



TRANSAKSI JUAL BELI DALAM ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus *Aurashafa Collection* Rangkasbitung)

Noorma Yunia

STAI La Tansa Mashrio Rangkasbitung
Email : noormayunia@gmail.com

ABSTRAK

Dalam penelitian ini peneliti menemukan beberapa masalah yang terjadi di Rumah Jahit Aurashafa Mumtazah Desa Nameng Kecamatan Rangkasbitung dan dirumuskan sebagai berikut : 1) Bagaimana etika bisnis yang dilakukan oleh rumah jahit ASM saat melakukan transaksi? 2) Apakah etika bisnis yang diterapkan rumah jahit ASM sudah sesuai dengan hukum ekonomi Islam ? dan tujuannya adalah 1) untuk mengetahui penerapan etika bisnis di rumah jahit Aurashafa Mumtazah 2) untuk mendeskripsikan etika bisnis yang diterapkan sudah sesuai atau belum sesuai dengan hukum ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan pendekatan studi kasus. Penerapan etika bisnis Islam merupakan unsur penting berdirinya suatu bisnis agar terus berkembang dan maju dalam bidang perniagaan. Etika bisnis Islam adalah adanya tugas (taklif) manusia untuk menjadi seorang khalifah dimuka bumi, yang dalam terjemahan bahasa etika bisnis dirumuskan sebagai *agent of development*. Berdasarkan analisa data yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian penerapan etika bisnis islam di rumah jahit aurashafa mumtazah (ASM) yaitu adanya dua perbedaan dari tahun 2016 sampai tahun 2020 yang dimana pada tahun 2016-2018 penerapan etika di rumah jahit ASM cukup bagus walaupun baru menerapkan etika bisnis secara umum saja sedangkan di tahun 2019-2020 penerapan etika di rumah jahit ASM menurun karena faktor pandemi, terjadinya pergantian karyawan dan lain-lain. Kesimpulannya adalah penerapan etika bisnis Islam di rumah jahit aurashafa mumtazah (ASM) belum diterapkan secara sempurna karena hanya etika bisnis secara umum saja yang baru diterapkannya.

Kata Kunci : Etika bisnis islam, Transaksi jual beli

ABSTRACT

In this study, researchers found several problems that occurred in the Aurashafa Mumtazah Sewing House in Nameng Village, Rangkasbitung District and formulated as follows: 1) How is the business ethics conducted by the ASM sewing house when conducting transactions? 2) Is the business ethics applied by the ASM sewing house in accordance with Islamic economic law? And the objectives are 1) to determine the application of business ethics in the Aurashafa Mumtazah sewing house 2) to describe the business ethics applied in accordance or not in accordance with Islamic economic law. This research uses a qualitative method by conducting a case study approach. The application of Islamic business ethics is an important element of the establishment of a business in

order to continue to develop and advance in the field of commerce. Islamic business ethics is the duty (taklif) of man to be a caliph on earth, which in the translation of business ethics language is formulated as an agent of development. Based on the data analysis carried out, it can be concluded that the results of research on the application of Islamic business ethics in the aurashafa mumtazah (ASM) sewing house are two differences from 2016 to 2020, where in 2016-2018 the application of ethics in the ASM sewing house was quite good even though it only applied business ethics in general, while in 2019-2020 the application of ethics in the ASM sewing house decreased due to pandemic factors, employee turnover and others. The conclusion is that the application of Islamic business ethics in the aurashafa mumtazah (ASM) sewing house has not been implemented perfectly because only general business ethics have been applied.

Keyword : *Islamic business ethics, Sale and purchase transactions*

1. PENDAHULUAN

Jual beli adalah salah satu sarana yang digunakan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dengan adanya jual beli Allah memberikan keluasaan kepada hambanya yang beriman untuk melakukan transaksi. Dengan melakukan transaksi jual beli akan terjalin hubungan (antara penjual dan pembeli) yang baik dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhannya dan menjalin silaturahmi antara kedua belah pihak (Ikit, 2018: 76). Dengan adanya kegiatan jual beli inilah yang sering kali membuat orang bertanya-tanya tentang teknis atau hal apakah yang diterapkan ketika akan melakukan proses jual beli agar terdapat keridhoan atau kepercayaan dari pelanggan. Ada beberapa hal yang harus diterapkan dalam proses berbisnis atau jual beli, penerapan sendiri diartikan sebagai suatu perbuatan mempraktekan teori, metode dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh kelompok atau golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya. Dalam berbisnis ini harus di terapkannya etika yang baik dan benar sesuai dengan yang diajarkan dalam Islam. Etika bisnis Islam sendiri merupakan serangkaian aktivitas bisnis yang mempelajari tentang mana yang baik atau buruk, benar atau salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. (Faisal Badroen, 2006: 70).

Etika bisnis berfungsi sebagai controlling (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Jadi etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (standar of conduct) yang memimpin individu. Etika adalah suatu studi mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang. (Johan Arifin, 2013:154). Dengan

kata lain, maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi.

Kegiatan jual beli merupakan kebutuhan masyarakat sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, terutama pakaian sebagai kebutuhan yang sangat penting dalam kehidupan. Seseorang bisa dilihat dari pakaiannya bahwa orang tersebut mampu atau tidak dalam kesejahteraan ekonomi yang dimilikinya.

Pakaian merupakan salah satu alat kebutuhan manusia yang seiring dengan perkembangan zaman pada saat ini, banyak sekali produsen yang menjual pakaian dari harga yang relatif muran sampai harga yang sangat tinggi dengan bahan dan model-model dibuat semenarik mungkin agar konsumen tertarik untuk membelinya. Maka dari itu banyak desain atau pembuat pakaian yang berlomba-lomba menciptakan hasil karyanya sebagus mungkin agar menarik konsumen, begitu juga dengan penjual berusaha memasarkan dagangannya dengan segala macam cara agar konsumen memberi produknya tersebut. Selain itu juga Sistem pembayaran merupakan komponen penting dalam perekonomian (Budiman, Adawiyah and Dkk., 2023)

Tak hanya dari kalangan pembisnis biasa banyak juga dari kalangan public figure seperti artis-artis bahkan para petinggi negri yang ikut meramaikan pasar dalam memproduksi berbagai macam pakaian dari bahan dan model yang berbeda-beda dan tak sedikit dari mereka sudah mempunyai brand tersendiri untuk koleksi pakaian yang mereka produksi.

Salah satu fenomena yang cukup menarik perhatian peneliti dan juga menarik perhatian banyak orang yaitu pakaian pada saat ini,

Dengan adanya beragam kreatif pakaian membuat konsumen lebih banyak pilihan dalam menentukan jenis dan merek yang akan digunakannya.

Dengan demikian pembisnis pakaian saling berlomba menarik perhatian konsumen dengan cara menambah inovasi-inovasi baru yang akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumennya, salah satunya adalah Toko Amira yang menyediakan berbagai macam pakaian dengan memberikan kualitas terbaiknya dan harga yang terbilang lebih murah sehingga banyak konsumen yang tertarik untuk berbelanja.

Toko Amira dikelola oleh seorang ibu rumah tangga dengan tempat jualan dirumah dengan modal awal Rp. 15.000.000,- . nama toko tersebut diambil dari nama anaknya yaitu Amira.

Upaya yang dilakukan oleh Toko Amira untuk menarik perhatian konsumen yaitu dengan memberikan model pakaian yang sedang trend saat ini, dengan memberikan bahan yang cukup nyaman, dengan selalu memberikan potongan harga dan dengan memberikan pelayanan yaitu mengantar pesanan konsumen kerumahnya tanpa ada tambahan biaya ongkos kirim untuk daerah rangkasbitung. Produk merupakan salah satu faktor penentu (Budiman, Yunia and Badrotusabila, 2022)

Bisnis juga merupakan ilmu, dan dalam berbisnis juga ada etika yang harus dijalankan. Etika berbisnis inilah yang menjadi prinsip dasar manajemen pemasaran bisnis Nabi Muhammad SAW. Dan bisa dikatakan etika bisnis yang dijalankan pada masa modern saat ini sudah diimplementasikan oleh Nabi Muhammad SAW. Diantara prinsip manajemen bisnis yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW dalam menjalankan bisnis beretika hingga membawanya pada keberhasilan sebagai seorang jutawan yaitu : Kejujuran, Amanah, Tidak menipu, Murah hati, dan Tidak melupakan akhirat.

Etika adalah suatu studi mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang, Etika memiliki sudut pandang normatif artinya etika melihat dari sudut baik dan buruk terhadap perbuatan manusia. (K.Bertens, 2000: 25). Dengan kata lain, maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi.

Dari banyaknya kasus yang terjadi dalam transaksi jual beli penulis sangat tertarik dengan kasus yang terjadi di Toko Amira, yang dimana ketika itu mereka belum menerapkan etika berbisnis menurut Islam sehingga tidak sedikit dari konsumen pernah merasakan kecewa dalam membeli pakaian di Toko Amira. Seperti contoh ketika saya melakukan observasi di lapangan ada konsumen yang sedang mengutarakan keluhannya karena pakaian yang dipesanannya tidak sesuai dengan model yang diinginkan, contoh lainnya harga yang dijual tidak sesuai dengan harga awal kesepakatan ketika memesan pakaian, contoh lainnya yaitu adanya karyawan yang bersikap kurang ramah pada salah satu konsumen, dengan sikap kurang ramahnya itulah yang membuat konsumen merasa tidak nyaman ketika berbelanja di tempat tersebut.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif menurut (Sugiyono, 2019 : 18) merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, tehnik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Penelitian kualitatif juga bisa diartikan prosedur penelitian yang menghasilkan deskripsi atau gambaran berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dijadikan objek penelitian. Penelitian kualitatif diperoleh melalui teknik wawancara mendalam.

Pada intinya penelitian kualitatif ialah penelitian melakukan kegiatan pengamatan langsung dalam melihat peristiwa dan momen apa saja yang penting pada saat penelitian. Dalam hal ini penelitian tidak hanya focus mengamati subjek penelitian, akan tetapi juga mengamati peristiwa yang ada disekitar, sehingga sumber data terkumpul dengan baik. Dan pada akhirnya dapat di deskripsikan juga dengan baik. Dalam menerima informasi (Budiman, 2021)

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif penelitian ini juga menggunakan pendekatan studi kasus.

Penelitian studi kasus dijelaskan oleh (Surachrnad, 1982) sebagai pendekatan penelitian yang berfokus dan memperhatikan dengan seksama suatu kasus dengan intensif

dan rinci, dengan penggalian informasi dan analisa secara mendalam adalah suatu penelitian yang dilakukan secara intensif terinci dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga dan gejala tertentu. Ditinjau dari wilayahnya maka penelitian studi kasus hanya meliputi daerah atau subjek yang sangat sempit.

A. Data/Sumber Data

Agar data betul-betul menyakinkan, *representatif*, akurat, dan valid, peneliti melakukan *trigulasi* data. *Trigulasi* memudahkan peneliti melihat kekeluasaan penjelasan yang di kemukakan. Dalam melakukan *trigulasi* data di tempuh melalui empat cara, yaitu:

Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data diperoleh, dalam penelitian ini sumber data merupakan suatu hal yang sangat penting karena sumber data dapat digunakan untuk menunjang dan mendukung hasil suatu penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data yaitu :

a). Data primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh dari Pemilik toko amira, karyawannya juga konsumen yang diperoleh melalui observasi, wawancara (interview), dan dokumentasi.

b). Data skunder

Sedangkan sumber data skunder yaitu dengan menggunakan data yang ada atau tersimpan di pemilik itu sendiri.

B. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang dibutuhkan. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data yang benar dan tepat, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Adapun Metode pengumpulan data yang digunakan dalam, diantaranya sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah suatu aktivitas pengamatan terhadap sebuah objek secara langsung dan mendetail guna untuk menemukan informasi mengenai objek tersebut. Menurut (Sutrisno Hadi, 2019: 203) observasi merupakan suatu proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Sedangkan menurut Nawawi dan Martini, observasi merupakan sebuah pengamatan dan juga pencatatan secara urut yang terdiri dari unsur-unsur yang muncul dalam suatu fenomena pada objek

penelitian tersebut. Hasil dari pengamatan tersebut selanjutnya akan dilaporkan dengan susunan secara sistematis dan juga sesuai dengan kaidah-kaidah yang berlaku.

2. Wawancara (Interview)

Wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu. Dipilihnya metode wawancara ini dikarenakan lebih mudah untuk dipahami dan sumber informasinya lebih akurat. (Esterberg, 2015: 72)

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/ tulisan, wasiat, buku, undang-undang, dan sebagainya. Dokumentasi menurut (Sugiyono, 2015: 329) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

4. Studi pustaka

Menurut M. Nazir dalam bukunya yang berjudul "metode penelitian" studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan dalam metode pengambilan data oleh peneliti untuk menganalisa hasil penelitian yang dilakukan pada langkah penelitian selanjutnya. Pada prinsip instrument penelitian memiliki ketergantungan dengan data-data yang dibutuhkan oleh karena itu setiap penelitian memilih instrument penilaian yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Alat atau bahan instrument penelitian yang digunakan adalah :

1). Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu mengamati proses penjualan pakaian pada konsumen.

2). Wawancara

Wawancara yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu wawancara semiterstruktur. Wawancara semiterstruktur menurut (Sugiyono, 2019: 195) adalah wawancara yang pelaksanaannya lebih bebas jika dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan

wawancara jenis ini adalah untuk menentukan permasalahan secara terbuka, dimana pihak yang diwawancarai diminta pendapat dan ide-idenya. Responden dalam wawancara ini adalah pemilik toko pakaian amira, karyawan dan konsumen.

3). Dokumen

Cara lain untuk dapat memperoleh data responden dan informan adalah menggunakan dokumentasi. Pemberian atau pengumpulan bukti dan

keterangan seperti gambar, kutipan, dan lain-lain.

D. Teknik Analisis Data

Kegiatan analisis data dalam penelitian kualitatif dimulai sejak peneliti melakukan kegiatan pra lapangan sampai dengan selesainya penelitian. Analisis data dilakukan secara terus menerus dan berkesinambungan tanpa henti sampai data tersebut bersifat jenuh. Menurut Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data reduction, data display, dan conclusion drawing atau verification. (Fauzan, 2017)

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan tahap dari teknik analisis data kualitatif, reduksi data merupakan penyederhanaan, penggolongan dan membuang yang tidak perlu data sedemikian rupa sehingga data tersebut bisa menghasilkan informasi yang bermakna dan memudahkan dalam penarikan kesimpulan. Banyaknya jumlah data dan kompleks data, diperlukan analisis data melalui tahap reduksi. Tahap reduksi ini dilakukan untuk pemilihan relevan atau tidaknya data dengan tujuan akhir.

2. Penyajian data (display data)

Display data atau penyajian data juga merupakan tahap dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data merupakan kegiatan saat sekumpulan data disusun secara sistematis dan mudah dipahami, sehingga memberikan kemungkinan menghasilkan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif bisaberupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan ataupun bagan. Melalui penyajian data tersebut, maka nantinya data akan terorganisasikan dan tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami.

3. Kesimpulan dan verifikasi

Penarikan kesimpulan dan verifikasi data merupakan tahap akhir dalam teknik analisis data kualitatif yang dilakukan melihat hasil reduksi data tetap mengacu pada tujuan analisis hendak dicapai. Tahap ini bertujuan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada.

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan memungkinkan mengalami perubahan apabila tidak ditemukan bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid, maka kesimpulan yang dihasilkan merupakan kesimpulan yang kredibel. Verifikasi dimaksudkan agar penilaian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam konsep dasar analisis tersebut lebih tepat dan obyektif. Salah satu cara dapat dilakukan adalah dengan peer debriefing.

3. Pembahasan

1. Penerapan Etika Bisnis Islam Di Rumah Jahit Aurashafa Mumtazah (ASM) Secara umum etika baik atau akhlak mulia itu tidak didapat dan terbentuk dengan sendirinya, tetapi ada faktor-faktor lain seperti yang dikemukakan oleh ahli etika bisnis Islam dari amerika, Rafiq Issa Beekun mengungkapkan bahwa perilaku etika individu dapat dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu, interpretasi terhadap hukum, faktor organisasional, dan faktor individu situasi (Faisal Badroen, 2006 : 59) Sebagian dari etika dalam bang misalnya Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah wajib dikembalikan oleh nasabah penerima fasilitas (Budiman, 2018).

Dengan demikian penerapan etika pada diri seseorang tidak dipengaruhi oleh satu faktor saja, terkadang etika pada diri sendiri akan berpengaruh pada kegiatan yang sedang kita kerjakan seperti halnya berbisnis. Di rumah jahit Aurashafa Mumtazah (ASM) etika berbisnis sebenarnya sudah diterapkan sejak awal berdirinya bisnis tersebut, akan tetapi karena faktor dari kurangnya karyawan yang ahli dalam menjahit, faktor dari pembelian bahan mentah secara online karena adanya pandemi dan faktor pergantian karyawan yang membuat Rumah jahit ASM ini kehilangan kepercayaan dari konsumen. Diantara etika bisnis islam yang sudah diterapkan di rumah jahit aurashafa mumtazah (ASM) ini adalah :

a. Amanah, karena setiap barang yang diproduksi akan sesuai dengan permintaan konsumen dan terjamin kualitasnya.

b. Jujur, di rumah jahit ASM ini selalu mengedepankan kejujuran membungkus barang yang bagus dan tidak menjajakan barang yang gagal dalam proses produksi.

Berikut perbandingan penerapan etika bisnis Islam di rumah jahit Aurashafa

Mumtazah dari tahun ke tahun :

1. Penerapan etika bisnis Islam pada tahun 2016 - 2018

Pada tahun 2016 rumah jahit Aurashafa Mumtazah dikenal dengan usahanya dibidang konveksi yang bergerak dalam usaha pembuatan busana muslimah yang sering dipakai untuk beribadah yaitu mukena. Di awal tahun berdirinya rumah jahit ini banyak konsumen yang tertarik dengan produk yang dipasarkan, selain dari motif dan bahannya yang bagus juga nyaman dipakai ternyata pelayanan yang diberikan karyawannya menjadi salah satu daya tarik konsumen sehingga membuat para konsumen merasa nyaman saat berbelanja di rumah jahit Aurashafa Mumtazah ini.

Di tahun ini pula rumah jahit Aurashafa Mumtazah (ASM) menerapkan etika dengan baik sehingga rumah jahit ini mengalami peningkatan dalam transaksi jual belinya baik itu dalam penambahan kepercayaan konsumen maupun profit yang didapatkan dari hasil jual beli produk mukena Aurashafa Collection, diantara etika bisnis yang diterapkan rumah jahit Aurashafa Mumtazah pada saat itu adalah amanah dan jujur.

2. penerapan etika bisnis Islam pada tahun 2019 - 2020

Selama kurang lebih 5 tahun rumah jahit Aurashafa Mumtazah (ASM) sudah memproduksi paling sedikitnya 700 pcs mukena yang dikirim ke berbagai pondok pesantren dilebak dan kurang lebih 300 pcs yang dijual dirumah jahit ASM baik melalui penjualan online maupun offline, dan selama 2 tahun belakangan ini penjualan produk mukena Aurashafa Collection mengalami penurunan, dari tahun 2019 rumah jahit

Aurashafa Mumtazah (ASM) hanya memproduksi sekitar 150-200 pcs mukena saja.

Setelah ditelusuri penyebab dari penurunan tersebut adalah karena etika yang diterapkan di tahun 2019 -2020 kurang diterapkan dengan baik, alasannya yaitu banyaknya konsumen yang komplain terhadap bahan yang dijadikan mukena sehingga konsumen merasa kurang puas dengan mukena yang didapat, penyebab lainnya yaitu adanya pandemic covid 19 di akhir tahun 2019 sampai akhir tahun 2020 dan adanya pergantian karyawan yang membuat konsumen merasa tidak nyaman saat berbelanja di rumah jahit aurashafa mumtazah (ASM) karena sudah merasa nyaman dengan karyawan yang lama, dan tidak hanya konsumen yang merasa kurang puas akan tetapi ternyata pemilik dan karyawan rumah jahit aurashafa mumtazah (ASM) pun menyayangkan dengan adanya penyebab-penyebab yang terjadi, salah satunya mereka juga merasa kurang puas dengan pembelian bahan mentah yang dilakukan online semenjak adanya pandemi covid 19, kekesalan inilah yang berimbas pada pelayanan yang diberikan karyawan kepada pelanggan. Dampak dari semua itu juga akhirnya transaksi jual beli mukena Aurashafa Collection mengalami penurunan.

2. Bentuk Transaksi di Rumah Jahit Aurashafa Mumtazah (ASM)

Bentuk transaksi yang dilakukan dirumah jahit Aurashafa Mumtazah (ASM) ini yaitu ada yang menggunakan sistem cash (tunai) dan ada juga yang melalui sistem kredit bagi yang tidak mampu membayar secara cash. Jual beli tunai merupakan jual beli yang dilakukan oleh kedua belah pihak (pembeli dan penjual) yang pembayarannya dilakukan secara tunai, hukumnya jual beli secara tunai menurut islam mubah, selama rukun, objek dan syarat jual beli terpenuhi dan sesuai dengan syarat islam. Sedangkan jual beli kredit adalah jual beli yang dilakukan oleh kedua belah pihak (penjual dan pembeli) yang pembayarannya dilakukan secara tunda. Jual beli secara tunda dalam fiqh disebut al-bai al-muajjal. Al-bai al-muajjal adalah jual beli dengan pembayaran di tangguhkan atau di tunda (Ikit, 2018 :126)

Menurut (Zaid Bin Ali, 2018 :127) pandangan bahwa penjualan suatu barang secara kredit dengan harga yang lebih tinggi dari pada harga tunai merupakan salah satu bentuk transaksi yang sah dan dapat di benarkan selama transaksi tersebut dilandasi oleh prinsip saling ridha antar kedua belah pihak. Jual beli secara kredit hukumnya adalah mubah. Nabi pernah melakukan pembelian gandum dengan

pembayaran tunda, Nabi menggadaikan baju besi sebagai jaminannya, perbuatan Nabi tersebut menjadi pijakan para ulama untuk menetapkan hukum mubah pada akad jual beli bayar tunda.

Dalam Al-qur'an surat al-baqarah ayat 282 :

هُوَ بُتْكَافٌ تُمْسَمُ لَجَا لَلِ اَنْيْدِبْ مُتْنِيَاَدَتَا اِذَا اَوْ تُمْ اِهْيَايَا ُ

"Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya□"

Berdasarkan beberapa keterangan yang peneliti peroleh bahwasanya penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli mukena Aurashafa Collection ini memiliki perbedaan antara tahun 2016-2018 dan tahun 2019- 2020 diantara perbedaan tersebut akan di jelaskan pada tabel dibawah ini :

Perbedaan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Mukena Aurashafa Collection No Tahun 2016-2018

1. Pelayanan yang diberikan karyawan mampu membuat kenyamanan terhadap konsumen karena masa kerja karyawan yang sudah cukup lama
2. Transparan dan tidak ada yang ditutup-tutupi
3. Tepat waktu dalam pengiriman barang
4. Komunikasi yang baik antara karyawan dan konsumen

No Tahun 2019-2020

1. Kurang merespon keluhan konsumen terhadap barang yang di pasarkan karena pada tahun ini terjadi pergantian karyawan
2. Tidak menyampaikan secara jelas tentang deskripsi barang yang dipasarkan
3. Mengulur-ulur waktu pengiriman barang
4. Kurangnya komunikasi antara karyawan dan konsumen

Walaupun demikian rumah jahit Aurashafa Mumtazah (ASM) akan terus berupaya untuk menerapkan kembali etika bisnis yang diajarkan dalam islam.

Menurut Ibu RH dalam berbisnis tentu akan ada pasang surutnya, ada permasalahannya namun semua itu kembali kepada pelaku bisnis bagaimana menyikapi hal seperti itu, dan rumah jahit ASM inipun akan

tetap mengupayakan kenyamanan konsumen dalam berbelanja. Ibu RH pun meminta support dan doa untuk kemajuan rumah jahit ASM agar tetap mengedepankan etika yang baik dalam melakukan transaksi jual beli.

Transaksi jual beli mukena Aurashafa Collection sudah berlangsung selama kurang lebih 5 tahun, adapun pelanggan setia dirumah jahit ini mayoritas yaitu para pengurus pondok pesantren, biasanya mereka membeli 30-50 pcs mukena dalam 2 minggu sampai 3 minggu sekali yang kemudian akan dijual kembali pada santrinya, hal itu dibenarkan oleh salah satu pengurus pondok yang bernama saudari Puji dan mengatakan bahwa Ia mengenal rumah jahit Aurashafa Mumtazah (ASM) atas rekomendasi temannya yang beranggapan bahwa harga mukena di rumah jahit ini adalah harga yang ekonomis atau standard an dapat diperjual belikan lagi di pondok tempatnya mengajar, Ia pun mengatakan bahwa dari tahun 2018 pondoknya sudah menjadi konsumen setia di rumah jahit Aurashafa Mumtazah (ASM).

Adapun upaya yang akan dilakukan rumah jahit Aurashafa Mumtazah (ASM) dalam menerapkan kembali etika bisnis islam dalam transaksi jual beli mukena yaitu :

1. Saling menghargai dan menghormati kepada siapapun yang dihadapi
2. Berkomunikasi secara terbuka dan tidak ada yang di sembunyikan dalam hal sekecil apapun.
3. Saling memberikan contoh yang baik antara atasan dan karyawan ketika sedang melayani konsumen
4. Saling memberikan kepercayaan dan tidak menaruh rasa curiga
5. Memberikan pelatihan berkualitas khususnya dalam menjahit kepada para karyawan agar dapat menghasilkan produk yang disukai konsumen.

Dengan adanya upaya tersebut harapan besar dari sang pemilik bisa menjadikan rumah jahit Aurashafa Mumtazah seperti 3 tahun terakhir atau bahkan bisa lebih berkembang maju dengan tetap mengedepankan etika dalam berbisnis menurut Islam.

1. PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bagian akhir skripsi ini peneliti akan memaparkan beberapa kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan pada temuan hasil penelitian. Secara umum etika mampu diterapkan oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun, baik oleh individu maupun kelompok bahkan lembaga besar sekalipun. Akan tetapi apakah etika itu bisa diterapkan dengan jangka panjang oleh setiap individu atau kelompok, dan apakah etika bisnis yang diterapkan sudah sesuai dengan hukum ekonomi islam. Setelah melakukan penelitian di rumah jahit Aurashafa Mumtazah (ASM) peneliti menyimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di rumah jahit Aurashafa Mumtazah (ASM) terdapat dua kesimpulan antara lain :

1. Di tahun 2016 sampai tahun 2018 rumah jahit Aurashafa Mumtazah (ASM) menerapkan etika bisnis dengan baik dan sudah menerapkan indikator-indikator dalam berbisnis menurut hukum ekonomi Islam, diantara etika yang diterapkannya adalah amanah, kejujuran, transparan, loyalitas, ketepatan, dan menjalin hubungan baik antara karyawan dan konsumen.

2. Ditahun 2019 sampai tahun 2020 rumah jahit Aurashafa Mumtazah (ASM) mulai mengalami penurunan dari etika bisnis yang sebelumnya sudah diterapkan karena ditahun tersebut indikator mempelajari bimbingan agama dalam berbisnis dan kejujuran mulai menurun penerapannya dan bisa dikatakan belum diterapkan dengan baik, alasannya karena ditahun 2019 terjadi pandemi yang membuat akses komunikasi secara tatap muka jadi terbatas sehingga dalam melakukan pelatihan khusus atau cara berbisnis dengan baik jadi terhambat. Selain itu indikator kejujuranpun belum diterapkan dengan baik, yang diterapkan pada tahun 2019 sampai 2020 ini hanya indikator etika bisnis secara umum saja sedangkan penerapan etika bisnis Islam belum diterapkan sepenuhnya oleh rumah jahit Aurashafa Mumtazah (ASM).

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, maka saran yang dapat peneliti berikan untuk rumah jahit Aurashafa Mumtazah (ASM) yaitu hendaknya rumah jahit Aurashafa

Mumtazah (ASM) tetap mempertahankan etika yang sudah diterapkannya di awal atau dapat ditingkatkan lagi penerapan etika bisnisnya sesuai dengan yang diajarkan Rosulullah SAW agar transaksi jual beli yang dilakukan di rumah jahit Aurashafa Mumtazah (ASM) ini dipandang baik oleh calon konsumen dan bisa terus dirasakan keberadaannya dengan selalu memberikan pelayanan yang baik, menjaga kepercayaan konsumen dan tetap mengedepankan etika bisnis yang baik yang sesuai dengan hukum

ekonomi Islam

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, Abu "Bisnis Online dalam Perspektif Ekonomi Islam" Yogyakarta: At-tuqa Media 2020 H 195

Abdul Aziz "Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha" Bandung: Alfabeta Bandung 2013 H 36

Artiyanto, Ikit "jual beli dalam perspektif ekonomi islam" Yogyakarta: Gava media 2018 H 65, 70, 76, 126

Az-zuhaili, Wahbah "Fiqh Islami Wa Adillatuhu" Jakarta: Gema Insani 2014

Badroen, Faisal "Etika Bisnis dalam Islam" Jakarta: Kencana Prenadamedia Group 2006 H 46. 70, 88

Budiman (2021) 'Urgensi Etika Islam Di Era Digital', *Journal Of Islamic Economics and Business Studies*, 4(1), pp. 1–11.

Budiman, Adawiyah, endah R. and Dkk. (2023) 'Journal of Islamic Economics Effect of Electronic Money Transactions on Customer Satisfaction', *Al- Falah*, (116), pp. 97–118. Available at: <https://doi.org/10.29240/alfalah.v8i1.6904>.

Budiman, B. (2018) 'Pengaruh Tingkat Risiko Pembiayaan Murabahah Terhadap Tingkat Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode Tahun 2010-2014', *Jurnal Aksioma Al-Musaqoh*, 1(1), pp. 30–49.

Budiman, B., Yunia, N. and Badrotusabila, B. (2022) 'Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kerudung Instan Rabbani di Rangkasbitung Lebak', *Ad-*

- Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(01), p. 89. Available at: <https://doi.org/10.30868/ad.v6i01.2246>.
- Daksinapati "KBBI Badan Bahasa" Jakarta: Kemdikbud Media 2015
- Departemen Agama RI "Al-qur'an dan Terjemahnya" Bandung, Diponegoro 2011
- Esterbegh "Pengertian Wawancara" Jakarta: Alfabeta Jakarta 2015 H 72
- Fauzan, "Analisis Data Kualitatif" Bandung: Ekonomi Media 2017
- Gramata Publishing "Etika Bisnis Islam" Yogyakarta H 92-100
- Hadi, Sutrisno "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D" Bandung: Alfabeta Bandung 2019 H 203
- Ismail Yusanto "Bisnis Online dalam Perspektif Ekonomi Islam" Jakarta: Gema Insani 2000
- K. Bertens "Etika" Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 2000 H 25
- Maldina, Eriza Yolanda "Strategi Pemasaran Islami" (Skripsi Program Studi Ekonomi Islam, Uin Raden Fattah Palembang) 2016
- Masykuroh Nihayatul "Etika Bisnis Islam" Banten: Media karya publishing 2020 H 6
- Mursidah, Umi "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional" (Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah, UIN Raden Intan Lampung 2017)
- Neuman Sastro "Pengertian Validitas" Jakarta: Alfabeta Media 2007
- Reni, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Online di Tokopedia" (Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah, Uin Raden Intan Lampung) 2020
- Robbani,Alfarezi "Konsep Pendidikan Moral dan Etika dalam Perspektif EMHA AINUN NADJIB" (Skripsi Program Studi Pendidikan Agama Islam, Uin Raden Intan Lampung) 2019 H 26
- Sugiyono "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D" Bandung: Alfabeta Bandung 2019 H 18
- Sulaiman, Muhammad "Tafsir Al-'Usyr Al-Akhir" Saudi Arabia: Wizarotul Ma'arif 2020 H 205
- Uripto, Takdir "Mutuara Untaian Kata" Lebak: Pustaka Da'wah Lebak 2019 H 142
- Zaid bin ali, "Jual Beli dalam Perspektif Ekonomi Islam" Semarang: Gava Media 2018 H 127
- Zulkifli Sunarto "Transaksi dalam Kegiatan Ekonomi" Jakarta: Jojonomic 2003 H 10