

## STRATEGI TOKO TRADISIONAL KAWAN KITA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN PENJUALAN: PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

**Ummal Khoiriyah**

Universitas Ibrahimy Sukorejo Situbondo

[ummal2014@gmail.com](mailto:ummal2014@gmail.com)

### **Abstrak**

Toko tradisional Kawan Kita menerapkan beberapa strategi untuk meningkatkan kualitas layanan penjualan dengan memberikan pelatihan, pendidikan, penilaian dan pola komunikasi dalam perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan strategi dalam meningkatkan kualitas layanan dan perspektif etika bisnis syariah. Berdasarkan hasil penelitian, strategi dalam meningkatkan kualitas layanan dalam perspektif etika bisnis Islam yang diterapkan di toko tradisional Kawan Kita adalah: manajemen sumber daya manusia berjalan dengan baik, berdasarkan Alquran dan Hadits. Diantaranya adalah dengan memberikan pelatihan etika bisnis Islam, mengevaluasi karyawan, mendekati karyawan secara langsung (hablum minannas), dan berkomunikasi dengan baik dan benar sesuai dengan hukum Islam.

**Kata kunci:** kualitas layanan, etika bisnis islam

### **Abstract**

Kawan Kita traditional shop apply several strategies to improve service quality of sales by providing training, education, assessment and communication pattern in the Islamic business ethics perspective. This research is a qualitative research with a descriptive approach that aims to describe strategies in improving service quality and Islamic business ethics perspective. Based on the results of the research, the strategies in improving the service quality in the Islamic business ethics perspective applied in Kawan Kita traditional shop are: human resource management is run well, based on Qur'an and Hadith. Among them is by providing training on Islamic business ethics, evaluating employees, approaching employees directly (hablum minannas), and communicating well and correctly according to Islamic law.

**Keyword:** service quality, islamic business ethic

---

## Pendahuluan

Islam diturunkan di suatu penduduk yang aktifis perdagangannya tergolong maju pada saat itu. Bangsa Quraisy di Mekkah sering kali melakukan perdagangan ke Syam dan Yaman. Jalur perdagangan mereka pada saat itu terbentang dari Yaman sampai ke daerah-daerah Mediteranian (Fauziah & Riyadi, 2014: 197).

Rasulullah dilahirkan di suatu masyarakat yang maju dalam hal perdagangan. Dengan dukungan internal dan eksternal Rasulullah tumbuh besar menjadi sosok pedagang, yang juga sangat mengerti bagaimana mekanisme pasar. Setelah hijrah Rasulullah SAW ke Madinah, maka beliau menjadi pengawas pasar (*muhtasib*). Pada saat itu mekanisme pasar sangat dihargai. Salah satu buktinya adalah Rasulullah menolak untuk membuat kebijakan dalam penetapan harga, pada saat harga sedang naik karena dorongan permintaan dan penawaran yang alami.

Komprehensif berarti syari'at Islam mencakup seluruh aspek kehidupan, baik ibadah atau ritual (*habl min Allah*) maupun mua'amalah atau sosial (*habl min al-nas*) (Maksum, 2012: 2). Sedangkan universal berarti, syari'at Islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat sampai akhir nanti. Universalitas ini tampak jelas terutama pada bidang mu'amalah. Dalam kaidah tentang mu'amalah Islam mengatur segala bentuk perilaku manusia dalam berhubungan sesamanya untuk memenuhi kebutuhan hidup di dunia termasuk di dalamnya kaidah Islam yang mengatur tentang ekonomi dan mekanismenya (Antonio, 2001: 3).

Pasar mendapat kedudukan yang penting dalam perekonomian Islam. Rasulullah SAW. Sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas, seperti persaingan yang sehat, kejujuran,

keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai moralitas tersebut dalam pasar merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Bagi seorang muslim, nilai-nilai ini merupakan refleksi dari keimanannya kepada Allah SWT, bahkan Rasulullah SAW memerankan dirinya sebagai muhtasib di pasar. Beliau menegur langsung transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan nilai-nilai moralitas.

Pada masa Rasulullah SAW, nilai-nilai moralitas sangat diperhatikan dalam kehidupan pasar. Bahkan sampai pada masa awal ke-rasulannya beliau adalah seorang pelaku pasar yang aktif dan kemudian menjadi seorang pengawas pasar yang cermat sampai akhir hayatnya.

Dengan peran inilah beliau mengawasi jalannya mekanisme pasar di Madinah agar tetap berlangsung secara Islami. Dari hal-hal yang dilakukan Rasulullah SAW dapat dipahami bahwa pasar merupakan hukum alam yang harus dijunjung tinggi. Artinya, tidak ada seorangpun secara individual yang dapat mempengaruhi pasar, sebab pasar merupakan kekuatan kolektif yang telah menjadi ketentuan Allah SWT. Pelanggaran terhadap harga pasar, yaitu penetapan harga merupakan suatu ketidakadilan yang akan dituntut pertanggung jawabannya di hadapan Allah SWT. Hal ini juga menunjukkan bahwa penjual yang menjual dagangannya dengan harga pasar berarti mentaati peraturan Allah SWT dan Rasulullah (Rivai, Nuruddin, & Arfa, 2012: 1-2).

Berkaitan dengan hal di atas, manusia berkedudukan sebagai pemegang amanah yang diberikan oleh Allah untuk mengelola sumber daya. Tugas pengembangan amanah ini termasuk tugas ibadah kepada Allah SWT. Dengan kata lain, tujuan muamalah (kegiatan perekonomian) memiliki dimensi *horizontal*, sekaligus berdimensi *vertikal* yakni diorientasikan kepada keesaan Allah yang didalamnya diniatkan hanya

mendambakan memperoleh keridhaan Allah (Muslich, 2007: 2-3).

Dalam pandangan Islam tentang pelayanan ini disebutkan bahwa secara tegas melarang para pelaku bisnis (penjual dan pembeli) memakan harta sebagian yang lain dengan jalan batil. Sebagaimana firman Allah dalam surat al-Baqarah ayat 188 :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ  
لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya : Dan janganlah kamu makan harta diantara kamu dengan jalan yang bathil, dan janganlah kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa padahal kamu mengetahui (Departemen Agama RI, 2007: 29).

Sebagai manusia biasa kita akan dimintai pertanggung jawaban atas kepercayaan yang diberikan oleh Allah SWT, apalagi sebagai panutan umat seperti halnya seorang karyawan yang merupakan seorang pemimpin dalam suatu pekerjaan tersebut. Dari itu sebagai orang yang dipercaya dalam suatu pekerjaan harus lebih hati-hati demi kemaslahatan masyarakat.

Di negara Amerika Serikat dan Cina mayoritas dari penduduknya bukanlah Muslim. Sebagai kelompok minoritas umat Islam kerap harus mengalami perlakuan diskriminatif, baik dalam kehidupan sosial maupun dalam melakukan ibadah sehari-hari. Akan tetapi ada sebagian penduduk Amerika dan Cina yang menerapkan ajaran-ajaran Islam (Setiawan, 2003: 23). Seperti halnya di toko tradisional Kawan Kita yang pemilikinya adalah orang Cina akan tetapi menerapkan ajaran Islam yakni etika bisnis Islam, karena mayoritas penduduk di Kecamatan Asembagus merupakan penduduk Islam

Seorang pemimpin bukan seseorang yang berkedudukan paling tinggi. Seorang karyawanpun bisa di katakan seorang pemimpin, karena seorang karyawan itulah yang tahu bagaimana suatu perusahaan khususnya toko tradisional Kawan Kita yang akan berkembang dan toko tradisional Kawan Kita yang akan maju. Oleh karena itu, sumber daya manusia yang diperlukan saat ini adalah sumber daya manusia yang sanggup menguasai teknologi. Karena pada dasarnya, sumber daya manusia adalah suatu sumber daya yang sangat dibutuhkan oleh suatu organisasi. Sebab sumber daya manusia adalah sumber daya yang berperan aktif terhadap jalannya suatu organisasi dan proses pengambilan keputusan. Hal itu semuanya karyawan tahu dengan cara menjadi seorang karyawan yang melayani seorang konsumen dengan ramah dan baik dan mematuhi aturan atau komitmen-komitmen yang ada di suatu perusahaan tersebut khususnya di toko tradisional Kawan Kita di Kecamatan Asembagus Situbondo yang saat ini peneliti fokus terhadap kualitas layanan dalam perspektif etika bisnis Islam.

Berdasarkan paparan di atas peneliti menganggap perlu untuk meneliti dan mengetahui lebih mendalam mengenai strategi toko tradisional Kawan Kita dalam meningkatkan kualitas layanan penjualan dalam perspektif etika bisnis Islam. Strategi yang digunakan adalah studi kasus pada toko tradisional kawan kita di kecamatan asembagus. Teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi yang merupakan bagian integral dari pendekatan kualitatif dipilih untuk mendeskripsikan konteks secara natural. Untuk menjamin kesahihan penelitian, triangulasi dilakukan pada saat pengumpulan data hingga pelaporan penelitian (Zamili, 2005).

## Definisi Kualitas Layanan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Kualitas Layanan atau dalam bahasa Inggris *Service quality* (SQ) adalah ketidaksesuaian antara harapan (E) sebuah layanan dengan kinerja (P)  $SQ = P - E$ . Sebuah Bisnis dengan kualitas layanan yang tinggi maka akan memenuhi kebutuhan pelanggan sementara sisanya secara kompetitif ekonomi (Moeliono, 1999).

Menurut Deming, *The difficulty in defining quality is to translate future needs of the user into measurable characteristics, so that a product can be designed and turned out to give satisfaction at a price that will user pay.* (Kesulitan dalam pendefinisian kualitas adalah mentranslate atau mengubah kebutuhan yang akan datang dari user atau pengguna kedalam suatu karakteristik yang dapat diperlakukan, supaya sebuah produk dapat didisain dan diubah untuk memberikan kepuasan dengan harga yang akan dibayar oleh user atau pemakai).

Menurut Hence *The quality of a product or service is the fitness of that product or service for meeting its intended used as required by the customer.* (Kualitas dari suatu produk atau jasa adalah kelayakan atau kecocokan dari produk atau jasa tersebut untuk memenuhi kegunaannya sehingga sesuai dengan yang diinginkan oleh pembeli).

Menurut Goestch dan David Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Ratminto & Winarsih, 2010: 9-11).

Secara umum, tingkat layanan yang tinggi yang akan menghasilkan kepuasan yang tinggi dan ulangi membeli lebih sering. Kualitas mengatakan mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan menafsirkannya berbeda, tetapi dari beberapa definisi dapat ditemukan untuk memiliki beberapa kesamaan, meskipun hanya cara pengiriman biasanya ditemukan pada unsur-unsur antara lain: (Mounir, 2003: 23) kualitas meliputi usaha atau superioritas

memenuhi harapan pelanggan; kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan; kualitas adalah kondisi yang selalu berubah.

Tjiptono mendefinisikan kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan ketepatan pengiriman dalam menyeimbangkan harapan konsumen.

Menurut Kotler definisi layanan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi mungkin terkait atau tidak terkait dengan produk fisik (Alma, 2013: 103).

Kualitas layanan dalam hal ini sangat erat kaitannya dengan hal pemberian kepuasan terhadap pelanggan, pelayanan dengan mutu yang baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi pelanggannya, dan hal itu memberikan manfaat bagi para pelanggan, bersikap hormat dan memperlakukan setiap pelanggan seperti seorang raja (Alma, 2013: 103). Karyawan harus menyediakan diri membantu dan melayani pelanggan tanpa harus merasa jemu dan mengeluh, sehingga pelanggan dapat lebih merasa diperhatikan akan keberadaanya oleh pihak perusahaan.

Menurut Moenir mengatakan bahwa : " kualitas layanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung" (Mounir, 2003: 16). Sedangkan Brata mengeluarkan definisi yang berbeda dalam karyanya yang berjudul Dasar-Dasar Pelayanan Prima, mengatakan bahwa : "Suatu kualitas layanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani (Hardiyansyah, 2011: 21).

Dalam melayani konsumen para karyawan harus memiliki karakter yang baik, sehingga dapat menarik konsumen untuk berbelanja. Karyawan yang memiliki

karakter yang baik dapat memberikan manfaat terhadap perusahaan atau konsumen. Berikut penjelasan tentang karakter seorang karyawan dan manfaat adanya pelayanan yang baik serta sebab-sebab tidak adanya pelayanan yang baik bagi konsumen.

### Definisi Sumber Daya Manusia (SDM)

Istilah *Human Resource Development* atau pengembangan sumber daya manusia telah banyak digunakan dalam berbagai konteks. Akibatnya hal ini menimbulkan berbagai kerancuan bagi sebagian orang. Untuk menghindari kebingungan dan memperjelas pengertiannya, di bawah ini beberapa definisi menurut beberapa ahli.

Leonard Nadler dan Zeace Nadler didefinisikan sebagai, "*Organized learning experiences provided by the employer in a specified period of time for the purpose of increasing the possibility of improving job performance and providing for growth of individuals.*" Sumber daya manusia merupakan pengalaman pembelajaran yang terorganisasi yang di sediakan pemberi kerja (organisasi/perusahaan) dalam waktu tertentu dengan tujuan meningkatkan kemungkinan memperbaiki kinerja dan untuk pertumbuhan pegawai/karyawan (Akhyadi, 2015: 15-16).

SDM didefinisikan oleh *Chalofsky*, merupakan kajian dan praktik meningkatkan kapasitas belajar individu, kelompok, dan organisasi melalui pengembangan dan aplikasi intervensi berbasis pembelajaran dengan tujuan mengoptimalkan pertumbuhan dan efektifitas manusia/pegawai atau organisasi (Sutrisno, 2009: 4).

Menurut *Watkins* Sumber Daya Manusia adalah bidang kajian dan praktik yang bertanggung jawab atas pengembangan kapasitas belajar yang terkait dengan pekerjaan dan berjangka panjang

dalam level individual, kelompok, organisasi di dalam organisasi. Dengan demikian SDM meliputi tetapi tidak terbatas hanya pada pelatihan, pengembangan karir, pengembangan organisasi (Sutrisno, 2009: 6).

Menurut *Stewart* dan *Mc Goldbrick* Sumber Daya Manusia mencakup aktivitas dan proses yang dimaksudkan memberi dampak terhadap pembelajaran individu maupun organisasi (Sutrisno, 2009: 7).

Semula SDM merupakan terjemahan dari "*human resources*", namun ada pula ahli yang menyamakan sumber daya manusia dengan "*manpower*" (tenaga kerja). Bahkan sebagai orang menyetarakan pengertian sumber daya manusia dengan personal (personalia, kepegawaian, dan sebagainya) (Kaswan, 2012: 10).

Sumber daya manusia merupakan satu-satunya sumber daya yang memiliki perasaan, keinginan, keterampilan, pengetahuan, dorongan, daya, dan karya (rasio, rasa, dan karsa). Semua potensi SDM tersebut berpengaruh terhadap upaya organisasi dalam mencapai tujuan. Betapapun majunya teknologi, perkembangan informasi, tersedianya modal dan tersedianya bahan, jika tanpa SDM sulit bagi organisasi untuk mencapai tujuannya (Kaswan, 2012: 13).

Dengan berpegang pada devinisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia dapat diartikan sebagai sumber dari kekuatan yang berasal dari manusia-manusia yang dapat didayagunakan oleh suatu organisasi, yang berarti manusia bersumber daya dan berkekuatan (*power*).

### Definisi Etika Bisnis Islam

Etika (Yunani Kuno: "*ethikos*", berarti "timbul dari kebiasaan"). Dalam kamus besar *Webster* etika adalah *the distinguishing character, sentiment, moral nature, or guiding beliefs of a person, group, or institution*

(karakter istimewa, sentimen, tabiat moral, atau keyakinan yang membimbing seseorang, kelompok atau institusi) (Moeliono, 1999).

Menurut Rafik Issa Bekum di dalam buku Veithzal Rivai, etika dapat di definisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan baik dan buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif, karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu. Dalam Islam, istilah yang paling dekat berhubungan dengan istilah etika dalam Al-Qur'an *khuluq*. Al-Qur'an juga menggunakan sejumlah istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan: *khair* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *'adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (kebenaran dan kebaikan), *ma'ruf* (mengetahui dan menyetujui) dan *takwa* (ketakwaan). Tindakan yang terpuji disebut sebagai salihat dan tindakan yang tercela disebut sebagai *sayyi'at* (Rivai, 2012: 3).

Menurut Keraf (1991), etika adalah disiplin ilmu yang berasal dari filsafat yang membahas tentang nilai dan norma moral yang mengarahkan manusia pada perilaku hidupnya (Harahap, 2011: 17).

Menurut R.W. Griffin di dalam buku Nana Herdiana mengemukakan bahwa etika adalah keyakinan mengenai tindakan yang benar dan salah atau tindakan yang baik atau buruk yang mempengaruhi hal lainnya. Etika ini sangat erat hubungannya dengan perilaku manusia, khususnya perilaku para pelaku bisnis, apakah berperilaku etis ataukah berperilaku tidak etis (Abdurrahman, 2013: 279).

Menurut Istiyono Wahyu dan Ostaria, sebagaimana yang dikutip Veithzal Rivai, etika adalah cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar-salah, baik buruk, dan tanggung jawab. Etika adalah ilmu

berkenaan tentang yang buruk dan tentang hak kewajiban moral.

Pengertian yang lebih tegas makna etika adalah *the system study of the nature of value concepts, good, bad, ought, right, wrong, etc. And of the general principles which justify us in applying them to anything, also called moral philosophy* (etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja) (Saifullah, 2011: 131).

Sedangkan bisnis dapat didefinisikan sebagai pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat (Rivai, dkk, 2012: 11). Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral, sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis.

Menurut Amin Suma di dalam buku Veithzal Rivai yang dimaksud dengan etika bisnis Islam adalah konsep tentang usaha ekonomi khususnya perdagangan dari sudut pandang baik dan buruk serta benar dan salah menurut standart akhlak Islam (Suma, 2008: 293).

Menurut Yusuf al-Qaradawi dalam buku Norma dan Etika Bisnis Islam, mengemukakan bahwa ekonomi Islam adalah ekonomi yang berdasarkan ketuhanan. Sistem ini bertitik tolak dari Allah SWT, bertujuan akhir kepada Allah, dan menggunakan sarana yang tidak lepas dari syari'at Allah SWT. Aktivitas ekonomi seperti produksi, konsumsi dan aktivitas lainnya tidak lepas dari titik ketuhanan dan bertujuan akhir untuk tuhan (Qardawi, 2001: 31).

Menurut R.W. Griffin di dalam buku Nana Herdiana mengemukakan bahwa etika bisnis adalah perilaku etis atau tidak etis yang dilakukan oleh manajer atau majikan suatu organisasi (Abdurrahman, 2013: 280).

Dari pengertian bisnis tersebut, dapat di pahami bahwa setiap pelaku bisnis akan melakukan aktivitas bisnisnya dalam bentuk: (Rivai, dkk, 2012: 12) memproduksi atau mendistribusikan barang atau jasa; mencari profit (keuntungan); atau mencoba memuaskan keinginan konsumen.

Islam mewajibkan setiap muslim (khususnya) mempunyai tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia mencari nafkah (rezeki). Allah melapangkan bumi dan seisinya dengan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh manusia untuk mencari rezeki, antara lain dalam firman Allah swt. Surah Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامشَوْا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ  
وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah disegala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya” (Departemen Agama RI, 2007: 563).

Selanjutnya, firman-Nya dalam Surah Al-A’raf ayat 10:

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعِيشَ فَلْيَلَاذِمَّا  
تَشْكُرُونَ ﴿١٠﴾

“Sesungguhnya kami telah menempatkan kamu kalian dimuka bumi dan kami adakan bagimu dimuka bumi (sumber) penghidupan.” (Departemen Agama RI, 2007: 151).

Disamping anjuran untuk mencari rezeki, Islam sangat menekankan atau mewajibkan aspek kehalalan, baik dari segi perolehan maupun pendayagunaannya (pengolahannya dan pembelanjaan).

Dari penjelasan diatas, bisnis Islam dapat diartikan sebagai serangkaian

aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Dalam arti, pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariat (aturan-aturan dalam Al-Qur’an dan Al-Hadist). Dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktis bagi pelaku kegiatan ekonomi bisnis.

### Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Aktivitas produksi yang mampu bertahan dan mendapatkan profit berlimpah pada saat ini adalah yang kompetitif dan inovatif. Dimana aktifitas tersebut, selain ditentukan oleh sumber daya alam dan manusia, juga sangat ditentukan oleh berbagai macam kemajuan dan teknologi yang mampu memberikan inovasi dan efisiensi pada suatu industri (Fauzia, dkk, 2014: 124-125).

Produksi tidak berarti menciptakan secara fisik sesuatu yang tidak ada, karena tidak ada seorang pun yang dapat menciptakan suatu benda yang benar-benar baru. Maka dari itu, yang bisa dikerjakan oleh manusia adalah membuat barang-barang menjadi berguna, yang dihasilkan dari beberapa aktifitas produksi itu sendiri (Mannan, 1992: 54).

Rasulullah SAW memberikan petunjuk mengenai etika bisnis yang antara lain: prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran; pentingnya kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis; tidak melakukan sumpah palsu; pentingnya bersikap ramah dalam melakukan bisnis; tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga tinggi; tidak boleh menjelek-jelekkan bisnis orang lain; tidak melakukan *Ikhtikar*; bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan; takaran, ukuran, dan timbangan yang benar; bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba; (Rivai, dkk, 2012: 43). Bisnis

tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah SWT; membayar upah sebelum kering keringat karyawan; tidak melakukan monopoli; tidak boleh melakukan bisnis dalam eksisnya bahaya (*mudharat*); komoditas bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal; segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya; memberi tenggangwaktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar.

Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan Rasulullah SAW sendiri pun telah menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang. Jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan, sebagaimana firman Allah SWT:

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 فَانْتَهَى فَلَهُ مَا  
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ  
النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: “Orang-orang yang makan (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 itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan 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” (Al-Baqarah ayat 275).

### Perbedaan Bisnis Islam dan Bisnis Konvensional

Dengan melihat prinsip-prinsip etika bisnis Islam di atas, penulis akan memaparkan mengenai perbedaan antara bisnis Islam dan bisnis konvensional sesuai dengan yang ada di dalam buku yang berjudul *Islamic Business and Economic Ethics* sebagai berikut (Rivai, dkk, 2012: 43):

Tabel 1. Tabel Perbedaan Bisnis Islam dan Bisnis Konvensional

No	Aspek	Ekonomi Islam	Kapitalisme
1	Ide	Allah SWT	Manusia
2	Sumber	Al-Qur'an dan hadist	Daya pikir manusia
3	Motif	Ibadah	Rasional materiolisme
4	Paradigma	Islam	Pasar
5	Tujuan	Falah dan maslahah (dunia-akhirat)	Utilitarian, individualisme
6	Filosofi operasional	Keadilan kebersamaan, dan tanggung jawab (masuliyah)	Liberalisme, <i>laissez faire</i>



No	Aspek	Ekonomi Islam	Kapitalisme
7	Kepemilikan harta	Milik absolut pada Allah SWT, manusia penerima amanah, hak milik relatif	Hak milik absolut pada manusia
8	Sistem investasi	PLS	Bunga
9	Distribusi kekayaan	Zakat, infaq, sadaqah, waqaf	Pajak
10	Prinsip jual beli	Melarang gharar, maysir, najsy, barang haram	Tidak jelas melarangnya
11	Motif konsumsi	Kebutuhan ( <i>need</i> )	Keinginan ( <i>wants</i> )
12	Tujuan konsumsi	Memaksimumkan masalah	<i>Maximize utility</i>
13	Motif produksi	Kebutuhan dan kewajiban kemanusiaan	Ego dan rasionalisme
14	Mekanisme pasar	<i>Free market with supervision</i>	<i>Free market with supervision</i>
15	Hubungan dengan pelaku bisnis lain	Persaudaraan ( <i>ukhuwah</i> ) dan kemitraan	persaingan
16	Prinsip keuangan	<i>Real based economy</i>	<i>Real based economy</i>
17	Hubungan sektor moneter dan riil	Sektor moneter dan riil terkait erat	Sektor moneter dan riil terpisah
18	Spekulasi	Haramkan spekulasi	Halalkan spekulasi
19	Pertumbuhan	Pertumbuhan dan pemerataan, keadilan	Pertumbuhan ekonomi
20	Instrumen moneter	Bagi hasil, jual beli dan ijarah	Bunga
21	Fungsi negara	Penjamin kebutuhan minimal dan pendidikan pembinaan melalui baitu mal	Penentu kebijakan melalui departemen-departemen
22	Mata uang	Dinar, dirham dan fulus	Fulus ( <i>fiat money</i> ), tanpa <i>back up</i>
23	Pencetakan mata uang	Ditentukan oleh permintaan di sektor riil	Tidak ditentukan kebutuhan di sektor riil
24	Prinsip pengeluaran ( <i>Expenditure</i> )	Berdasarkan 3 tingkatan masalahnya ( <i>dharuriyah, hajiyyat, tahsiniyyat</i> )	Tidak memperhatikan prioritas masalah
25	Sumber	Zakat, infaq, sedekah, 'usyur, dharibah, kharaj, pajak kondisional	Pajak
26	Sasaran penerima	Pada zakat ditentukan 8 asnaf	Tanpa melihat asnaf
27	Tujuan	Memprioritaskan pengentasan kemiskinan	Bukan memprioritaskan pengentasan kemiskinan
28	Dampak	Sarana menciptakan keadilan ekonomi	Kesenjangan
29	Prinsip	<i>Tim Value of Money</i>	<i>Economic Value of Time</i>

No	Aspek	Ekonomi Islam	Kapitalisme
30	Fungsi uang	Uang sebagai komoditas	Uang sebagai <i>medium of change</i>
31	Sifat	<i>Money as flow concept</i>	<i>Money as stock concept</i>
32	Instrumen	Dinar, dirham, dan fulus	<i>Fiat money</i> (uang kertas) yang tidak sesuai nilai nominal dan intrinsik
33	Uang dan modal	Uang dan modal berbeda	Uang dan modal sama

### Pembahasan

Toko Kawan Kita adalah salah satu toko tradisional yang terletak di Jl. Raya Asembagus Kecamatan Asembagus Situbondo, merupakan toko milik Bapak Handoko yang menjual berbagai macam bahan pokok atau kebutuhan sehari-hari yang berdiri pada tanggal 24 Januari 2001.

Toko Kawan Kita merupakan toko tradisional yang menjual kebutuhan sehari-hari berupa beras, minyak goreng, tepung, gula, garam, camilan dan lain-lain. Lokasinya berada di Jl. Raya Asembagus Kecamatan Asembagus Situbondo.

Awal mula direncanakan berdirinya toko Kawan Kita adalah sejak tahun 2000 oleh pemilik toko Kawan Kita yaitu Bapak Handoko. Kemudian proses pembangunan toko Kawan Kita dilanjutkan pada awal tahun 2001 yang didahului dengan konsultasi kepada berbagai pihak terkait baik yang menyangkut dengan penentuan lokasi yang akan dibangun toko dan berkonsultasi kepada keluarga Bapak Handoko.

Pada tanggal 24 Januari 2001 adalah awal berdirinya toko Kawan Kita yang keberadaan tokonya masih kecil dan modal yang dikeluarkan pada saat itu masih sedikit yaitu sekitar 15.000.000. Dari modal yang dikeluarkan tersebut Bapak Handoko mendapatkan laba dari hasil penjualannya dan digunakan untuk dijadikan modal lagi. Dengan dikumpulkannya hasil dari toko Kawan Kita tersebut Bapak Handoko

memiliki inisiatif untuk merenovasi tokonya agar lebih besar dan akan memperbanyak barang dagangannya yang akan dijual dengan menambahkan modal yang lebih besar.

Pada tahun 2007 pemilik toko merenovasi tokonya menjadi lebih besar yang hasil dari penjualannya pun juga lebih besar. Bapak Handoko mengeluarkan modal lagi sekitar 35.000.000 pada tahun 2007 setelah perenovasian toko Kawan Kita tersebut. Dan dari penambahan modal tersebut hasil yang didapatkannya pun jauh lebih besar.

Sejak tahun 2008 Bapak Handoko memiliki kepercayaan dari pabrik yang selama ini Bapak Handoko mengambil pasokan barangnya. Dengan adanya kepercayaan tersebut pihak pabrik memberikan barang terlebih dahulu tanpa adanya pembayaran diawal dan setelah barang laku terjual Bapak Handoko baru membayar barang tersebut. Barang yang di titipkan dari pabrik tersebut juga menjadi modal tambahan bagi Bapak Handoko. Kerjasama dengan pabrik barang tersebut berjalan sampai saat ini.

Sejak tahun 2008 mendapatkan kepercayaan dan kerjasama yang baik dengan pabrik barang, Bapak Handoko merenovasi lagi tokonya pada tahun 2011 dengan memperluas toko dan menambahkan modal lagi. Bapak Handoko juga menambahkan beberapa karyawan yang bekerja di toko Kawan Kita yaitu 4

orang karyawan. Penjualan Bapak Handoko jauh lebih berkembang sampai sekarang.

Adapun visi toko tradisional Kawan Kita adalah menjadikan toko Kawan Kita yang terbaik dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya serta memberikan pelayanan kepuasan yang lebih bagi pelanggannya dan menjadikan toko Kawan Kita ini tidak kalah hebatnya dengan toko-toko yang lainnya. Sedangkan yang menjadi misi dari usaha ini adalah berusaha mengecilkan tingkat pengangguran dan mampu menjamin kepuasan konsumen dan juga berusaha memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada konsumen.

Prinsip kerja toko Kawan Kita adalah keadilan, mempertimbangkan keadilan atas porsi bagi hasil kepada konsumen. Kejujuran, memiliki sifat jujur antara pimpinan, anggota, secara terbuka. Kemitraan, memposisikan konsumen sejajar dengan hak sebagai mitra usaha yang amanah, saling menguntungkan dan bertanggung jawab. Keterbukaan, memberikan keterbukaan laporan keuangan secara berkesinambungan, sehingga konsumen dapat mengetahui kualitas dan kondisi di toko Kawan Kita.

Struktur organisasi toko Kawan Kita melibatkan unsur-unsur didalam organisasi toko Kawan Kita itu sendiri. Struktur organisasi toko Kawan Kita mengatur pembagian tugas dan wewenang diantara orang-orang yang bekerja didalamnya dan mendiskripsikan jenis hubungan diantara mereka, meliputi tanggung jawab masing-masing. Adapun unsur-unsur tersebut antara lain (Hasil Data dari Toko Tradisional Kawan Kita): alat perlengkapan toko Kawan Kita, meliputi rapat anggota, pengurus, dan badan pemeriksaan; penasehat; pelaksana, meliputi manajer karyawan toko Kawan Kita; pengawas.

Struktur organisasi toko Kawan Kita dapat diuraikan sebagai berikut: anggota adalah setiap orang yang terdaftar sebagai peserta/pemilik toko Kawan Kita; rapat

anggota tahunan adalah kekuasaan yang tertinggi dalam toko Kawan Kita, yang memutuskan kebijakan umum di bidang organisasi, manajemen, dan tujuan umum toko Kawan Kita; pengurus melaksanakan keputusan-keputusan yang ditetapkan dalam rapat anggota tahunan dan membuat laporan atau hasil kerjanya; dewan pemeriksa/pengawas bertugas melakukan pengawasan terhadap pelaksana kegiatan pengurus dan membuat laporan atas hasil pengawasannya; penasehat memberikan saran-saran dan pendapat sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan oleh pengurus; manajer adalah pelaksana harian kegiatan toko Kawan Kita yang diangkat oleh pengurus toko Kawan Kita; kepala bagian bertugas melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu sesuai dengan bidangnya masing-masing; karyawan adalah orang yang bertugas melaksanakan kegiatan-kegiatan paling kecil dalam suatu bagian.

Semakin berkembangnya zaman, banyak toko modern yang bermunculan di Kecamatan Asembagus yang letaknya sangat berdekatan dengan toko tradisional Kawan Kita. Dengan persaingan yang ada, toko tradisional Kawan Kita harus kerja keras dalam menghadapi persaingan dengan toko modern.

Salah satu usaha yang dilakukan oleh toko tradisional Kawan Kita dalam menghadapi persaingan dengan toko modern adalah dengan meningkatkan sumberdaya manusia untuk meningkatkan kualitas layanan penjualan yang baik kepada toko tradisional Kawan Kita yang berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Adapun strategi-strategi toko tradisional Kawan Kita dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas layanan dalam kinerja karyawan yang ada dengan melalui beberapa pendekatan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), diantaranya memberikan pelatihan dan pendidikan; penilaian kinerja

karyawan; pendekatan atasan kepada karyawan; dan pola komunikasi.

Didalam meningkatkan kinerja karyawan yang ada melalui pelatihan yang diberikan oleh toko tradisional Kawan Kita diantaranya: memberikan program pelatihan karyawan berupa pelatihan mental dan pengetahuan sesuai dengan toko tradisional Kawan Kita; membuat program suksesi dan kaderisasi, hal ini dapat memotivasi para karyawan untuk terus bekerja keras didalam pekerjaannya; melakukan pembinaan karyawan, hal ini untuk mendapatkan karyawan yang berkualitas untuk bersaing dengan toko modern dalam memberikan kinerja yang baik kepada pelanggan.

Selain itu toko tradisional Kawan Kita memberikan pelatihan dan pendidikan bagi para karyawan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang ada di toko tradisional Kawan Kita, berupa: pelatihan cara berkomunikasi yang efektif dan benar ketika berhadapan langsung dengan pelanggan; pelatihan mengenai karyawan yang baik dan benar, seperti tes sopan santun, cara berhadapan dengan pelanggan dan memberikan motivasi untuk semangat bekerja. Pelatihan mengenai etika bisnis Islam ketika berada di suatu organisasi khususnya pada toko tradisional Kawan Kita. Program pelatihan yang diberikan toko tradisional Kawan Kita untuk para karyawan saling berkelanjutan dengan pelatihan-pelatihan sebelumnya sudah diberikan untuk membuat para karyawan mendapatkan pelatihan yang berkualitas dan maksimal yang diberikan toko tradisional Kawan Kita.

Selanjutnya, penilaian kinerja karyawan dilakukan untuk menilai sejauh mana sumber daya manusia di toko tradisional Kawan Kita dalam bekerja dan memberikan kinerja yang maksimal kepada para pelanggan. Toko tradisional Kawan Kita dalam memberikan penilaian kinerja meliputi penilaian ketepatan waktu,

semangat kerja yang tinggi, hasil kerja yang dicapai, dan cara melayani konsumen.

Cara lain yang dilakukan toko tradisional Kawan Kita dalam meningkatkan kinerja para karyawan adalah melalui pendekatan yang dilakukan oleh atasan untuk menumbuhkan semangat kerja dan juga memotivasi karyawannya agar bekerja lebih baik dan benar, serta memberikan promosi dan kenaikan jabatan kepada karyawan yang berprestasi dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Setiap karyawan yang ada di toko tradisional Kawan Kita dianjurkan berkomunikasi yang baik dan benar, toko tradisional Kawan Kita menanamkan sikap komunikasi kepada para karyawan antara lain: menciptakan kesan pertama yang baik; tersenyum yang tulus; service yang baik; kalimat yang jelas; gunakan kalimat positif; kendalikan emosi; dan bersikap yang sopan.

Dari sisi pandangan agama Islam, semua praktek manajemen sumber daya manusia semuanya dijalankan dengan sebaik-baiknya, berdasarkan apa yang sudah ada dalam Al- Qur'an dan Hadis.

*“Sesungguhnya Aku hendak menjadi seorang khalifah di muka bumi”.*

Al-Qur'an dalam Surat Al Anfal ayat 27 menyebutkan tentang penempatan pegawai, bahwa seseorang tidak boleh berkhianat dalam menunaikan amanahnya padahal mereka adalah orang yang mengetahui. Demikian juga Surat An Nisaa' ayat 58 Allah berfirman:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ  
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ  
كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: “Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil.

Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.” (An-Nisa’ ayat 58)

Sebagai agama universal, yang konten ajaran tidak pernah lekang oleh waktu, atau lapuk oleh zaman, dengan basisnya Al-Quran, Islam sudah mengajarkan kepada umatnya bahwa kinerja harus dinilai. Ayat yang harus menjadi rujukan penilaian kinerja itu adalah surat at-Taubah ayat 105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا بِسَيْرَىٰ آلِهِ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ، وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتَرْدُونَ  
إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: “Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.” (Departemen Agama RI, 2007: 203.

Sebagai manusia yang menjadi khalifah di bumi, manusia dituntut menjalin hubungan dengan penciptanya yaitu Allah SWT (*Hablum Minallah*). Dan juga manusia harus menjalin hubungan baik dengan sesama manusia (*Hablum Minannas*). Dengan terjalinnya hubungan antara manusia dengan Allah SWT dan antara manusia dengan manusia, maka akan menciptakan kehidupan yang bahagia baik di dunia maupun di akhirat.

Dalam firman-Nya, sangat terinci Allah menjelaskan :

وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا ۖ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي  
الْأَرْحَامِ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنِّبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا  
مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَأَبْصِرُ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا  
﴿٣٦﴾

Artinya: “Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu bapak, karib kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, Ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri.” (Q.S. An Nisaa’ 36)

Setiap karyawan yang ada di toko tradisional Kawan Kita juga dianjurkan berkomunikasi yang baik dan benar menurut hukum Islam, toko tradisional Kawan Kita menanamkan sikap komunikasi kepada para karyawan sebagai antara lain: *Qaulan Karimah* (menghargai orang lain), *Qaulan Layyinah* (lemah lembut), *Qaulan Balighah* (perkataan tuntas), *Qaulan Sadidah* (efektif), dan *Qaulan Shaqilah* (berbobot).

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Pertama, Untuk meningkatkan kualitas layanan penjualan yang baik dan dapat menarik konsumen agar berbelanja, toko tradisional Kawan Kita meningkatkan kualitas layanan pada kinerja karyawan dengan meningkatkan manajemen sumber daya manusia (MSDM) dengan memberikan pelatihan-pelatihan, program suksesi dan kaderisasi. Penilaian terhadap setiap karyawan agar karyawan memberikan kinerja yang maksimal. Pendekatan atasan kepada para karyawan agar memotivasi karyawannya agar bekerja lebih baik dan benar serta dengan pola komunikasi yang baik dan benar.

Kedua, dalam perspektif etika bisnis Islam toko tradisional Kawan Kita

menerapkan praktek manajemen sumber daya manusia semuanya dijalankan dengan sebaik- baiknya, berdasarkan apa yang sudah ada dalam Al- Qur'an dan Hadis. Karyawan di toko tradisional Kawan Kita harus mengetahui bahwa manusia adalah khalifah. Tugas kekhalifahan manusia adalah mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan dalam kehidupan. Oleh karena itu toko tradisional Kawan Kita menerapkannya kepada para karyawan. Tugas ini adalah dalam rangka pengabdian/ibadah.

#### Daftar Pustaka

- Abdurrahman, N. H. (2013). *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Akhyadi, A. S. (2015). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2006). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anton, M. (1999). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Badroen, F., dkk. (2007). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta : Kencana.
- Departemen Agama RI. (2007). *Al-Quran dan Terjemahnya Special for Woman*. Jakarta: Sygma Publishing (Syamil).
- Fauziah, I. Y., & Riyadi, A. K. (2014). *Prinsip Daasr Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*. Jakarta : PT. Dhitya Andrebina Agung.
- Harahap, S. S. (2011). *Etika Bisnis dalam Islam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Jakarta: Alfabeta.
- Kaswan. (2012). *Managemen Sumber Daya Manusia untuk Keunggulan Bersaing Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Maksum, M. A. (2012). *Pemikiran Kiai As'ad Tentang Ekonomi Dalam Islam*. Sukorejo: Ibrahimy Press.
- Mannan. (1992). *Ekonomi Islam Terj*. Potan Arif Harahap. Jakarta: Intermassa.
- Mardani. (2012). *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana.
- Mounir. (2003). *Manajemen pelayanan umum di indonesia*. Jakarta : PT Aksara.
- Muslich. (2007). *Bisnis Syari'ah Perspektif Mu'amalah dan Manajemen*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Cet. Ke-1.
- Qardawi, Y. (2001). *Norma dan Etika Ekonomi Islam, "terj"*, Zainal Arifin dan Dahlia Husin. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ratminto, & W, Atik Septi. (2010). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rivai, V., Nuruddin, A., & Arfa, A. (2012). Fisar. *Islamic Business And Economic Ethics*. Jakarta: Pt. Bumi Aksara.
- Saifullah, M. (2011). *Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*. Walisongo, Vol. 19, No.1, Mei.
- Setiawan, T. (2003). *Muslim di Amerika dan Cina Perjuangan Merengkuh Identitas*, Jakarta: Republika.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suma, M. A. (2008). *Menggali Akar Mengurai Serta Ekonomi dan Keuangan Islam*. Jakarta: Kholam Publishing.
- Sutrisno, E. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Pertama, Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Tanzeh, A. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Umar, H. (2001). *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zamili, M. (2015). Menghindar dari Bias: Praktik Triangulasi dan Kesahihan Riset Kualitatif. *Jurnal Lisan Al-Hal*, 7(2), 283–384. Retrieved from <https://journal.ibrahimy.ac.id/index.php/lisanalhal/article/view/97>