

**STRATEGI PENGUSAHA KEDAI KOPI SUI DI KOTA KUALA
SIMPANG UNTUK MEMPERTAHANKAN USAHA PADA MASA
PANDEMI COVID-19 MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

ISKANDAR
NIM: 4012015174

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
TAHUN 2022**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Langsa
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S1)
Dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

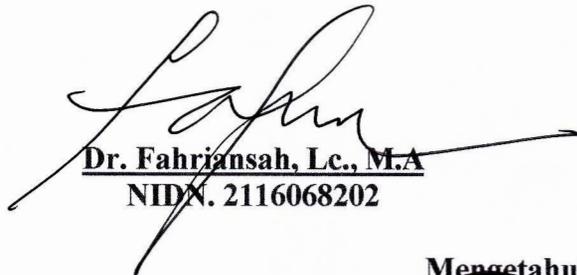
Diajukan Oleh:

**ISKANDAR
NIM: 4012015174**

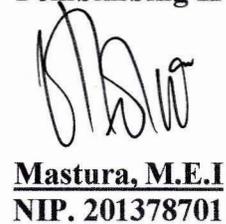
Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Langsa
Program Strata Satu (S-1)
Fakultas/Jurusan: FEBI / PBS

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

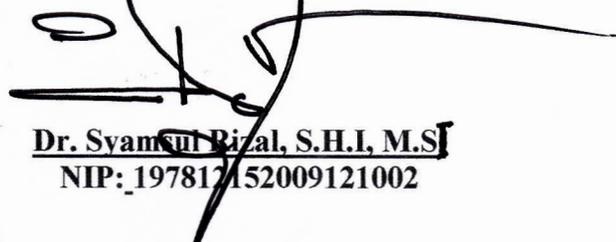

**Dr. Fahriansah, Lc., M.A.
NIDN. 2116068202**

Pembimbing II


**Mastura, M.E.I.
NIP. 201378701**

Mengetahui:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


**Dr. Syamsul Rizal, S.H.I., M.S.I.
NIP: 197812152009121002**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Strategi Pengusaha Kedai Kopi SUI di Kota Kualasimpang untuk Mempertahankan Usaha pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut Etika Bisnis Islam” an Iskandar, NIM 4012015174, Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 26 Juli 2022 Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 26 Juli 2022

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Langsa

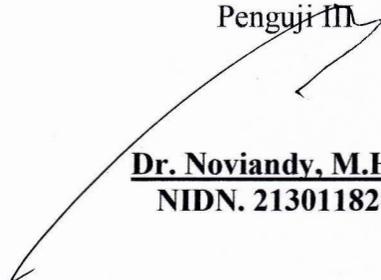
Penguji I


Dr. Fahriansah, Lc., MA
NIDN. 2116068202

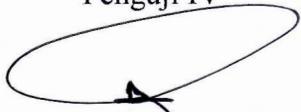
Penguji II


Mastura, M.E.I
NIDN. 201378701

Penguji III


Dr. Noviandy, M.Hum
NIDN. 2130118201

Penguji IV


Muhammad Nuh Rasvid, S.Th.I., MA
NIDN: 2019117902

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa



Prof. Dr. Iskandar, M.CL
NIP. 19650616 199503 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iskandar
NIM : 4012015174
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pengusaha Kedai Kopi SUI di Kota Kuala
Simpang untuk Mempertahankan Usaha pada Masa
Pandemi Covid-19 Menurut Etika Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa seluruh isi skripsi ini merupakan karya saya sendiri, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya dalam notasi.

Jika kemudian hari didapati ini bukan karya asli saya, maka saya siap menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Langsa, 28 Juni 2022

Hormat saya,



Iskandar

MOTTO

***Sesungguhnya Allah Tidak Akan Merubah Keadaan Suatu Kaum
Sebelum Mereka Merubah Keadaan Diri Mereka Sendiri.***

(Q.S. Ar-Rad (13):11)

***Tidak Ada Kesuksesan Tanpa Kerja Keras. Tidak Ada Keberhasilan
Tanpa Kebersamaan. Tidak Ada Kemudahan Tanpa Doa.***

(Ridwan Kamil)

***Jangan Menilai Saya Dari Kesuksesan, Tetapi Nilai Saya Dari Seberapa
Sering Saya Jatuh Dan Berhasil Bangkit Kembali.***

(Nelson Mandela)

***Perbanyak Syukur, Kurangi Mengeluh. Buka Mata, Jembarkan Telinga,
Perluas Hati. Sadari Kamu Ada Pada Sekarang, Bukan Kemarin Atau
Besok. Nikmati Setiap Momen Dalam Hidup.***

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Yang Utama Dari Segalanya...

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

Ayah dan Ibu Tercinta...

Skripsi ini saya persembahkan untuk Ayah dan Ibu yang telah mengisi dunia saya dengan begitu banyak kebahagiaan sehingga seumur hidup tidak cukup untuk menikmati semuanya. Terima kasih atas semua cinta yang telah kalian berikan kepada saya.

Dosen Pembimbing

Kepada Bapak Fahriansah, Lc, M.A selaku dosen pembimbing I dan Ibu Mastura, M.E.I selaku dosen pembimbing II penulis. Terima kasih atas bimbingan dan ilmu yang selama ini telah diberikan kepada saya dengan tulus dan ikhlas.

ABSTRAK

Gaya hidup minum kopi saat ini sedang menjadi tren di kalangan masyarakat, khususnya milenial. Hal ini tentunya turut menumbuhkan industri kedai kopi dalam negeri. Kedai kopi telah menjadi simbol budaya sekaligus identitas kolektif masyarakat Aceh dan juga membuat para pemilik usaha kedai kopi lebih mengembangkan usahanya. Namun seiring berjalannya waktu, kita dihadapkan oleh pandemi Covid-19 yang menghambat banyak kegiatan usaha, termasuk kegiatan usaha Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengusaha Kedai Kopi Sui di Kota Kuala Simpang untuk mempertahankan usaha di tengah pandemi covid-19 dan juga penerapan etika bisnis Islam pengusaha Kedai Kopi Sui di Kota Kuala Simpang dalam mempertahankan usaha di tengah pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dan jenis penelitian yang digunakan adalah *field research*. Subjek pada penelitian ini yaitu informan dan responden yang berjumlah 6 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan pihak Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang dalam mempertahankan usaha di tengah pandemi covid-19 yaitu mereka sering mengadakan potongan harga khusus untuk pembelian *take away*. Selain itu juga mereka sering mengadakan *live music* untuk menarik minat pengunjung. Etika bisnis Islam yang diterapkan pihak Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang dalam strategi usaha telah mencapai semua prinsip yang ada, yaitu kesatuan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Mereka menjual menu makanan dan minuman sudah sesuai dengan apa yang dibenarkan dalam Islam dan tidak merugikan orang lain. Selain itu, pelayanan yang mereka berikan juga cukup bagus sehingga dapat menarik minat pengunjung untuk melakukan pembelian berulang.

Kata Kunci: Strategi, Pengusaha, Covid-19, Etika Bisnis Islam.

ABSTRACT

The lifestyle of drinking coffee is currently a trend among people, especially millennials. This of course helped grow the domestic coffee shop industry. The coffee shop has become a cultural symbol as well as the collective identity of the Acehnese people and has also made coffee shop business owners develop their business more. However, over time, we are faced with the Covid-19 pandemic which has hampered many business activities, including the business activities of SUI Coffee Shop Kota Kuala Simpang. The purpose of this study is to find out the strategy of the Sui Coffee Shop entrepreneur in Kuala Simpang to maintain business in the midst of the COVID-19 pandemic and also the application of Islamic business ethics for Sui Coffee Shop entrepreneurs in Kuala Simpang in maintaining business in the midst of the Covid-19 pandemic. This study uses a descriptive qualitative approach and the type of research used is field research. The subjects in this study were informants and respondents, totaling 6 people. The results of this study indicate that the strategy applied by SUI Coffee Shop Kota Kuala Simpang in maintaining business in the midst of the covid-19 pandemic is that they often hold special discounts for take away purchases. In addition, they often hold live music to attract visitors. The Islamic business ethics applied by SUI Coffee Shop Kota Kuala Simpang in its business strategy has achieved all existing principles, namely unity, free will, responsibility, and truth. They sell food and drink menus that are in accordance with what is justified in Islam and do not harm others. In addition, the services they provide are also quite good so that they can attract visitors to make repeat purchases.

Keywords: Strategy, Entrepreneur, Covid-19, Islamic Business Ethics.

KATA PENGANTAR

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya maka peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul, **“Strategi Pengusaha Kedai Kopi Sui Di Kota Kuala Simpang Untuk Mempertahankan Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19 Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam”** dengan baik. Shalawat beserta salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia menuju alam berilmu pengetahuan.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, serta selesai berkat bantuan dan bimbingan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Pada kesempatan baik ini, perkenankan peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.
2. Bapak Prof. Dr. Iskandar, MCL, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Bapak Fahriansah, Lc, M.A, selaku pembimbing I bagi penulis.
4. Ibu Mutia Sumarni, MM, selaku pembimbing II bagi penulis.
5. Orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan materi dan moril kepada penulis. Terima kasih atas nasehat serta motivasi yang tidak pernah berhenti diberikan kepada penulis.
6. Saudara kandung penulis yang telah memberikan dukungan materi dan moril serta motivasi yang tiada hentinya.
7. Pihak Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang yang telah mendukung dan mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di tempat usaha mereka.
8. Teman terdekat penulis (Ajir Irawan, Reza Munawan, Muhammad Fandy, Muhammad Wan Yasin, Feri Nopriwan, Ibay Adamy, Gilang Cahaya

Gustami, Angga Pratama dan Dorin) yang selalu memberikan semangat serta dukungan kepada penulis.

9. Teman-teman Mahasiswa/i Perbankan Syariah FEBI IAIN Langsa dan seluruh pihak yang ikut membantu dan memberikan dukungan serta masukan demi selesainya skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semua bantuan tersebut peneliti kembalikan kepada Allah SWT. untuk dapat diberikan imbalan berupa pahala yang setimpal dengan besarnya bantuan yang telah diberikan kepada peneliti.

Apabila nantinya terdapat kekurangan dan kesilapan dalam penulisan Skripsi ini akibat dari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti, peneliti mengharapkan masukan yang bersifat membangun guna memperbaiki penulisan karya-karya ilmiah selanjutnya.

Akhir kata, kepada Allah SWT. kita berserah diri. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Wassalam.

Langsa, Februari 2022

Penulis

ISKANDAR

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ś	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	D	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal.

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	L
'	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antarharkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ي' —	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و —	Fathah dan waw	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ل	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي —	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و ---	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

d. Ta marbutah.

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- 1) ta marbutahhidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

- 2) ta marbutahmati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

- 3) Kalaupun kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtah itu di transliterasikan dengan ha (h).

e. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydīd yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydīd dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

f. Kata Sandang.

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال , namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- 1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- 2) Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu..

Contoh:

- Ar-rajulu : الرجل
- As-sayyidatu: السيدة
- Al-qalamu : القلم

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif

Contoh :

- Ta'khuzuna : تاخذن
- An-nau' : النوء
- Syai'un : شئ

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda) maupun harf, ditulisterpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya:

Contoh :

- Wainnallāhalahuakhairar-rāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Wainnallāhalahuakhairurrāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Faufū al-kailawa al-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Faufū al-kailawal-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Bismillāhimajrehāwamursāhā : بسم الله مجر اها ومر سها
- Walillāhi 'alan-nāsihijju al-baiti : والله على الناس حخ البيت

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam system tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: Huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri sendiri, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wamā Muhammadunillārasūl
- Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubin

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh:

- Nasrunminallāhiwafathunqarib
- Lillāhi al-amrujami'an

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman tranliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman tranliterasi ini perlu disertai dengan ilmu tajwid.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERSETUJUAN	ii
MOTTO	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4 Penjelasan Istilah	6
1.5 Kerangka Teori	8
1.6 Penelitian Terdahulu.....	9
1.7 Metode Penelitian	14
1.7.1 Bentuk Penelitian.....	15
1.7.2 Jenis Penelitian	15
1.7.3 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	16
1.7.4 Sumber Data	16
1.7.5 Subjek Penelitian	17
1.7.6 Teknik Pengumpulan Data	18
1.7.7 Teknik Analisis Data	20
1.7.8 Uji Keabsahan data.....	22
1.8 Sistematika Pembahasan	25
BAB II LANDASAN TEORI	27
2.1 Strategi.....	27
2.1.1 Pengertian Strategi.....	27
2.1.2 Klasifikasi Strategi	29
2.1.3 Tipe-tipe Strategi	32
2.2 Pengusaha	34
2.2.1 Pengertian Pengusaha	34
2.2.2 Karakteristik Pengusaha	36
2.2.3 Tipe-tipe Pengusaha	37
2.3 Etika Bisnis Islam.....	38

2.3.1 Pengertian Etika Bisnis Islam	38
2.3.2 Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	39
2.3.3 Ketentuan Dasar Etika Bisnis Islam	52
BAB III HASIL PENELITIAN	57
3.1. Gambaran Umum Penelitian	57
3.1.1 Sejarah Singkat Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang	57
3.1.2 Arti Logo Kedai SUI	58
3.1.3 Nama-nama Pemilik dan Karyawan Kedai Kopit SUI Kuala Simpang	60
3.2 Strategi Pengusaha Kedai Kopi SUI di Kota Kuala Simpang untuk Mempertahankan Usaha di Tengah Pandemi Covid-19.....	61
3.3 Penerapan Etika Bisnis Islam Pengusaha Kedai Kopi SUI di Kota Kuala Simpang dalam Mempertahankan Usaha di Tengah Pandemi Covid-19	64
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
4.1 Kesimpulan.....	76
4.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian terdahulu dan Penelitian Sekarang	12
Tabel 1.2	Data Responden	18
Tabel 3.1	Nama-nama Pemilik dan Karyawan Kedai Kopi SUI Kota Kuala SIMpang	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Teori.....	9
Gambar 3.1	Logo Kedai Kopi SUI.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Pertanyaan Wawancara.....	80
Lampiran 2	Dokumentasi	82

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Gaya hidup minum kopi saat ini sedang menjadi tren di kalangan masyarakat, khususnya milenial. Hal ini tentunya turut menumbuhkan industri kedai kopi dalam negeri. Menurut Chairman *Specialty Coffee Association of Indonesia* (SCAI) Syarfruddin, hingga akhir tahun 2019 pertumbuhan kedai kopi diprediksi mencapai 15%-20% dibandingkan tahun 2018 yang hanya mencapai 8%-10%.¹ Penjualan kedai kopi kini semakin berkembang pesat, khususnya di daerah provinsi Aceh.

Kedai kopi telah menjadi simbol budaya sekaligus identitas kolektif masyarakat Aceh. Perkembangan kedai kopi di Aceh terus mengarah pada terminologi ruang publik, pertemuan, negosiasi, hingga tak jarang digunakan untuk kepentingan politik (kampanye). Eksistensi kedai kopi di Aceh yang dapat dikunjungi dan diakses oleh siapapun tanpa tekanan dan marginalisasi status siapapun dapat berkunjung. Oleh karena itu, di provinsi yang berjulukan Serambi Mekkah ini akan banyak ditemui kedai kopi di setiap sudut kota.² Tidak heran pada masa era milenial ini banyak orang yang sangat antusias mengunjungi kedai kopi dari berbagai kalangan hanya untuk sekedar menikmati secangkir kopi atau berkumpul bersama teman. Banyak kedai kopi yang memberikan fasilitas khusus

¹ *International Coffee Organization* (ICO), diakses pada tanggal 28 Agustus 2021 pukul 15:15 wib

² Mursyidin, "Pergeseran Pola Interaksi Warung Kopi Pada Masyarakat Aceh Barat", (*Jurnal Universitas Teuku Umar*, Vol. 4, Nomor. 2, Oktober 2018, ISSN: 2477-5746), h. 202

kepada para pengunjung seperti *live music* dan *sport* foto yang didesain semenarik mungkin demi menarik perhatian pengunjung dan meningkatkan eksistensi usahanya. Hal itu yang membuat para pemilik usaha kedai kopi lebih mengembangkan usahanya karena dari usaha tersebut pengusaha dapat memperoleh keuntungan yang sangat menjanjikan. Selain itu dengan seiring berjalannya waktu, saat ini seluruh dunia khususnya Indonesia dihadapkan dengan permasalahan yang sangat serius yaitu penyebaran virus Covid-19 yang menghambat berbagai macam kegiatan ekonomi salah satunya pelaku usaha menjadi lebih sulit untuk mengembangkan usahanya. Virus ini pertama kali muncul dan ditemukan di Wuhan, Cina, tahun 2019. Virus ini dikenal dengan *Coronavirus* (CoV) yang merupakan bagian dari keluarga virus seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS-CoV) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS-CoV) yang menyerang saluran pernapasan. Pada awal maret 2020 *World Health Organization* telah menetapkan Virus Corona sebagai pandemi global. Status pandemi atau epidemi global ini menandakan bahwa penyebaran Covid-19 ini dinamis dan menyebar hingga hampir ke seluruh dunia.³

Terkait Pandemi Covid-19, dikeluarkanlah PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dengan maksud membatasi pergerakan dan mengharuskan masyarakat jika tidak ada keperluan mendesak diharapkan untuk berdiam diri di rumah. Setelah diberlakukannya PSBB, pada saat ini masih diberlakukan pembatasan pergerakan manusia secara berkelanjutan yang disebut Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Hal ini

³ Dito Aditia Darma Nasution dkk, *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia*, (Jurnal Benefita. Vol. 5 no. 2, Juli 2020), h. 214

juga berdampak terhadap terbatasnya operasional sebuah usaha dan berkurangnya konsumen yang berkunjung secara langsung dibandingkan hari biasa.

Dengan diberlakukannya kebijakan ini, pelanggan dan pemilik usaha mengalami kesulitan untuk melakukan kegiatan jual-beli baik barang maupun jasa sehingga berdampak pada menurunnya jumlah penjualan. Penurunan jumlah penjualan secara terus menerus dapat mengakibatkan sebuah usaha menghentikan operasional karena produk yang dijual tidak dapat mencapai target. Dampak yang ditimbulkan dari hal tersebut adalah para karyawan harus kehilangan pekerjaan karena adanya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang diberlakukan oleh pemilik usaha.

Kedai Kopi Sui Kuala Simpang merupakan salah satu kedai kopi yang berlokasi di SPBU Gresa, Benua Raja, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang. Pada lokasi tersebut, pemilik kedai kopi tersebut membuka usahanya karena peluang usaha yang cukup menjanjikan dan lokasi yang dipilih juga strategis sehingga banyak orang yang mengetahui tempat tersebut. Dari hasil observasi penulis, ditemukan bahwa pada awal pembukaan kedai kopi Sui pelanggan yang berkunjung cukup ramai. Omset yang di dapatkan setiap bulan juga sangat menjanjikan. Namun tidak pada saat sekarang, pelanggan yang berkunjung semakin berkurang karena diberlakukannya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Hal tersebut berdampak pada omset yang diperoleh oleh pemilik usaha. Omset yang didapatkan menurun cukup drastis

sehingga pemilik usaha harus menambah modal operasional usaha agar tetap dapat berjalan.⁴

Oleh karena itu Kedai Kopi Sui harus membuat strategi bagaimana mempertahankan usahanya di tengah pandemi covid-19. Strategi merupakan sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai oleh perusahaan.⁵ Selain menggunakan strategi, penerapan etika bisnis islam menjadi hal yang terpenting dalam mempertahankan usahanya, agar setiap konsumen (pembeli) mendapatkan pelayanan yang baik.

Dalam kondisi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) saat ini pemilik usaha Kedai Kopi Sui harus memberikan pelayanan yang baik dan memberikan informasi kepada konsumen agar lebih memahami kondisi saat ini, karna dibatasi jam operasional malam. Dengan adanya penyampaian etika (sikap) yang baik dari kedai kopi tersebut, konsumen merasa lebih puas dan dihargai dalam pelayanan yang diberikan, walaupun ada beberapa konsumen merasa tidak puas dengan adanya peraturan tersebut. Selain itu, Kedai Kopi Sui juga menutup operasional usaha pada saat jam shalat maghrib. Semua aktivitas dihentikan sampai selesai waktu shalat maghrib. Kedai kopi tersebut juga menyediakan mushallah apabila ada pengunjung yang akan shalat. Namun terkadang masih terdapat pengunjung wanita yang tidak menggunakan hijab pada saat berkunjung ke kedai kopi tersebut. Mengingat area usaha berada di dalam sebuah Stasiun

⁴ Hasil observasi penulis dengan Fikri, karyawan Kedai Kopi Sui Kota Kuala Simpang pada tanggal 5 Juli 2021 pukul 20:00 wib

⁵ Fred R. David, *Strategic Management (Manajemen Strategi Konsep)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 5

Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU), jadi banyak pendatang luar terkhusus para wanita yang hanya sekedar singgah namun tidak menggunakan hijab.⁶

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul **“Strategi Pengusaha Kedai Kopi Sui Di Kota Kuala Simpang Untuk Mempertahankan Usaha Pada Masa Pandemi Covid-19 Menurut Etika Bisnis Islam”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pengusaha kedai kopi Sui di Kota Kuala Simpang untuk mempertahankan usaha di tengah Covid-19?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam pengusaha Kedai Kopi Sui di Kota Kuala Simpang dalam mempertahankan usaha di tengah pandemi Covid-19?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pengusaha Kedai Kopi Sui di Kota Kuala Simpang untuk mempertahankan usaha di tengah pandemi covid-19
2. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam pengusaha Kedai Kopi Sui di Kota Kuala Simpang dalam mempertahankan usaha di tengah pandemi Covid-19.

Kegiatan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat teoritis

⁶ Hasil observasi penulis dengan Bapak....., Pemilik Kedai Kopi Sui Kota Kuala Simpang pada tanggal 7 Juli 2021 pukul 21:00 wib

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan masukan pengetahuan mengenai strategi yang diterapkan untuk mempertahankan suatu usaha di tengah pandemi covid-19 yang sesuai dengan etika bisnis Islam

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai strategi bisnis yang tepat untuk diterapkan pada usahanya serta juga menjadi masukan dan pertimbangan bagi pemilik usaha.

1.4 Penjelasan Istilah

Sebelum penulis menguraikan isi proposal skripsi, maka akan diawali dengan memberi penjelasan pengertian berbagai istilah yang ada dari judul proposal skripsi. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi kesalahpahaman interpretasi isi keseluruhan skripsi. Adapun penjelasan istilahnya seperti tercantum sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi merupakan sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venture. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar.⁷

⁷ David Fred, *Manajemen Strategi Konsep. Edisi 12*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 18-19

2. Pengusaha

Pengusaha adalah seseorang yang memiliki visi, semangat dan melakukan suatu tindakan yang dapat dibuktikan secara nyata dalam dunia usaha untuk menciptakan dan mengembangkan sendiri sumber pendapatan tanpa harus bergantung kepada orang lain.⁸

3. Pandemi Covid-19

Pandemi merupakan sebuah epidemi yang telah menyebar ke berbagai benua dan negara, umumnya menyerang banyak orang. Sementara epidemi sendiri adalah sebuah istilah yang telah digunakan untuk mengetahui peningkatan jumlah kasus penyakit secara tiba-tiba pada suatu populasi area tertentu. Covid-19 merupakan bagian dari keluarga virus seperti *Middle East Respiratory Syndrome Corona Virus* (MERS-CoV) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome Corona Virus* (SARS-CoV) yang menyerang saluran pernapasan.

4. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam merupakan norma atau tuntunan atau ajaran yang menyangkut sistem kehidupan individu dan atau masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis, di mana harus selalu mengikuti aturan yang ditetapkan dalam islam sebagai acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.⁹

⁸ Pietra Sarosa, *Kiat Praktis Membuka Usaha: Langkah Awal Menjadi Entrepreneur Sukses*, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2005), h. 2

⁹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisbis Islami Tataran Teoritis dan Praktis,.....*, h.84

1.5 Kerangka Teori

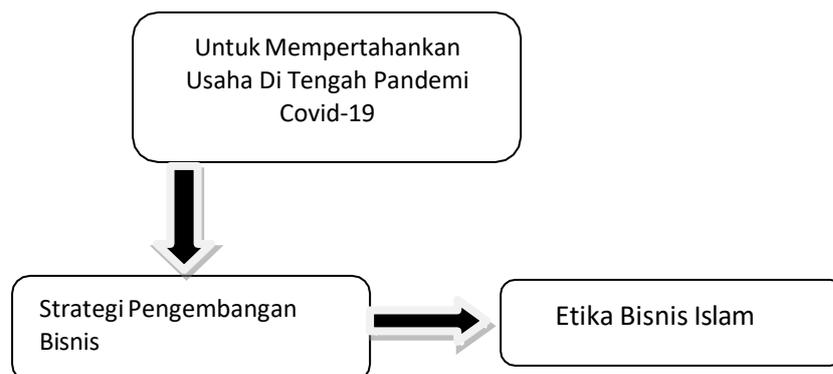
Berdasarkan uraian di atas, secara sistematis uraian gambaran kerangka teori sebagai berikut: setelah menemukan masalah kemudian peneliti merumuskannya dalam rumusan masalah, setelah kegiatan tersebut peneliti berusaha mencari teori yang relevan dengan masalah pokok dalam penelitian ini. Dengan adanya teori peneliti berasumsi sementara terhadap permasalahan dalam penelitian ini melalui dugaan-dugaan sementara.

Dalam mempertahankan suatu usaha, pemilik usaha harus memiliki strategi agar tetap bertahan di segala situasi. Dengan berbagai berbagai kegiatan yang dilakukan, pemilik usaha berharap agar usahanya tetap dapat berjalan seperti biasa.

Oleh sebab itu, untuk meningkatkan hasil usaha khususnya dalam bidang dagang, strategi pengembangan bisnis perlu dilakukan agar dapat bertahan di situasi pandemi covid-19. Oleh sebab itu dalam memperkaya hasil literatur, maka fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1

Kerangka Teori



1.6 Penelitian terdahulu

1. Adinda Puspita, dkk dengan judul penelitian “Analisis Strategi Mempertahankan Dan Mengembangkan Bisnis Di Tengah Pandemi Covid-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan Dan Pertumbuhan Covid-19 Di Indonesia”. Hasil penelitian ini merekomendasi strategi bertahan untuk UMKM berupa melakukan perdagangan secara *E-Commerce*, melakukan pemasaran secara digital, melakukan perbaikan kualitas produk dan penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan. Hasil penelitian ini penting untuk dipahami oleh pelaku bisnis dan diharapkan pelaku bisnis selalu responsif dan menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan agar bisa terus bertahan.¹⁰
2. Maskarto Lucky Nara Rosmadi, dengan judul penelitian “Penerapan Strategi Bisnis Di Masa Pandemi Covid-19”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bisnis dalam memasarkan hasil produksinya adalah melalui media sosial. Dari hasil penelitian di atas, maka dapat diuraikan bahwa strategi ini dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan dengan memperhatikan daya beli konsumen di masa pandemi covid-19 ini. Namun demikian, dengan menggunakan sarana media sosial, maka dana yang dibutuhkan oleh pelaku usaha kecil berdampak pada berkurangnya modal usaha. Dari uraian di atas dapat disimpulkan, bahwa peran pemerintah dan perbankan sangat penting

¹⁰ Adinda Puspita, dkk, “Analisis Strategi Mempertahankan Dan Mengembangkan Bisnis Di Tengah Pandemi Covid-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan Dan Pertumbuhan Covid-19 Di Indonesia”, (Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan, 2 (3), 2020, ISSN: 2686-1054), h. 28-36

terutama berkaitan dengan pelatihan dalam penggunaan teknologi informasi agar produk usaha kecil tetap dapat bertahan di tengah pandemi covid-19.¹¹

3. Sazali, dkk, dengan penelitian berjudul “Strategi Menghadapi Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha Kecil dan Menengah”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk menjalankan bisnis saat ini bisa dilaksanakan 5 Tips dan Strategi yang dapat dijalankan Bisnis di Tengah Pandemi COVID-19, 5 Strategi Bertahan Selama Wabah Covid 19 Berikut ini adalah tips dan strategi agar bisnis bisa tetap berjalan dengan baik di tengah pandemi COVID-19. Pandemi COVID 19 yang telah melanda dunia sejak awal 2020 telah memberikan dampak yang cukup besar bagi perekonomian Indonesia, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Badan Pengurus Daerah (BPD) Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) memperkirakan, pengusaha di setiap sektor telah mengalami kerugian hingga 20 persen sejak adanya kasus pertama korban positif corona di Indonesia. Untuk meminimalisir kerugian yang terjadi, berikut ini beberapa strategi agar bisnis UMKM tetap berjalan dengan baik selama wabah COVID-19.¹²
4. Mia Mulyani Petri, melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi).” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan Gallery Daisuki yaitu Bauran 4P (*Product, Promotion, Price, dan Place*). Strategi *product* berupa inovasi

¹¹ Maskarto Lucky Nara Rosmadi, “Penerapan Strategi Bisnis Di Masa Pandemi Covid-19”, (Jurnal IKRA-ITH Ekonomika, Vol. 4, No. 1, Bulan Maret 2021), h. 122

¹² Sazali, dkk, “Strategi Menghadapi Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha Kecil dan Menengah”, (Jurnal Universitas Nasional, 2020)

buket masker, strategi *promotion* berupa potongan harga, strategi *price* yaitu setiap pembelian buket mendapatkan bonus masker, dan strategi *place* berupa fleksibilitas dalam pengiriman produk, sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk. Meskipun ada kendala dalam keuangan dan bahan baku tetapi Gallery Daisuki masih bisa menemukan solusi dan alternatifnya yaitu dengan mengelola keuangan dan menggunakan bahan baku secara efisien. Kemudian, solusi UMKM Gallery Daisuki dalam menghadapi COVID-19 adalah dengan menjaga *cashflow*, inovasi produk, memaksimalkan media sosial dan memaksimalkan layanan antar atau *delivery*.¹³

5. Herlina Muksin, melakukan penelitian dengan judul “Strategi UMKM Dalam Menghadapi Pasar Di Era Pandemi Covid-19 (UMKM Dalam Bidang Kuliner Di Seputaran Gomong Mataram)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa strategi yang di lakukan oleh para pelaku UMKM bidang kuliner di Gomong Mataram diantaranya adalah strategi *E-Commers*, *Digital Marketing* dan *Customer Relationship Marketing (CRM)*. Di mana ketiga strategi ini sangat berpengaruh bagi Pelaku UMKM dalam menghadapi Pasar di Era Pandemi Covid-19.¹⁴
6. Dion Oktamade, dkk, melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi dan Pengembangan Usaha Pada Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus:

¹³ Mia Mulyani Petri, *Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi)*, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Shultan Thaha Saifuddin Jambi, 2020), h. 61

¹⁴ Herlina Muksin, *Strategi UMKM Dalam Menghadapi Pasar Di Era Pandemi Covid-19 (UMKM Dalam Bidang Kuliner Di Seputaran Gomong Mataram)*, (Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, 2021), h. 70

UMKM Feandra Cake).” Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Feandra Cake manajemen strategi dan pengembangan usaha pada Feandra Cake baik berupa analisis internal dan eksternal dapat disimpulkan bahwa pengimplementasian manajemen strategi yang diterapkan oleh manajemen Feandra Cake dikatakan telah sesuai dengan apa yang direncanakan. Di mana pada saat pandemi banyak perusahaan maupun UMKM yang harus bangkrut akibat sulitnya persaingan di tengah situasi pandemi. Namun UMKM Feandra Cake mampu bertahan baik dari segi persaingan yang kompetitif dan dampak negatif dari penyebaran virus covid-19 serta penghasilan Feandra Cake cenderung stabil bahkan meningkat pada saat pandemi Covid-19 ini.¹⁵

Berikut adalah perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yang disajikan dalam tabel 1.1:

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan
Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang

No	Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Adinda Puspita	Analisis Strategi Mempertahankan Dan Mengembangkan Bisnis Di Tengah Pandemi Covid-19 Serta Mengetahui	<ul style="list-style-type: none"> • Metode kuantitatif • Meneliti dan menganalisis strategi bisnis • Pandemi Covid-19 	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil penelitian merekomendasikan perdagangan melalui <i>E-Commers</i> • Usaha menyesuaikan

¹⁵ Dion Oktamade, dkk, “Analisis Strategi dan Pengembangan Usaha Pada Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: UMKM Feandra Cake)”, (Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau, Vol. 5, Nomor 2, Tahun 2021), h. 165

		Dampak Perkembangan Dan Pertumbuhan Covid-19 Di Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> • Meneliti UMKM 	<p>perubahan lingkungan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menciptakan lapangan pekerjaan baru melalui penjualan sistem antar kerumah konsumen
2	Maskarto Lucky Nara Rosmadi	Penerapan Strategi Bisnis Di Masa Pandemi Covid-19	<ul style="list-style-type: none"> • Metode kualitatif • Meneliti strategi bisnis • Diteliti pada saat pandemi Covid-19 	<ul style="list-style-type: none"> • Pemasaran produk melalui media sosial • Memerlukan peran pemerintah dan perbankan dalam pelatihan teknologi • Pengembangan usaha kecil agar tetap bertahan di masa pandemi Covid-19
3	Sazali	Strategi Menghadapi Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha Kecil dan Menengah	<ul style="list-style-type: none"> • Metode kualitatif • Strategi bisnis dalam menghadapi dampak pandemi Covid-19 	<ul style="list-style-type: none"> • Khusus meneliti mengenai aspek penjualan, laba usaha, modal, karyawan dan likuiditas. • Fokus pada usaha oleh-oleh khas bali
4	Mia Mulyani Petri	Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi).	<ul style="list-style-type: none"> • Metode kualitatif • Strategi dalam mempertahankan bisnis • Pandemi Covid-19 	<ul style="list-style-type: none"> • Khusus meneliti usaha buket bunga • Strategi yang digunakan bauran pemasaran (produk, promosi, price dan place)

				<ul style="list-style-type: none"> • Usaha melakukan inovasi produk • Memaksimalkan penjualan secara delivery
5	Herlina Muksin	Strategi UMKM Dalam Menghadapi Pasar Di Era Pandemi Covid-19 (UMKM Dalam Bidang Kuliner Di Seputaran Gomong Mataram)	<ul style="list-style-type: none"> • Metode kualitatif • Meneliti strategi bisnis • Pandemi Covid-19 • Meneliti bidang kuliner 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi penelitian dilakukan di Gomong Mataram • Strategi yang digunakan adalah <i>customer relation marketing</i> (CRM)
6	Dion Oktamade, dkk.	Analisis Strategi dan Pengembangan Usaha Pada Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: UMKM Feandra Cake).	<ul style="list-style-type: none"> • Metode kualitatif • Meneliti strategi usaha • Pandemi Covid-19 • Meneliti di bidang kuliner 	<ul style="list-style-type: none"> • Menganalisis pengembangan usaha • Strategi yang dilakukan analisa internal dan eksternal usaha.

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu urutan kegiatan yang dilakukan oleh seorang penelitian untuk mencari jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh seseorang peneliti. Dalam metode penelitian menjelaskan tentang jenis penelitian sumber data yang diperoleh peneliti, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan analisis data yang digunakan.

1.7.1 Bentuk Penelitian

Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian Kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan pada kondisi obyek penelitian yang di alami sesuai dengan keadaan yang nyata, peneliti sebagai instrumen kunci, dan teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.¹⁶ Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti kasus tentang strategi pengusaha Kedai Kopi Sui di Kota Kuala Simpang dalam mempertahankan usaha di tengah pandemi covid-19 tinjauan etika bisnis Islam. Peneliti mencari informasi terkait hambatan apa saja yang dihadapi oleh pemilik usaha serta stategi yang diterapkan untuk mempertahankan usaha di tengah pandemi covid-19.

1.7.2 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian studi lapangan (*field research*). *Field research* yang dilakukan dalam penelitian ini menghasilkan data yang diartikan sebagai fakta atau informasi dari aktor (subjek penelitian, informasi, pelaku), aktivitas, dan tempat yang menjadi subjek penelitiannya.¹⁷

Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti kasus tentang strategi pengusaha Kedai Kopi Sui di Kota Kuala Simpang dalam mempertahankan usaha pada masa pandemi covid-19 menurut etika bisnis Islam.

¹⁶ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), h.172

¹⁷ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*, edisi 2, (Yogyakarta: Erlangga, 2011), h. 61

1.7.3 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai dari 5 Juli 2021 sampai dengan selesai. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kedai Kopi Sui Kuala Simpang yang berlokasi di area SPBU Gresa, Benua Raja, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang.

1.7.4 Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini peneliti hanya akan meneliti sebagian dari populasi untuk dijadikan sampel.¹⁸ Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dilapangan/objek penelitian.¹⁹ Untuk mendapatkan data primer peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan data dari pemilik usaha dan karyawan Kedai Kopi Sui Kuala Simpang. Pengambilan data diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* digunakan untuk pengambilan subjek penelitian untuk tujuan tertentu dengan syarat-syarat yang telah ditentukan oleh peneliti, bukan berdasarkan strata atau random.²⁰ Jadi dalam penelitian ini, penulis mencari informan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan untuk menjadi narasumber penelitian.

¹⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), h. 174

¹⁹ Margono, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h.70

²⁰ *Ibid.*, h. 183

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang mendukung data primer. Data-data literatur terkait strategi pengelolaan usaha di tengah pandemi Covid-19, di antaranya diperoleh dari buku, jurnal maupun skripsi.²¹

1.7.5 Subjek Penelitian

Subjek penelitian terdiri dari dua yaitu informan dan responden penelitian. Informan adalah subjek penelitian tidak langsung yang menjadi sumber informasi yang kemudian mengarahkan peneliti kepada responden penelitian.²² Informan *key person* dalam penelitian ini adalah Aidil Budi Maulana, pemilik Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang.

Sedangkan responden penelitian adalah subjek penelitian yang menjadi sumber informasi secara langsung.²³ Ukuran responden ditentukan atas dasar teori kejenuhan di mana titik jenuh berada pada saat data baru tidak lagi memberikan tambahan informasi wawasan terhadap pertanyaan penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik, karyawan dan pengunjung atau konsumen Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang.

²¹ *Ibid.*, h. 187

²² Komaruddin dan Yooke Tjuparman, *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah, Cet. 5*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 197

²³ *Ibid.*, h. 187

Tabel 1.2
Data Responden

No	Nama	Tempat Tinggal	Umur	Pekerjaan
1	Aidil Budi Maulana	Langsa	22 Tahun	Pemilik Kedai Kopi SUI
2	Rahmad Ariadi	Aceh Tamiang	21 Tahun	Karyawan Kedai Kopi SUI
3	Fikri	Kota Lintang	20 Tahun	Karyawan Kedai Kopi SUI
4	Muhammad Dhandi	Kuala Simpang	21 Tahun	Pengunjung/Konsumen
5	Muhammad Fahmi	Kuala Simpang	20 Tahun	Pengunjung/ Konsumen
6	M. Iqbal Adamy	Kuala Simpang	23 Tahun	Pengunjung/Konsumen

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

a. Interview (wawancara)

Wawancara yaitu suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada responden. Wawancara atau *interview* adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau yang diwawancarai.²⁴

Dengan wawancara ini dimaksudkan agar peneliti dapat menggali informasi secara langsung mengenai strategi pengusaha Kedai Kopi

²⁴ M. Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2011), h. 126

Sui Kuala Simpang untuk mempertahankan usahanya di tengah pandemi covid-19. Adapun pihak-pihak yang di wawancarai untuk mengetahui hal tersebut yaitu pemilik usaha, karyawan dan pelanggan Kedai Kopi Sui Kuala Simpang.

b. Observasi

Observasi yaitu mengadakan peninjauan atau pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti, sehingga dapat diperoleh data yang lengkap. Peneliti menggunakan teknik observasi dengan mengamati perilaku narasumber serta lokasi penelitian baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Observasi dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui strategi apa yang diterapkan pemilik usaha untuk mempertahankan usahanya di tengah pandemi covid-19. Dengan melakukan observasi di lapangan peneliti akan lebih mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial yang dihadapi.

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tanda tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah yang diteliti. Dokumentasi merupakan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah,

agenda, artikel, dan sebagainya yang dapat membantu dalam penelitian ini.²⁵

Dokumentasi penelitian ini adalah usaha pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengumpulkan dokumen yang ada seperti buku atau tulisan-tulisan yang terdapat saat penulis melakukan penelitian lapangan.

1.7.7 Teknik Analisis Data

Adapun metode analisa yang digunakan penulis adalah deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk melukis, menggambarkan, tentang suatu proses atau peristiwa dengan tanpa menggunakan perhitungan atau angka-angka.²⁶ Metode ini penulis gunakan untuk mengetahui strategi pengusaha Kedai Kopi Sui Kuala Simpang untuk mempertahankan usahanya di tengah pandemi covid-19 tinjauan etika bisnis Islam.

Dalam tahapan analisis data, peneliti menggunakan tiga tahapan prosedur analisis data, yaitu: reduksi data, sajian data, penarikan kesimpulan.

a. Reduksi data

Dalam proses ini, langkah-langkah yang diambil adalah melakukan reduksi data yaitu melalui proses ilmiah, mencari fokus dengan membuat ringkasan, mencari abstraksi, menambah atau mengurangi data kasar yang diperoleh dari lapangan. Reduksi data dan penyajian hasil tersebut ditarik kesimpulan. Jika pada sajian data masih terdapat

²⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), h. 231

²⁶ *Ibid*, h. 239

kejanggalan, langkah selanjutnya adalah dilakukan reduksi dengan mencocokkan data yang ada dengan data yang lain atau mencari data baru. Begitu juga, jika penyajian data masih sulit disimpulkan maka proses reduksi dapat diulang kembali. Reduksi data yang penulis lakukan ialah selama pengumpulan data berlangsung, penulis membuat ringkasan dalam bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan, serta membuang yang tidak perlu, dan membuat kesimpulan-kesimpulan yang berasal dari responden dan buku-buku yang mendukung.²⁷

b. Sajian data

Data yang disajikan dalam penelitian adalah data yang sebelumnya sudah dianalisa, tetapi analisa yang dilakukan masih berupa catatan untuk kepentingan peneliti sebelum disusun dalam bentuk laporan. Setiap data yang sudah direduksi dapat disajikan untuk dianalisa dan disimpulkan. Apabila ternyata data yang disajikan belum dapat disimpulkan, maka data tersebut direduksi kembali untuk memperbaiki penyajian data. Setelah penulis melakukan reduksi data, langkah selanjutnya yaitu sajian data.²⁸ Sajian data yang penulis sajikan dalam penelitian ini adalah memasukkan data-data di lapangan yang berupa dokumen, hasil wawancara dan hasil observasi akan dianalisa.

c. Penarikan kesimpulan

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 249

²⁸ *Ibid*, h. 239

Penarikan kesimpulan dilakukan juga sejak permulaan pengumpulan data, penarikan kesimpulan sudah dilakukan yaitu dengan mempertimbangkan apa isi informasi dan maksudnya. Kesimpulan akhir harus dapat diperoleh pada saat data telah terkumpul yang dapat diwujudkan sebagai gambaran sasaran penelitian. Setelah data-data terkumpul, penulis mengelola data-data tersebut, dengan cara memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.²⁹

1.7.8 Uji Keabsahan Data

Tahap ini mencakup upaya mengevaluasi data untuk melihat kelayakan, kredibilitas, manfaat dan pemusatan informasi. Kemudian prosedur yang telah diteliti dapat disusun jika pada kenyataannya seorang informan benar-benar dapat dipercaya sekaligus menentukan manfaat data yang diperoleh dilapangan penelitian.

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:³⁰

a. Perpanjang pengamatan

Dengan perpanjangan pengamatan ini, peneliti mengecek kembali apakah data yang telah diberikan selama ini merupakan data yang sudah benar atau tidak. Bila data yang diperoleh selama ini setelah

²⁹ *Ibid*, h. 23-24

³⁰ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Yogyakarta: Bumi Aksara, 2003), Hal.

dicek kembali pada sumber data asli atau sumber data lain ternyata tidak benar, maka peneliti melakukan pengamatan lagi yang lebih luas dan mendalam sehingga diperoleh data yang pasti kebenarannya.

Dalam perpanjangan pengamatan untuk menguji kredibilitas data penelitian ini, sebaiknya difokuskan pada pengujian terhadap data yang telah diperoleh, apakah data yang diperoleh itu setelah dicek kembali ke lapangan benar atau tidak, berubah atau tidak. Bila setelah dicek kembali ke lapangan data sudah benar berarti kredibel, maka waktu perpanjangan pengamatan dapat diakhiri. Untuk membuktikan apakah peneliti itu melakukan uji kredibilitas melalui perpanjangan pengamatan atau tidak, maka akan lebih baik kalau dibuktikan dengan surat keterangan perpanjangan.

b. Ketekunan pengamatan

Sebagai bekal peneliti untuk meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan temuan yang diteliti. Dengan membaca ini maka wawasan peneliti akan semakin luas dan tajam, sehingga dapat digunakan untuk memeriksa data yang ditemukan itu benar atau tidak.

c. Triangulasi

Triangulasi adalah pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Ada beberapa triangulasi yaitu:³¹

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kreabilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan beberapa narasumber untuk memperoleh data yang valid. Adapun narasumber yang akan diwawancarai yaitu dari pihak kepariwisataan, pengelola pariwisata dan masyarakat yang memiliki usaha di sekitar kawasan pariwisata.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kreabilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada narasumber yang sama dengan teknik yang berbeda dalam penelitian ini, peneliti melakukan dua kali wawancara kepada setiap narasumber untuk memperoleh data yang valid. Semakin sama jawaban dari narasumber, maka semakin valid dan semakin tinggi keabsahan data tersebut.

3. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu untuk menguji kreabilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada narasumber yang sama dengan waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini peneliti melakukan dua kali

³¹ *Ibid.*

wawancara kepada narasumber untuk memperoleh data yang valid. Semakin sama jawaban dari narasumber tersebut, berarti semakin valid dan semakin tinggi keabsahan data tersebut.

1.8 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan Skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I: pendahuluan yang merupakan pemaparan tentang permasalahan yang terjadi yang menjadi fokus kajian penelitian. Dalam bab ini dipaparkan beberapa persoalan mendasar yaitu: latar belakang masalah, rumusan masalah tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah, kerangka teori, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II: berisi tentang landasan teori yang mencakup teori-teori yang berhubungan dengan penelitian. Bab ini terdiri dari tentang teori-teori yang berkaitan dengan strategi pengusaha untuk mempertahankan usahanya di tengah pandemi covid-19 tinjauan etika bisnis Islam, penelitian terdahulu dan kerangka teoritis.

Bab III: berisi tentang temuan penelitian yang meliputi lokasi penelitian, strategi pengusaha Kedai Kopi Sui Kuala Simpang untuk mempertahankan usahanya di tengah pandemi covid-19 dan penerapan etika bisnis Islam pengusaha Kedai Kopi Sui Kuala Simpang dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19

Bab IV: merupakan bab yang penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Strategi

2.1.1 Pengertian Strategi

Strategi merupakan sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau *joint venture*. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar.³²

Menurut Tjiptono, strategi diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.³³ Strategi juga dapat diartikan sebagai perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya.³⁴ Strategi juga merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

³² David Fred, *Manajemen Strategi Konsep. Edisi 12*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 18-19

³³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), h. 3

³⁴ Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 183

Menurut Arifuddin mendefinisikan strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau *joint venture*.³⁵ Strategi merupakan tindakan, langkah-langkah sebuah organisasi secara keseluruhan guna mencapai misi/tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Strategi yaitu untuk mempertahankan eksistensi perusahaan serta untuk mendapatkan laba atau keuntungan.

Strategi dilakukan suatu organisasi demi kehidupan berkelanjutan sebuah perusahaan. Selain demi laba atau keuntungan strategi juga dilakukan organisasi untuk dapat bersaing di dunia bisnis.³⁶ Strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, serta faktor-faktor lingkungan. Strategi pemasaran sangat penting diperhatikan agar produk/jasa yang dihasilkan dapat memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan, sehingga pada gilirannya akan memberikan *impact* berupa loyalitas pelanggan kepada perusahaan, selaku produsen dari produk tersebut.³⁷

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan hal hal yang perusahaan ingin lakukan untuk mencapai suatu tujuan yang telah di tetapkan sebelumnya.

³⁵ Afifuddin Opan, Tanjung, Rahman, Manajemen Strategik teori dan implementasi, (Bandung: Pena Persada, 2020, Andi) h.12

³⁶ *Ibid*... h.12

³⁷ Dhoembana, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFE, 2018) h. 19

2.1.2 Klasifikasi Strategi

Strategi perusahaan dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis perusahaan dan tingkatan tugas. Dilihat dari jenis perusahaan, ada strategi perusahaan konglomerasi yang memiliki beberapa *Strategic Business Unit* (SBU), dan strategi perusahaan kecil dan hanya memiliki satu SBU. Sedangkan dilihat dari tingkatan tugas, strategi dapat diklasifikasikan menjadi:³⁸

a. Strategi Generik

Strategi generik adalah suatu pendekatan strategi perusahaan dalam rangka menunjukkan keunggulan pesaing dalam industri sejenis. Dalam praktek, setelah perusahaan mengetahui strategi generiknya, untuk implementasinya akan ditindaklanjuti dengan langkah penemuan strategi yang lebih operasional.

b. Strategi Utama

Strategi utama merupakan strategi yang lebih operasional dan merupakan tindak lanjut dari strategi generik

c. Strategi Fungsional

Strategi fungsional merupakan turunan strategi utama dan lebih bersifat spesifik serta terperinci tentang pengelolaan bidang-bidang fungsional tertentu, seperti bidang pemasaran, bidang keuangan, bidang SDM, bidang pelayanan, dan lain sebagainya.

³⁸ Salusu, *Pengambilan Keputusan Strategik: Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*, (Jakarta: Grasindo, 2006), h. 105

Pendapat lain menyebutkan strategi dapat diklasifikasikan, yaitu:³⁹

1. *Corporate Strategy*, strategi korporat menjelaskan wilayah bisnis yang ingin dimasuki perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan salah satu bentuk strategi korporat, yaitu:
 - a. Strategi bisnis tunggal, perusahaan dapat mengkonsentrasikan seluruh sumber daya dan keahliannya pada produk atau jasa. Akan tetapi strategi ini meningkatkan kerentanan perusahaan terhadap persaingan dan perubahan lingkungan eksternal.
 - b. Strategi diversifikasi berhubungan, Membuat perusahaan mampu meningkatkan kompetensi disatu pasar agar dapat memperkuat daya saingnya di pasar lain. Diversifikasi yang berhubungan memiliki beberapa keuntungan. Pertama, perusahaan tidak terlalu tergantung pada satu produk atau jasa, sehingga perusahaan tidak terlalu rentan terhadap ancaman persaingan atau ekonomi.
 - c. Strategi diversifikasi yang tidak berhubungan, perusahaan beroperasi di beberapa industri dan pasar yang saling berhubungan.
2. *Functional strategy*, strategi ini merupakan strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lain. Ada tiga jenis strategi fungsional yang bisa mendukung konsep tersebut yakni strategi fungsional ekonomi, strategi fungsional manajemen, dan strategi isu strategik.

³⁹ Dhoembana, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFE, 2018) h. 19

3. *Business strategy*, strategi bisnis berfokus pada bisnis khusus, anak perusahaan atau unit operasi khusus dalam perusahaan. Tiga bentuk dasar strategi bisnis adalah:
 - a. Diferensial. Berusaha membangun dan mempertahankan citra (baik nyata maupun hanya anggapan) bahwa barang atau jasa SBU (*strategic business units*) pada dasarnya unik dibandingkan dengan barang atau jasa lain di aspek pasar yang sama.
 - b. Kepemimpinan biaya penuh. Perusahaan berfokus pada pencapaian prosedur operasi yang sangat efisien sehingga biayanya lebih rendah dibandingkan dengan biaya para pesaingnya.
 - c. Fokus. Perusahaan membuat target atas tipe produk tertentu untuk kelompok pelanggan atau wilayah tertentu. Kelompok pelanggan ini dapat dibagi berdasarkan wilayah geografis, etnis, daya beli, selera, atau faktor lain yang mempengaruhi pola pembelian. Strategi tingkat bisnis diterapkan oleh masing-masing unit bisnis strategi. Strategi bisnis biasanya diformulasikan oleh manajer tingkat bisnis melalui negosiasi dengan manajer korporasi dan memusatkan pada cara bersaing dalam dunia bisnis. Strategi bisnis harus melalui dan diperoleh serta didukung oleh strategi korporasi.
4. *Enterprise strategy*, berkaitan dengan respon masyarakat. Setiap organisasi mempunyai hubungan dengan masyarakat. Masyarakat

adalah kelompok yang berada diluar organisasi yang tidak dapat dikontrol. Masyarakat yang tidak terkendali, ada pemerintah dan berbagai kelompok lain seperti kelompok penekan, kelompok politik dan kelompok sosial. Kelompok-kelompok ini mempunyai keterkaitan dan tuntutan yang sangat bervariasi terhadap organisasi.

2.1.3. Tipe-Tipe Strategi

Tipe strategi sebagai strategi alternatif yang dapat dikejar perusahaan apabila perusahaan menjalankan beberapa strategi risiko sekaligus, hal tersebut dapat menjadi sangat berisiko. Maka, perusahaan harus mengutamakan prioritas dan sumber daya terbatas yang dimiliki perusahaan.⁴⁰

1. Strategi integrasi ke depan, integrasi ke belakang, dan integrasi horizontal secara kolektif disebut sebagai integrasi vertikal (*vertical integration*). Integrasi vertikal memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh kendali atas distributor, pemasok (*supplier*), dan pesaing.
 - a. Strategi integrasi ke depan berkaitan dengan usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor.
 - b. Strategi integrasi ke belakang Strategi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pemasok perusahaan. Strategi tersebut sangat tepat ketika pemasok perusahaan yang ada saat ini tidak bisa diandalkan, terlampau mahal, atau tidak mampu memenuhi kebutuhan perusahaan. Strategi integrasi horizontal. Strategi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pesaing perusahaan. Merger,

⁴⁰ Putra D, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: BPF, 2018) h. 19

akuisisi, dan pengambilan di antara pesaing memungkinkan peningkatan skala ekonomi serta mendorong transfer sumber daya dan kompetensi.

2. Strategi intensif terbagi menjadi analisis strategi ke dalam pasar dan produk. Dapat digunakan pada saat menentukan strategi atas produk baru atau penawaran produk baru di pasar yang ada ataupun pasar yang baru. Penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk disebut sebagai strategi intensif untuk meningkatkan posisi kompetitif suatu perusahaan dengan produk yang ada saat ini.
 - a. Strategi penetrasi pasar adalah strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar.
 - b. Strategi pengembangan pasar meliputi pengenalan produk atau jasa yang ada saat ini ke wilayah-wilayah geografis yang baru.
 - c. Strategi pengembangan produk mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini.
3. Strategi diversifikasi. Ada dua tipe umum strategi diversifikasi, yaitu terkait dan tidak terkait. Dikatakan terkait apabila rantai nilai bisnis memiliki kesesuaian strategik lintas bisnis yang bernilai secara kompetitif. Bisnis dikatakan tidak terkait apabila rantai nilai bisnis yang bernilai secara kompetitif yang terbagi menjadi dua yaitu horizontal ditujukan kepada pelanggan yang sudah ada dan konglomerat ditujukan bagi pelanggan baru.

Strategi defensif, perusahaan dapat melakukan penciutan, divestasi, dan likuidasi. Penciutan terjadi apabila perusahaan melakukan pengelompokan ulang melalui pengurangi biaya dan aset untuk membalik penjualan dan laba yang menurun. Divestasi adalah menjual satu divisi atau bagian dari suatu perusahaan. Divestasi dapat menjadi bagian dari keseluruhan strategi penciutan untuk membebaskan organisasi dari bisnis yang tidak lebih menguntungkan, yang membutuhkan terlalu banyak modal atau yang tidak begitu sesuai dengan aktivitas perusahaan yang lain. Likuidasi adalah menjual seluruh aset perusahaan secara terpisah-pisah untuk kekayaan berwujudnya.

2.2 Pengusaha

2.2.1 Pengertian Pengusaha

Kata pengusaha atau *entrepreneur* atau wirausaha dalam bahasa Indonesia merupakan gabungan dari wira (gagah, berani, perkasa) dan usaha (bisnis) sehingga istilah pengusaha dapat diartikan sebagai orang yang berani atau perkasa dalam usaha atau bisnis.⁴¹ Pengusaha merupakan seseorang yang memiliki visi, semangat dan melakukan suatu tindakan yang dapat dibuktikan secara nyata dalam dunia usaha untuk menciptakan dan mengembangkan sendiri sumber pendapatan tanpa harus bergantung kepada orang lain.⁴²

Pengusaha juga dapat diartikan sebagai orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya atau bisa juga

⁴¹ Arman Hakim Nasution, dkk, *Entrepreneurship: Membangun Spirit Teknopreneurship*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2007), h. 2

⁴² Pietra Sarosa, *Kiat Praktis Membuka Usaha: Langkah Awal Menjadi Entrepreneur Sukses*, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2005), h. 2

dengan menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang ada.⁴³ Pengusaha juga merupakan orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti.⁴⁴

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengusaha merupakan seorang yang memiliki dorongan kekuatan dari dalam untuk memperoleh sesuatu tujuan, suka mengadakan eksperimen atau untuk menampilkan kebebasan dirinya di luar kekuasaan orang lain.

2.2.2 Karakteristik Pengusaha

Dalam diri seorang pengusaha, biasanya ada 8 karakteristik yang melekat, yaitu sebagai berikut:⁴⁵

- a. *Desire for responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha- usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki tanggung jawab akan selalu mawas diri.
- b. *Preference for moderate risk*, yaitu lebih memilih resiko yang moderat, artinya selalu memiliki keberanian untuk mengambil resiko selama masih ada peluang untuk berhasil.
- c. *Confidence in their ability to success*, yaitu memiliki kepercayaan diri untuk memperoleh kesuksesan.
- d. *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu menghendaki umpan

⁴³ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), h. 20

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ Suryana, *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003), h. 23

balik dengan segera.

- e. *High level of energy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
- f. *Future orientation*, yaitu berorientasi serta memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.
- g. *Skill at organizing*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
- h. *Value of achievement over money*, yaitu lebih menghargai prestasi dari pada uang.

Sedangkan menurut Agbim, sebagaimana dikutip Agung Wahyu, hanya ada 6 karakteristik dari seorang pengusaha, yaitu:⁴⁶

- a. Tidak mudah menyerah dalam mencapai tujuan (*need for achievement*).
- b. Sikap pengusaha dalam mengelola usahanya (*focus of control*).
- c. Memilih suatu tantangan namun cukup kemungkinan untuk berhasil (*risk taking propensity*).
- d. Kemampuan untuk berhubungan dengan sesuatu yang tidak bisa diprediksi (*tolerance for ambiguity*).
- e. Dapat menciptakan barang dan jasa baru (*innovativeness*).
- f. Memiliki percaya diri yang tinggi akan keberhasilan usahanya (*confidence*).

⁴⁶ Agung Wahyu Handaru, "Karakteristik Entrepreneur Melalui Multiple Diskriminan Analisis (Studi Pada Etnis Tionghoa, Jawa dan Minang di Bekasi Utara)", (Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. VI, No. 1, Jakarta, 2015), h. 357

2.2.3 Sifat-Sifat Pengusaha

Seorang pengusaha atau wirausahawan (*entrepreneur*) sebaiknya memiliki sifat-sifat berikut ini dalam mendukung usahanya, antara lain:⁴⁷

- a. *Dream*, yang berarti mempunyai visi dan mempunyai kemampuan untuk mewujudkan impiannya tersebut.
- b. *Decisiveness*, yang berarti memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan dengan cepat dan tepat.
- c. *Doers*, yang berarti tidak mau menunda-nunda kesempatan.
- d. *Determination*, yang berarti memiliki rasa tanggungjawab yang tinggi dan tidak mau menyerah.
- e. *Dedication*, yang berarti memiliki dedikasi.
- f. *Devotion*, yang berarti mencintai pekerjaannya. *Destiny*, yang berarti bertanggung jawab terhadap nasib dan tujuan yang hendak dicapainya.
- g. *Dollars*, yang berarti merasa sukses berbisnis jika telah mendapat laba atau bonus atau hadiah.
- h. *Distribute*, yang berarti mau mendistribusikan kepemilikannya atau memiliki orang kepercayaan.

Sebelum melihat lebih lanjut perlu diketahui sifat-sifat dari pengusaha atau wirausahawan (*entrepreneur*) yaitu:⁴⁸

- a. *Entrepreneur* yang memiliki inisiatif

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ Bukhari Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h. 25

- b. *Entrepreneur* yang mengorganisir mekanis sosial dan ekonomi untuk menghasilkan sesuatu.
- c. *Entrepreneur* yang menerima resiko atau kegagalan

2.3 Etika Bisnis Islam

2.3.1 Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika adalah cabang filsafat yang mempelajari baik buruknya perilaku manusia. Karena itu etika dalam arti ini sering disebut juga “filsafat prkatis”.⁴⁹ Kata “etika” berasal dari kata Yunani *ethos* yang mengandung arti cukup luas yaitu tempat yang biasa ditinggali, kandang padang rumput, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berfikir. Bentuk jamak *ethos* adalah *taetha* yang berarti adat kebiasaan. Arti jamak inilah digunakan Aristoteles (384-322 SM) untuk menunjuk pada etika sebagai filsafat moral. Kata “moral” sendiri berasal dari kata lain *mos* (jamak *mors*) yang juga berarti kebiasaan atau adat. Kata “moralitas” dari kata latin “moralis” dan merupakan abstraksi dari kata “moral” yang menunjuk kepada baik buruknya suatu perbuatan. Dari asal katanya bisa dikatakan etika sebagai ilmu yang mempelajari tentang apa yang bisa dilakukan. Pendeknya, etika adalah ilmu yang secara khusus menyoroti perilaku manusia dari segi moral, bukan dari fisik, etnis dan sebagainya.⁵⁰

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengelolaan barang (produksi). Bisnis merupakan aktivitas berupa jasa, perdagangan dan industri guna

⁴⁹ K. Bertes, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), h. 25.

⁵⁰ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), h.85.

memaksimalkan keuntungan. Sedangkan bisnis Islami adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram:⁵¹

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah salam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana perilaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Etika dalam bisnis Islam mengacu pada dua sumber utama yaitu Al-Qu'an dan Sunnah Nabi SAW. Dua sumber ini merupakan sumber dari segala sumber yang ada, membimbing dan mengarahkan semua perilaku individu atau kelompok dalam menjalankan ibadah, perbuatan atau aktivitas umat Islam. Jadi etika bisnis Islam adalah norma dan tuntunan atau ajaran yang menyangkut sistem kehidupan individu dan atau masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis, dimana harus selalu mengikuti aturan yang ditetapkan dalam Islam sebagai acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.⁵²

2.3.2 Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Harta yang halal dan berkah niscaya akan menjadi harapan bagi pelaku bisnis muslim. Karena dengan kehalalan dan keberkahan itulah yang akan mengantar manusia pemilik beserta keluarganya ke gerbang kebahagiaan dan

⁵¹ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*,....., h. 38

⁵² Muhammad Djakfar, *Etika Bisbis Islami Tataran Teoritis dan Praktis*....., h. 84

kesejahteraan di dunia dan di akhirat. Hanya saja persyaratan untuk meraih keberkahan atas nilai transenden seseorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam islam, antara lain:⁵³

Pertama, jujur dalam takaran. Jujur dalam takaran ini sangat penting untuk diperhatikan karena masalah kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seseorang pelaku bisnis menurut islam. Tetapi etika bisnis modern juga sangat menekankan pada prinsip-prinsip kejujuran.⁵⁴

Kedua, menjual barang yang baik mutunya. Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggung jawab yang berkeseimbangan (*balance*) antara memperoleh keuntungan (*profit*) dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum, maupun etika atau adat. Menyembunyikan mutu sama saja halnya dengan berbuat curang dan bohong.⁵⁵

Ketiga, dilarang menggunakan sumpah. Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari terutama dikalangan para pedagang kelas bawah apa yang dikenal dengan *obral* sumpah. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas, dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya. Dalam Islam perbuatan semacam itu tidak dibenarkan karena juga akan menghilangkan keberkahan.⁵⁶

⁵³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisbis Islami Tataran Teoritis dan Praktis.....*, h. 84

⁵⁴ *Ibid.*, h. 103

⁵⁵ *Ibid.*, h. 106

⁵⁶ *Ibid.*, h. 108

Keempat, longgar dan bermurah hati. Dalam transaksi terjadi kontak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini seorang penjual akan mendapat berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli. Kunci suksesnya adalah satu yaitu *service* kepada orang lain. Rasulullah SAW juga menjelaskan bahwa senyum kepada saudara adalah sedekah bagi kita.⁵⁷

Kelima, membangun hubungan baik (*Interrelationship*) antar kolega. Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapapun, inklud antar sesama pelaku dalam bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu diatas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, oligopoli maupun bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan keadilan atau pemerataan pendapatan. Sebagaimana juga yang telah dijelaskan oleh Rasulullah SAW bahwa manusia yang menjalin hubungan silaturahmi dengan baik akan dimudahkan rezeki dan dipanjangkan umurnya oleh Allah SWT.⁵⁸

Keenam, tertib administrasi. Dalam dunia perdagangan wajar terjadi praktik pinjam meminjam. Dalam hubungan ini Al-Qur'an mengajarkan perlunya administrasi hutang piutang tersebut agar manusia terhidar dari kesalahan yang mungkin terjadi.⁵⁹

Ketujuh, menetapkan harga dengan transparan. Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Kendati dalam

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ *Ibid.*, h. 110

⁵⁹ *Ibid.*, h. 111

dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh prestasi (keuntungan), namun hak pembeli harus tetap dihormati.

Itulah prinsip-prinsip etika bisnis yang diajarkan dalam Islam yang bersumber pokok dari Al-Qur'an dan Hadis. Prinsip-prinsip ini dengan sendirinya harus mendapatkan perhatian bagi para pelaku bisnis muslim karena didalamnya banyak terkandung hikmah yang dapat dipetik dan akan bermanfaat untuk kehidupan selanjutnya.⁶⁰

Dalam dunia bisnis semua orang tidak mengharapkan memperoleh perlakuan tidak jujur dari sesamanya. Praktek manipulasi tidak akan terjadi jika dilandasi dengan moral tinggi. Moral dan tingkat kejujuran rendah akan menghancurkan tata nilai etika bisnis itu sendiri. Masalahnya ialah tidak ada hukuman tegas terhadap pelanggaran etika, karena nilai etika hanya ada dalam hati nurani seseorang. Etika mempunyai kendali dari dalam hati, berbeda dengan aturan hukum yang mempunyai unsur paksaan dari luar kehendak hati. Akan tetapi bagi orang-orang yang bergerak dalam bisnis yang dilandasi oleh rasa keagamaan mendalam akan mengetahui bahwa perilaku jujur akan memberikan kepuasan tersendiri dalam kehidupannya baik dalam dunia nyata maupun akhirat. Hendaknya kehidupan dunia terutama dalam bisnis, tidak terlepas dari kehidupan di hari kemudian itu.⁶¹

⁶⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisbis Islami Tataran Teoritis dan Praktis.....*, h. 114

⁶¹ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta, Bandung, 2009, hlm. 200

Beberapa dasar etika bisnis Islam yang dikemukakan oleh Buchari Alma dalam jurnal Muhammad Farid dan Amilatuz Zahroh, yaitu:⁶²

1. Menepati janji

Sebagai seorang muslim kita diajarkan untuk menepati janji. Janji adalah semacam ikrar atau kesanggupan yang telah kita nyatakan kepada seseorang dan Yang Maha Kuasa akan janji tersebut.

2. Masalah utang piutang

Utang merupakan kegiatan yang bisa dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Hanya terkadang persoalan hutang ini menimbulkan persoalan yang sulit diatasi, sehingga menimbulkan pertengkaran, sampai masuk pengadilan bahkan sering kali sampai terjadi pembunuhan dalam penagihan dan sebagainya.

3. Jual beli harus jujur dan ada hak khiyar

Kejujuran merupakan hal yang penting untuk diterapkan dalam bisnis, karena kejujuran merupakan kunci kesuksesan bisnis. Agar dalam perdagangan tidak terjadi penipuan maka harus ada khiyar, sehingga adanya penipuan dalam jual beli dapat dihindari.

4. Masalah upah

Agar tidak terjadi kecemburuan dan demonstrasi dari para karyawan.

Menurut Djakfar, persyaratan untuk meraih keberkahan atas nilai transenden pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam Islam, antara lain:⁶³

⁶² Muhammad Farid dan Amilatuz Zahroh, Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian”, *Jurnal Iqtishoduna*, Vol. 6, No. 2, Oktober 2015, hlm.17

1. Jujur dalam Takaran (*Quantity*). Kejujuran merupakan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun.⁶⁴ Jujur dalam takaran ini sangat penting untuk diperhatikan karena Tuhan sendiri secara gamblang mengatakan:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ
الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وُزِنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya: “Celakalah bagi orang yang curang (dalam menakar dan menimbang). (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan. Dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi”. (QS. al-mutaffifin, 83 : 1-3).⁶⁵

Maksudnya bahwa etika bisnis membangun kepercayaan dan kepercayaan adalah dasar daripada bisnis modern. Jika kita menerima pandangan tersebut bahwa tidak ada dua moral umum yang berlaku baik bagi aktivitas individual maupun kelompok. Dengan demikian, kita bisa memperoleh petunjuk untuk perilaku bisnis dengan melihat sesuatu yang oleh para filosof dipandang sebagai kehidupan yang bahagia secara moral. Kepercayaan adalah sangat mendasar dalam kegiatan bisnis. Dalam bisnis untuk membangun kerangka kepercayaan itu seorang pedagang harus mampu berbuat jujur atau adil, baik terhadap dirinya maupun terhadap orang lain. Kejujuran ini harus direalisasikan antara lain dalam praktik penggunaan timbangan yang tidak

⁶³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisbis Islami Tataran Teoritis dan Praktis.....*, h. 36

⁶⁴ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta, Bandung, 2009, hlm. 200

⁶⁵ Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Bandung: (Bandung: CV Darus Sunnah, 2015)

membedakan antara kepentingan pribadi (penjual) maupun orang lain (pembeli). Dengan sikap jujur itu kepercayaan pembeli kepada penjual akan tercipta dengan sendirinya.

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

Artinya: “Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, sampai dia mencapai (usia) dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila kamu berbicara, bicaralah sejujurnya, sekalipun dia kerabat (mu) dan penuhilah janji Allah. Demikianlah Dia memerintahkan kepadamu agar kamu ingat”. (QS. Al-An’am, 6: 152).⁶⁶

Yang dimaksud memenuhi janji Allah itu adalah agar seluruh manusia memenuhi (mentaati) segala ajaran-ajaran-Nya. Sebagai contoh, dalam urusan bisnis, penjual dilarang mencuri timbangan yang bisa merugikan, sekaligus berbuat tidak adil dan tidak jujur kepada orang lain. Oleh karena itu, dengan perbuatannya itu Allah mengancam dengan siksa neraka kelak di kemudian hari sebagaimana tersurat dalam firman sebelumnya.⁶⁷

2. Menjual Barang yang Baik Mutunya (*Quality*) Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkesinambungan

⁶⁶ Departemen Agama RI. *Al-Qur’an dan Terjemahan*, Bandung: (Bandung: CV Darus Sunnah, 2015)

⁶⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami Tataran Teoritis dan Praktis.....*, h. 36

dipasarkan harus benar-brnar mencerminkan produk yang sesuai dengan fakta, tidak terdapat unsur manipulasi.⁷⁰

3. Dilarang menggunakan Sumpah (Al-Qasm) Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan para pedagang kelas bawah apa yang dikenal dengan “obral sumpah”. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya. Dalam Islam perbuatan semacam itu tidak dibenarkan karena juga akan menghilangkan keberkahan.⁷¹
4. Longgar dan Bermurah Hati (Tasamuh dan Tarahum) Dalam transaksi terjadi kontak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Bukanlah senyum dari seorang penjual terhadap pembeli merupakan wujud refleksi dari sikap ramah yang menyejukkan hati sehingga para pembeli akan merasa senang. Dan bahkan bukan tidak mungkin pada akhirnya mereka akan menjadi pelanggan setia yang akan menguntungkan pengembangan bisnis di kemudian hari. Sebaliknya, jika penjual bersikap kurang ramah, apalagi kasar dalam melayani pembeli, justru mereka akan melarikan diri, dalam arti akan tidak mau kembali lagi.²⁸ Dalam hubungan ini bisa direnungkan, firman Allah SWT yang berbunyi:

⁷⁰ Budi Untung, Hukum dan Etika Bisnis, Andi Offset, Yogyakarta, 2012, h. 69

⁷¹ *Ibid.*

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang yang bertawakkal”. (QS. Al-Imran, 3:159).⁷²

5. Membangun Hubungan Baik Antar Kolega Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapa pun, inklud antar sesama pelaku dalam bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, oligopoli maupun bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan. Dengan demikian, dengan memahami filosofi bisnis orang Jepang bahwasannya yang penting antara penjual dan pembeli tidak hanya mengejar keuntungan materi semata, namun di balik itu ada nilai kebersamaan untuk saling menjaga jalinan kerjasama yang terbangun lewat silaturahmi. Dengan silaturahmi itulah menurut ajaran Islam akan diraih hikmah yang dijanjikan yakni akan diluaskan rezeki dan dipanjangkan umurnya bagi siapapun yang melakukannya. Dengan demikian, umur bisnis akan semakin panjang, dalam arti akan terus bertahan dan berkembang sesuai dengan yang diharapkan oleh semua orang.⁷³

⁷² Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Bandung: (Bandung: CV Darus Sunnah, 2015)

⁷³ *Ibid.*

6. Tertib Administrasi Dalam dunia perdagangan wajar terjadi praktik pinjam meminjam. Dalam hubungan ini al-Qur'an mengajarkan perlunya administrasi hutang piutang tersebut agar manusia terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi, sebagaimana firman-Nya.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ آجَلٍ مَّسْمًى فَآكْتُبُوهُ^١ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتٌ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْب الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا^٢ وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ آجَلِهِ ذَلِكُمْ أَفْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ^٣ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ^٤ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ^٥ وَاتَّقُوا اللَّهَ^٦ وَيَعْلَمْكُمْ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang-piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya, maka hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berhutang itu mendiktekan, dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia mengurangi sedikit pun daripadanya. Jika yang orang yang berhutang itu orang yang

kurang akalnya atau lemah (keadaannya) atau tidak mampu mendiktekan sendiri, maka hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada), agar jika yang seorang lupa maka yang seorang lagi mengingatkannya. Dan janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Dan janganlah kamu bosan menuliskannya, untuk batas waktunya yang baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu kepada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak menuliskannya. Dan ambillah saksi apabila kamu berjual beli, dan janganlah penulis dipersulit dan begitu juga saksi. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sungguh, hal itu suatu kefasikan pada kamu. Dan bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu, dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu”.(QS. al-Baqarah, 2: 282) .⁷⁴

7. Menetapkan Harga dengan Transparan Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Oleh karena itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh prestasi (keuntungan), Namun hak pembeli harus tetap dihormati. Dalam arti penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli, terlepas apakah ia sebagai konsumen tetap maupun bebas (insidental).⁷⁵

Perubahan yang cepat pada era globalisasi saat ini, menimbulkan masalah-masalah yang berkaitan dengan etika dalam berbisnis dan mengundang pro dan kontra dengan berbagai alasan. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa manfaat etika bisnis menurut Sutrisna

⁷⁴ Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Bandung: (Bandung: CV Darus Sunnah, 2015)

⁷⁵ Budi Untung, *Hukum dan Etika Bisnis*, Andi Offset, Yogyakarta, 2012, h. 72

dalam jurnal Lina Juliana Haurissa dan Maria Praptiningsih adalah sebagai berikut:⁷⁶

- a. Sebagai moralitas, etika bisnis membimbing tingkah laku manusia agar dapat mengelola kehidupan dan bisnis menjadi lebih baik.
- b. Dapat mendorong dan mengajak orang untuk bersikap kritis dan rasional dalam mengambil keputusan berdasarkan pendapatnya sendiri, yang dapat dipertanggungjawabkannya.
- c. Dapat mengarahkan masyarakat untuk berkembang menjadi masyarakat yang tertib, teratur, damai, dan sejahtera dengan mentaati norma-norma yang berlaku demi mencapai ketertiban dan kesejahteraan sosial.
- d. Sebagai ilmu pengetahuan, etika bisnis memberikan pemenuhan terhadap keingintahuan dan menuntut manusia untuk dapat berperilaku moral secara kritis dan rasional.

Adapun pendapat Sinour etika bisnis memberikan keuntungan dan membantu para pebisnis. Keuntungan yang dimaksud Sinour adalah sebagai berikut:⁷⁷

- a. Etika bisnis menyadarkan para pebisnis tentang adanya dimensi etis yang melekat dalam perusahaan yang dibangun.
- b. Etika bisnis memungkinkan para pebisnis untuk membuat pertimbangan-pertimbangan moral dan pertimbangan ekonomis secara memadai.

⁷⁶ Lina Juliana Haurissa dan Maria Praptiningsih, Analisis Penerapan Etika Bisnis Pada PT Maju Jaya di Pare – Jawa Timur, Jurnal AGORA, Vol. 2, No. 2, 2014, hlm. 3

⁷⁷ *Ibid.*

- c. Etika bisnis member arah yang tepat bagi para pebisnis ketika akan menerapkan pertimbangan-pertimbangan moral-etis dalam setiap kebijakan dan keputusan bisnis demi tercapainya tujuan yang ditargetkan.

2.3.3 Ketentuan Dasar Etika Bisnis Islam

a. Kesatuan (*tauhid*)

Sumber utama etika Islam adalah kepercayaan penuh dan murni terhadap kesatuan Tuhan. Konsep tauhid yang menjadi dasar filosofis ini, mengajarkan dua ajaran utama dalam ekonomi. *Pertama*, semua sumber daya yang ada di alam ini merupakan ciptaan dan milik Allah secara *absolute* (mutlak dan hakiki). Manusia hanya sebagai pemegang amanah (*trustee*) untuk mengelola sumber daya itu dalam rangka mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan kehidupan manusia secara adil. Dalam mengelola sumber daya itu manusia harus mengikuti aturan Allah dalam bentuk syariah Islam. *Kedua*, Allah menyediakan sumber daya alam sangat banyak untuk memenuhi kebutuhan manusia. Manusia yang berperan sebagai khalifah, dapat memanfaatkan sumber daya yang banyak itu untuk kebutuhan hidupnya. Dalam perspektif teologi Islam, semua sumber daya yang ada, merupakan nikmat Allah yang tak terhitung (tak terbatas) banyaknya.⁷⁸

b. Keseimbangan (keadilan)

⁷⁸ Veithzal Rivai, *Islamic Business And Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 53-54

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, karena dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman.⁷⁹

Perilaku kesetimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dalam konteks perbendaharaan bisnis (*klasik*) agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang terbaik pula. Selain itu manusia dalam melakukan transaksi dalam bidang bisnis harus memberikan haknya sesuai dengan hak masing-masing atau berlaku adil (*al-‘adalah*) dan berlandaskan pada syariah Islam. Dalam aksioma ini, para pihak yang melakukan perikatan dituntut untuk berlaku benar dalam mengungkapkan kehendak dan keadaan, memenuhi perjanjian yang telah mereka buat, dan memenuhi segala kewajibannya.

c. Kehendak Bebas (*ikhtiyar*)

Pengertian kebebasan dalam perspektif *ushul fiqh* berarti bahwa dalam *mu‘amalah* Islam membuka pintu seluas-luasnya, dimana manusia bebas melakukan apa saja sepanjang tidak ada *nash* yang melarangnya.

⁷⁹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), h.91

Aksioma ini didasarkan pada kaidah, pada dasarnya dalam *mu'amalah* segala sesuatu dibolehkan sepanjang tidak ada dalil yang melarangnya.

Dalam pandangan Islam manusia terlahir memiliki kehendak bebas yakni dengan potensi menentukan pilihan di antara pilihan-pilihan yang beragam. Manusia sebagai khalifah di muka bumi (sampai batas-batas tertentu) mempunyai kehendak bebas untuk mengarahkan kehidupannya pada tujuan pencapaian kesucian diri. Manusia dianugerahi kehendak bebas (*free will*) untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah.⁸⁰ Berdasarkan aksioma kehendak bebas ini, dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian. Termasuk keleluasan memilih untuk membatalkan akad jual beli (bisnis) atau meneruskan akad jual beli (bisnis).⁸¹

d. Tanggung jawab

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis aksioma ini berhubungan erat dengan aksioma kehendak bebas. Meskipun kedua aksioma itu merupakan pasangan secara alamiah, tapi itu tidak berarti bahwa keduanya secara logis atau praktis sedemikian terkait sehingga tidak bisa dibedakan satu sama lain.

⁸⁰ Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an* (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), h. 151

⁸¹ Shobirin, "Jual Beli Dalam Pandangan Islam", dalam *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* Vol. 3, No. 2, Desember 2015, h.256

Islam menaruh penekanan yang besar pada konsep tanggung jawab, tetapi ini bukan berarti kurang memperhatikan kebebasan individu. Justru Islam berusaha menetapkan keseimbangan yang tepat di atas keduanya. Dimana manusia memiliki tanggung jawab atas tindakan-tindakannya terhadap orang lain.⁸² Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu untuk mempertahankan kualitas kesetimbangan dalam masyarakat.

e. Kebenaran (kebijakan dan kejujuran)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur, yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebenaran adalah nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar, yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan margin keuntungan (laba).

Kebajikan adalah sikap ihsan, yang merupakan tindakan yang memberi keuntungan bagi orang lain. Dalam Islam sikap ini sangat dianjurkan. Dalam aplikasinya, menurut al-Ghazali terdapat tiga prinsip kebajikan, yakni pertama, memberi kelonggaran waktu pada pihak terutang untuk membayar utangnya. Dan jika perlu mengurangi beban utangnya.

⁸² Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an,*, h.153

Kedua, menerima pengembalian barang yang telah dibeli. Ketiga, membayar utang sebelum waktu penagihan tiba.

Termasuk ke dalam kebajikan dalam bisnis adalah sikap kesukarelaan dan keramah-tamahan. Kesukarelaan dalam pengertian, sikap sukarela antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi, kerja sama, atau perjanjian bisnis. Kedua belah pihak sama-sama mempunyai hak pilih atas transaksi dan tidak boleh bersegera memisahkan diri untuk menjaga jika ada ketidakcocokan bahkan pembatalan transaksi. Keramah-tamahan merupakan sikap ramah, toleran baik dalam menjual, membeli maupun menagih. Adapun kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikit pun sikap ini dalam khazanah Islam dapat dimaknai dengan amanah.⁸³

⁸³ *Ibid.*, h. 156-157

BAB III

HASIL PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Penelitian

3.1.1 Sejarah Singkat Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang

Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang terbentuk pada saat pemilik kedai kopi tersebut berada di Kota Medan. Awalnya kedai kopi ini akan dibuka di Kota Langsa, namun karena keterbatasan waktu dan tempat yang memakan waktu cukup lama, akhirnya pemilik kedai kopi tersebut memilih opsi untuk membuka usaha tersebut di Kota Kuala Simpang tepatnya di area SPBU Gresa Benua Raja, Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang, Kota Kuala Simpang.⁸⁴

Awalnya kedai kopi sui kuala simpang hanyalah usaha minuman dengan konsep desain yang kecil, artinya hanya ada mesin pembuat minuman dan tempat untuk pembuatannya. Namun karena usaha tersebut mendapatkan dukungan dan tambahan dana yang cukup besar, akhirnya pemilik kedai kopi sui merubah konsep awalnya menjadi kedai kopi sui yang seperti sekarang.⁸⁵

Nama Kopi SUI ini awalnya didapatkan pemilik usaha tersebut dari sebuah usaha minuman kopi yang berada di Kota Medan, yaitu Kopi Soe. Kemudian Pemilik kedai kopi sui ini tertarik dengan nama tersebut namun sedikit merubah namanya. Arti kata SUI dalam bahasa china artinya cantik atau bagus. Karena nama SUI belum ada digunakan oleh usaha-usaha lain, akhirnya

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Aidil Budi Maulana, Pemilik Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang pada tanggal 25 November 2021 pukul 21:00 wib

⁸⁵ *Ibid.*

pemilik kedai kopi tersebut menggunakan nama SUI sebagai nama usaha yang ia miliki.⁸⁶

Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang melakukan soft opening pada tanggal 29 November 2020 berlokasi di area SPBU Gresa Benua Raja, Kota Kuala Simpang. Usaha ini diharapkan dapat menyambung tali silaturahmi antara sesama manusia baik di kalangan tua maupun muda.⁸⁷

3.1.2 Arti Logo Kedai SUI



Gambar 3.1
Logo Kedai Kopi SUI

1. Bunga Lotus atau Teratai

Bunga Lotus memiliki nama Ilmiah *Nelumbo Nucifera* nama ilmiah lainnya adalah *Nelumbium Nelumbo*, *Nelumbo Speciososa*, *Nelumbium Specium*. Di Indonesia dikenal dengan sebutan bunga Seroja, sedangkan nama yang lebih

⁸⁶ *Ibid.*

⁸⁷ *Ibid.*

dikenal di dunia adalah *Sacred Water Lotus*, *Sacret Lotus* atau *Chinese Arowroot*, dan lain lain. Bunga ini tumbuh dalam lumpur dan mekar diatas air. Secara keseluruhan bunga ini mempunyai aroma harum dan tumbuh menjulang di permukaan air dengan daun yang melebar sejajar dengan air. Panjang tangkai tergantung dengan pedalaman air, mulai dari 20-200 cm berbentuk bulat panjang. Diameter bunga juga tergantung dari jenisnya mulai dari 10 cm -20 cm.

Bunga lotus melambangkan keindahan dan sering hidup di lingkungan kotor namun tidak tercemar dengan lingkungan sekitarnya. Hal tersebut dapat diartikan sebagai walaupun bungan tersebut hidup di lingkungan yang tidak baik namun ia selalu menampilkan keindahan yang dimiliki. Sama halnya seperti Kedai Kopi SUI ini, walaupun berlokasi di tempat yang dapat dikatakan tidak terlalu bagus karena berada di are SPBU, namun Kedai Kopi SUI ini diharapkan dapat menampilkan dan memberikan hal-hal baik untuk para pengunjung.

2. Uap

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata uap adalah gas yang terjadi dari cairan (air dan sebagainya) apabila dipanaskan. Arti lainnya dari uap adalah bentuk gas suatu zat. Lambang Uap yang ada pada logo Kedai Kopi SUI diartikan sebagai korelasi antara kopi dan minyak yang di mana dapat diartikan kedai kopi SUI berlokasi di area SPBU Gresa Benua Raja, Kota Kuala Simpang.

3. Sayap

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), sayap adalah bagian tubuh beberapa binatang (burung dan sebagainya) yang dapat digunakan untuk

terbang; kepak. Namun, dalam kehidupan sehari-hari, sayap bisa dimaknai lebih dari itu. Sayap tak hanya dimiliki beberapa binatang. Makhluk Allah yang taat, selalu zikir kepadanya-Nya, diciptakan dari cahaya, mempunyai tugas khusus dari Allah atau yang kita kenal sebagai malaikat, juga digambarkan memiliki sayap.

Sayap pada logo Kedai Kopi SUI diartikan sebagai Kedai Kopi SUI dapat mengembangkan usahanya tidak hanya di Kota Kuala Simpang, namun juga dapat mengembangkan usahanya di kota-kota lainnya baik di dalam maupun luar provinsi.⁸⁸

3.1.3 Nama-nama Pemilik dan Karyawan Kedai Kopi SUI Kuala Simpang

Pemilik dari kedai kopi SUI Kota Kuala Simpang ini terdiri dari 2 orang dan karyawan sebanyak 6 orang, selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.1
Nama-nama Pemilik dan Karyawan
Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang

No	Nama	Usia	Jabatan
1	Aidil Budi Maulana	21 Tahun	Pemilik/owner
2	M. Affandy	20 Tahun	Pemilik/owner
3	Resky Amanda	21 Tahun	Karyawan
4	Rahmad Ariadi	21 Tahun	Karyawan
5	Putri Salsabila	20 Tahun	Karyawan
6	Indah Syahfitri	20 Tahun	Karyawan
7	Fizlia	20 Tahun	Karyawan
8	Fikri	20 Tahun	Karyawan

⁸⁸ *Ibid.*

Berdasarkan tabel 3.1 dapat diketahui bahwa pemilik dari kedai kopi SUI di Kota Kuala Simpang terdiri dari 2 orang, yaitu Aidil Budi Maulana dan M. Affandy. Kedua pemilik ini dalam mendirikan usaha secara bersama untuk permodalan dan pengelolaan usaha. Selain itu terdapat enam orang karyawan yang bekerja atau yang menjadi karyawan pada kedai kopi SUI di Kota Kuala Simpang. Secara keseluruhan karyawan bekerja selama jam usaha usaha beroperasi yaitu setiap hari dimulai dari 08.30 Wib sampai dengan 24.00 Wib dengan karyawan yang bekerja secara bergantian (ship).

3.2 Strategi Pengusaha Kedai Kopi SUI di Kota Kuala Simpang untuk Mempertahankan Usaha di Tengah Pandemi Covid-19

Strategi merupakan sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau *joint venture*. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar.⁸⁹

Begitu juga dengan Kedai Kedai Kopi SUI yang harus memiliki strategi dalam mempertahankan usaha di tengah pandemi covid-19 agar usahanya tetap berjalan. Hal tersebut disampaikan oleh Aidil Budi Maulana, pemilik Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang dalam wawancaranya. Beliau mengatakan:

“Saya memulai usaha ini pada tanggal 29 November 2020. Awalnya saya cuma mau buka usaha ini kecil-kecilan saja, namun karena banyak mendapatkan support dan tambahan dana, jadilah kopi sui seperti yang

⁸⁹ David Fred, *Manajemen Strategi Konsep. Edisi 12*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 18-19.

sekarang ini. Di sini kami menjual berbagai minuman yang berbau kopi pastinya, tapi selain kopi ada juga varian lainnya, seperti taro latte, bubblegum, red velvet latte, green tea, dan masih banyak lagi minuman non coffee. Kalau pada saat covid kemarin kendalanya penurunan jumlah customer dan juga *event live music* yang biasanya kami buat seminggu sekali. Hal itu berdampak pada jumlah pendapatan yang kami peroleh. Karena pada saat covid ada pembatasan jam malam, jadi kami atur jam malam cuma sampai jam 10 malam dan juga sesuai dengan aturan pemerintah. Jadi untuk dapat mempertahankan usaha ini kami melakukan sistem diskon khusus untuk take away. Hal ini kami lakukan agar usaha ini tetap berjalan tapi juga tidak melanggar aturan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Selain itu juga kami sering buat giveaway dengan hadiah mendapatkan menu yang kami jual secara gratis”.⁹⁰

Selain dengan mengatur jam operasional dan sering mengadakan giveaway, pemilik Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang juga memiliki strategi lain untuk dapat mempertahankan usahanya. Ia mengatakan:

“Kalau untuk strategi ya, kunci utama sebenarnya ada di kasir. Karena kasir yang biasanya langsung berinteraksi sama pengunjung jadi harus menunjukkan first impression yang baik juga kepada semua pengunjung. Kami juga tidak membedakan pengunjung. Misalkan karyawan di sini punya masalah sama si A, terus si A ini datang ke kopi sui jadi kalau sudah di sini tidak ada yang namanya masalah itu dibawa-bawa jadi harus profesional aja. Kemudian juga antara barista dan kasir harus punya interaksi yang bagus. Dan kalau misalkan ada kesalahan yang disebabkan oleh pihak kami dalam hal pelayanan, entah misalkan pada saat antar minuman ke pengunjung minumannya jatuh, kami pasti ganti dengan yang baru kalau itu memang real kesalahan dari pihak kami.”

Selain itu, hal yang sama juga disampaikan oleh karyawan Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang. Mereka mengatakan:

“Kondisi pada saat covid pastinya sepi ya, apalagi pemerintah setempat juga menerapkan pembatasan jam malam dan jumlah pengunjung. Yang seharusnya kami tutup lebih lama jadinya harus tutup jam 10 malam. Terus juga biasanya kami ada *live music* kan untuk

⁹⁰ Hasil wawancara dengan Aidil Budi Maulana, pemilik Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang pada tanggal 25 November 2021 pukul 21:00 wib.

menarik minat pengunjung, tapi selama covid ini tidak diperbolehkan dan dampaknya yang pasti penurunan jumlah pengunjung dan pembeli.”⁹¹

Hal yang sama juga dikatakan oleh karyawan lainnya dalam hasil wawancara. Ia mengatakan:

“Kondisi pada saat mulai pandemi pastinya sepi ya dan sangat sangat sepi. Apalagi pemerintah daerah juga mulai menerapkan PSBB sebelum adanya PPKM, jadi ya kalau yang beli harus *take away* dan tidak boleh ada yang duduk di sini. Cuma bisa beli terus dibawa pulang. Pengunjung yang beli juga berkurang pastinya. Pastinya saya mengikuti aturan pemerintah dan pemilik kedai kopi ini. Terus biasanya juga seminggu sekali ada kayak rapat gitukan sama seluruh karyawan dan pemilik kedai kopi ini. Jadi di situ karyawan bebas memberikan pendapat ataupun ide-ide agar kedai kopi ini tetap ramai pengunjungnya. Biasanya lebih ke event sih. Karena event kayak live music paling diminati dan dicari sama pengunjung pada saat mereka nongkrong.”⁹²

Dari hasil wawancara di atas makan dapat ditarik kesimpulan bahwa Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang dimulai pada tanggal 29 November 2020. Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang menjual berbagai minuman yang berbau kopi pastinya, tapi selain kopi ada juga varian lainnya, seperti taro latte, bubblegum, red velvet latte, green tea, dan masih banyak lagi minuman non coffee. Strategi yang mereka terapkan dalam mempertahankan usaha di tengah pandemi covid-19 yaitu mereka sering mengadakan potongan harga khusus untuk pembelian *take away*. Selain itu juga setelah diperbolehkan menerima pembeli untuk *dine in* atau makan di tempat, mereka sering mengadakan *live music* untuk menarik minat pengunjung pada Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang. Selain itu, pelayanan juga merupakan kunci dari strategi yang diterapkan, karena apabila

⁹¹ Hasil wawancara dengan Rahmad Ariadi, Karyawan Kedai Kopi SUI pada tanggal 1 Desember 2021 pukul 21:00 wib.

⁹² Hasil wawancara dengan Fikri, Karyawan Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang pada tanggal 1 Desember 2021 pukul 21:25 wib.

pelayanan yang diberikan bagus maka akan menarik minat pengunjung untuk melakukan pembelian berulang.

3.3 Penerapan Etika Bisnis Islam Pengusaha Kedai Kopi SUI di Kota Kuala Simpang dalam Mempertahankan Usaha di Tengah Pandemi Covid-19

Proses jual beli merupakan sesuatu yang halal dan diperbolehkan dalam Islam. Tentu saja dengan syarat tidak berlaku curang, karena berlaku curang sama saja memakan harta orang lain, dan termasuk jalan kebathilan yang diharamkan oleh Allah SWT. Proses jual beli yang diperbolehkan adalah tentunya dengan berlaku adil dan jujur, serta atas dasar suka sama suka dan tak ada unsur paksaan dalam jual beli.⁹³

Teori di atas sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada pemilik dan karyawan Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang dalam penerapan strategi berdasarkan etika bisnis Islam. Beliau menyampaikan:

“Dalam menentukan harga, pastinya sesuai dengan kualitas produk yang kami tawarkan. Saya sebagai owner juga tetap melayani konsumen yang mau memesan/membeli. Apabila ada keluhan konsumen kepada kami pasti kami selalu dengarkan dan kami selalu memberikan kebebasan berpendapat dalam menilai produk yang kami jual. Kemudian apabila terjadi kesalahan yang disebabkan oleh pihak kami, pastinya kami akan mengganti dan bertanggung jawab atas kesalahan tersebut. Kalau cara saya melayani konsumen pastinya ramah dan biasanya ada konsumen yang suka bertanya seputar produk yang kami tawarkan, dan pastinya saya akan menjawab apa yang mereka tanyakan semampu saya.”⁹⁴

⁹³ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-qur'an dan terjemahannya*, Bandung: 2012 h. 122.

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Aidil Budi Maulana, pemilik Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang pada tanggal 25 November 2021 pukul 21:00 wib.

Kemudian ada juga karyawan yang memberikan pendapatnya seputar pelayanan dan kondisi pada Kedai Kopi SUI. Ia mengatakan:

“Kalau menurut saya sudah. Karena pihak kami selalu menjalankan apa yang sudah menjadi aturan baik itu secara umum atau pun agama. Contoh, pada saat waktu maghrib diwajibkan untuk memberhentikan semua kegiatan dan kami menutup kedai kopi ini. Kemudian kami juga selalu memberikan senyuman dan interaksi yang baik kepada pengunjung. Dan Alhamdulillah selama kedai kopi ini buka, tidak ada masalah apapun yang membuat masyarakat sekitar wajib untuk menegur kami.”⁹⁵

Selain Rahmad Ariadi, hal serupa juga disampaikan oleh Fikri yang mengatakan:

“Menurut saya penerapan strategi di Kedai Kopi SUI ini sudah memenuhi kriteria prinsip Islam, karena di sini biasanya kami buka dari pagi ya sekitar jam 08.30 dan karena tempat kami di area SPBU, makanya lebih cepat buka dari kedai kopi lain. Kalau aturan, misalkan pas jam maghrib, kami tutup sementara. Dan kami juga ada menyediakan mushallah untuk pengunjung yang mau shalat. Tempat kami juga terbuka. Kemudian pelayanan kami ke pengunjung juga baik sehingga sekarang pengunjungnya sudah ramai kembali yang datang kesini.”⁹⁶

Dari hasil wawancara dengan karyawan Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang, dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan sudah berdasarkan prinsip Islam. Mereka mengikuti aturan-aturan yang sudah ada sebelumnya seperti penutupan jam operasional pada saat shalat maghrib dan mereka juga telah memberikan pelayanan yang baik kepada pengunjung Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang.

Seluruh kegiatan muslim tidak boleh semata-mata hanya berorientasi pada sejumlah keuntungan material yang diperoleh, melainkan juga harus

⁹⁵ Hasil wawancara dengan Rahmad Ariadi, Karyawan Kedai Kopi SUI pada tanggal 1 Desember 2021 pukul 21:00 wib.

⁹⁶ Hasil wawancara dengan Fikri, Karyawan Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang pada tanggal 1 Desember 2021 pukul 21:25 wib.

memperhatikan aturan-aturan atau nilai etika yang dianjurkan oleh syariah Islam. Agar dapat melaksanakan kegiatan ekonomi dengan sukses dan sejalan dengan syariah, maka seseorang muslim harus memiliki pengetahuan dan keterampilan di dunia usaha, memahami berbagai aturan, prinsip-prinsip dan pesan-pesan moral syariat terkait dengan kegiatan perekonomian.⁹⁷

Maka dari pada itu di dalam berbisnis harus dilandasi oleh etika bisnis Islam baik aturan-aturan, maupun ketentuan dasar dalam berbisnis. Adapun ketentuan dasar tersebut adalah kesatuan (Tauhid), keseimbangan (keadilan), kehendak bebas (Ikhtiyar), tanggung jawab (Fardh), kebenaran (kebijakan dan kejujuran).

a. Kesatuan (*Tauhid*)

Kesatuan disini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial, menjadi suatu atau keseluruhan yang homogen serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

Dalam konsep kesatuan, maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Manusia hanya sebagai pemegang amanah untuk mengelola sumber daya dalam rangka mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan kehidupan manusia secara adil, sehingga akan terjalinnya tali persaudaraan antara sesama manusia.⁹⁸

⁹⁷ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*....., h. 47.

⁹⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 45.

Penjelasan di atas serupa dengan hasil wawancara yang disampaikan oleh salah seorang pengunjung Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang yang mengatakan:

“Saya memilih Kedai Kopi SUI ini karena tempatnya nyaman, harga-harga yang mereka cantumkan juga sesuai dengan kualitas minuman yang mereka jual. Karena terkadang kan ada tuh yang jual minuman kopi misalkan, harganya mahal tapi rasanya jauh di bawah standar. Jadi menurut saya sebagai pengunjung, tidak rugi sih malah terkadang untung karena mereka juga sering ngadain potongan harga dan bahkan *give away* untuk para pengunjung.”⁹⁹

Strategi usaha yang diterapkan oleh pihak Kedai Kopi SUI telah mencapai kesatuan yang seperti dijelaskan di atas. Mereka memberikan harga pada menu yang mereka jual dengan sepiantasnya dan minuman yang mereka jual juga sebanding dengan harga yang mereka tawarkan. Mereka juga sering mengadakan potongan harga dan *give away* agar pengunjung tertarik yang menjadi tujuan pemilik usaha, sehingga kedepannya diharapkan pengunjung yang sudah data akan melakukan kunjungan dan melakukan pembelian berulang pada kedai kopi SUI di Kota Kuala Simpang.

b. Keseimbangan (keadilan)

Keseimbangan atau keadilan dalam berbisnis secara tegas dalam konteks perbendaharaan bisnis (*klasik*) agar para pelaku bisnis menyempurnakan takaran bila menakar, dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik yang membawa akibat yang baik pula. Selain itu manusia yang

⁹⁹ Hasil wawancara dengan Muhammad Dhandi, pengunjung Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang pada tanggal 6 Desember 2021 pukul 20:00 wib.

melakukan transaksi dalam bidang bisnis harus memberikan haknya sesuai dengan hak masing-masing atau berlaku adil dan dengan berlandaskan pada syariat Islam. Dalam ketentuan ini, para pihak yang melakukan perikatan dituntut untuk berlaku benar dalam mengungkapkan kehendak dan keadaan. Karena keseimbangan adalah konsep adil, jujur dalam transaksi, tidak merugikan dan tidak pula dirugikan.¹⁰⁰

Keadilan harus diterapkan seperti halnya dalam bisnis kuliner yang langsung berhubungan dengan konsumen dengan penerapan mealui komitmen dan upaya, yakni melalui perjuangan keras. Hal itu merupakan penyatuan komitmen moral di antara para individu di dalam masyarakat untuk mewujudkan suatu keseimbangan dalam seluruh aspek kehidupan mereka, dan oleh karenanya berbeda dengan konsep mekanis murini yang digunakan ilmu ekonomi positif konvensional, yang menganggap bahwa komitmen etika maupun normatif itu tidak ada, yakni bebas bernilai. Penjelasan bahwa islam menegaskan menuntut tentang keseimbangan atau kesejajaran, tidak hanya mencakup dimana kekuatan-kekuatan ekonomi dan sosial harus benar sejajar, namun juga wilayah yang berdampingan dengan hal tersebut, dimana kekuatan-kekuatan itu tidak sejajar, tapi dengan syarat, ada mekanisme yang membuat hal tersebut menjadi sejajar

¹⁰⁰ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam.....*, h. 37.

yang perlu diperhatikan bahwa prinsip keseimbangan membawa implikasi pada sistem ekonomi islam, ini bermakna penghapusan.

Penjelasan di atas serupa dengan hasil wawancara yang disampaikan oleh salah satu pengunjung Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang yang mengatakan:

“Saya memilih Kedai Kopi SUI ini karena pelayanannya bagus, yang kerja di sini juga ramah-ramah termasuk juga owner nya. Mereka juga selalu menyapa setiap pengunjung yang datang, tidak membedakan mana pengunjung tetap maupun yang baru. Jadi menurut mereka semua sama karena mungkin bagi mereka pelayanan itu hal yang utama.”¹⁰¹

Prinsip keadilan yang diterapkan oleh pihak Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang yaitu tidak membeda-bedakan antara konsumen tetap maupun baru. Mereka tetap melayani dengan ramah siapa pun pengunjung yang datang ke tempat mereka. Hal tersebut dilakukan karena mereka beranggapan pelayanan yang baik adalah kunci utama agar dapat membuat pengunjung merasa nyaman.

Kemudian fasilitas yang diberikan kepada setiap pengunjung juga sama, seperti fasilitas tempat duduk yang tidak membedakan antara konsumen yang datang naik mobil atau sepeda motor atau bahkan tanpa kendaraan. Keadilan ini seperti layanan yang sama kepada setiap pengunjung dan juga fasilitas wifi yang siapa saja pengunjung tetap mendapatkannya. Sehingga pengunjung yang menjadi konsumen kedai kopi SUI tidak merasa ditindas atau dirugikan. Hal ini menunjukkan

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan Muhammad Fahmi, pengunjung Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang pada tanggal 6 Desember 2021 pukul 21:00 wib.

bahwa kedai kopi SUI telah sesuai dengan etika bisnis, karena dalam pelayanan dan pemberian hak kepada konsumen sama rata tanpa memperhatikan status sosial konsumen, sehingga terciptalah keseimbangan atau keadilan pada usaha tersebut.

c. Kehendak bebas (ikhtiar)

Kebebasan merupakan bagian terpenting dalam nilai etika bisnis Islam, dimana manusia bebas melakukan apa saja sepanjang tidak ada nash yang melarangnya. Kehendak bebas dalam hal ini didasarkan pada kaidah yang dimana pada dasarnya dalam *mu'amalah* segala sesuatu dibolehkan sepanjang tidak ada dalil yang melarangnya.¹⁰² Dalam pandangan Islam manusia dianugerahi potensi untuk berkehendak dan memilih diantara pilihan-pilihan yang beragam. Dengan kehendak bebasnya yang relatif, manusia bisa saja jatuh pada pilihan yang benar dan pada saat yang lain pada pilihan yang salah. Hanya saja, dalam Islam anugerah Tuhan bergantung pada pilihan awal manusia terhadap yang benar, inilah etika yang sangat dijunjung tinggi dalam Islam.¹⁰³

Penjelasan di atas serupa dengan hasil wawancara yang disampaikan oleh salah satu pengunjung Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang yang mengatakan:

“Menurut saya Kedai Kopi SUI ini bagus ya untuk perkumpulan masyarakat Kuala Simpang terutama kaum

¹⁰² Veithzal Rivai, *Islamic Business and Economic Ethics*....., h. 87.

¹⁰³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami Tataran Teoris dan Praktis*....., h.22.

remaja. Pelayanan yang diberikan juga cukup baik. Contoh, mereka selalu ramah sama pengunjung dan juga selalu memberi tahu misalkan ada menu baru. Dan kalau misalkan ada pengunjung yang sudah pesan tapi mau ganti menu, kalau memang pesannya belum dibuat, pihak kedai kopi ini mau menerima pergantian menu tersebut. Jadi menurut saya dengan adanya Kedai Kopi SUI ini cukup bagus sih untuk tempat berkumpulnya masyarakat Kota Kuala Simpang Khususnya kaum remaja.”¹⁰⁴

Prinsip kehendak bebas yang diterapkan oleh pihak Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang yaitu mereka selalu memberikan pelayanan yang baik. Apabila mereka memiliki menu terbaru, mereka selalu memberi tahu kepada setiap pengunjung. Dan jika pengunjung yang telah memesan namun ingin mengganti pesannya, apabila pesanan belum dibuat, mereka bersedia untuk mengganti menu dari pengunjung tersebut.

d. Tanggung Jawab

Islam menaruh penekanan yang sangat besar pada konsep tanggung jawab, tetapi ini bukan berarti kurang memperhatikan kebebasan individu. Justru Islam berusaha menetapkan keseimbangan yang tepat diatas keduanya. Dimana manusia memiliki tanggung jawab atas tindakan-tindakannya terhadap orang lain. Manusia harus berani mempertanggung jawabkan segala pilihannya tidak saja dihadapan manusia bahkan yang paling penting adalah kelak dihadapan Tuhan.¹⁰⁵

¹⁰⁴ Hasil wawancara dengan M. Iqbal Adamy, pengunjung Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang pada tanggal 6 Desember 2021 pukul 22:00 wib

¹⁰⁵ Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an.....*, h. 153

Penjelasan di atas serupa dengan hasil wawancara yang disampaikan oleh salah satu penghujung Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang yang mengatakan:

”Menurut saya, pihak Kedai Kopi SUI ini memang bagus pelayanannya seperti yang saya bilang tadi. Mereka juga bertanggung jawab misalkan ada kelalaian dari pihak mereka. Contoh, waktu ngantar minuman misalkan minumannya jatuh ataupun tumpah, mereka bersedia untuk mengganti dengan minuman yang baru. Begitu pun kalau misalkan minumannya kurang manis ataupun gimana, mereka pasti akan kasi gula cair lagi atau apapun yang menurut pengunjung kurang dari segi minuman.”¹⁰⁶

Prinsip tanggung jawab yang diterapkan oleh pihak Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang yaitu mereka selalu bertanggung jawab apabila ada kelalaian yang disebabkan oleh mereka sendiri. Misalnya, apabila sewaktu pengantaran minuman terjadi tumpah ataupun jatuh dan itu disebabkan oleh pihak mereka, maka mereka bersedia untuk mengganti minuman tersebut dengan yang baru. Berdasarkan paparan tersebut dilihat dari tanggung jawab pemilik kedai kopi ataupun karyawan yang sedang bertugas atas ketidaknyamanan konsumen segera dilakukan perbaikan, sehingga konsumen merasa bahwa mereka diperhatikan. Sesuai dengan etika bisnis islam bahwa setiap kosumen yang membeli produk berharap mendapatkan produk yang bebas cacat atau dengan kualitas baik dan pihak penjual akan memberikan produk dalam keadaan baik, apabila

¹⁰⁶ Hasil wawancara dengan Muhammad Fahmi, pengunjung Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang pada tanggal 6 Desember 2021 pukul 21:00 wib

tidak kurang baik atau tidak baik maka produk segera diganti dengan yang baik.

e. Kebenaran (Kebajikan dan Keadilan)

Kebenaran adalah nilai yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar, yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan margin keuntungan (laba).

Penjelasan di atas serupa dengan hasil wawancara yang disampaikan oleh salah satu pengunjung Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang yang mengatakan:

“Menurut saya pihak Kedai Kopi SUI ini cukup bagus dalam bidang pelayanan. Selain pekerja dan pemilik yang ramah, apabila ada pengunjung yang tanya tentang bahan-bahan yang mereka gunakan, mereka selalu menjelaskan kepada pengunjung tersebut. Dan tidak hanya itu, pengunjung juga bisa melihat langsung bagaimana mereka membuat pesanan para pengunjung jadi biar pengunjung tidak khawatir dengan bahan-bahan yang mereka gunakan sudah pasti bagus dan tentunya juga barang pilihan.”¹⁰⁷

Prinsip kebenaran yang diterapkan oleh pihak Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang yaitu sebelum mereka selalu menjelaskan bahan-bahan yang mereka gunakan dalam setiap menu yang mereka jual apabila ada pengunjung yang bertanya mengenai hal tersebut.

¹⁰⁷ Hasil wawancara dengan M. Iqbal Adamy, pengunjung Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang pada tanggal 6 Desember 2021 pukul 22:00 wib

Bahkan pengunjung juga bisa melihat pembuatannya secara langsung karena pihak Kedai Kopi SUI memiliki tempat pembuatan minuman yang terbuka. Berdasarkan etika bisnis islam maka dapat diketahui bahwa pihak Kedai Kopi SUI memberikan kebenaran bagi setiap konsumen yaitu dengan memberikan produk dengan kualitas dan harga yang sama kepada setiap konsumen yang datang tanpa melihat kondisi sosial konsumen.

Dari uraian prinsip di atas, maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam yang diterapkan pihak Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang dalam strategi usaha telah mencapai semua prinsip yang ada, yaitu kesatuan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Mereka menjual menu makanan dan minuman sudah sesuai dengan apa yang dibenarkan dalam Islam dan tidak merugikan orang lain. Selain itu, pelayanan yang mereka berikan juga cukup bagus sehingga dapat menarik minat pengunjung untuk melakukan pembelian berulang.

Konsep kesatuan ini maka pemilik usaha Kedai Kopi SUI dalam melakukan aktivitas maupun entitas bisnisnya tidak melakukan, diskriminasi pembeli atas dasar pertimbangan sosial, ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama. Terpaksa atau dipaksa melakukan praktek-praktek bisnis tidak baik karena hanya Allah-lah yang semestinya ditakuti dan dicintai. Oleh karena itu, sikap ini akan terefleksikan dalam seluruh sikap hidup dalam berbagai dimensinya. Berdasarkan paparan di atas, dimasa pandemic Covid-19 di Kedai Kopi SUI tetap menjalankan usaha sesuai dengan etika bisnis islam yaitu menjalankan usaha dengan mengikuti aturan pemerintah berupa jam buka atau jam operasional kedai Kopi yang

terbatas, tidak memberikan pengunjung untuk duduk rapat atau berkumpul, menyarankan konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi di rumah masing-masing konsumen, pelayanan yang tetap baik, harga produk yang tetap terjangkau serta tidak pernah mengurangi ukuran atau takaran produk yang disediakan kepada setiap konsumennya.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan, skripsi ini membahas tentang Strategi Pengusaha Kedai Kopi Sui Di Kota Kuala Simpang Untuk Mempertahankan Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19 Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang dimulai pada tanggal 29 November 2020. Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang menjual berbagai minuman yang berbau kopi pastinya, tapi selain kopi ada juga varian lainnya, seperti taro latte, bubblegum, red velvet latte, green tea, dan masih banyak lagi minuman non coffee. Strategi yang mereka terapkan dalam mempertahankan usaha di tengah pandemi covid-19 yaitu mereka sering mengadakan potongan harga khusus untuk pembelian *take away*. Selain itu juga setelah diperbolehkan menerima pembeli untuk *dine in* atau makan di tempat, mereka sering mengadakan *live music* untuk menarik minat pengunjung pada Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang. Selain itu, pelayanan juga merupakan kunci dari strategi yang diterapkan, karena apabila pelayanan yang diberikan bagus maka akan menarik minat pengunjung untuk melakukan pembelian berulang.
- b. Etika bisnis Islam yang diterapkan pihak Kedai Kopi SUI Kota Kuala Simpang dalam strategi usaha telah mencapai semua prinsip yang ada, yaitu kesatuan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Mereka

menjual menu makanan dan minuman sudah sesuai dengan apa yang dibenarkan dalam Islam dan tidak merugikan orang lain. Selain itu, pelayanan yang mereka berikan juga cukup bagus sehingga dapat menarik minat pengunjung untuk melakukan pembelian berulang.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan maka saran yang dapat disampaikan adalah:

- a. Untuk pemilik usaha agar dapat lebih meningkatkan strategi dalam menarik minat pengunjung dan juga dapat mempertahankan usahanya dalam kondisi apapun di masa yang akan datang.
- b. Bagi para akademis untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan kajian yang lebih mendalam dan lebih luas mengenai Strategi Pengusaha Kedai Kopi Sui Di Kota Kuala Simpang Untuk Mempertahankan Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19 Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badroen, Faisal. 2006. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Bertes, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Bungin, M. Burhan. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- David, Fred R. 2006. *Strategic Management (Manajemen Strategi Konsep)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fauroni, Lukman. 2006. *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pesantren.
- Fred, David. 2011. *Manajemen Strategi Konsep. Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat.
- Handaru, Agung Wahyu. 2015. "Karakteristik Entrepreneur Melalui Multiple Diskriminan Analisis (Studi Pada Etnis Tionghoa, Jawa dan Minang di Bekasi Utara)". (Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. VI, No. 1, Jakarta)
- Idrus, Muhammad. 2011. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*, edisi 2. Yogyakarta: Erlangga.
- International Coffee Organization (ICO)
- Kasmir. 2013. *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Margono. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muksin, Herlina. 2021. *Strategi UMKM Dalam Menghadapi Pasar Di Era Pandemi Covid-19 (UMKM Dalam Bidang Kuliner Di Seputaran Gomong Mataram)*. (Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram).
- Mursyidin. 2018. "Pergeseran Pola Interaksi Warung Kopi Pada Masyarakat Aceh Barat". (Jurnal Universitas Teuku Umar, Vol. 4, Nomor. 2, ISSN: 2477-5746)
- Nasution, Arman Hakim, dkk. 2007. *Entrepreneurship: Membangun Spirit Teknopreneurship*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.

- Nasution, Dito Aditia Darma, dkk. 2020. *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia*. (Jurnal Benefita. Vol. 5 no. 2).
- Petri, Mia Mulyani. 2020. *Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi)*. (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Shultan Thaha Saifuddin Jambi).
- Puspita, Adinda, dkk. 2020. “*Analisis Strategi Mempertahankan Dan Mengembangkan Bisnis Di Tengah Pandemi Covid-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan Dan Pertumbuhan Covid-19 Di Indonesia*”, (Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan, 2 (3), ISSN: 2686-1054).
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai, Veithzal. 2012. *Islamic Business And Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rosmadi, Maskarto Lucky Nara. 2021. “*Penerapan Strategi Bisnis Di Masa Pandemi Covid-19*”, (Jurnal IKRA-ITH Ekonomika, Vol. 4, No. 1).
- Salusu. 2006. *Pengambilan Keputusan Stratejik: Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. Jakarta: Grasindo.
- Sarosa, Pietra. 2005. *Kiat Praktis Membuka Usaha: Langkah Awal Menjadi Entrepreneur Sukses*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Sazali, dkk. 2020. “*Strategi Menghadapi Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha Kecil dan Menengah*”, (Jurnal Universitas Nasional)
- Shobirin. 2015. ”Jual Beli Dalam Pandangan Islam”, dalam *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 3, No. 2.
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. 2003. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umam, Khaerul. 2013. *Manajenen Perbankan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Umar, Husein. 2002. *Evaluasi Kinerja Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan

DAFTAR WAWANCARA

I. Daftar Wawancara Untuk Pemilik Kedai Kopi Sui Kota Kuala Simpang

1. Kapan anda memulai usaha kedai kopi ini?
2. Apa saja yang dijual pada kedai kopi ini?
3. Apa saja kendala yang sering dihadapi dalam menjalankan usaha ini?
4. Apakah anda memiliki cara-cara khusus untuk mempertahankan usaha ini di tengah situasi pandemi covid-19?
5. Bagaimanakah penentuan harga pada produk-produk yang anda tawarkan kepada konsumen? (*Tauhid*)
6. Apakah anda juga melayani konsumen yang akan membeli? (*Keadilan*)
7. Bagaimanakah anda melayani konsumen yang memiliki keluhan pada produk yang anda jual? (*Ikhtiyar*)
8. Bagaimanakah sikap anda apabila ada konsumen yang tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Kedai Kopi SUI? (*Tanggung Jawab*)
9. Bagaimanakah cara anda melayani konsumen? (*Kebenaran*)

II. Daftar wawancara untuk karyawan Kedai Kopi Sui Kota Kuala Simpang

1. Bagaimana kondisi pada saat pandemi covid-19? Apakah banyak konsumen yang tetap datang ke kedai kopi ini?
2. Apa kontribusi yang telah anda berikan kepada Kedai Kopi Sui untuk mempertahankan usaha di tengah pandemi covid-19?
3. Apakah aturan-aturan yang diterapkan oleh pemilik Kedai Kopi Sui telah sesuai dengan prinsip Islam?

III. Daftar wawancara untuk pengunjung/pelanggan Kedai Kopi Sui Kota Kuala Simpang

1. Bagaimana pendapat anda tentang Kedai Kopi Sui?
2. Mengapa anda memilih Kedai Kopi Sui sebagai tempat ngopi?
3. Bagaimana harga dan kualitas produk yang ditawarkan oleh pihak Kedai Kopi Sui?
4. Bagaimana kondisi dan pelayanan yang diberikan Kedai Kopi Sui di tengah pandemi covid-19?
5. Seberapa baguskah pelayanan yang diberikan oleh pihak Kedai Kopi Sui?

Berikan penjelasan anda.

6. Apakah pihak Kedai Kopi Sui sudah transparansi dalam menjalankan usahanya? Berikan penjelasan anda

Lampiran 2 Dokumentasi











DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Iskandar
Tempat/ Tgl Lahir : Jakarta, 16 Agustus 1997
Jenis Kelamin : Laki-laki
Status : Belum Kawin
Agama : Islam
No. Hp : 0822 1410 7930
Pekerjaan : Mahasiswa
No. Induk Mahasiswa : 4012015174
Kebangsaan/ Suku : Aceh
Alamat : Dsn. Mawar, Ds. Bukit Tempurung, Kec. Kualasimpang
Kab. Aceh Tamiang

Nama Orang Tua :

- a. Ayah : Abdullah Basyah (Alm)
- b. Ibu : Helmi Yati Yahya

Alamat : Dsn. Mawar, Ds. Bukit Tempurung, Kec. Kualasimpang
Kab. Aceh Tamiang

Riwayat Pendidikan :

1. SDN 7 Bukit Tempurung : Masuk Tahun (2003) Tamat Tahun (2009)
2. MTs MUQ Langsa : Masuk Tahun (2009) Tamat Tahun (2012)
3. MA MUQ Langsa : Masuk Tahun (2012) Tamat Tahun (2015)
4. Perguruan Tinggi IAIN Langsa : Masuk Tahun (2015) Tamat Tahun (2022)

Langsa, 24 November 2022


(Iskandar)