karyawan berusaha semampu mungkin untuk mengkomunikasikan komplain pelanggan, sehingga pelanggan tidak merasa dirugikan". Termasuk dalam sikap kebenaran ialah sikap kesukarelaan antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian bisnis. Dan sikap keramah tamahan merupakan sikap yang harus dihadirkan pada transaksi bisnis terutama kepada pembeli (Yusanto, 2002:107).

Sikap jujur ditanamkan pada setiap karyawan *Waroeng Steak and Shake* dengan diselenggarakannya training ESQ dan pengajian rutin. Hal tersebut bertujuan untuk mengasah dan membimbing akhlak para karyawan menuju akhlak yang lurus. Dampak dari pelatihan ESQ

dapat di lihat pada sikap ramah karyawan dan sikap amanah atas pekerjaan yang dilakukan.

Penanaman sikap mempertahankan kebenaran demi akibat yang baik untuk ke depannya, sesuai dengan yang disampaikan Lukman Fauroni (2002:17-18) bahwa kebenaran linier dengan ajaran islam sebagaimana sifat penghuni surga yang akhlak kesehariannya adalah *akhlakul karimah..*

2. Faktor pendukung dan faktor penghambat pelaksanaan etika bisnis islam pada *Waroeng Steak and Shake*

a. Faktor Pendukung

1) Dukungan pemerintah

Dukungan pemerintah menjadi faktor penting dalam pembentukan bisnis islami terutama dalam hal aplikasi etika bisnis islam. Adanya sertifikasi halal dari MUI (Majelis Ulama' Indonesia) dan kontroling dari DINKES (Dinas kesehatan) yang mempermudah *Waroeng Steak and Shake* dalam mengidentifikasi kehegienisan dan kehalalan produk-produk yang akan digunakan dalam produksi usahanya, sehingga *Waroeng Steak and Shake* bisa tetap mempertahankan identitas kehalalan produk yang dijualnya.

Adanya standarisasi gaji seperti UMK (Upah Minimum Kota) 2014 besarnya UMK kota Malang yakni Rp 1.587.000,00(

<http://www.jatimprov.go.id/site/upah-minimum-kabupatenkota-jawa-timur-2014/> diakses pada 20 September 2014). Sehingga upah dapat digolongkan sesuai dengan beban kerja masing-masing karyawan.

Manajemen perusahaan yang memperhatikan prinsip manajemen organisasi bisnis islami agar mampu berjalan sesuai dengan visi, misi dan tujuan perusahaan. Maka dibutuhkan usaha sungguh-sungguh untuk mempertahankan identitas bisnis islami ketika dihadapkan dengan tantangan global (Yusanto, 2002:22).

2) Peran Internal

Adanya peran internal leadership atau bisa disebut dengan kepemimpinan dalam perusahaan, akan mewujudkan terimplementasikannya etika bisnis di *Waroeng Steak and Shake*. Sebagaimana yang disampaikan oleh pak Adi, ” Jika ada masalah, kami tidak langsung memberikan SP1. Tapi ada tabayun terlebih dahulu, sehingga nampak jelas apa yang menjadi sebab permasalahan”. Penanganan permasalahan terhadap bawahan memiliki pengaruh signifikan terhadap hasil kerja karyawan. Sebagaimana *leadership model* di *Waroeng Steak and Shake*, mengharuskan seluruh pimpinan dan karyawan menggunakan cara berfikir yang rasional dan transparan sehingga mampu mencapai target kerja secara maksimal. Dan prinsip kerja yang dilakukan dengan hati, yang mencerminkan bahwa jika pekerjaan didasari

dengan keikhlasan serta tanggung jawab pribadi maka tidak akan mencapai hasil yang maksimal.

Karakteristik pemimpin yang baik yang mampu menjalankan tujuan *Waroeng Steak and Shake* dalam membangun bisnis yang islami, sebagaimana pernyataan Conger dan Kanungo (1998:94) adalah:

a) Visi

Pemimpin yang memiliki visi, merupakan sosok ideal yang dapat membawa masa depan perusahaan lebih baik. Serta mampu menyelaraskan visi agar mampu dipahami oleh orang lain.

b) Resiko personal

Pemimpin yang amanah, bersedia menanggung resiko atas pekerjaan yang dilakukannya serta mengerahkan seluruh sumberdaya yang ia miliki untuk mewujudkan visi perusahaan.

c) Peka terhadap lingkungan

Pemimpin memiliki kemampuan untuk menilai secara objektif segala kendala dan potensi sumberdaya yang ada disekitarnya untuk mendukung adanya perubahan ke arah yang lebih baik.

d) Kepekaan terhadap kebutuhan karyawan

Pemimpin kharismatik sangat peka terhadap kemampuan karyawan yang dipimpinnya dan responsiv atas ha mereka sebagai karyawan.

e) Perilaku tidak konvensional

Pemimpin kharismatik memiliki perilaku yang memperhatikan keseimbangan hak dan kewajiban karyawan serta tidak bersikap semena-mena.

Pemimpin yang amanah memberikan pengaruh besar dalam mengkomunikasikan dan mengarahkan karyawan agar mampu membawa *Waroeng Steak and Shake* menuju masa depan yang lebih baik sebagai bentuk usaha yang menerapkan etika islam dalam setiap aktifitas bisnisnya. Karena pemimpin menjadi teladan dalam perkataan, sikap, serta nilai-nilai dan perilakunya. Sebagaimana hadis tentang kepemimpinan sebagaimana sabda Rosulullah: "Ketahuilah, setiap kalian adalah pemimpin, dan setiap kalian bertanggung jawab atas apa yang dipimpinnya. Seorang pemimpin yang memimpin manusia akan bertanggung jawab atas rakyatnya" (HR.Muslim No.3408).

Hadis tersebut mempertegas bahwa setiap pemimpin memiliki kewajiban untuk menjaga keseimbangan terpenuhinya hak dan kewajiban orang-orang yang dipimpinnya karena setiap tindakan pemimpin akan dimintai pertanggung jawaban. Terjalannya hubungan yang baik antara pemimpin dan karyawan, merupakan

wujud kuatnya internal leadership *Waroeng Steak and Shake* yang akan melancarkan berlangsungnya program-program usaha untuk mewujudkan bisnis yang islami dengan berlandaskan penerapan etika bisnis islam.

b. Faktor Penghambat

1) Kurangnya kepuasan pelanggan

Terjadinya komplain atas pelayanan terhadap pelanggan pasti pernah terjadi, namun intensitas terjadinya tidak sering. Atas terjadinya komplain ini pelanggan menilai pelayanan yang kurang maksimal dari *Waroeng Steak and Shake* sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam hal ini perusahaan harus pandai-pandai dalam mengelola komplain dengan strategi diplomasi, sehingga komplain bisa di temukan solusinya saat itu juga.

Jika dilihat dari teori pelayanan oleh Lovelock (1998:18), yang menjelaskan bahwa pelayanan merupakan penerapan produk yang akan meningkatkan daya atau nilai terhadap pelanggan. Dalam hal ini pelayanan karyawan *Waroeng Steak and Shake* menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan kurang meningkatkan daya nilai pelanggan. Sehingga masih ada keluhan atas pesanan makanan yang disajikan yang dapat menimbulkan pandangan negatif terhadap kualitas makanan di *Waroeng Steak and Shake*.

Hubungan analisis data dari ketidak puasan pelanggan dengan teori etika bisnis islam adalah dibutuhkan motivasi kerja dan evaluasi kinerja rutin guna meningkatkan kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan *Waroeng Steak and Shake*.

2) Kendala Operasional dan Teknis dalam mewujudkan Bisnis Islami

Kendala pelaksanaan SOP (Standart Operasional Pelaksanaan) ruhiyah yang memberikan beban lebih bagi karyawan yang belum terbiasa melaksanakannya dan masih ada yang merasa terpaksa, mendapatkan *treatment* khusus dari pimpinan, yakni pemberian pemahaman personal terutama ketika masa *training*. Agar mental karyawan siap menerima peraturan-peraturan mengikat yang ada di *Waroeng Steak and Shake*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Implementasi etika bisnis islam guna membengun bisnis yang islami studi pada *Waroeng Steak and Shake* cabang malang, serta penjelasan-penjelasan berdasarkan kondisi riil yang terjadi di lapangan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. *Waroeng Steak and Shake* dalam aktivitas usahanya sangat memperhatikan etika bisnis berdasarkan syariat islam yang bertumpu pada al-qur'an dan hadis. Sehingga prioritas usaha tidak hanya untuk tujuan dunia saja tapi untuk kehidupan setelahnya.
2. Implementasi etika bisnis islam pada *Waroeng Steak and Shake* dapat dilaksanakan melalui berbagai elemen yang terlibat dalam kegiatan usahanya. Yakni terdiri dari pimpinan, majemen, karyawan, partner usaha, serta pemasok, sehingga aktivitas bisnis sesuai dengan prosedur dan mematuhi aturan bisnis yang telah disyariatkan oleh islam.
3. Faktor pendukung dan faktor penghambat memberikan pengaruh cukup besar pada Implementasi etika bisnis islam pada *Waroeng Steak and Shake* cabang Malang. Seperti faktor pendukung dari pemerintah serta peran internal leadership. Pengaruh dari faktor pendukung yakni adanya sinergisitas antara visi misi usaha dengan perencanaan dan pelaksanaan kinerja pada *Waroeng Steak and Shake*. Sedangkan faktor penghambat yang terdiri dari ketidakpuasan pelanggan atas pelayanan dan kendala operasional serta teknis

membuat upaya Implementasi etika bisnis islam pada *Waroeng Steak and Shake* kurang bisa berjalan maksimal.

Kesimpulan yang dapat diambil adalah *Waroeng Steak and Shake* yang merupakan sebuah perusahaan bisnis di bidang kuliner, dengan privatisasinya yang tidak me wara-laba kan usaha ini. Membuat jati diri *Waroeng Steak and Shake* dapat tetap terjaga. Yakni memperhatikan nilai-nilai bisnis berdasarkan tuntunan islam sesuai dengan konsep bisnis islami yang pernah dicontohkan oleh Rosulullah. Kebarokahan usaha yang memberikan dampak baik pada kehidupan dunia dan setelahnya menjadi salah satu sebab utama semakin berkembangnya *Waroeng Steak and Shake* yang kini menjadi *Waroeng Group* dengan produk *Waroeng* yang lebih bervariasi, namun tetap berprinsip pada kriteria makanan halal dengan harga yang terjangkau.

Lingkungan yang mendukung berkembangnya usaha ini, memberikan pengaruh signifikan terhadap proyeksi masa depan *Waroeng Steak and Shake* yang lebih baik, karena pada dasarnya tidak ada perusahaan yang mampu berdiri dan berkembang tanpa ada kaitannya dengan lingkungan, baik SDM maupun SDA nya.

B. Saran

Sebagai upaya untuk menyempurnakan Implementasi etika bisnis islam pada *Waroeng Steak and Shake* cabang Malang agar mampu mempertahankan identitasnya sebagai bentuk bisnis islami, antara lain:

1. Upaya implementasi etika bisnis islam pada *Waroeng Steak and Shake* cabang Malang yang dilakukan dengan menerapkan aturan-aturan bisnis islami,

seharusnya dilaksanakan lebih masif lagi. Misalnya dengan menggandeng investor-investor lokal, dengan menjadikan dirinya sebagai perusahaan terbuka agar mampu membuka lapangan pekerjaan yang lebih banyak lagi di daerah. Dengan catatan khusus agar tetap bisa menjaga sistem bisnis islami yang sudah diterapkan, pada level pimpinan daerah tetapkanlah orang-orang kepercayaan yang mampu menjalankan visi misi dan tujuan usaha *Waroeng Steak and Shake*.

Dan yang lebih utama ketika *Waroeng Steak and Shake* bisa menjadikan dirinya sebagai perusahaan terbuka, maka *Waroeng Steak and Shake* akan menjadi teladan bagi perusahaan-perusahaan lain bahwa penerapan etika bisnis islami yang membentuk perusahaan menjadi perusahaan islami, akan memberikan dampak positif pada berlangsungnya usaha baik di dunia maupun di akhirat. Sehingga *Waroeng Steak and Shake* mampu menjadi model perusahaan dengan keunggulan sistem bisnis islami-nya.

2. Guna meningkatkan kepuasan pelanggan, baiknya dilakukan evaluasi berkala dengan menyebar kuesioner kepuasan pelanggan. Sehingga *Waroeng Steak and Shake* mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Hasil analisa kuesioner yang bisa di olah menjadi trend kepuasan pelanggan ini juga akan mampu menjadi tolak ukur kepercayaan pelanggan terhadap usaha *Waroeng Group* dan menjadi salah satu pertimbangan untuk mengembangkan usaha sesuai dengan kondisi pasar.
3. Pada kasus penerapan SOP (Standart operasional Pelaksanaan) yang masih ditemui kendala dalam pelaksanaannya, terutama pada pelaksanaan SOP (Standart operasional Pelaksanaan) ruhiyah, perusahaan baiknya melaksanakan

training ESQ (*Emotional Spiritual Quation*) secara berkala. Serta perusahaan dapat memberikan reward per bulan dengan adanya rating kedisiplinan karyawan yang dibuat menjadi beberapa kelompok di satu area.

Misalnya di area Malang dari 5 outlet yang ada, karyawan dikelompokkan acak menjadi 5 kelompok. Dengan asumsi kelompok 1 adalah kelompok karyawan yang memiliki catatan ruhiyah terbaik. Setiap karyawan yang mendapat posisi rating ruhiyah 5 terbawah, akan di *down grade* ke kelompok yang ada di bawahnya. Sedangkan karyawan yang mendapat posisi rating ruhiyah 5 teratas, akan di *up grade* ke kelompok yang ada di atasnya. Setiap bulan dilakukan evaluasi, bagi karyawan yang menempati posisi 5 teratas di kelompok 1 akan mendapatkan reward dari perusahaan. Adanya upaya ini untuk membiasakan karyawan melakukan aktifitas ruhiyah yang sudah menjadi SOP perusahaan.

Untuk mewujudkan implementasi etika bisnis islam guna membangun bisnis yang islami pada *Waroeng Steak and Shake* cabang Malang diharapkan mampu menjadi tolak ukur bagi *waroeng Group* agar mampu menghadapi perkembangan dan persaingan usaha di bidang kuliner. *Waroeng Steak and Shake* cabang Malang yang menjadi salah satu wajah *Waroeng Group* harus mampu berkompetisi dalam persaingan usaha dengan mempertahankan etika bisnis islam dalam usahanya sehingga tidak akan hilang jati dirinya sebagai bentuk bisnis yang islami.

DAFTAR PUSTAKA

- al-Ghazali. 1980. Abu Hamid, *Ihya 'Ulumad-Din*, Beirut: Dar al-Fikr
- An-Nawawi, Imam. 2010. Syarah Shahih Muslim, terj. Wawan Djunaedi Soffandi. Jakarta: Pustaka Azzam
- Arikunto, Suharsini. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Revisi V Penerbit PT Rineka Cipta
- B. Laurence. 1995. *Do corporations Intitutionalize Dishonesty in Ethics : The Enemyin the Work Place*. Ohio: International Thomson Publishing Company
- Beekun, RafikIssa. 2007. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Conger, J.A dan kanungo, R.N. 1998. *Charismatic Leadership in Organization*. CA:Sage
- Fauroni, R Lukman. 2002. *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*. Yogyakarta: LkiS Pelangi Aksara
- Harahap, Sofyan Syafri. 1997. *Akuntansi Islam*. Jakarta: Bumi Aksara
- Harsono. 2006. *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BP STIE YKPN
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi PenelitianBisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit BPFE
- Jauch, lawrence,R dan William F. Glueck. 1998. *Busines Policy and Strategic Management*. Singapore: Mc Graw Hill
- Keraf, A, Sonny. 1998. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius
- Lovelock,C and Wietz,J. 2004. "*Service Marketing*", *Fifth Edition*. Prentice Hall. New Jersey
- M, Manullang. 2006. *Manajemen Personalia*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Moleong, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Muslich. 1998. *Etika Bisnis Pendekatan Substantif dan Fungsional*. Yogakarta: Ekonosia
- Naqvi, Syed Nawab. 1993. *Etika dan Ilmu Ekonomi: Suatu Sistesis Islami*. Bandung: Mizan

- Nurdin, Usman. 2002. *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- S.J. Forsyth. 1980. *A Taxonomy of Ethical Ideologies*. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 39, No.1, hlm. 175–184
- Setiawan, Guntur. 2004. *Implementasi Dalam Birokrasi Pembangunan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Shihab, M Quraisy. 1997. *Etika Bisnis dalam Wawasan Al Quran*. Jakarta: Grafimatra Tatamedia
- Soejono. 1999. *Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta
- Subarsono, A.G. 2006. *Analisis Kebijakan Publik: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syukron, Ahmad. 2000. *Membongkar Konsep Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*. *Jurnal syari'ah STAIN Pekalongan*
- Widodo, dkk. 2006. *Kotamadya Malang 55 tahun 1 April 1914 – 1 April 1969*
- Yusanto, Muhammad Ismail. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani press
- Yusuf, Chairul Fuad. 1997. *Etika Bisnis Islam: Sebuah Perspektif Lingkungan Global*. Jakarta: Grafimatra Tatamedia.
- http://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Malang diakses tanggal 29 Januari 2015
- <http://majalah.hidayatullah.com/warta/muamalat-warta/waroeng-steak-and-shake-rasa-bintang-lima-harga-kaki-lima.html> Diakses pada 5 September 2014.
- http://obyekwisatakotamalang.blogspot.com/2010_03_01_archive.html diakses tanggal 24 September 2014
- <http://www.jatimprov.go.id/site/upah-minimum-kabupatenkota-jawa-timur-2014/> diakses pada 20 September 2014
- <http://www.malangkota.go.id/halaman/1606073> diakses tanggal 20 Januari 2015
- <http://www.waroengsteakandshake.com> diakses pada 19 November 2013

Lampiran 1

Program Waroeng Sehat



Sumber: Arsip Manajemen Waroeng Steak and Shake

Program Waroeng Peduli



Sumber: Arsip Manajemen Waroeng Steak and Shake

Program Kajian Akbar



WAROENG
Goes **INDONESIA**

“NGAJI HADITS QUDSI”

Bareng
Ustadz Yusuf Mansur

SABTU
09 AGUSTUS 2014

JAM 19.00 WIB
(DIMULAI ISYA' BERJAMA'AH)

MASJID RAYA AT-TAQWA
JL. R.A. KARTINI NO.2 CIREBON

CP : 0857 2501 0101
PIN : 28BED2EB

☞ bawa al-qur'an terjemahan

BANDUNG - PEKANBARU - SOLO - TEGAL - MEDAN
MAKASAR - SURABAYA - BALI - PALEMBANG
LAMPUNG - YOGYAKARTA - JABODETABEK - MALANG

Radar Cirebon | **WAROENG** STEAKHOUSE | PPPA Cirebon | abeck CIREBON

Sumber: Arsip Manajemen Waroeng Steak and Shake



Program Hari anti rokok



Sumber: Arsip Manajemen Waroeng Steak and Shake

Program Sedekah Nasional



Sumber: Arsip Manajemen Waroeng Steak and Shake



Daftar Menu



Sumber: Arsip Manajemen Waroeng Steak and Shake



مجلس العلماء الأندلسي بجوان والشرفية

MAJELIS ULAMA INDONESIA - JAWA TIMUR

LEMBAGA PENKAJIAN PANGAN, OBAT-OBATAN DAN KOSMETIKA

Jl. Dharmahusada Selatan No. 5 Surabaya 60285, Telp./Fax. (031) 5965518 e-mail : lppommuijtm@yahoo.co.id

Lampiran surat keterangan No. 004/LPPOM MUI/JTM/S.Ket-Dir/II/14

Nama Menu Waroeng Steak And Shake yang termasuk dalam sertifikat halal No. **07160019670114** :

- | | |
|-------------------------------------|----------------------------------|
| 1. Steak Tepung Sirloin | 32. Nasi Putih |
| 2. Steak Tepung Sirloin Double | 33. Mushroom |
| 3. Steak Tepung Tenderloin | 34. Juice Orange |
| 4. Steak Tepung Tenderloin Double | 35. Juice Belimbing –Apel |
| 5. Steak Tepung Chicken | 36. Juice Belimbing –Wortel |
| 6. Steak Tepung Chicken Double | 37. Juice Apel Wortel |
| 7. Steak Tepung Shrimp | 38. Your Own Juice |
| 8. Steak Waroeng | 39. Juice Melon |
| 9. Steak Original Beef Steak | 40. Juice Apel |
| 10. Steak Original Blackpepper | 41. Juice Wortel |
| 11. Steak Original Chicken Mushroom | 42. Juice Tomat |
| 12. Steak Original Chicken Pepper | 43. Juice Belimbing |
| 13. Steak Original Rib Eye Import | 44. Juice Alpokat |
| 14. Steak Original Sirloin Import | 45. Milkshake Coklat |
| 15. Steak Original Beef Burger | 46. Milkshake Vanilla |
| 16. Steak Original Chicken Burger | 47. Milkshake Strawberry |
| 17. Steak Kakap | 48. Milkshake Mocca |
| 18. Steak Cumi | 49. Milkshake Spesial Coklat |
| 19. Steak Tuna Mushroom | 50. Milkshake Spesial Vanilla |
| 20. Steak Tuna Pepper | 51. Milkshake Spesial Strawberry |
| 21. Nasi Paprika Ayam | 52. Milkshake Spesial Mocca |
| 22. Nasi Paprika Sapi | 53. Cappuccino Float |
| 23. Chicken Drumstick | 54. Orange Float |
| 24. Chicken Cordon Bleu | 55. Avocado Float |
| 25. French Fries | 56. Lemon Tea (Hot & Ice) |
| 26. Spaghetti | 57. Teh Manis (Hot & Ice) |
| 27. Kentang Lokal | 58. Teh Tawar (Hot & Ice) |
| 28. Saos Spaghetti | 59. Teh Botol (Hot & Ice) |
| 29. Kuah Steak | 60. Jeruk (Hot & Ice) |
| 30. Sayur Middle | 61. Cappuccino (Hot & Ice) |
| 31. Sayur Lengkap | 62. Air Mineral (Hot & Ice) |

Surabaya, 07 Januari 2014



Prof. Dr. H. Sugijanto, M.S., Apt.

مجلس العلماء والادوية بجافا ولاشر فبسم

MAJELIS ULAMA INDONESIA - JAWA TIMUR
LEMBAGA PENGKAJIAN PANGAN, OBAT-OBATAN DAN KOSMETIKA

Jl. Dharmahusada Selatan No. 5 Surabaya 60285, Telp./Fax. (031) 5965518 e-mail : lppommujtm@yahoo.co.id

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Nomor : B-006/LPPOM-MUI/JTM/SK-Dir/I/14
 Lamp. : -
 Perihal : Penyerahan Sertifikat Halal

Kepada Yth :
 Pimpinan Waroeng Steak And Shake
 Di Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan selesainya proses Sertifikat Halal LPPOM MUI Jawa Timur dan telah dikeluarkannya Sertifikat Halal :

Nomor	: 07160019670114
Jenis Produk	: Restoran
Nama Produk	: Terlampir
Nama Perusahaan	: Waroeng Steak And Shake
Alamat Perusahaan	: Jl. Sebuku 2F No. 28 Malang Jawa Timur (Alamat Outlet Terlampir)

Maka dengan ini, kami LPPOM MUI Jawa Timur menyerahkan sertifikat tersebut (terlampir). Semoga kerjasama yang baik ini bermanfaat dan terus terjalin.

Demikian surat penyerahan ini atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

Surabaya, 9 Januari 2014


 Direktur,
Prof. Dr. H. Sugijanto, MS., Apt.





مجلس العلماء الإندونيسي بجافا الشرقية
MAJELIS ULAMA INDONESIA - JAWA TIMUR

THE INDONESIAN COUNCIL OF ULAMA OF EAST JAVA

شهادة حلال

SERTIFIKAT HALAL - HALAL CERTIFICATE

NO. : 07160019670114

بناء على الاختبارات والمباحثات التي قام بها مجلس العلماء الإندونيسي بجافا الشرقية، نشهد بان :
Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan Majelis Ulama Indonesia - Jawa Timur, maka :
Based on the inspection carried out by the Indonesian Council of Ulama of East Java, it is here by certified that :

Jenis Produk : Restoran : نوع المنتجات
Type of Product : Restoran : Type of Product
Nama Produk : Terlampir : اسم المنتجات
Name of Product : Terlampir : Name of Product

Nama Perusahaan : WAROENG STEAK AND SHAKE : اسم الشركة
Name of Company : WAROENG STEAK AND SHAKE : Name of Company
Alamat Perusahaan : Jl. Sebuku 2F No. 28 Malang Jawa Timur : عنوان الشركة
Company's Address : Jl. Sebuku 2F No. 28 Malang Jawa Timur (Alamat Outlet Terlampir) : Company's Address

حلال شرعا، ما دامت تركيبات المواد المشار إليها وعملية إنتاجها مطابقة على قرار لجنة الإفتاء بالمجلس
Dinyatakan halal menurut hukum Islam, selama bahan-bahan dan proses produksinya masih sesuai dengan
Keputusan Komisi Fatwa MUI.
Is 'halal' accordance with the Islamic Law, as long as the ingredients and production processes are in
accordance to the decree of Fatwa Commission of the Council of Indonesian Ulama.

Dikeluarkan di Surabaya pada : 07 Januari 2014 : أصدرت هذه الشهادة في
Issued in Surabaya on : 07 Januari 2014 : Issued in Surabaya on
Berlaku sampai dengan : 06 Januari 2016 : الشهادة غير صالحة بعد
Valid until : 06 Januari 2016 : Valid until

رئيس لجنة الإفتاء
Komisi Fatwa MUI-Jatim
Head of the Fatwa Commission
Of MUI - East Java

Drs. K.H. Hasyim Abbas, M.H.I.

رئيس مجلس العلماء الإندونيسي بجافا الشرقية
Ketua Majelis Ulama Indonesia
Chairman of MUI - East Java

مدير المختبر للأطعمة والأدوية وأدوات التجميل
Direktur Lembaga Pengkajian Pangan,
Obat-obatan dan Kosmetika MUI-Jatim
Director of the Assessment Institute for
Foods, Drugs and Cosmetics of MUI - East Java

Prof. Dr. H. Sugijanto, M.S., Apt.



مجلس العلماء الاندونيسى بجاوا الشرقية

MAJELIS ULAMA INDONESIA - JAWA TIMUR

LEMBAGA PENGKAJIAN PANGAN, OBAT-OBATAN DAN KOSMETIKA

Jl. Dharmahusada Selatan No. 5 Surabaya 60285, Telp./Fax. (031) 5965518 e-mail : lppommuijtm@yahoo.co.id

Lampiran surat keterangan No. 004/LPPOM MUI/JTM/S.Ket-Dir//14

Alamat Outlet Waroeng Steak And Shake yang termasuk dalam sertifikat halal No. **07160019670114** :

1. Jl. Embong Ploso No. 27 Surabaya Jawa Timur
2. Jl. Ciliwung No. 46 Malang Jawa Timur
3. Jl. Soekarno Hatta No. 14 Malang Jawa Timur
4. Jl. Kawi Bawah No. 18 Malang Jawa Timur
5. Jl. Raya Tlogomas No. 5-B Malang Jawa Timur
6. Jl. Kartini No. 7 Batu Jawa Timur

Surabaya, 07 Januari 2014



Prof. Dr. H. Sugijanto, M.S., Apt.



مجلس العلماء والادوية بجوان الشرقية

MAJELIS ULAMA INDONESIA - JAWA TIMUR

LEMBAGA PENGKAJIAN PANGAN, OBAT-OBATAN DAN KOSMETIKA

Jl. Dharmahusada Selatan No. 5 Surabaya 60285, Telp./Fax. (031) 5965518 e-mail : lppommuijtm@yahoo.co.id

Bismillaahirrahmaanirrahiim

SURAT KETERANGAN

No. 004/LPPOM MUI/JTM/S.Ket-Dir/II/14

Yang bertanda tangan di bawah ini Direktur Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) Provinsi Jawa Timur, menerangkan bahwa :

- Nama Perusahaan : Waroeng Steak And Shake
- Alamat Perusahaan : Jl. Sebuku 2F No. 28 Malang Jawa Timur
- Alamat Outlet : Terlampir
- Jenis Produk : Restoran
- Nama Produk : Terlampir

Telah dinyatakan Halal oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) Provinsi Jawa Timur, bahwa produk tersebut diatas termasuk dalam Sertifikat Halal No. **07160019670114**.
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk melengkapi Sertifikat Halal Waroeng Steak And Shake.

Surabaya, 07 Januari 2014



Prof. Dr. H. Sugijanto, M.S., Apt.



Pedoman Penelitian (Kualitatif)

Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis yang Islami (Studi pada *Waroeng Steak and Shake* cab. Malang)

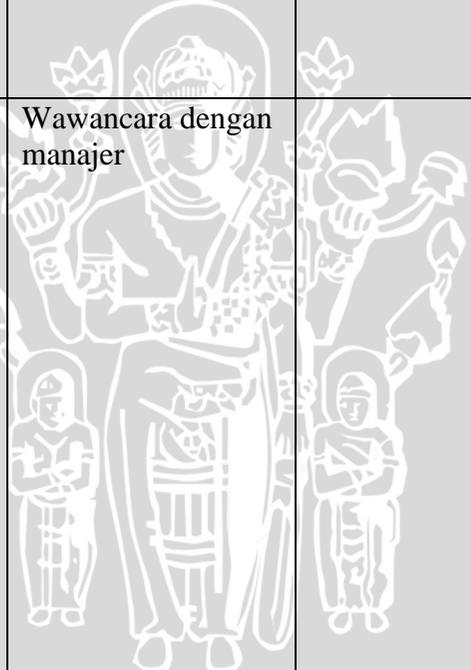
No.	Aksioma	Penilaian	Sumber Data		Bahan Wawancara
			Primer	Sekunder	
1	Kesatuan (Unity)	Menghindari 3 hal: 1. Diskriminasi diantara pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama.	Wawancara dengan manajer dan karyawan		<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang membedakan antara pekerja satu dengan yang lainnya? Mulai dari Top hingga Bottom (Status, peraturan, Hak & Kewajiban) 2. Apa saja persyaratan utama dalam penerimaan pekerja? (kaitannya dengan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama) 3. Atas dasar pertimbangan apa saja perusahaan memilih pemasok? Adakah kriteria khusus? Tolong jabarkan 4. Adakah penggolongan pembeli yang dinilai berdasarkan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama? Adakah perlakuan khusus bagi mereka?
		2. Terpaksa atau dipaksa melakukan praktek-praktek mal bisnis	Wawancara dengan manajer dan karyawan (Bagian		<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah seluruh unsur bisnis di perusahaan ini mengutamakan kehalalan bahan baku yang

		karena hanya Allah-lah yang semestinya ditakuti dan dicintai.	Pengolahan dan Gudang) Pengamatan saat pemilihan bahan baku di gudang dan pengolahan bahan makanan di dapur		diperoleh dari pemasok? 2. Bagaimana cara memastikan kehalalannya? 3. Apa yang dilakukan oleh perusahaan jika ada bahan makanan lebih yang harus habis sehari namun pada hari itu masih tersisa? 4. Untuk makanan sisa dari pengunjung di buang atau ada pemanfaatan agar tidak mubadzir?
		3. Menimbun kekayaan atau serakah, karena hakikat kekayaan merupakan amanah Allah.	Wawancara dengan manajer	Alur Kas dan kebijakan finansial (menggunakan prosentase)	1. Bagaimana manajemen keuangan dalam proses pengelolaan laba usaha? 2. Adakah program sedekah atau zakat dari perusahaan?
2	Kesetimbangan (Keadilan)	Memenuhi persyaratan keadilan: 1. Hubungan-hubungan dasar antara konsumsi, distribusi dan produksi harus berhenti pada suatu kesetimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis	Wawancara dengan manajer dan karyawan (Bagian Pengolahan dan Gudang) Pengamatan di tempat usaha	Daftar Pemasok bahan baku dan penyedia peralatan & perlengkapan usaha	1. Bagaimana formula sebaran pemasok yang dipilih agar menghindari pemusatan kekuatan bisnis pada segelintir orang? 2. Bagaimana formula pemilihan bahan peralatan & perlengkapan usaha untuk menghindari pemusatan laba pada kelompok tertentu? 3. Atas dasar pertimbangan apa saja sebuah rumah usaha didirikan?

		dalam genggaman segelintir orang.			(kriteria wilayah) 4. Bagaimana prosentase laba jika dibandingkan per rumah usaha? 5. Apakah keberadaan WSS dikhususkan untuk pelanggan dengan kriteria tertentu?
		2. Keadaan perekonomian yang tidak konsisten dalam distribusi pendapatan dan kekayaan harus ditolak, karena Islam menolak daur tertutup pendapatan dan kekayaan yang menjadi semakin menyempit.	Wawancara dengan manajer	Arus kas	1. Apakah yang menjadi syarat utama dan prosedur bagi calon penanam modal untuk menanamkan modalnya di perusahaan ini? 2. Untuk pengelolaan (inti) usaha apakah dikelola oleh keluarga pemilik usaha sendiri atau dikelola juga oleh pihak luar keluarga sesuai dengan keahliannya?
		3. Tidak mengakui adanya hak milik tak terbatas maupun sistem pasar yang bebas tak terkendali.	Wawancara dengan manajer	Data sumber modal dan pembagian laba (prosentase)	1. Hak dan kewajiban apa saja yang harus dilakukan oleh pemegang saham/ penanam modal? 2. Bagaimana sikap usaha perusahaan dalam menghadapi pasar bebas?
3	Kehendak bebas (Ikhtiyar)	Menolak konsep laissez faire dan konsep invisible hand dengan :	Wawancara dengan manajer dan karyawan		1. Bagaimana strategi pengelola dalam memberikan pendidikan pada pekerja bahwa segala

		1. Kewajiban Ilahi, yang mengarahkan dari spiritual dan hubungan sesama kepada Allah.			<p>kegiatan usaha dan perilaku pekerja senantiasa ada hak Allah yang harus ditunaikan disana? Sehingga pekerja senantiasa merasa diawasi dan dibersamai oleh Allah</p> <p>2. Bagaimana strategi pengelola usaha dalam meningkatkan kualitas akhlak para pekerjanya sehingga terjalin hubungan amal jama'i yang baik?</p>
		2. Kewajiban Sosial.	Wawancara dengan manajer dan karyawan		1. Bagaimana cara perusahaan menunaikan kewajiban sosial pada pekerja dan terutama pada masyarakat di sekitar tempat usaha?
		3. Kewajiban politik seperti perjanjian.	Wawancara dengan manajer	Legalitas badan usaha	<p>1. Bentuk Badan Usaha (Ada kesamaan dengan badan usaha lain? Sudah disahkan di dephum dan per UU?)</p> <p>2. Adakah anggaran dasar badan usaha? Dengan penandatanganan pihak-pihak tertentu yg menjadi sekutu di hadapan hukum yang jelas (notaris)</p> <p>3. Kelengkapan perizinan? (NPWP, TDP-Tanda Daftar Perusahaan, SIUP-Surat Izin Usaha</p>

					Perdagangan, Surat Izin Gangguan-HO)
		4. Kewajiban bisnis seperti kontrak-kontrak kerja sama atau kontrak kepegawaian.	Wawancara dengan manajer dan karyawan(kaitannya dengan kontrak kerja)		<ol style="list-style-type: none"> 1. Kontrak-kontrak kerja apa saja yang ada di perusahaan? 2. Bagaimana trade record pemenuhan kewajiban yang termaktum dalam kontrak kerja selama ini
4	Pertanggung jawaban	Perhitungan ekonomi dan bisnis mengacu pada keadilan yang di implementasikan dalam : 1. Dalam menghitung margin, keuntungan nilai upah harus dikaitkan dengan upah minimum yang secara sosial dapat diterima oleh masyarakat.	Wawancara dengan manajer dan karyawan		<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah upah pegawai sesuai dengan UMR? 2. Berapa prosentase upah atas laba usaha? 3. Bagaimana menentukan tingkatan upah pegawai di tiap tingkatnya?
		2. Economic return bagi pemberi pinjaman modal harus dihitung berdasarkan pengertian yang tegas bahwa besarnya tidak bisa diramalkan dengan probabilitas kesalahan nol dan tak dapat lebih	Wawancara dengan manajer		<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana sistem perhitungan economic return bagi pemberi pinjaman modal? 2. Apakah harta bergerak perusahaan disimpan di bank konvensional atau syari'ah? Jika konvensional apakah ada strategi memfilter bunga bank agar tidak menjadi sebab terjadinya

		dahulu ditetapkan seperti sistem bunga.			transaksi riba?
		3. Islam melarang semua transaksi alegoritis yang dicontohkan dengan istilah gharar dalam kepustakaan bisnis islam klasik.	Wawancara dengan manajer		1. Dalam transaksi penjualan atau pembelian bahan baku adakah yang menggunakan sistem gharar?
5	Kebenaran (Kebajikan dan Kejujuran)	<p>Kebenaran mengandung 2 unsur:</p> <p>1. Kebajikan: kedua belah pihak yang melakukan transaksi sama-sama mempunyai hak pilih atau transaksi dan tidak boleh bersegera memisahkan diri untuk menjaga jika ada ketidakcocokan, bahkan pembatalan transaksi. Agar terjaga hubungan harmonis dan cinta mencintai dengan sikap kesukarelaan dan keramahtamahan.</p>	Wawancara dengan manajer		<p>1. Apakah pernah terjadi kesetidakpahaman antara perusahaan dan pemberi pinjaman modal dalam hal pemenuhan hak satu sama lain?</p> <p>2. Bagaimana sikap perusahaan jika ada pemberi pinjaman modal yang ingin bersegera memisahkan diri dari perusahaan karena terjadi ketidaknyamanan dalam pemenuhan hak?</p>
		2. Kejujuran: Sikap jujur dalam semua proses	Wawancara dengan manajer dan		1. Selama berjalannya usaha apakah pernah ditemui sikap

		bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun (sikap amanah dalam islam).	karyawan		tidak jujur pada pegawai? Bagaimana trethmen untuk mengatasinya 2. Bagaimana cara perusahaan menerapkan sikap jujur pada seluruh pegawai dan atasan?
--	--	--	----------	--	--

Sumber: Fauroni, R Lukman. 2002. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Yogyakarta: LkiS Pelangi Aksara

Yusanto, Muhammad Ismail. 2001. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press



Form Wawancara

Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis yang Islami
(Studi pada *Waroeng Steak and Shake* cab. Malang)

Objek Interview: Manajer

Nama :

Tanggal :

- 1 Poin yang ditanyakan : **Karyawan**
 5. **Syarat** utama dalam penerimaan pekerja
 6. **Pengelolaan (inti)** usaha dikelola oleh keluarga pemilik usaha sendiri atau dikelola juga oleh pihak luar keluarga sesuai dengan keahliannya
 7. Yang **membedakan antara karyawan** sampai pimpinan dari segi Status, peraturan, Hak & Kewajiban
 8. Memberikan pendidikan pada pekerja bahwa segala kegiatan usaha dan perilaku pekerja senantiasa **ada hak Allah** yang harus ditunaikan disana
 9. **Meningkatkan kualitas akhlak** para pekerjanya sehingga terjalin hubungan amal jama'i yang baik
 10. **Sikap tidak jujur** pada pegawai dan Treathmen untuk mengatasinya
 11. Cara perusahaan **menerapkan sikap jujur** pada seluruh pegawai dan atasan

<p>2</p>	<p>Poin yang ditanyakan : Pemasok</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kriteria khusus dalam pemilihan pemasok 2. Formula sebaran pemasok yang dipilih agar menghindari pemusatan kekuatan bisnis pada segelintir orang 3. Sistem gharar dalam pembelian bahan baku 4. Mengutamakan kehalalan bahan baku dan pelengkap 5. Cara memastikan dan menjamin kehalalannya 6. Formula pemilihan peralatan & perlengkapan usaha untuk menghindari pemusatan laba pada kelompok tertentu
<p>3</p>	<p>Poin yang ditanyakan : Pembeli</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keberadaan WSS dikhususkan untuk pelanggan dengan kriteria tertentu 2. Penggolongan pembeli yang dinilai berdasarkan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama & perlakuan khusus bagi mereka
<p>4</p>	<p>Poin yang ditanyakan : Produksi</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Bahan makanan lebih yang harus habis sehari namun pada hari itu masih tersisa

6. **Makanan sisa** dari pengunjung di buang atau dimanfaatkan agar tidak mubadzir

7. Kriteria wilayah **pendirian rumah makan**

5 Poin yang ditanyakan : **Keuangan**

3. **Alokasi anggaran atas laba usaha** dengan menggunakan prosentase

4. Program **sedekah atau zakat** dari perusahaan

5. **Prosentase laba** jika dibandingkan per rumah usaha

6. Syarat utama dan prosedur bagi **calon penanam modal**

7. **Hak dan kewajiban** yang harus dilakukan oleh pemegang saham/ penanam modal

8. Sikap usaha perusahaan dalam menghadapi **pasar bebas**

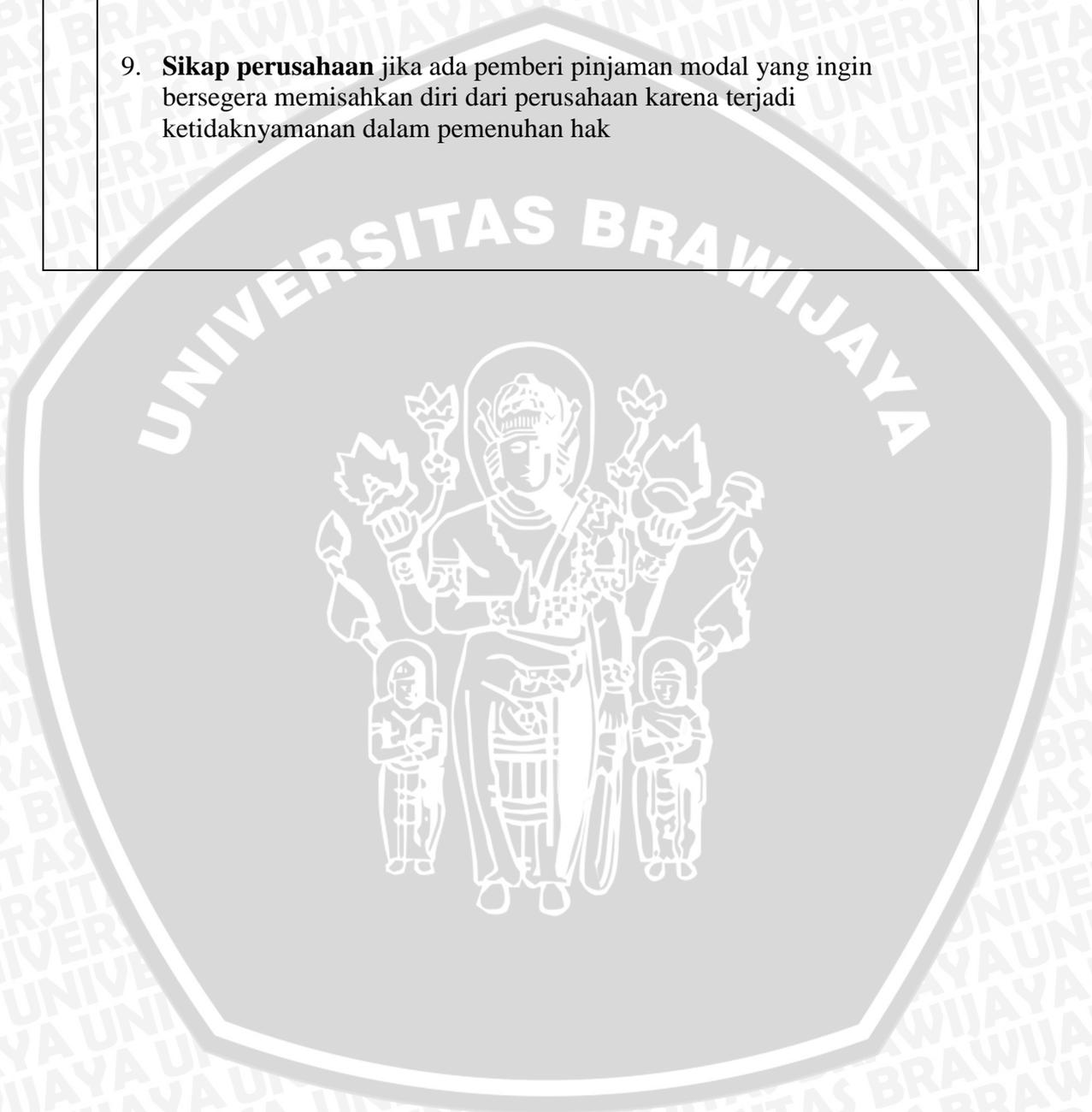
9. **Upah** pegawai sesuai dengan UMR

10. **Prosentase upah** atas laba usaha

11. Kriteria **penentuan tingkatan upah** pegawai di tiap tingkatnya
12. Perhitungan **economic return** bagi pemberi pinjaman modal?
13. **Bank** tempat menyimpan uang usaha dan strategi menjauhi bunga/riba

- 6 Poin yang ditanyakan : **Hubungan dengan pihak eksternal**
1. Cara menunaikan **kewajiban sosial** pada pekerja, terutama pada masyarakat di sekitar tempat usaha
 2. **Bentuk Badan Usaha** Ada kesamaan dengan badan usaha lain
 3. Sudah **disahkan** di dephum dan per UU
 4. Anggaran dasar badan usaha Dengan penandatanganan pihak-pihak tertentu yg menjadi sekutu di hadapan hukum yang jelas (**notaris**)
 5. **Kelengkapan perizinan** (NPWP, TDP-Tanda Daftar Perusahaan, SIUP-Surat Izin Usaha Perdagangan, Surat Izin Gangguan-HO)
 6. Kontrak-kontrak **kerja** yang ada di perusahaan
 7. Trade record **pemenuhan kewajiban** yang termaktum dalam kontrak kerja selama ini

8. **Kesetidak sepahaman** antara perusahaan dan pemberi pinjaman modal dalam hal pemenuhan hak satu sama lain
9. **Sikap perusahaan** jika ada pemberi pinjaman modal yang ingin bersegera memisahkan diri dari perusahaan karena terjadi ketidaknyamanan dalam pemenuhan hak



CURRUCULUM VITAE**Data Mahasiswa**

1. Nama lengkap : Leli Rosiyana
2. NIM : 105030200111140
3. Tempat dan Tanggal Lahir: Jombang, 21 Oktober 1992
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Agama : Islam
6. Alamat asal : Jalan Raya Kandangan no.369 Dsn. Ngepeh Kec. Ngoro Kab. Jombang
7. Telepon : 085731121205
8. Alamat Email : lelyukhty@gmail.com

Riwayat pendidikan Formal:

1. MI Islamiyah Kauman Ngoro Jombang : 1998-2004
2. SMP Negeri 1 Ngoro : 2004-2007
3. SMK Muhammadiyah 3 Singosari Malang : 2007-2010
4. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya : 2010-2016

Pengalaman Organisasi:

1. 2010 : Staff Muda Advokesma EM UB
2. 2010 : Staff Kaderisasi Forkim
3. 2011-2012 : Sekretaris Bidang Mentoring Forkim FIA UB
4. 2011-2012 : Staff Infokom Mentoring UB
5. 2011-2012 : Menteri Keuangan BEM Beastudi Etos
6. 2012-2013 : Koordinator Beasiswa Indosat-Dompot Dhuafa
7. 2013 : Sekretaris Bidang Mentoring UAKI UB
8. 2013 : Dewan Syuro Forkim FIA UB
9. 2014 : Majelis Syuro UAKI UB
10. 2014 : Sekretaris Corps Alumni Beastudi Etos

Karya Ilmiah:

1. 2010 (PKM-GT) : Pulau Bahasa Sebagai Obyek Wisata dan Media Pembelajaran Komunikasi Internasional
2. 2011 (PKM-GT) : Kampong Budoyo Panderman Sebagai Aset Untuk Menjaga Kelestarian Bahasa Jawa
3. 2013 (PMW) : Jas Hujan Laptop