

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PEMASARAN PRODUK DAN LAYANAN DI USPPS AUSATH BLOKAGUNG KECAMATAN TEGALSARI KABUPATEN BANYUWANGI

Budi Santoso

Institut Agama Islam Darussalam

Email: budisan493@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is the implementation of Islamic business ethics in marketing products and services at Uspps Ausath Blokagung Kec. Tegalsari District. Banyuwangi in developing its own USPPS from an Islamic perspective.

This research method is included in the field research method which is based on qualitative research methods. The main idea is that researchers go directly to the field to see real phenomena that occur in natural cases. The researcher made various notes, documentation, interviews, until an eccentric analysis occurred.

Based on the results of research that has been obtained in the field, the implementation has been in accordance with Islamic rules, namely: a. Unity (tawhid/unity) where employees and managers never forget to pray 5 times a day, pay zakat and fast. b. Balance (equilibrium) in which employees do not discriminate between customers from one another, as well as managers do not discriminate against employees' bisyaroh. The truth of virtue and honesty, al-hamduillah employees always speak the truth in their daily lives. d. The principle of free will / freedom, where employees work without coercion from any party and in the afternoon they may work elsewhere or just clean the house. e. Responsibility, where employees are always responsible for what they do. Based on the description above, USPPS Ausath does not violate the provisions of sharia and God willing, blessings in this world and the hereafter.

And we can conclude carefully that the implementation of Islamic business ethics in marketing products and services at USPPS Ausath Blokagung is in accordance with the provisions of Islamic business ethics and can be used as an example to other companies. So with this business, God willing, it will be a blessing in this world and in the hereafter. "Amen".

Keywords: *Islamic Business Ethics, Marketing of Products, Services*

ABSTRAK

Unit simpan pinjam pola syari'ah atas usaha tholab atau yang biasa disingkat menjadi USPPS Ausath adalah sebuah wadah lembaga keuangan non bank yang bertempat di Blokagung .

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam dalam pemasaran produk dan layanan Di USPPS Ausath Blokagung Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi dalam mengembangkan USPPS sendiri dalam prespektif Islam.

Metode penelitian ini termasuk dalam metode penelitian yang langsung turun kelapangan (*field research*) yang berbasis metode penelitian kualitatif . Pokok pemikirannya yaitu peneliti terjun langsung kelapangan melihat fenomena yang nyata terjadi ditempat kejadian perkara yang alamiah. Peneliti membuat berbagai catatan, dokumentasi, wawancara hingga terjadilah analisis yang ekstrentrik.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan dilapangan, implementasi yang dilakukan telah sesuai dengan kaidah Islam yaitu: a. Kesatuan (*tauhid/unity*) yang dimana para karyawan beserta manager tidak pernah lupa melaksanakan sholat 5 waktu, menunaikan zakat dan juga puasa. b. Keseimbangan (*keadilan/equilibrium*) yang dimana para karyawan tidak membeda-bedakan antara nasabah satu dengan yang lainnya, begitu juga manager tidak membeda-bedakan bisyaroh para karyawan. Kebenaran kebajikan dan kejujuran, al-hamduillah para karyawan selalu berkata jujur dalam kehidupan sehari-hari. d.Prinsip kehendak bebas / kebebasan, yang dimana para pegawai bekerja tanpa adanya paksaan dari pihak manapun dan disore hari mereka boleh bekerja ditempat lain atau hanya beres-beres rumah saja. e.Tanggung jawab, diamana para karyawan selalu bertanggungjawab atas apa yang mereka perbuat. Berdasrkan dalam deskripsi diatas maka Uspps Ausath tidak melanggar ketentuan syari'ah dan insya'allah berkah didunia dan diakhirat.

Kesimpulan secara seksama bahwa implementasi etika bisnis Islam dalam pemasaran produk dan layanan di USPPS Ausath blokagung sesuai dengan ketentuan etika bisnis Islam dan dapat dijadikan contoh kepada perusahaan lain.

Kata Kunci: Implementasi, Etika Bisnis Islam, Pemasaran Produk, Layanan

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara maritim yang terdiri dari berbagai pulau, yang tak pernah terlepas dari berbagai aspek ekonomi mulai dari transaksi jual beli, sewa, gadai, dan masih banyak lagi. Indonesia termasuk kedalam 10 besar negara terpadat di dunia dan termasuk negara muslim terbesar di asia. Masyarakat di negara maju dan berkembang sangat membutuhkan tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Tempat yang aman dari segala aspek yang tidak diinginkan Indonesia adalah negara yang sedang berkembang yang terus memacu perkembangan untuk tidak kalah saing dari negara-negara tetangga. Salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas perekonomian Indonesia yaitu dengan adanya lembaga keuangan syari'ah. Lembaga keuangan syari'ah baik bank maupun non bank yang bersifat syari'ah saat ini adalah langkah yang sangat efektif guna memajukan perekonomian Indonesia (Muntaqo, 2019:4).

Negara yang mempunyai suatu bank adalah negara yang sangat beruntung karena bank menjadi lembaga yang sangat strategis dan memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan perekonomian negara tersebut. Di negara berkembang kebutuhan masyarakat terhadap adanya lembaga keuangan syari'ah tidak hanya tentang penyimpanan dana dan penyaluran dana, melainkan juga tentang pelayanan produk dan jasa. Tidak sembarangan lembaga keuangan yang mereka pilih tapi melainkan yang berlabel syari'ah. Lembaga keuangan syari'ah negarabaik bersifat bank maupun non bank adalah yang dijalankan berdasarkan ajaran syari'ah Islam (Ismail, 2011:30)

Ajaran yang didalamnya terkandung ajaran Islam yakni aqidah, akhlak dan syari'ah (Ahmad, 2015:01). Tidak hanya sekedar ajaran-ajaran belaka namun sekaligus praktik yang dilakukan setiap harinya. Bisnis dalam al-Qur'an mencari keuntungan belaka saja, melainkan juga bersifat material dan immaterial. Pada hakikatnya tidak hanya mengandung material belaka. Lembaga keuangan syari'ah yang notabene adalah menganut penuh tentang prinsip Islami haruslah sama dalam segi visi dan misinya guna mendapatkan pandangan dan respon yang positif dari masyarakat. Seperti halnya tidak adanya riba, gharar ataupun maisir, karena itu bukanlah sifat dari lembaga keuangan syari'ah. Lembaga keuangan syari'ah baik bank maupun non bank, unit usaha syari'ah (UUS), koperasi unit syari'ah (KUS) pula menganut Al-Qur'an dan hadits dan tetap berpedoman dan beretika sesuai kaidah Islam.

Menurut K.Bertens memberikan tiga pengertian tentang etika, Pertama, etika digunakan dalam pengertian nilai-nilai dan norma moral sebagai dasar pegangan bagi seseorang atau sekelompok organisasi dalam mengatur roda organisasinya. Kedua, etika merupakan sekumpulan asas ataupun nilai-nilai moral atau juga bisa disebut kode etik. Ketiga, etika sebagai tentang baik dan buruk. Menurut madjid fachri, etika ialah sebuah gambaran ataupun sudut pandang yang rasional yang mengenai hakikat dan dasar perbuatan dan keputusan yang benar serta prinsip-prinsip yang benar, serta prinsip-prinsip yang mengklaim suatu perbuatan ataupun tindakan moral baik yang diperintah maupun yang dilarang oleh agama Islam (Bertnes, 2012:34).

Tentang masalah etnis dalam berbagai bidang ekonomi dan bisnis sudah banyak yang meneliti dari banyak pakar ahli termasuk mereka yang mempunyai minat dalam bidang ekonomi dan bisnis. Adapun dalam penggunaan yang lumrah dalam penggunaan istilah, di Indonesia mengenai masalah-masalah etis dalam bidang ekonomi dan bisnis sudah akrab dengan nama “etika bisnis”, dalam istilah bahasa Inggris yang sering digunakan yaitu istilah “*Bussines Ethnics*”. Tidak hanya itu saja dalam bahas Negara lain khususnya dalam bahasa Belanda yaitu sering memakai istilah “*bedrijsethiek*” (etika perusahaan) dan dalam bahasa Jerman disebut dengan istilah “*unternehmensethik*” (etika usaha), tak jarang pula memakai istilah corporate ethics (etika korporasi) variasi lain adalah “ etika ekonomis” atau “etika ekonomi”. Selain itu pula juga ditemukan juga istilah *management ethics* (etika manajemen). Dengan demikian, semua nama ini merujuk pada studi aspek-aspek moral dari kegiatan ekonomi dan bisnis (Bertnes, 2012:36).

Titik utama etika Islam adalah menentukan kebebasan manusia dalam bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaan terhadap kemahakuasaan Tuhan. Hanya kebebasan disini tidak bersifat mutlak dalam artian, kebebasan yang terbatas. Jika manusia memiliki kebebasan secara mutlak, maka manusia bisa dibilang, manusia telah menyaingi kemahakuasaan Allah selaku Pencipta alam semesta dan makhlukNya, tanpa terkecuali manusia sendiri. Dengan demikian sangat tidak mungkin (mustahil). Dalam skema etika Islam manusia adalah pusat (*central*) ciptaan Allah (Nawab Syed, 2003:35). Bisnis sebuah bagian dari syarat untuk meraih keberkahan yaitu harus memperhatikan prinsip etika yang telah digariskan dalam Islam salah satu diantaranya yaitu jujur. Jujur dalam segi takaran (*quantity*), jujur dalam segi takaran adalah hal yang paling urgen atau yang paling dominan, karena Allah sendiri telah secara gamblang berfirman:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١٠١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿١٠٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ



Artinya : “Celakalah bagi orang yang curang. Apanila mereka menyukat dari orang lain (untuk dirinya), dipenuhkannya (sukatanya). Tetapi apabila ia menyukat (untuk orang lain) atau untuk menimbang (untuk orang lain) dikurangnya.”(QS. Al-Mutaffifin, 83:1-3).

Masalah kejujuran tidak hanya kunci utama sukses seorang pebisnis, pebisnis modern juga menerapkan etika dalam bisnisnya. William C. Byham mengatakan:“*business ethics build trust, and trust is the basic of modern business. If we accept the view arqued for earlier, that there are not two moralities one for individuals one for business but a common moral framework for judging both individual and corporate activities than we can gain some guidance for business by looking at what philosophers have seen as the morally good life*”. Makna pernyataan Byham ini adalah bahwa etika bisnis sangatlah penting untuk membangun sebuah kepercayaan dasar daripada bisnis itu sendiri. Dalam bisnis untuk membangun sebuah kepercayaan seorang pedagang misalnya, mereka harus mampu berkata jujur, berbuat adil, baik untuk dirinya maupun untuk orang lain. Kejujuran ini harus direalisasikan antara lain dalam praktik yang tidak membedakan antara kepentingan pribadi (penjual) maupun orang lain (pembeli). Dengan adanya sikap jujur sebuah ikatan kepercayaan antara penjual dan pembeli akan tercipta dengan sangat erat mengenai hal ini bisa disimak dalam substansi firman Allah SWT:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۗ وَأَوْفُوا بِالْعَيْلِ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۗ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۗ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۗ ذَٰلِكُمْ وَصَّيْنَاكُمْ

بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٧٢﴾

Artinya:“ Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil kendatipun dia adalah kerabat (mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu

diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat” (al-Qur’an, S.al-An’am, 6;152)

Memenuhi janji Allah itu adalah agar seluruh manusia memenuhi (mentaati) segala ajaran-ajaran-Nya. Sebagai contohnya ialah dalam urusan bisnis, penjual dilarang mencuri timbangan yang bisa merugikan, sekaligus berbuat adil dan tidak jujur kepada orang lain. Oleh karenanya dengan perbuatan itu Allah mengancam dengan siksa neraka kelak dikemudian hari yang jelas sudah tersurat dalam firman Allah sebelumnya. Mengingat begitu pentingnya lembaga keuangan syari’ah menerapkan sistematika pelayanan yang berkualitas yang mengacu pada ajaran syari’ah dan etika bisnis Islam.

USPPS hadir untuk menjawab permasalahan tersebut, tidak hanya demikian USPPS juga hadir ditengah masyarakat untuk membantu dan berpartisipasi lebih mengingat masih minimnya lembaga keuangan yang berbasis syari’ah. USPPS yang berada di tengah masyarakat Blokagung sangat disambut hangat oleh warga sekitar dan khususnya santri pondok pesantren Darussalam. Maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang hal tersebut dan mengangkat sebuah judul Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pemasaran Produk dan Layanan Di USPPS Ausath Blokagung kecamatan Tegalsari kabupaten Banyuwangi.

LANDASAN TEORI

2.1 Teori-Teori Yang Berkaitan Dengan Penelitian

2.1.1 Etika Bisnis Islam

Asal muasal kata etika berasal dari bahasa Yunani, yaitu kata *ethos* yang berarti kebiasaan atau karakter. Etika juga diartikan *the distinguishing character, sentiment, moral nature or guiding beliefs of a person, group or institution*. (Badroen, 2006:7). Menurut Bertens, etika mempunyai tiga pengertian. Pertama, nilai atau norma yang dijadikan pegangan dalam mengatur tingkah laku seseorang atau kelompok. Kedua, asas (nilai/moral) atau kode etika. Ketiga, ilmu yang membahas baik buruknya perilaku seseorang. Al-Quran mengungkapkan bahwa istilah yang berhubungan dengan etika adalah *akhlāq* (tabiat). Selain itu, etika juga dikaitkan dengan kebaikan, seperti *khayr* (kebaikan), *birr* (kebajikan), *qisṭ* (kesamaan), dan lain-lain. Oleh karena itu, etika dipandang sebagai apa yang baik dan apa yang buruk, serta berkaitan dengan hak dan kewajiban moral (*akhlāq*) (Muhammad, 2004:10).

Etika adalah kaidah atau seperangkat prinsip yang mengatur tingkah laku

manusia, yang merupakan bagian dari Filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang norma dan moralitas (Rivai, Nuruddin, 2012:85) Menurut Hughes dan Kapoor, bisnis menurut sudut pandangnya ialah kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan laba atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan hidup (kuat ismanto 2009:12). Etika bisnis Islam adalah suatu proses dan juga upaya untuk mengetahui hal-hal benar dan yang salah selanjutnya tentu melaksanakan agar hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang terkait dengan tuntutan perusahaan. Mempelajari moral kebijaksanaan organisasi, konsep dasar dan standar untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku yang tanggung jawab dan bermoral. Yang demikian etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang bersangkutan dengan kegiatan bisnis (Abdul Aziz, 2013:35). Banyak orang tidak sependapat terhadap perlunya etika bisnis bagi sebuah perusahaan karena didalam visi-misi suatu perusahaan siapapun yang bersangkutan dalam mengatur tata kelola sebuah perusahaan, adalah tidak mewakili kepentingan sebuah lembaga ataupun masyarakat, melainkan kepentingan pribadinya sendiri, untuk mendapatkan upah gaji atau pendapatan yang sesuai dengan harapan dan mewakili kepentingan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dan secara terus menerus. Alasan yang mendasar dalam kerja tim yang berhasil adalah mereka yang mempunyai tingkah yang baik. Pemimpin yang adil, jujur, amanah, cerdas dan bijaksana menjadi panutan dalam organisasi apapun, tidak terkecuali organisasi organisasi dalam sebuah bisnis. Demikian pula pada karyawan yang jujur, ulet, berkomitmen, komunikatif mampu kerjatim dan cukup cekatan menjadi prioritas persyaratan utama dalam mencapai sukses dalam kerjatim (Aedy, 2011:7). Karakteristik standar etika bisnis Islam.

1. Harus memperhatikan tingkah laku dan konsekuensi serius untuk kesejahteraan sesama manusia.
2. Perlu memperhatikan validitas yang cukup tinggi dari bantuan atau keadilan. Etika secara konsisten dan konsekuen setia pada prinsip prinsip kebenaran, keadaban, bermartabat.
3. Tujuan utama bisnis tidak untuk profit saja, tapi perlu mempertimbangkan nilai-nilai manusiawi, apabila tidak akan mengorbankan hidup banyak orang khususnya orang sekitar. Bisnis dijalankan diantara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya, maka dari itu perlu etika sebagai barometer dan orientasi bagi pengambilan keputusan,

kegiatan, dan adab manusia dalam berhubungan (bisnis) satu dengan yang lainnya (Abdul Aziz, 2013:35)

2.1.2 Prinsip Etika Bisnis Islam.

1. Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Tauhid merupakan konsep yang paling dasar, sebab konsep yang pertama adalah dasar pelaksanaan segala aspek aktivitas baik yang menyangkut ubaidah/ibadah mahdah (seperti sholat, zikir, shiam, tilawat- al Qur'an dsb), mu'amalah (termasuk ekonomi), musyarakah hingga akhlak. Tauhid mengandung penerapan bahwa alam semesta diciptakan oleh Allah yang maha kuasa, yang Esa dan sekaligus pemilik mutlak alam semesta ini. Segala sesuatu yang diciptakan mempunyai satu tujuan. Tujuan inilah yang memberikan makna dari setiap eksistensi alam semesta yang dimana manusia adalah salah satu bagian di dalamnya.

2. Keseimbangan (*Keadilan/Equilibrium*)

Keadilan diaplikasikan disemua wilayah kegiatan/aktivitas manusia, baik bidang hukum, sosial, politik maupun ekonomi. Sebenarnya system ekonomi Islam didasarkan pada prinsip keadilan ini. Yang meliputi seluruh aspek dasar perekonomian seperti produksi, distribusi, dan pertukaran. Prinsip Islam menjamin bahwa tak seorangpun akan dieksploitasi oleh pihak lain atau orang lain dan bahwa tak seorangpun dapat memperoleh kekayaan secara tidak jujur, tidak adil, ilegal dan curang. Para pemeluk agama Islam hanya diizinkan untuk mendapatkan sebuah kekayaan melalui cara yang adil dan jujur (Muhammad Sharif Chaudhry 2012:45).

3. Kebenaran kebajikan dan kejujuran

Terkait hal kebenaran dan kejujuran sangat diperlukan dan sangat membantu untuk kemajuan bisnis dalam jangka pendek maupun panjang (Buchari Alma, Doni Juni Priansa, 2014:386). Kebenaran merupakan nilai yang diajarkan dalam ajaran Islam. Dalam Al-Qu'ran aksioma kebenaran yang didalamnya mengandung kebajikan dan kejujuran dapat ditegaskan atas keharusan memenuhi perjanjian dalam menjalankan bisnis. Dalam konteks etika bisnis yang diperoleh. Kebajikan merupakan sikap ikhsan, yang merupakan sebuah tindakan yang memberikan gambaran keuntungan bagi diri pribadi maupun orang lain. Dalam prespektif Islam sikap ini sangat dianjurkan, sedangkan kejujuran dipandang sebagai suatu nilai unggul dan harus dimiliki oleh seluruh masyarakat karena menjadi corak nilai manusia yang berakar.

Dalam Al-Qur'an sendiri bukan memperlihatkan proses. Al-Qur'an menekankan adanya kebenaran suatu profesi (pebisnis) yang dilandasi oleh kebaikan dan kejujuran. Dalam aksioma-aksioma kebenaran ini maka etika pelaku bisnis dalam Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan penyalahgunaan sebagai pelakor bisnis. Penerapan kebajikan dalam etika bisnis, yaitu:

- a. Jika seseorang membutuhkan sesuatu, maka orang lain harus meberikannya dengan mengambil keuntungan yang sedikit mungkin. Jika sang pemberi melupakan keuntungannya, maka hal tesebut lebih baik baginya.
- b. Jika seseorang membeli sesuatu dari orang miskin, akan lebih baik untuk kehilangan sedikit uang dengan membayarnya lebih dari harga yang sebenarnya. Tindakan ini akan memberikan akibat yang mulia, dan tindakan yang sebaiknya cenderung akan memberikan hasil yang juga berlawanan bukan suatu hal yang patut dipuji untuk membayar orang kaya lebih dari apa yang seharusnya diterima manakala ia dikenal sebagai orang lebih suka mencari keuntungan yang lebih tinggi.
- c. Mengabulkan hak kewajiban pembayaran dan pinjaman seseorang harus bertindak secara bijaksana dengan memberi waktu yang lebih banyak kepada sang peminjam untuk membayar hutangnya, dan jika diperlukan, seseorang harus membuat pengurangan peminjaman untuk meringankan beban sang peminjam.
- d. Sudah sepatutnya bahwa mereka ingin mengembalikan sebuah barang yang telah dibeli seharusnya diperbolehkan untuk melakukan demi kebajikan.
- e. Merupakan tindakan yang sangat baik bagi sang peminjam jika mereka membayar hutangnya tanpa harus terus meminta, dan jika bisa jauh jauh hari sebelum jatuh waktu pembayarannya.
- f. Ketika menjual barang secara kredit seseorang harus cukup bermurah hati, tidak memaksa seseorang membayar ketika orang tidak mampu membayar dalam waktu tertentu (Khoiruddin, 2015:58).

4. Prinsip Kehendak Bebas / Kebebasan

Kebebasan berarti bahwa seorang individu telah diberi kebebasan oleh Allah untuk mencari harta, memilikinya, menikmatinya serta membelanjakannya sesuai dengan kemauannya. Prinsip itu juga bermakna kebebasan untuk memilih profesi bisnis maupun lapangan kerja dalam mencari nafkah. Namun Islam tidak memberi kebebasan tak terbatas dalam garis ekonomi, sebagaimana yang telah disampaikan

diatas, Islam membedakan antara halal dan haram. Di bidang produksi, distribusi, pertukaran dan konsumsi, hanya yang halal saja yang diperbolehkan. Dengan selalu memerhatikan aturan yang halal dan haram, seorang individu mendapat kebebasan penuh untuk mencari dan membelanjakan barang sekehendaknya (Muhammad Sharif Chaudhry 2012:44). Namun kebebasan tersebut tidaklah mutlak, melainkan terbatas, karna dalam skema etika bisnis Islam manusia adalah pusat ciptaan tuhan (Muhammad Djakfar 2012:20-22).

5. Tanggung Jawab

Tanggung jawab seorang pemimpin dilakukan dengan penuh sukarela tanpa pemaksaan. Jika konsep ini dilakukan dalam sebuah bisnis maka wirausaha muslim akan berbisnis dengan cara yang halal, di mana cara pengelolaan dilakukan dengan cara-cara yang benar, adil dan adanya manfaat sosial berupa manfaat optimal bagi semua elemen masyarakat yang menikmati dan terlihat dalam kegiatan bisnis yang dilakukan. Penerapan perilaku ini tidakakan membawa kerugian bagi pihak lain (Hamdi Agustin, 2017:10).

2.1.3 Dalil Etika Bisnis Islam

Sebagaimana telah ditetapkan dalam Al-Qur‘an Al-Baqarah ayat 275:

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

*Artinya: orang-orang yang memakan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhan, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.*²⁷ (QS. Al-Baqarah: 275)

Islam menetapkan aktivitas perdagangan dalam posisi yang amat strategis di tengah kegiatan manusia mencari rezeki dan penghidupan oleh karna itu sangat penting adanya etika dalam perdagangan tersebut. Etika yang ditetapkan dalam kegiatan bisnis tentunya akan selaras dengan prinsip moralitas. Salah satu akhlak dalam yang baik dalam etika bisnis Islam adalah kejujuran sebagaimana dalam Al-Qur'an:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakannlah perkataan yang benar" (QS. Al-Ahzab: 70).

Sebagian dari mereka dari makna kejujuran adalah seorang pengusaha senantiasa terbuka dan transparan dalam jual belinya. Akhlak lain adalah amanah, Islam menginginkan seorang pebisnis muslim mempunyai hati yang tanggap, dengan menjaga dengan memenuhi hak-hak Allah dan manusia, serta menjaga muamalah nya dari unsur yang melampaui batas atau sia-sia (Ahmad Syahrizal 2018:30). Seorang pebisnis muslim juga dituntut untuk berlaku amanah dalam menjalankan usaha sehingga ia tidak akan mendzholimi kepercayaan yang diberikan kepadanya. Sebagaimana anjuran di dalam Al-Qur'an Surat Al-Anfal ayat 27:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا ءَامَنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian mengkhianati Allah dan Rasul, dan janganlah kalian mengkhianati amanah-amanah yang dipercayakan kepada kalian".(Q.S. Al-Anfal:27) 28 AL-Ahzab. (33): (70) 29

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Menurut pengertian yang paling dasar, mempunyai makna *"the buying and selling of goods and services."* Bisnis berlangsung karena adanya saling keterkaitan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standard kualitas hidup dan masih banyak lagi. Bisnis juga bisa diartikan dengan suatu kegiatan usaha baik individual ataupun perorangan (lembaga) untuk menghasilkan dan menjual barang ataupun jasa guna mendapatkan keuntungan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Yunia Fauzia, 2017:03).

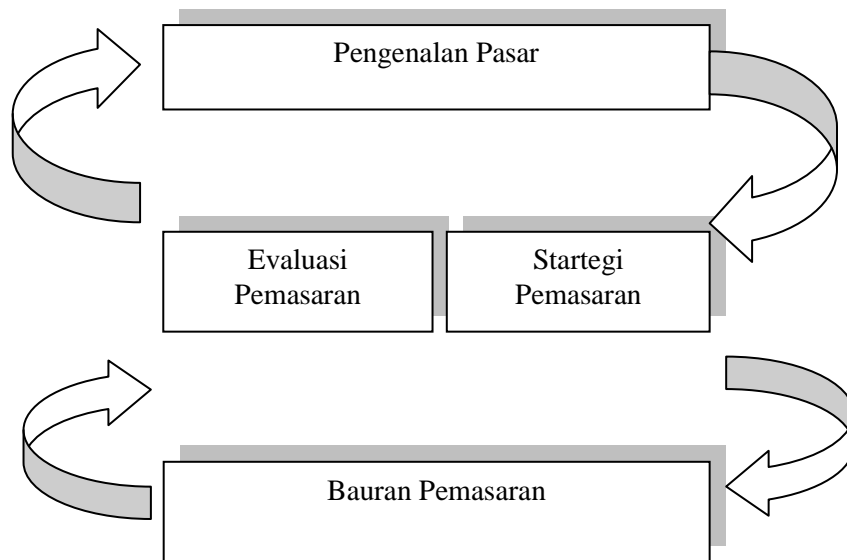
2.1.4 Pemasaran

Suatu proses sosial dan manajerial yang terdapat seorang individu ataupun sekelompok bisa mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan beberapa pihak lain (Philip Kotler, 2000:7).

Sedangkan secara spesifik menurut pemasaran bagi sebuah lembaga keuangan/jasa adalah:

1. Mengidentifikasi pasar yang paling menguntungkan pada masa sekarang dan di masa yang akan datang
2. Menilai kebutuhan para nasabah/anggota pada masa saat ini maupun untuk kedepan.
3. Menciptakan sasaran pengembangan bisnis dan membuat rencana untuk mencapai suatu target.
4. Promosi untuk mencapai sasaran (Muhammad 2011:226)
5. Sementara menurut Solati Siregar mengatakan bahwa: pemasaran lembaga keuangan ataupun jasa keuangan adalah usaha untuk menciptakan dan melayani permintaan pasar/nasabah sehingga mendapatkan keinginan bagi sebuah lembaga keuangan dan masyarakat. Untuk mendapatkan suatu target yang sangat baik haruslah sesuai dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:
 - a. Pengenalan pasar, ialah sebuah usaha untuk mengetahui sebuah potensi seorang pembeli/konsumen dan mengetahui kebutuhannya.
 - b. Strategi pemasaran, merupakan sebuah tindak lanjut dari pengenalan pasar, yang menyangkut teknik ataupun yang disebut dengan strategi yang akan diaplikasikan dalam pemasaran.
 - c. Bauran pemasaran, adalah alat yang bisa digunakan dalam menjalankan strategi yang telah dipilih. Dalam metode bauran pemasaran ini akan ditentukan bagaimana unsur-unsur produk, harga, lokasi/sistem distribusi dan promosi yang telah disatukan menjadi sebuah kesatuan sehingga sesuai keinginan konsumen.
 - d. Evaluasi, harus dilakukan untuk mengetahui sampai mana pemasaran yang sudah dijalankan dan apakah ada perbaikan yang terjadi dalam suatu usaha yang sudah dilakukan.

Secara *simple* mengenali pasar adalah melihat, mengikuti perkembangan pasar, membandingkan dengan produk sendiri adapun gambar komponen dalam analisis data (*interactive model*) sebagai berikut:



Gambar 2.1 Komponen dalam Analisis Data (*interactive model*)

(Sumber: Sugiyono.2021. 134)

Selanjutnya langkah-langkah ini yang akan dijadikan langkah kedepannya untuk penyusunan startegi pemasaran. Tujuan dan pengenalan pasar sebagai berikut:

- 1) Mengetahui siapa dan apa yang dibutuhkan dan diinginkan para calon pembeli terhadap produk yang sedang kita tawarkan.
- 2) Tahu karakteristik, sifat dan medan pasar.
- 3) Mengetahui syarat-syarat khusus yang dikehendaki oleh pasar.
- 4) Menjamin penjualan suatu produk yang dibutuhkan dan diinginkan oleh para konsumen.
- 5) Sebagai dasar dalam penetapan tujuan beserta target yang akan kita capai.
- 6) Sebagai dasar penentuan startegi pemasaran yang sangat efektif bagi bank syari'ah (Muhammad, 2011:227).

2.1.5 Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Sementara dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan sebagai hal, cara, atau hasil pekerjaan melayani, sedangkan melayani adalah menyuguhi (orang) dengan makanan, minuman, menyediakan keperluan orang, mengiyakan, menerima dan menggunakan (sampara,

2007:5). Moenir mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat dikur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan Sinambela, agar hasil akhir memuaskan pada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan (Moenir, 2006:27).

Berdasarkan beberapa teori diatas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan atau proses yang berlangsung secara berkesinambungan atau terus menerus dalam interaksi antara seseorang dengan orang lain dan menyediakan kepuasan pelanggan. Dalam rangka menjaga dan meningkatkan kepercayaan pelanggan, setiap pengusaha perlu menjaga citra positif produk dan perusahaan dimata pelanggannya atau masyarakat umumnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan jaminan keamanan. Tanpa citra yang positif, kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif. Menurut kasmir bahwa untuk meningkatkan citra perusahaan, wirausahawan perlu menyiapkan sumber daya manusia (karyawan) yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Karyawan yang diharapkan dapat melayan keinginan dan kebutuhan pelanggan kita disebut *customer service* (CS) atau ada juga yang menyebutnya *service assistance* (SA) (Kasmir, 2008:275). Berdasarkan pendapat di atas, dapat dijelaskan bahwa pelayanan sangat memegang peranan penting dalam membangun citra positif bagi sebuah perusahaan khususnya yang berkaitan dengan pelayanan jasa. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka akan memberikan dampak positif bagi kemajuan perusahaan itu sendiri(Philip Kotler, 2005:26) Sebagaiman dikemukakan oleh Kotker bahwa ada enam pendekatan untuk meningkatkan pelayanan yakni sebagai berikut:

1. Mengharuskan para penyedia jasa bekerja lebih keras dengan keaslian yang lebih tinggi. Bekerja lebih bukanlah merupakan pemecahan yang tepat, tetapi bekerja dengan keaslian yang tinggi, yang akan dapat dilakukan melalui prosedur, seleksi dan pelatihan yang baik.
2. Meningkatkan pelayanan dengan melepaskan beberapa mutu.
3. Mengindustrialisasikan pelayanan dengan menambah peralatan dan melakukan standar isasi produksi.
4. Mengurangi pelayanan dengan melakukan suatu pemecahan produk.
5. Mendisain pelayanan Iyang lebih efektif.

6. Memberikan konsumen insentif dengan menukarkan pekerjaan yang biasa dilakukan oleh karyawan perusahaan untuk dikerjakan sendiri. Untuk menarik pelanggan dan mempertahankan langganan lama, suatu perusahaan harus mengadakan pelayanan dengan baik dan teratur. Hal tersebut perlu dilakukan oleh suatu perusahaan, karena sikap pelanggan adalah dinamis jika ia menyukai barang atau jasa dari suatu perusahaan dan berhak menentukan pilihan yang cocok bagi mereka, budaya pelayanan yang harus dikembangkan dalam setiap organisasi harus meliputi dua tingkatan, yaitu:
 - a. Pelayanan yang harus diperhatikan Keandalan (*Reability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangibles*).
 - b. Nilai-nilai dasar yang harus dimiliki setiap anggota ialah:
 - 1) Nilai kejujuran (*Honesty*), hal ini tidak terbatas kebenaran dalam melakukan tugas, tetapi mencakup cara terbaik dalam melakukan bisnis.
 - 2) Tanggap atau hormat (*Respect*), rasa hormat dibutuhkan dalam interaksi diantara stock holder (konsumen, karyawan, pemasok dan dengan mitra (bisnis).
 - 3) Nilai kegembiraan (*Happines*), ini harus dimiliki oleh para pegawai dengan harapan kegembiraan yang dimiliki para pegawai tersebut akan menimbulkan pelayanan yang memuaskan.
 - 4) Nilai kerjasama (*Teamwork*), merupakan aktivitas yang bertujuan untuk membangun kekuatan-kekuatan atau sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing anggota.
 - 5) Nilai kemauan (*Willingness*), disini menunjuk kepada kemauan dan kerelaan untuk melakukan tugas dan tanggung jawab dalam kerangka pemikiran untuk memuaskan konsumen (Burhanuddin Abdullah, 2006:48-151).

2.1.6 Dasar-dasar Pelayanan

Suatu pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap karyawan telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut ini akan dijelaskan dasardasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang karyawan, yaitu:

1. Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih Disini karyawan harus mengenakan busana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan juga harus berpakaian necis tidak kumal, terkesan pakaian yang digunakan benar-benar memikat konsumen. Gunakan pakaian seragam jika petugas telah diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang telah ditetapkan.
2. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum Karyawan harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah karyawan haruslah murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.
3. Menyapa dengan lemah lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal. Pada saat nasabah atau pelanggan datang karyawan harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu, apa yang dapat kami bantu.
4. Tenang, sopan, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumen.
5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar Dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.
6. Jangan menyela atau memotong pembicaraan Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah. Kalau terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat.
7. Mampu mnyakinkan pelanggan atau nasabah serta memberikan kepuasan. Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu menyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal.
8. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan. Artinya jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh karyawan, maka harus meminta bantuan petugas lain yang mampu. Adapun

larangan dalam memberikan pelayanan secara umum dilakukan oleh berbagai perusahaan antara lain:

- a. Dilarang berpakaian sembarangan.
- b. Dilarang melayani konsumen atau tamu sambil makan.
- c. Dilarang melayani konsumen atau tamu sambil mengobrol.
- d. Dilarang menampakkan wajah yang tidak menyenangkan.
- e. Dilarang berdebat atau menyanggah.
- f. Dilarang meninggalkan nasabah.
- g. Dilarang berbicara terlalu keras atau lemah.
- h. Dilarang keras meminta imbalan atau janji-janji.

2.1.7 Lembaga Keuangan Bukan Bank

Nurastuti (2011:53) mengatakan, lembaga keuangan bukan bank merupakan suatu badan usaha yang dimana kekayaannya, yang berupa aset keuangan atau tagihan di bandingkan *asset non financial* atau *asset riil*. Lembaga keuangan bukan bank dalam prakteknya yang bersifat kontraktual yang mempunyai suatu fungsi guna menaikan dana dari pihak masyarakat dengan menawarkan kontrak untuk memproteksi penabung terhadap resiko ketidakjelasan, dan memobilisasikan sumber keuangan dalam negeri untuk membiayai pembangunan (Ekaningsih Dkk, 2016:5).

Lembaga keuangan bukan bank dalam prinsipnya ada dua bagian yaitu konvensional dan syariah. Lembaga keuangan yang bersifat konvensional dalam praktek *realnya*, dalam penghimpunan dan pembiayaannya lebih memakai sistem bunga. Lain hanya dengan lembaga keuangan Islam, dalam praktek *realnya* lebih condong memakai sistem syariah yang menjauhi praktek *riba*, perjudian dan ketidakpastian (Ekaningsih Dkk, 2016:6).

Fungsi utama lembaga keuangan bukan bank bagi aparat pemerintah menurut Narastuti dalam bukunya Ekaningsih Dkk (2016:5) sebagai berikut:

1. Meningkatkan akses terhadap jasa keuangan
 - a. Perusahaan yang beroperasi dalam pembiayaan mempunyai tujuan guna untuk meningkatkan alternatif sumber pembiayaan bagi UKM.
 - b. Perusahaan modal ventura bertujuan untuk mendukung tumbuh dan kembangnya kewiraswastaan dan selanjutnya lapangan pekerjaan.

- c. Dana pensiun dan asuransi mempunyai tujuan menawarkan produk guna mengelola risiko untuk perusahaan dan perorangan.
- d. Peminimalisiran biaya guna untuk mendapatkan jasa keuangan
- e. Meningkatkan persaingan antar penyedia jasa keuangan agar produk dan jasa mereka lebih efisien melalui biaya yang lebih minim.
- f. Meningkatkan daya stabilitas sistem keuangan berdayaguna untuk pertumbuhan ekonomi dan pengurangan kemiskinan.
- g. Lembaga keuangan bukan bank merupakan suatu bagian yang sangat penting dari pembangunan dibidang sektor keuangan yang lebih beraneka ragam.
- h. Membantu dalam meminimalisir akan terjadinya krisis dimasa yang akan mendatang.

Mengenai jenis-jenis lembaga keuangan bukan bank Nurastuti (2011:55) menerangkan sebagai berikut: asuransi, dana pensiun, leasing dan gadai. Ekaningsih Dkk (2016:7) lembaga keuangan bukan bank yang ada di Indonesia secara operasionalnya menggunakan prinsip syariah antara lain: Asuransi Syariah, *Baitul Mal Wat Tamwil*, Reksadana Syariah, Pasar Modal Syariaiah, Koperasi Syariah, Lembaga Zakat, Penggadaian Syariah, Infaq, Unit Usaha Syari'ah, Wakaf dan Shodaqoh.

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

1. Syaeful Bakhri, Leliya dan Latip Purnama (2018) “Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran *Home Industri* Tahu Sari Rasa. Metode kualitatif hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu perusahaan ini telah menerapkan etika bisnis islam yaitu prinsip tauhid, adil, tolong menolong dan tidak menyembunyikan cacat.
2. Abdul Hamid, Muhammad Kamal Zubair (2019) “*Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syari'ah (studi kasus KC BNI Syari'ah dan BTN Syari'ah Parepare)*”. Menggunakan metode pendekatan kualitatif, dari penelitian ini diperoleh kesimpulan yaitu bank syari'ah parepare sepenuhnya mengimplementasikan konsep etika bisnis Islam kepada para tenaga pemasarnya. Dalam praktiknya kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh bank syari'ah parepare mengusung konsep yang sangat sederhana yaitu keadilan dan kejujuran dengan demikian bank sayri'ah parepare mempunyai tenaga pemasararan yang berkualitas dan berbasis etika Islam.
3. Junia Farma Dan Khairil Umuri (2020) “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Promosi Produk Asuransi Takaful (Studi Kasus PT Asusransi Takaful)”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berupa lapangan. PT Asuransi Takaful telah dirancang sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu prinsip tauhid, adl, ikhtiyar, fard dan ihsan. Walaupun promise diyakini memberika keputusan bagi pembeli namun penerapan etika bisnis Islam dalam promosi diyakini akan berdampak positif bagi perusahaan dikemudian hari.

4. Puguh Kurniawan (2020) “Etika Bisnis Islam Terhadap Penimbun Barang Akibat Covid-19 (Studi Kasus Kepada Masyarakat Penimbun Barang Di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati Provinsi Jawa Tengah)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa masyarakat sekitar tidak menerapkan etika bisnis islam seperti prinsip kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaran, pengetahuan dan keadilan hal ini ditunjukkan dengan mereka tetap menimbun barang dikala musim pandemi covid-19.
5. Mohammad Anas, Sumari Mawari Dan Munif Mun'im (2021) “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Marketing Toko Ausath Mart Putra Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, kesimpulannya bahwa benar-benar menerapkan etika bisnis Islam yang dimana menggunakan prinsip shidiq, amanah, tabligh, dan fatanah.

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini ialah menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau ucapan dan tingkahlaku atupun aktifitas yang diamati. Penelitian dengan deskriptif kualitatif ini bertujuan tidak lain yaitu untuk mendeskrisikan hal apa saja yang sedang berlaku. Berdasarkan urain diatas peneliti beranggapan bahwa metode ini sangat tepat karena peneliti ini sebuah jawaban dari subjek penelitian yang berupa sebuah jawaban yang sangat detail berupa deskripsi, catatan analisis dan interprestasi dari keadaan sekarang. Dalam penelitian ini, peneliti ingin lebih dalam mengkaji diobjek USPPS Blokagung Kabupaten Banyuwangi.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 1 April sampai 28 Juli 2021, tempat penelitian yaitu di USPPS Ausath Blokagung Kabupaten Banyuwangi.

3.3 Informan

Informan ialah seseorang yang memberikan suatu informasi tentang kondisi sebuah latar penelitian (Sugiono, 2016:85). Teknik yang digunakan yaitu *purposive sampling*, yaitu didasarkan atas tujuan tertentu (Sugiyono, 2016:85). Informan dalam penelitian ini dibagi dua:

1. Informan utama terdiri dari satu manajer, dua karyawan USPPS Blokagung Kabupaten Banyuwangi.
2. Informan pendukung terdiri dari satu nasabah USPPS Blokagung Kabupaten Banyuwangi
3. Informan bapak Imam Khusnudin sebagai informan ahli.

3.4 Data dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini tergolong pada penelitian kualitatif. penelitian kualitatif sangat erat dengan faktor yang bersifat kontekstual dan statistik, sehingga diharapkan peneliti bisa mendapatkan berbagai macam informasi dari berbagai informan (Moleong, 2018:157)

3.4.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer ialah suatu data yang didapatkan dan digali langsung dari subyek pertama (Moleong, 2018:157). Penelitian ini mendapatkan data secara langsung dari karyawan manajer USPPS, karyawan dan nasabah melalui wawancara via online (wa, telpon,) dan offline.

2. Data sekunder

Data sekunder ialah data yang didapatkan melalui buku bacaan, hasil penelitian, data statistik, jurnal, skripsi dan lain sebagainya yang bisa mendukung data primer (Moleong, 2018:159). Sumber data sekunder peneliti berasal dari berbagai macam buku teori, penelitian terdahulu, dan berbagai jurnal ataupun referensi yang masih terkait dengan etika bisnis islam dan pemasaran produk dan layanan.

3.5 Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu awal yang memang harus ditempuh dalam sebuah penelitian. Pada hakikat sebuah penelitian adalah mengumpulkan data yang riil secara objektif (Moleong, 2018:163).

1. Observasi

Observasi ialah suatu kegiatan yang dilakukan melalui pancaindra, bisa dengan penglihatan, penciuman, pendengaran untuk mendapatkan sebuah informasi yang akan digunakan untuk menjawab sebuah masalah penelitian (Moleong, 2018:174). Hasil observasi bisa berupa aktivitas-aktivitas tertentu, kejadian, peristiwa, objek, kondisi ataupun suasana tertentu dan perasaan emosional. Observasi yang dilakukan peneliti dilakukan di USPPS Ausath Blokagung dengan mengamati keadaan seorang informan saat melayani para nasabah.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses sebuah interaksi dan komunikasi yang digunakan untuk mendapatkan sebuah informasi yang diperlukan untuk penelitian. Didalam sebuah wawancara terjadi hubungan kontak langsung antara dua orang atau lebih yang diman keduanya berprilaku sesuai dengan perannya (Moleong, 2018:186). Metode wawancara ini digunakan untuk mendapatkan suatu informasi dari seorang karyawan di USPPS Ausath Blokagung dengan para nasabah tentang etika bisnis islam dalam pemasaran produk dan layan

3. Dokumentasi

Dokumentasi disini yaitu berupa surat-surat, catatan harian, laporan, panca indra dan lain sebagainya (Moleong, 2018:176). Dokumentasi ini berasal dari objek lapangan di USPPS Ausath Blokagung dalam bentuk gambar dan doumentasi.

3.6 Keabsahan Data

Menentukan keabsyahan data (*trustworthinees*) analisis deskriptif diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan berdasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Dalam sebuah penelitian dibutuhkan sebuah alat untuk mengecek keabsahan data. Didalam penelitian ini teknik keabsahan data menggunakan triangulasi. Triangulasi ialah teknik pemeriksaan keabsaan data yang memanfaatkan sesuatu yang satu dengan sesuatu yang lain (Moleong, 2018:330). Triangulasi terbagi menjadi empat macam yaitu: triangulasi dengan sumber, metode, penyidik, dan teori (Denzin (1978), dalam Moleong (2018)).

1. Triangulasi dengan sumber

Membandingkan dan mengecek balik suatu drajat kepercayaan informasi yang didapat melalui waktu dan alat yang terdapat dalam penelitian kualitatif.

2. Triangulasi dengan metode

Merupakan sebuah pengecekan suatu drajat kepercayaan sebuah penemuan sebuah hasil penelitian dengan beberapa tekkn pengumpulan data dan suatu pengecekan drajat kepercayaan sumber-sumber dengan metode yang sama.

3. Triangulasi dengan penyidik

Triangulasi dengan penyidik dilakukan dengan jalan memanfaatkan seorang peneliti ataupun seorang pengamat lainnya untuk suatu pengecekan kembali drajat kepercayaan suatu data.

4. Triangulasi dengan teori

Merupakan suatu teori yang berdasarkan fakta yang tidak dapat diperiksa drajat kepercayaannya baik satu ataupun lebih. Penelitian ini menggunakan metode triangulasi yang berdasarkan sumber. Menurut Patton (1987) yang telah dikutip oleh Moleong (2018:330), berpendapat bahwa triangulasi dengan sumber ialah dengan sumber yang bearti membandingkan dan mengecek balik suatu drajat kepercayaan sebuah informasi yang didapat melalui waktu dan sebuah alat yang berbeda didalam sebuah penelitian kualitatif yang bisa dicapai dengan cara sebagai berikut.

- a. Membandingkan sebuah hasil pengamatan dengan sebuah hasil wawancara kepada karyawan dan nasabah USPPS Ausath Blokagung.
- b. Membandingkan pendapat karyawan satu dengan karyawan yang lain
- c. Membandingkan apa yang telah dikatakan oleh karyawan kepada para nasabah tentang etika bisnis islam yang telah dilakukan karyawan kepada para nasabah.
- d. Membandingkan pendapat dosen mata kuliah dengan pendapat karyawan dan nasabah
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan suatu dokumen yang masih terkait.

3.7 Alat Analisis Data

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data sedang berlangsung dan jika selesai pengumpulan data dalam kurun waktu tertentu (Sugiyono, 2016:246). Penelitian ini menggunakan analisis interaktif model. Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2016:246), memeberikan pengertian bahwa aktifitas dalam sebuah analisis data kualitatif yang dijalankan secara

interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai selesai. Sehingga data yang didapat sudah jenuh. Teknik-teknik interaksi model meliputi:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Mengumpulkan data pada penelitian kualitatif yaitu dengan cara mengumpulkan data dengan observasi, wawancara yang mendalam, dan dokumentasi ataupun gabungan ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data dilakukan tidak hanya sehari ataupun dua hari tapi sehari-hari bahkan berbulan-bulan hingga data yang terkumpulkan juga banyak.

2. Reduksi data (*Data Reduction*)

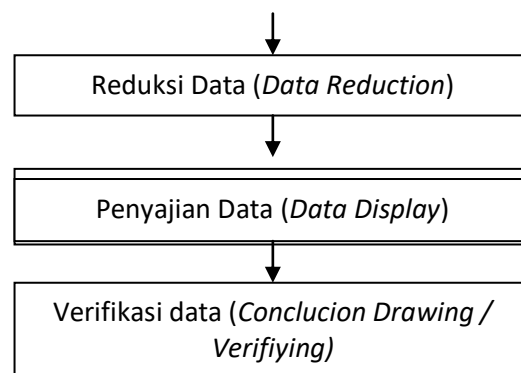
Dikatakan reduksi data karena bersifat merangkum, memilih hal yang penting, fokus pada hal yang lebih penting, dicari tema dan polanya. Ini demikian dilakukan guna untuk memberikan kemudahan bagi peneliti dalam mengumpulkan data selanjutnya.

3. Penyajian data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan sebuah proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data mentah yang didapat dari lapangan. Dengan diadakannya display akan mempermudah dalam memahami penelitian yang sedang berlangsung.

4. Verifikasi data (*Conclusions Drawing/Verifying*)

Langkah terakhir yaitu penarikan dan verifikasi kesimpulan. Jika kesimpulan telah didukung dengan berbagai bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali menuju lapangan mengumpulkan data maka kesimpulan yang telah dihasilkan adalah kesimpulan yang terpercaya. Komponen analisis data pada Gambar 3.1 sebagai berikut.



Gambar 3.1 Komponen Dalam Analisis Data (Interactive Model)

(Sumber: Sugiyono.2021. 134)

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pemasaran Produk dan Layanan Di USPPS Ausath Blokagung menurut hasil penelitian yang telah dijabarkan penulis dalam bab sebelumnya dalam pengaplikasian etika bisnis Islam dalam pemasaran produk dan layanan di USPPS Ausath Blokagung adalah sebagai berikut:

1. Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti bersama bapak abdul rohman ialah tauhid harus ditanamkan pada semua karyawan, karena hal ini adalah yang paling urgen dalam segala aspek, percuma juga kalo punya karyawan tapi gak percaya pada Allah, karena bukan material yang kami cari melainkan ridho Ilahi. Kami percaya bahwa rezeki sudah ada yang mengatur cukup tugas kita berusaha dan berdo'a. Makanya ketika kita sempat sholat dhuha. Kita secara bersama-sama sholat dhuha dan tak lupa juga sholat dzuhur berjama'ah lalu dilanjutkan berdo'a guna untuk kemaslahatan USPPS. Dengan adanya tauhid kita dijaga dari sifat bohong ataupun penggelapan dana, dengan kata lain kita terhindar dari dosa-dosa yang tidak diharapkan dan akan bertambah pula ketaqwa'an kita pada Allah dan juga terhindar dari panasnya api neraka.

2. Keseimbangan (*Keadilan/Equilibrium*)

Keseimbangan adalah tidak berpihak kepada siapapun, baik ke laki-laki ataupun perempuan. Karena supaya tidak ada kesalah pahaman yang menyebabkan keretakan dalam sebuah perusahaan. Karena Allah telah menyerukan kepada seluruh umat Islam untuk memutuskan sesuatu dengan seadil-adilnya. Orang yang berbuat adil adalah orang yang paling dicintai oleh Allah SWT. Karena banyak ayat Qur'an yang menjelaskan tentang keadilan seperti dalam Al-An'am ayat 152 yang menjelaskan tentang perintah berkata dengan adil, walaupun kepada kerabat. Perintah untuk memenuhi janji-janji Allah dan berbuat kebajikan. Prinsip Islam menjamin bahwa tak seorangpun akan dieksploitasi oleh pihak lain atau orang lain dan bahwa tak seorangpun dapat memperoleh kekayaan secara tidak jujur, tidak adil, ilegal dan curang. Para pemeluk agama Islam hanya diizinkan untuk mendapatkan sebuah kekayaan melalui cara yang adil dan jujur (Muhammad Sharif Chaudhry 2012:45).

3. Kebenaran kebajikan dan kejujuran

Kebenaran dan kejujuran adalah hal yang mutlak perlu dipraktekkan kepada seluruh karyawan baik dibidang manager ataupun bidang marketing. "Pemasaran yang beretika

dan jujur akan memaksimalkan pencapaian kepuasan pemangku kepentingan (stakeholder) secara seimbang (Abdul Hamid 2019:26). Nilai-nilai yang ditebarkan itu diyakini tidak hanya mendongkrak profit tetapi juga menjamin kelanggengan dan penguatan karakter brand, sekaligus membentuk diferensiasi yang tidak tertandingi Seperti yang dijelaskan dalam hasil wawancara yang telah dilaksanakan pada tanggal 26 Juni 2021 bersama bapak Rohman kejujuran merupakan kunci utama menuju keberkahan, soalnya USPPS adalah sebuah ladang keberkahan kita dimasa depan. Jika para pegawai tidak jujur sejak dini maka mereka tidak akan betah disini dan juga siapa yang melakukan tindakan yang dilarang syara' maka jelas akan ketahuan. Pemimpin yang adil, jujur, amanah, cerdas dan bijaksana menjadi panutan dalam organisasi apapun, tidak terkecuali organisasi organisasi dalam sebuah bisnis. Demikian pula pada karyawan yang jujur, ulet, berkomitmen, komunikatif mampu kerja tim dan cukup cekatan menjadi prioritas persyaratan utama dalam mencapai sukses dalam kerjatim (Aedy, 2011:7).

4. Tanggung jawab(amanah)

Aktivitas yang dilakukan oleh segenap karyawan yang berada dibawah naungan USPPS mau tidak mau harus bertanggung jawab atas segala tindakan dan perbuatan yang telah di perbuatnya baik itu sengaja maupun tidak sengaja. Manager mau tidak mau haruslah bertanggung jawab atas apa yang diperbuat oleh anggotanya, pertanggungjawaban ini bukan hanya bentuk formalitas belaka tetapi memang sungguh-sungguh karena setiap hari pengecekan brankas dan disiang hari penutupan buku dan semuanya harus *balance* bertanggungjawab atas apa yang telah dijualnya dan karyawanpun harus bertanggungjawab juga dengan apa yang telah diperbuatnya baik ataupun buruk karena walaupun teman satu kantor tidak mengetahui tapi Allah SWT maha mengetahui. Para karyawan yang bekerja di USPPS Blokagung untuk mengenai tanggung jawab tentang kejujurannya dalam menghadapi para nasabah eraka sangat jujur bukan karena apa apa karena menurut wawancara bersama Mbak Nikmah sebagai salah satu karyawan USPPS mengatakan: utuk apa kita dapat gaji banyak tapi tidak berkah. Prinsip tanggung jawab dalam hal ini meliputi tanggungjawab seorang profesional terhadap profesi yang dijalannya dan tanggungjawab terhadap masyarakat yang merasakan dampak dari profesi yang dilakukannya (abdul hamid 2019:23).

Berdasarkan pembahasan sebelum-sebelumnya bahwa realita yang ada di lapangan sebenarnya para karyawan yang bekerja di USPPS telah mengimplementasikan etika bisnis Islam secara tidak sengaja, seperti etika kejujuran, Alhamdulillah para pedagang

sepenuhnya jujur. Tanggung jawab merupakan satu prinsip dari banyak etika bisnis Islam dengan bertanggung jawab kita dapat mencegah dari perbuatan yang diluar kendali, setidaknya tanggung jawab adalah sebuah kartu kontroling dapat mencegah perbuatan yang buruk sehingga sebelum bertindak harus dipikirkan terlebih dahulu resiko yang akan diterima.

5. Kehendak Bebas

Kehendak bebas sangat berkaitan dengan etika bisnis Islam bahwa para karyawan itu bebas dalam memasarkan produk USPPS baik tabungan harian maupun tabungan hari raya dengan tidak terlepas dari nilai dan norma yang telah beraku di USPPS. Karyawan yang terjun di lapangan baik di pasar-pasar maupun warung-warung sekitar Blokagung diberikan kebebasan dalam memilih melakukan transaksi yaitu dalam hal juga memilih produk tabungan harian maupun lebaran. Hal ini seperti yang sudah diutarakan oleh manager USPPS Bapak Abdul Rohman mengatakan: “Para karyawan yang dalam bidang marketing dalam pemasarannya mereka diberikan kehendak bebas dalam job pembagian wilayah, kadang mereka ke timur kadang bergantian. Untuk menjalankan aktifitasnya mereka bebas dalam memasarkan produk tabungan tapi tetap sesuai koridor melakukan dan norma-norma etika bisnis Islam yang telah diberlakukan. Seperti halnya murah senyum, salam dan sapa adalah bukti kecil yang telah menjadi budaya yang mereka praktikkan sehari-hari. Menurut hasil wawancara yang telah dilakukan manager telah memberikan kebebasan penuh kepada para karyawan yang ada di USPPS, dan alhamdulillah mereka tetap memperhatikan segala nilai dan aspek yang ada di bisnis Islam seperti yang telah tertera dalam Firman Allah SWT telah menghalalkan jual beli tetapi didalam jual beli tersebut tetap harus patuh dalam koridor Islam, seperti didalam firman Allah dalam surat Al-Baqarah 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ

بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ

فَأَنْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



Artinya: orang-orang yang memakan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan

*seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhanNya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.*²⁷ (QS. Al-Baqarah: 275)

Berdasarkan hasil yang telah ditemukan peneliti dilapangan para karyawan dan manager dan sejumlah nasabah sekitar blokagung mengatakan bahwa para karyawan yang menariki tabungan setiap harinya selalu jujur dalam bertansaksi, penuh tanggungjawab, dan selalu beretika Islam, Allah SWT telah memberikan kebebasan kepada para karyawan dan sebaiknya memperhatikan dan menerapkan dengan semestinnnya karena kebebasan ialah bagian yang paling urgen dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi juga kebebasan demikian tidak merugikan yang lain seperti nasabah maupun teman sejawat (karyawan). Menurut hasil observasi yang telah didapat oleh peneliti bahwa segenap karyawan dan manager telah mengimplementasikan etika bisnis Islam yang sangat sesuai seperti yang telah dipaparkan oleh nasabah USPPS.

DAFTAR PUSTAKA

Departemen Agama Republik Indonesia, 2009, Al-Qur'an Dan Terjemahnya, Jakarta: Depag RI

Abdul hamid dan Muhammad kamal zubair 2019, implementasi etika islam dalam pemasaran produk bank syariah

Abdul Aziz, 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Usaha*. Bandung : Alfabeta.

Buchari Alma, Doni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah Edisi II*, (Bandung : Alfabeta),

Erly Juliyani. 216. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam". Jurnal Ummul Qura, Vol. VII No.

1 (Maret 2016)

Fauzia, Ika Yunia. 2017. Etika Bisnis Dalam Islam. Sidoarjo. Kencana.

Institut Agama Islam Darussalam. 2021. Buku Pedoman Skripsi. Blokagung – Banyuwangi:

Institut Agama Islam Darussalam.

[Http://www.google](http://www.google). Prinsip-prinsip Dasar Etika Perbankan co.id. di akses pada tanggal 11 desember 2020

Hamdi Agustin. 2017. Studi Kelayakan Bisnis Syariah (Depok : PT RajaGrapindo Persada)

Ifham Ahmad. 2015. Ini Lho Bank Syari'ah. Jakarta. Gramedia.

Junia Farma Dan Khairil Umuri, 2020 Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Promosi Produk Asuransi Takaful (Studi Kasus PT Asusransi Takaful)

Kurniawan Pungguh. 2020. Etika Bisnis Islam Terhadap Penimbun Barang Akibat Covid-19. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akutansi)

Moeloeng, Lexy L. 2018. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Mohamad Annas Dkk. 2021 Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Marketing Toko Ausath Mart Putra Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi. Jurnal Ekonomi Syari'ah Darussalam

Pongtiku Arry. 2016. Metode Penelitian Kualitatif Saja. Jayapura. Nulisbuku.Com

Syaeful Bakhri, Leliya dan Latip Purnama, 2018. Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran *Home Industri* Tahu Sari Rasa