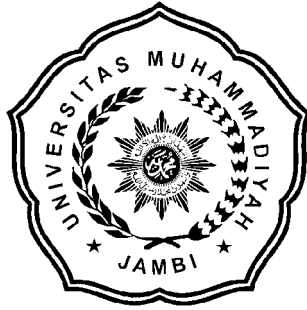


USULAN PROPOSAL PENELITIAN



**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM
PADA KOPERASI 212 MART MAYANG, KOTA JAMBI**

**Dibiayai Oleh :
Dipa Universitas Muhammadiyah Jambi Tahun Anggaran 2022/2023**

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT (LPPM)
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAMBI**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

1. **Judul Penelitian** : Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Koperasi 212 Mart Mayang, Kota Jambi
2. **Peserta Program** : Penelitian Internal
3. **Tim Penelitian**
 - a. Ketua Tim Peneliti
 - Nama : Hario Tamtomo, SEI., MM.
 - NIDN : 1003058703
 - Jabatan Fungsional : Lektor
 - Program Studi : Manajemen
 - Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Jambi
 - HP/ Email : 08117443587/ *h4rio.35@gmail.com*
 - b. Anggota
 - Nama : Ade Irma Suryani, SE., MM.
 - NIDN : 1027068702
 - Jabatan Fungsional : Lektor
 - Program Studi : Manajemen
 - c. Anggota
 - Nama : Ika Dwi Maya Roza, SH., MH.
 - NIDN : 1002057901
 - Jabatan Fungsional : Lektor
 - Program Studi : Manajemen
4. **Lokasi Kegiatan** : Kota Jambi, Provinsi Jambi
5. **Lama Kegiatan Penelitian** : 4 Bulan
6. **Biaya Total Penelitian** : Rp. 1.500.000,-

Jambi, 20 Desember 2022

Menyetujui,
Ketua Program Studi Manajemen

Ketua Tim Peneliti



(Dr. Ermaini, SE, MM.)
NIDN: 1016027301

(Hario Tamtomo, S.EI., MM.)
NIDN: 1003058703

Mengetahui,
Ketua LPPM
Universitas Muhammadiyah Jambi

(Prima Audia Daniel, SE, ME)
NIDK: 8852530017

COVER

HALAMAN PENGESAHAN

DAFTAR ISI

| | | |
|-------------|---|-----------|
| I. | Latar Belakang | 5 |
| 1.1. | Rumusan Masalah | 6 |
| 1.2. | Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.3. | Urgensi Penelitian | 6 |
| II. | Tinjauan Pustaka | 7 |
| 2.1. | Etika Bisnis Islam | 7 |
| 2.2. | Prinsip Etika Bisnis Islam | 8 |
| 2.3. | Landasan Moral Kerja Karyawan Muslim | 11 |
| 2.4. | Kualitas Produk Menurut Pandangan Islam | 12 |
| 2.5. | Kepemimpinan dalam Islam | 13 |
| III. | Metode Penelitian | 14 |
| 3.1. | Metode Penelitian | 14 |
| 3.2. | Pengumpulan Data | 14 |
| 3.3. | Teknis Analisis Data | 15 |
| IV. | Tempat Dan Waktu Penelitian | 16 |

DAFTAR PUSTAKA

Ringkasan

Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka/ ruang lingkup bisnis. Dewasa ini, kaum muslimin juga telah mengalami masalah yang sangat dilematis karena didalam pikirannya ada semacam keresahan apakah praktek-praktek bisnis dilakukan telah benar menurut pandangan Islam, padahal mereka telah berpartisipasi aktif dalam dunia bisnis. Banyak yang telah meninggalkan nilai-nilai atau etika Islam hanya untuk mencari laba sebesar-besarnya.

Ditengah persaingan bisnis yang semakin memanas, ada salah satu Minimarket yang hadir dan berani membawa konsep Islam di dalam bisnisnya, yaitu 212 Mart. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah : ingin mengetahui dan menganalisis bagaimana konsep etika bisnis Islam yang diterapkan pada Koperasi 212 Mart Cabang Mayang dan apakah sama dampak promosi dalam penerapan etika bisnis Islam, yang cabangnya sudah tersebar di seluruh Indonesia.

I. LATAR BELAKANG

Bisnis merupakan suatu upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan gaya hidupnya masing-masing. Saat ini, bisnis tidak terlepas dari adanya teknologi, baik itu dari produksinya yang ditampilkan ataupun fasilitas yang ditawarkan. Trend bisnis saat ini lebih pada kenyamanan dalam fasilitas yang ditawarkan sesuai dengan apa yang dipromosikan.

Di sisi lain, semakin meningkatnya kebutuhan pangan tentunya akan mendatangkan peluang-peluang bisnis yang dapat dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Perkembangan bisnis makanan dan minuman yang pesat dapat dilihat dari banyaknya pebisnis yang menggeluti bisnis bidang kuliner. Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis terjadi pada berbagai bidang. Berkembangnya gaya hidup dan meningkatnya selera konsumsi masyarakat menyebabkan semakin menjamurnya peluang bisnis. Hal ini dipengaruhi oleh terjadinya perubahan pola konsumsi dan perubahan gaya hidup pelanggan Indonesia. (Ramadhan, 2018)

Dewasa ini, muslimin mengalami masalah yang sangat dilematis karena didalam pikirannya ada semacam keresahan apakah praktek-praktek bisnis dilakukan telah benar menurut pandangan Islam, padahal mereka telah berpartisipasi aktif dalam dunia bisnis. Banyak yang telah meninggalkan nilai-nilai atau etika Islam hanya untuk mencari laba sebesar-besarnya. (Faqihuddin, 2018)

Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan bathil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka/ ruang lingkup bisnis. Ditengah persaingan bisnis yang semakin memanas, ada salah satu Minimarket yang hadir dan berani membawa konsep Islam di dalam bisnisnya, yaitu 212 Mart.

Maka, atas dasar diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Koperasi yang baru yang berbasiskan syariah ini telah mendapat banyak respon positif dari masyarakat khususnya masyarakat yang beragama Islam. Koperasi 212

adalah salah satu Minimarket yang berani menggunakan prinsip syariah di dalamnya, Misalnya dalam hal melayani pelanggan dengan mengucapkan salam ketika masuk atau berkunjung ke toko 212 Mart. Minimarket ini memiliki banyak cabang yang tersebar diseluruh Indonesia, terkhusus Kota Jambi. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan penelitian terkait ***“Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Koperasi 212 Mart Kota Jambi”***.

1.1. Permasalahan

Dari latarbelakang yang dikemukakan sebelumnya, maka berikut rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini :

1. Bagaimana Implementasi konsep etika bisnis Islam pada Koperasi 212 Mart Mayang?
2. Bagaimanakah dampak implementasi etika bisnis Islam pada promosi Koperasi 212 Mart Mayang?

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis konsep etika bisnis Islam yang diterapkan pada Koperasi 212 Mart Cabang Mayang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis dampak penerapan etika bisnis Islam itu sendiri pada Koperasi 212 Mart Cabang Mayang.

1.3. Urgensi Penelitian

Pentingnya Etika dalam berbisnis, sehingga hak dari pebisnis dan konsumen terpenuhi tidak saling merugikan serta hal ini juga berlandaskan pada syariat Islam.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Etika Bisnis Islam

Bisnis merupakan kegiatan individu atau masyarakat yang bersifat ekonomis seperti jual-beli, tukar-menukar, memproduksi-mendistribusikan, bekerja-mempekerjakan, juga kegiatan sosial lainnya yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan guna memenuhi kebutuhan hidup secara layak (Juliyani, 2016). Dalam hal ini Islam telah menetapkan bahwa bisnis merupakan cara terbaik untuk mendapatkan harta serta kesejahteraan. Islam mendorong kemakmuran hambanya melalui pemanfaatan yang benar dari setiap sumber daya yang disediakan-Nya (Ramadhani, 2015).

Sedangkan etika merupakan komponen pendukung jalannya aktivitas para pelaku bisnis, terutama dalam aspek sikap sehari-hari. Etika juga digunakan oleh masyarakat sebagai rambu-rambu untuk mengingatkan dan membimbing anggotanya untuk melakukan suatu sikap yang baik (*good conduct*) yang wajib dipatuhi dan dijalankan dalam kehidupan bersosialisasi sehari-hari.

Jadi Etika bisnis merupakan ilmu yang didalamnya terdapat seperangkat prinsip atau aksioma dasar etika yang digunakan untuk membedakan mana benar dan salah, juga prinsip lain yang digunakan sebagai pedoman seseorang dalam menjalankan bisnis. Dalam artian lain, etika bisnis juga didefinisikan sebagai sebuah prinsip atau aksioma dasar yang harus dijunjung dan diterapkan oleh pebisnis dalam melakukan aktivitas bisnis, agar bisnis yang dijalankan dapat mencapai tujuan yang benar dengan selamat (Zamzam dan Aravik, 2020).

Islam telah memberikan petunjuk atas ajaran hidup secara lengkap kepada manusia, salah satunya yaitu dalam aspek ekonomi. Dalam ajaran agama Islam tujuan ekonomi tidak terlepas dari diturunkannya ajaran agama Islam yaitu untuk mencapai *falah* (kesejahteraan) baik dalam kehidupan dunia maupun kelak telah di akhirat. Islam juga membimbing hambanya untuk melakukan partisipasi serta tanggung jawab dalam hal ekonomi yang diharapkan dapat menghasilkan dinamika dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Zamzam dan Aravik, 2020). Oleh sebab itu kaitannya dengan etika bisnis Islam, dalam diri seorang muslim harus berlandaskan filosofis hubungan manusia dengan Allah (*hablum minallah*), hubungan manusia dengan manusia (*hablumminannas*) dan hubungan manusia dengan alam (*hablum minal alam*).

Konsep etika bisnis dalam Islam selalu menjunjung tinggi sikap saling percaya, keadilan serta kejujuran, juga menumbuhkan sikap kekeluargaan (*brotherhood*) antara pemilik perusahaan dengan karyawan (Rivai dan Buchari, 2013). Dalam etika bisnis Islam, seorang pelaku bisnis harus memiliki prinsip bahwa lebih baik merugi daripada melakukan suatu hal yang batil. Para pelaku bisnis harus berupaya menghindari suatu hal yang dapat memicu putusanya hubungan. Hal tersebut digunakan untuk menjaga nama atau reputasi perusahaan.

2.2. Prinsip Etika Bisnis Islam

Sampurno (2016) mengungkapkan bahwa terdapat lima prinsip dalam etika bisnis Islam, Yaitu :

1. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan (*unity*) merupakan cerminan atau refleksi dari konsep tauhid yang telah mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, sehingga menjadi satu kesatuan yang homogen, teratur dan konsisten (Nawatmi, 2010). Dalam konsep ini menekankan bahwa kepercayaan murni terhadap keesaan Allah merupakan sumber utama dalam etika bisnis Islam.

2. Keseimbangan (*equilibrium*)

Prinsip keseimbangan atau keadilan dapat dimaknai sebagai keseimbangan hidup antara kehidupan duniawi dan akhirat yang harus diterapkan oleh wirausaha muslim. Oleh karena itu dengan adanya prinsip keseimbangan atau keadilan akan membawa para pelaku bisnis untuk dapat menyeimbangkan antara urusan duniawi dan akhirat untuk mencapai *falaah*.

3. Kehendak Bebas (*free will*)

Prinsip kehendak bebas (*free will*) dalam Islam merupakan kebebasan yang harus disertai dengan tanggung jawab serta harus didasari oleh ilmu ajaran agama Islam. Dalam ekonomi Islam meskipun terdapat prinsip kehendak bebas (*free will*), tetapi harus tetap menggabungkan antara nilai moral atau sikap dengan spiritual. Tanpa adanya moral dalam etika bisnis, besar kemungkinan bahwa para pebisnis akan merugikan pihak lain dengan berbuat seenaknya. Hal tersebut dikarenakan saat ini telah marak tujuan ekonomi hanya mengedepankan materialisme tanpa mepedulikan moral dan etika.

4. Tanggung Jawab (*responsibility*)

Prinsip tanggung jawab (*responsibility*) memiliki hubungan yang erat dengan prinsip kehendak bebas, karena dengan adanya tanggung jawab akan menentukan seberapa batasan atas kebebasan yang dilakukan oleh manusia (Naqvi, 1993). Menurut Sayid Quthb prinsip tanggung jawab mencakup tanggung jawab terhadap segala hal secara seimbang, termasuk jiwa dan raga, antar individu dan lain-lain (Nawatmi, 2010). Dengan kebebasan ekonomi saat ini, tanggung jawab sangat diperlukan oleh setiap pebisnis muslim agar senantiasa menghasilkan tindakantindakan yang tidak merugikan pihak lain dan dapat dipertanggungjawabkan.

5. Kebajikan (*goodness*)

Prinsip kebajikan (*goodness*) dalam etika bisnis Islam meliputi kejujuran dan kebenaran. Maksud kebajikan dalam hal ini yaitu niat, perilaku dan sikap yang benar dan sesuai dengan etika dalam menjalankan segala aktivitas bisnis (Nawatmi, 2010). Pada dunia bisnis, kebajikan dapat dibuktikan dengan sikap keramahan dan kerelaan saat bermuamalah, lain halnya dengan kejujuran yang dapat ditunjukkan dalam hal jujur dalam segala aspek yang berkaitan dengan bisnis.

Menurut Djakfar dalam bukunya yang berjudul Etika Bisnis Islam, ada beberapa prinsip etika bisnis Islam yang harus diterapkan oleh para pelaku bisnis, yaitu :

1. Jujur dalam takaran.

Jujur dalam takaran ini sangat penting untuk diperhatikan. Masalah kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis menurut Islam. Tetapi etika bisnis modern juga menekankan pada prinsip kejujuran.

2. Menjual barang yang baik mutunya.

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkeseimbangan (*balance*) antara memperoleh keuntungan (*profit*) dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat, baik berupa hukum, maupun etika dan adat. Menyembunyikan mutu sama halnya dengan curang dan bohong. Bukankah

kebohongan itu akan menyebabkan ketidak-tentaraman, sebaliknya kejujuran akan melahirkan ketentraman

3. Dilarang menggunakan sumpah.

Sering kali kita temukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dikalangan pedagang kelas bawah apa yang dikenal dengan obral sumpah. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas, dengan harapan orang akan membelinya. Dalam Islam perbuatan semacam itu tidak dibenarkan karena juga akan menghilangkan keberkahan.

4. Longgar dan bermurah hati.

Dalam transaksi terjadi kontak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini seorang penjual akan mendapat berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli. Kunci suksesnya adalah satu yaitu service kepada orang lain. Sebaliknya, jika sikap penjual kurang ramah, apalagi kasar dalam melayani pembeli, justru mereka akan melarikan diri, dalam arti tidak mau kembali lagi. Bukanlah senyum dari seorang penjual terhadap pembeli merupakan wujud refleksi dari sikap ramah yang menyejukkan hati sehingga para pembeli akan merasa tenang. Dan bahkan bukan tidak mungkin pada akhirnya mereka akan menjadi pelanggan setia yang akan menguntungkan pengembangan bisnis di-kemudian hari.

5. Membangun hubungan baik (interrelationship) antar kolega.

Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapapun, termasuk antar sesama pelaku bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu diatas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, oligopoli, maupun bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan. Silaturahmi itulah menurut ajaran Islam akan diraih hikmah dijanjikan yakni akan diluaskan rezeki dan dipanjangkan umurnya bagi siapapun yang melakukannya.

6. Tertib administrasi.

Dalam dunia perdagangan wajar terjadi praktik pinjam meminjam. Dalam hubungan ini Al-Qur'an mengajarkan perlunya administrasi hutang piutang tersebut agar manusia terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi,

7. Menetapkan harga dengan transparan.

Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap ingin mencapai prestasi (keuntungan), namun hak pembeli tetap harus dihormati. Dalam arti, penjual harus tetap bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli, terlepas apakah ia sebagai konsumen tetap atau konsumen bebas (insidental). Bukankah sikap toleran itu akan mendatangkan rahmat dari Allah SWT.

2.3. Landasan Moral Kerja Karyawan Muslim

Sepanjang yang dapat kita amati, menurut Islam ada enam kebiasaan yang dimiliki seorang karyawan. Yaitu :

1. Kebiasaan selalu proaktif, kreatif, dan berinisiatif sehingga terasa kehadirannya ditengah-tengah rekan kerjanya dan ditengah suasana pekerjaannya.
2. Kebiasaan memulai usaha dengan akhir dalam pikiran bahwa sesuatu yang dikerjakan adalah Lillahi Ta'ala dengan tujuan mencari Ridho Allah. Niat ini seakan mensakralkan segala aktivitas orang beriman menjadi ibadah.
3. Kebiasaan selalu mengutamakan yang paling utama.
4. Kebiasaan selalu berpikir menang-menang/positif thinking, sebab segala sesuatu diyakini sebagai mengandung hikmah.
5. Kebiasaan selalu mendahulukan kepentingan bersama daripada kepentingan diri sendiri, meskipun kepentingan diri sendiri itu penting, namun ia dipenuhi dengan melakukan kerjasama.
6. Kebiasaan selalu meningkatkan kualitas diri dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya.

Islam menawarkan empat landasan moral kerja karyawan (Puspo, 2003). Yaitu :

1. Kesadaran bahwa dirinya selalu dipantau oleh Tuhan. Merasa terpantau artinya menyadari sesungguhnya bahwa segala yang kita kerjakan tidak pernah luput dari rekaman dan penglihatan Yang Maha Kuasa. Landasan moral yang pertama ini sebenarnya menyadarkan diri kita bahwa Allah Subhanallahu Wata'ala pasti melihat dan membalas amal perbuatan sekecil apapun. Kesadaran ini memunculkan *self control* (kontrol pribadi) dan

menjadi sangat penting untuk memimpin dan membimbing perilaku kita agar selalu beraktifitas dan menangani pekerjaan kita secara benar, dan menghindarkan diri dari perilaku yang menyimpang dari keharusan dalam pekerjaan kita.

2. Komitmen yang tinggi pada kejujuran. Jujur adalah kesucian nurani yang memberikan jaminan spiritual terhadap kebenaran berbuat, ketepatan bekerja, bisa dipercaya dan tidak mau berbuat dusta.
3. Komitmen yang tinggi pada amanah. Seseorang memberi kepercayaan kepada orang lain, karena orang dipandang jujur. Dengan demikian kepercayaan yang diterimanya itu adalah satu penghargaan moral yang teramat mahal. Kepercayaan ini hendaknya menjadi landasan dalam bekerja. Landasan moral ini bila disadari secara sungguh-sungguh akan membentuk perilaku jujur dalam pribadinya. Bukan sesuatu yang mustahil bila orang tersebut akan menjadikan sifat jujur menghiasi aktifitasnya dalam bekerja maupun kehidupan sehari-hari.
4. Berupaya mencapai ketaqwaan. Dengan membiasakan diri terhadap hal-hal yang baik dan menolak segala yang tercela, secara otomatis menjadikan seseorang berbeda dari kebanyakan orang menjadi berbeda, mempunyai alat pembeda (*furqon*) berarti seseorang karena taqwanya. Telah mendapat petunjuk untuk dapat membedakan antara halal dan haram, baik dan buruk dan sebagainya. *Furqon* menjadi sangat penting apalagi dalam dunia usaha dan sebagai seorang karyawan.

2.4. Kualitas Produk Menurut Pandangan Islam

Berkaitan dengan kualitas produk, seorang pengusaha muslim dituntut untuk selalu melakukan usaha yang mendatangkan kebaikan pada masyarakat. Setiap produk yang dihasilkan harus jelas halal dan haramnya, apakah baik atau tidak kualitasnya apabila dikonsumsi oleh masyarakat.(Oci, 2012) Dan dapat disimpulkan bahwa apabila kita sebagai pengusaha dalam menawarkan dan menjual suatu produk kepada konsumen haruslah jelas kondisi produk tersebut. Halal, baik kualitas/mutunya, baik dzat nya cara produksi, maupun asal-usul produk tersebut harus jelas diketahui oleh konsumen. Sehingga konsumen tidak merasa dirugikan dan dapat mengambil manfaat dari produk tersebut.

2.5. Kepemimpinan Dalam Islam

Kepemimpinan dalam Islam bersifat pertengahan, selalu menjaga hak dan kewajiban individu serta masyarakat dengan prinsip keadilan, persamaan, tidak condong terhadap kekerasan dan kelembutan, tidak sewenang-wenang dan berbuat aniaya. (Imam, 2013) Ada beberapa dasar kepemimpinan dalam Islam yang harus dijadikan landasan dalam berorganisasi, diantaranya ialah :

1. Tidak mengambil orang kafir atau orang yang tidak beriman sebagai pemimpin bagi orang-orang muslim karena bagaimana pun akan mempengaruhi terhadap kualitas keberagamaan orang yang dipimpinnya,
2. Tidak mengangkat pemimpin dari orang-orang yang mempermainkan Agama Islam,
3. Pemimpin harus mempunyai keahlian dibidang nya, pemberian tugas atau wewenang kepada yang tidak berkompeten akan mengakibatkan rusaknya pekerjaan bahkan organisasi yang dinaunginya.
4. Pemimpin harus mengutamakan, membela dan mendahulukan kepentingan ummat, menegakkan keadilan, melaksanakan syariat, berjuang menghilangkan segala bentuk kemungkaran, kekufuran, kekacauan dan fitnah,

Ada beberapa kriteria pemimpin yang sukses dalam sebuah organisasi. (Didin, 2003), Yaitu :

1. Ketika seorang pemimpin dicintai oleh bawahannya. Organisasi yang dipimpinnya akan berjalan dengan baik jika kepemimpinannya dinahkodai oleh pimpinan yang dicintai oleh bawahan. Hal ini dapat dianalogikan dengan sholat berjamaah. Jika seorang imam disuatu tempat, daerah dan mesjid dicintai oleh makmumnya, maka hal itu pertanda jamaah yang baik. Hal ini menggambarkan dengan jelas bahwa seorang pemimpin harus memiliki kemampuan untuk melakukan tugas-tugas kepemimpinan, juga harus memiliki kemampuan untuk mengelola hati.
2. Pemimpin yang mampu menampung aspirasi bawahannya. Selain dicintai pemimpin yang baik juga dapat menerima kritik dari bawahannya.

3. Pemimpin yang selalu bermusyawarah. Seorang pemimpin selain harus siap menerima dan menempatkan tasyah dan kritikan, pemimpin yang sukses juga selalu bermusyawarah. Musyawarah dilakukan dengan orang-orang tertentu untuk membahas persoalan-persoalan yang berkaitan dengan kebijakan-kebijakan publik, atau yang berkaitan dengan kepentingan umum dari perusahaan.
4. Pemimpin yang tegas. Tipe pemimpin dalam Islam tidak otoriter, melainkan tegas dan bermusyawarah serta dicintai, walaupun perusahaan yang dipimpinnya bergerak dalam bidang ekonomi

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Menurut sugiyono (2013) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan juga kegunaan. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif-kualitatif. Penelitian kualitatif sendiri dapat dimaksudkan sebagai suatu penelitian yang dipakai untuk memahami juga mendalami makna dimana makna tersebut oleh beberapa individu ataupun masyarakat dirasa bermula dari masalah-masalah sosial sekitar (Helaludin, 2019). Pada penelitian deskriptif kualitatif ini berfokus menggambarkan secara keseluruhan penerapan etika bisnis Islam yang digunakan untuk menganalisis dampak dalam kemajuan bisnis.

3.2. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi/Pengamatan

Observasi merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung obyek datanya. Prosedur ini digunakan untuk menemukan data dan informasi obyektif, sesuai dengan fenomena, serta apa adanya. Dalam melakukan observasi penelitian ini dilakukan di koperasi 212 mart Mayang.

2. Wawancara

Wawancara adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden. Wawancara dapat berupa wawancara personal, wawancara intersep dan wawancara telepon. Dalam melakukan wawancara penelitian ini juga dilakukan di koperasi 212 mart Mayang.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan,transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Mengumpulkan dokumentasi penelitian ini tidak hanya dilakukan di koperasi 212 mart Mayang namun juga pada literature-litelatur ditempat lain yang berhubungan dengan focus penelitian.

3.3. Teknik Analisis Data

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu proses analisis yang mengarahkan, menajamkan, menggolongkan dan membuang data-data yang tidak dibutuhkan yang kemudian dilakukan organisir sedemikian rupa sehingga dapat diambil kesimpulan akhir (Miles dan Huberman, 2007, yang dikutip oleh Anggito dan Setiawan,2018). Aspek-aspek yang dapat direduksi pada tahapan ini yaitu data-data yang berkaitan dengan penerapan etika bisnis Islam di Koperasi 212 Mart Mayang.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan proses dimana peneliti menyajikan seluruh data atau informasi yang relevan untuk disusun dalam bentuk kerangka paparan yang telah disusun sebelumnya juga menggunakan rumusan masalah yang sistematis, yang nantinya menghasilkan informasi yang merupakan jawaban dari rumusan masalah. Penyajian-penyajian data yang dimaksud pada tahapan ini yaitu meliputi berbagai jenis data deskripsi,bagan, grafik, matriks dan jaringan (Miles dan Huberman, yang dikutip oleh Anggito dan Setiawan,2018).

3. Penarikan Kesimpulan

Tahapan penarikan kesimpulan atau verifikasi dilakukan berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan dan disajikan. Tahapan ini merupakan langkah pengungkapan akhir dari hasil penelitian yang masih perlu diuji keabsahannya, kekokohan juga kesesuaian terhadap teori-teori yang ada dengan temuan lapangan (Sugiyono, 2007). Tahapan ini dilakukan untuk memperoleh suatu kesimpulan mengenai kebenaran atau fakta yang juga akan menjawab rumusan masalah Etika Bisnis Islam di Koperasi 212 Mayang.

IV. JADWAL PENELITIAN

| No. | Keterangan | Bulan | | | | | |
|-----|-----------------------------------|-------|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | Perencanaan Penelitian | | | | | | |
| 2 | Observasi, Wawancara, Dokumentasi | | | | | | |
| 3 | Analisis Data | | | | | | |
| 4 | Pembuatan Hasil Penelitian | | | | | | |
| 5 | Laporan Penelitian | | | | | | |
| 6 | Publikasi Penelitian | | | | | | |

V. DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Azim, 2020. Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Usaha (Studi Pada 212 Mart Kambang Kota Jambi). *Skripsi*. Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Antony. (2018). Etika dan Bisnis Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*, 2(1),
- Badroen, F. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana
- Fahmi, Irham. 2013. *Etika Bisnis Teori, Kasus dan Solusi*. Bandung: Alfabeta
- Faqihuddin Elfat, 2018. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Koperasi 212 Mart Kota Medan. *Skripsi*. Medan: UIN Sumatera Utara
- Fauzia, Ika Yunia. 2013. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Firmansyah, Adimas Fahmi. 2013. "Praktek Etika Bisnis (Studi Kasus pada Toko Santri Syariah)", *Skripsi*. Yogyakarta: UIN Yogyakarta.
- Harahap, N. A. (2018). *Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam terhadap Kemajuan Bisnis pada Supermarket De' Halal Mart Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

- Helaludin. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologis Jaffray Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ika Rinawati, dkk. 2021. Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Manajemen Pemasaran. *Al-Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*. E-ISSN: 2621-0274; P-ISSN: 2442-2282 Volume 7, Nomor 2, Desember 2021
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Sofjan, Assauri, 2011. *Marketing Creating and Adding Customer Value for Sustaining Competitive Advantage*, Manajemen Usahawan Indonesia Vol.40 N0.5.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta,
- Syafri Fadillah Marpaung, 2021, *Etika Manajemen*. Medan : Perdana Mulya Sarana
- Sunyoto, Danang. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.