

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MARKETING TOKO
AUSATH MART PUTRA PONDOK PESANTREN DARUSSALAM
BLOKAGUNG BANYUWANGI**

Mohamad Annas¹, Sumari Mawardi², Munif Mun'im³

Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi

*Email: muhamadannas127.iaida@gmail.com¹, sumarimawardi@gmail.com²,
munif274@gmail.com³*

Abstract

This study aims to determine the implementation of Islamic business ethics in the marketing of the Ausath Mart Putra Store at the Darussalam Blokagung Banyuwangi Islamic Boarding School. The results showed that the application of Islamic business ethics at the Ausath Mart were: 1) Honest, the delivery made from the Ausath Mart Putra to the board of the boarding school and board of the boarding school to the head of the hostel then the head of the hostel conveyed to the residents of the hostel without adding any lies. 2) Amanah, the delivery is conveyed correctly and not by force. 3) Fatanah, conveying to the board of boarding schools and pesantren administrators to the head of the hostel then the head of the hostel conveyed to the residents of the dormitory, this shows that the intelligence of the Ausath Mart Putra unit in developing its business is only promoting without spending money but has a very large effect in improving sales results. 4) Tabligh, all delivery is done properly and correctly in accordance with what was said at the beginning and not detrimental to either party.

Keywords: Islamic Business Ethics, Marketing

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam dalam marketing Toko Ausath Mart Putra Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di Toko Ausath Mart adalah: 1) Jujur, penyampaian yang dilakukan dari pihak Ausath Mart Putra kepada pengurus pesantren dan pengurus pesantren kepada kepala asrama kemudian kepala asrama menyampaikan kepada warga asrama tanpa menambahkan kebohongan. 2) Amanah, penyampaian kepada warga asrama, disampaikan dengan benar dan tidak dengan pemaksaan. 3) Fatanah, penyampaian kepada pengurus pesantren dan pengurus pesantren kepada kepala asrama kemudian kepala asrama menyampaikan kepada warga asrama, ini menunjukkan bahwa kecerdasan dari unit Ausath Mart Putra dalam mengembangkan usahanya dimana hanya berpromosi dengan tanpa mengeluarkan biaya akan tetapi memiliki efek yang sangat besar dalam meningkatkan hasil penjualan. 4) Tabligh, semua penyampaian dilakukan dengan baik dan benar sesuai dengan apa yang disampaikan di awal dan tidak merugikan salah satu pihak.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Marketing

A. PENDAHULUAN

Dalam pemberdayaan pedagang skala kecil atau UMKM, Menteri Perdagangan juga mengembangkan program kemitraan dengan adanya kebijakan pedagang warung atau pasar harus mendapatkan akses yang sama dan harga yang sama dengan pasar retail modern dan pedagang kecil juga harus bisa mendapatkan kredit modal kerja dari bank-bank nasional. Selain itu para UMKM juga difasilitasi dengan pengurusan hak merek, sertifikasi halal dan uji laboratorium standarisasi. Kemudian dalam pemasaran produk UMKM juga telah diluncurkan Banyuwangi-mall.com yaitu situs belanja online yang khusus beris produk-produk yang dijual secara online.

Koperasi dijelaskan sebagai badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi, dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan (UU No. 25 Tahun 1992). Koperasi berbasis nilai Islam di Indonesia pertama kali dibentuk oleh paguyuban usaha bernama Syarikat Dagang Islam (SDI) yang didirikan H. Samanhudi di Solo, Jawa Tengah dan beranggotakan para pedagang muslim. Pada perkembangannya, SDI kemudian berubah menjadi Syarikat Islam (SI) yang bernuansa gerakan politik (Hendar, 2010:18).

Koperasi yang memiliki nilai-nilai mulia seperti kejujuran, keterbukaan, menolong diri sendiri, tanggung jawab sendiri, demokrasi, persamaan, keadilan, solidaritas, tanggung jawab sosial dan kepedulian terhadap orang lain (ICA, 1995). Dalam pandangan Islam, Koperasi tergolong sebagai *syirkah/syarikah*. *Syirkah* menurut bahasa artinya “bercampur”, sedangkan menurut syara’ ialah tetapnya hak atas jalan *syuyu’* (milik bersama) pada benda satu yang di hakiki oleh dua orang atau lebih. Lembaga ini merupakan wadah kemitraan kerja sama, kekeluargaan dan kebersamaan usaha yang sehat, baik dan halal (Hendar, 2010:14). Pernyataan ini sesuai dengan asas usaha koperasi pondok pesantren yang notabennya koperasi yang berlandaskan syariah Islam yakni berdasarkan konsep gotong royong dan tidak dimonopoli oleh salah satu orang pemilik modal. Begitu pula dalam hal keuntungan yang diperoleh maupun kerugian yang diderita harus dibagi secara sama rata dan proposional (Abu Hazim, 2013:21).

Koppontren Ausath Pondok Pesantren Darussalam Blokagung didirikan pada tanggal 01 Juni 1994, Koppontren Ausath merupakan koperasi yang dimiliki oleh yayasan Pondok Pesantren Darussalam, dalam organisasi Koppontren ini pengurus tidak mengangkat General Manager (GM) namun mengangkat beberapa manager yang masing-masing manager membawahi beberapa unit usaha dan secara langsung berada dibawah pengawasan pengurus secara kolektif. Hal ini dilakukan karena sulitnya mencari tenaga General Manager (GM) yang profesional dan menguasai seluruh bidang usaha yang ada. Di Koppontren Ausath Pondok Pesantren Darussalam Blokagung terdapat 10 unit usaha, diantaranya unit simpan pinjam pola syariah, unit kantin dan kost, unit toserba, unit komputer, unit konveksi, unit toko grosir sembako, unit ATK net, unit fothografi, unit toko bangunan dan Unit Ausath Mart (Profil Koppontren, 2019).

Etika bisnis Islam menjadi salah satu topik utama dalam kegiatan bisnis global baik bisnis ritel modern maupun *online*, seiring dengan meningkatnya kompleksitas dan tekanan persaingan yang dihadapi oleh lembaga keuangan. Etika bisnis Islam menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan bisnis tersebut sebab menggunakan prinsip *tauhid*, *sidiq*, *tabligh*, *amanah* dan *fathanah*. Hal ini dapat dilihat dari perhatian masyarakat dan ketatnya persaingan terhadap kepuasan pelanggan dan berujung pada loyalitas pelanggan untuk terus memakai dan menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Dengan keunggulan dan model kegiatan usaha yang sesuai dengan prinsip syariah dan adanya penerapan etika bisnis Islam yang dapat menarik pelanggan, maka Toko Ausath Mart Putra banyak diminati oleh santri dan masyarakat baik kelas menengah kebawah sampai menengah keatas dan masyarakat yang semula menggunakan produk dari toko retail modern yang berbasis konvensional sekarang sudah banyak yang beralih menggunakan produk toko retail modern yang sesuai dengan prinsip syariah. Dari latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Toko Ausath Mart Putra mengenai “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam *Marketing* Toko Ausath Mart Putra Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi”. Maka rumusan masalahnya adalah: Bagaimana implementasi etika bisnis Islam dalam *marketing* Toko Ausath Mart Putra Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi?

B. LANDASAN TEORI

Etika Bisnis Islam

Menurut K. Bertens dalam buku Etika merumuskan pengertian etika kepada tiga pengertian; *Pertama*, etika digunakan dalam pengertian nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. *Kedua*, etika dalam pengertian kumpulan asas atau nilai-nilai moral atau kode etik. *Ketiga*, etika sebagai ilmu tentang baik dan buruk. Lebih tegas menurut madjid Fachri, etika merupakan gambaran rasional mengenai hakikat dan dasar perbuatan dan keputusan yang benar, serta prinsip-prinsip yang menentukan klaim bahwa perbuatan dan keputusan secara moral yang diperintah dan dilarang.

Menurut ar-Raghib al-Asfahani dalam Al-Mufradat fi Gharib al-Qur'an, at-Tijarah pengertian bisnis adalah bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Dari penjelasan diatas terlihat bahwa bisnis dalam Al-Qur'an dari *tijarah* pada hakikatnya tidak semata-mata bersifat material dan hanya bertujuan mencari keuntungan material semata tetapi bersifat material sekaligus immaterial bahkan lebih meliputi dan mengutamakan hal yang bersifat immaterial dan kualitas.

Islam adalah agama yang diturunkan oleh Allah SWT. kepada Nabi Muhammad SAW. untuk mengatur hubungan manusia dengan Allah dengan dirinya dan dengan sesamanya. Islam merupakan agama yang diridhoi Allah SWT sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an dalam Surat Al-Imran Ayat 19:

إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ

Artinya: “*Sesungguhnya agama (yang diridhai) disisi Allah hanyalah Islam*” (QS. Ali Imran: 19)

Marketing (Pemasaran)

Menurut Kotler Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalam individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran (*marketing*) sejatinya tidak sebatas menjual produk barang atau jasa. Pemasaran adalah suatu yang sangat komprehensif sehingga perlu penahapan yang didukung prinsip-prinsip syariah. Sudah seharusnya pemasaran dilakukan sesuai koridor Islami. Tidak boleh dilakukan

praktik-praktik penyimpangan, karena bisnis tidak akan berjalan lama dan yang pasti tidak akan berkah.

Pemasaran Syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholder* yang didalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip *muamalah* (bisnis) dalam Islam. Ini artinya bahwa marketing syariah adalah seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip *muamalah* yang islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin dan penyimpangan prinsip-prinsip *muamalah* tidak terjadi dalam suatu transaksi dalam pemasaran dapat dibolehkan.

Dalam Islam sudah jelas bahwa berbicara bohong demi memikat hati pangsa pasar sangat dilarang karena nantinya akan membuat masyarakat kecewa, termasuk juga membesar-besarkan produk agar calon konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan. Maka sudah saatnya untuk menanamkan nilai-nilai spritual dalam kegiatan pemasaran (*marketing*), dengan artian bahwa kita harus percaya bisnis yang bersih pasti akan membawa keuntungan meskipun persaingan semakin banyak dan ketat. Karena sangat tidak bisa dipungkiri akan adanya korelasi antara bisnis dengan hati seseorang dalam mengelola bisnis. Jika hatinya bersih, tidak berbuat curang, bisnis yang dijalankannya bermutu tinggi, maka akan memiliki banyak calon pembeli yang loyal terhadapnya dan pastinya akan berdampak positif terhadap bisnisnya dalam jangka panjang.

Hasil Penelitian Terdahulu

Heri Irawan (2017) yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai”. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan alat analisis yang digunakan adalah deskriptif analisis. Setelah data terkumpul kemudian dilakukan analisis yang kemudian dihitung dalam bentuk penyajian data, selanjutnya adalah menganalisa data dari hasil yang telah diperoleh dari sumbernya. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa mayoritas pedagang sembako yang ada di Pasar Sentral Sinjai telah memahami dan menerapkan etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW dalam berdagang. Hal ini dapat dilihat dari indikator pedagang

sembako tentang memahami etika bisnis hingga mencapai 19 orang atau 95%. Namun masih terdapat pedagang sembako yang kurang paham secara teori dan tidak menerapkan etika bisnis karena istilah etika bisnis yang menjadi asing bagi mereka serta minimnya informasi tentang etika bisnis karena rendahnya pendidikan yang mereka miliki dan diasumsikan pula bahwa mereka sudah terbiasa dengan perdagangan yang hanya memprioritaskan profit atau keuntungan dunia semata dan tidak memikirkan keberkahan atau keuntungan akherat dalam berbisnis.

Evi Susanti (2017) dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam usaha mebel di CV Jati Karya Palembang”. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, analisis data yang digunakan merupakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan pengumpulan data dalam penelitian ini adalah pengamatan (*observasi*), wawancara, dokumentasi dan angket. Wawancara dilakukan kepada pemilik, karyawan dan pembeli mebel di CV Jati Karya Palembang. Penelitian ini menyimpulkan bahwa: Penerapan etika bisnis pada karyawan di CV Jati Karya Palembang yang diperhatikan dan diterapkan dalam berbisnis yaitu: kejujuran, tepat janji, amanah, murah hati dan pencatatan hutang. Sedangkan dalam perspektif Etika Bisnis Islam sudah sesuai dengan kejujuran, tepat janji, tertib administrasi, membangun hubungan baik antar karyawan dan berzakat.

Sidqi amalia izzati (2015) dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam di bamboo resto Tegal”. Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, analisis data yang di gunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan pengumpulan data dalam penelitian ini adalah pengamatan (*observasi*), wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan pada pemilik, karyawan dan konsumen Bamboo Hot Resto Tegal. Penelitian ini menyimpulkan bahwa : Etika bisnis yang dilakukan oleh Bamboo Hot Resto pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis yang di ajarkan dalam Islam yang meliputi tidak melipat gandakan harga dalam jual beli, jujur dalam takaran, berkomunikasi dengan ramah, memiliki visi misi yang tidak bertentangan dengan syariat Islam, menjalin silaturahmi, tidak melupakan ibadah, bekerja keras serta produk yang di jual tidak termasuk produk yang dilarang dalam Islam.

Melihat penelitian terdahulu yang sudah di cantumkan diatas, penulis mengambil kesimpulan bahwa untuk mengambil judul karya ilmiah yaitu tentang penerapan etika bisnis Islam di Toko Ausath Mart Putra Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi. Terdapat beberapa kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu kesamaanya meliputi metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dan pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan untuk perbedaannya dalam penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya yaitu terdapat pada subjek yang akan di teliti, dalam penelitian ini akan menganalisis penerapan Etika Bisnis Islam di Toko Ausath Mart Putra Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi.

C. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dalam penelitian ini yang diteliti adalah Penerapan etika bisnis islam di Toko Ausath Mart Putra Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi, dengan data yang diperoleh dari karyawan, pengurus dan staf Koppontren Ausath Pondok Pesantren Darussalam Blokagung.

Data dan Sumber Data

Dalam hal ini yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah pengurus harian, karyawan dan Konsumen di Toko Ausath Mart Putra Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi. Adapun kegunaan dari data sekunder ini yaitu sebagai data pendukung yang diperoleh dari data kepustakaan, buku, dokumen dan lain sebagainya yang berhubungan dengan penerapan etika bisnis Islam dalam usaha yang ada di Toko Ausath Mart Putra Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi. Dokumen yang di ambil adalah: Sejarah Toko Ausath, dokumentasi kegiatan dan aktifitas di Ausath Mart Putra.

Prosedur Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara peneliti datang ke lokasinya langsung yaitu di Toko Ausath Mart Putra Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi.

2. Wawancara

Peneliti menggunakan metode *wawancara* terstruktur, yakni dengan melakukan tanya jawab secara langsung kepada informan yang dalam hal ini adalah pihak Toko Ausath Mart Putra Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi mengenai penelitian ini dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun oleh peneliti sedemikian rupa sehingga dapat memperoleh data yang diperlukan.

3. Dokumentasi

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data melalui dokumentasi dari dokumen-dokumen yang ada di Kopontren Ausath Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi.

Alat Analisis Data

1. Reduksi data

Dalam mereduksi data, semua data lapangan ditulis sekaligus dianalisis, direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, sehingga disusun secara sistematis dan lebih mudah dikendalikan.

2. Penyajian data

Dalam penelitian ini peneliti akan menyajikan data dalam bentuk laporan berupa uraian yang lengkap dan terperinci. Ini dilakukan peneliti agar data yang diperoleh dapat dikuasai dengan dipilah secara fisik dan dipilah kemudian dibuat dalam kertas dan bagan.

3. Penarikan Kesimpulan

Dalam penelitian ini, setelah dilakukan verifikasi maka akan ditarik kesimpulan yang merupakan hasil dari penelitian ini.

D. HASIL PENELITIAN

Verifikasi data merupakan paparan data yang di sajikan dengan topik sesuai dalam pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah dan analisis data. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Fathul Amin, sebagai Sekretaris Kopontren Ausath, beliau mengungkapkan sebagai berikut:

“Ausath Mart Putra didirikan pada pertengahan 2019 yang dirintis oleh saudara Hasyim Musayafa (Bendahara Kopontren Ausath) dan saudara Fathul

Amin (Sekretaris Koppondren Ausath). Beliau adalah sebagai perintis sekaligus pengatur dan pengarah tujuan Ausath Mart Putra. Karena lokasi dan konsumen unit Ausath Mart Putra berada dikawasan pondok putra, maka untuk pengelolaan Ausath Mart Putra di rekrut dari santri putra”

Seiring berjalannya waktu, persaingan bisnis di lingkungan Pondok Pesantren Darussalam semakin ketat karena hampir semua toko yang ada di Pondok Pesantren Darussalam menyediakan barang yang sama. Jika dari masing-masing pembisnis tersebut tidak segera melakukan tindakan maka kemungkinan besar pendapatan akan menurun. Jika pendapatan semakin menurun maka keuntungan pun akan terus mengikutinya, begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan, unit tersebut melakukan tindakan yang dapat membuat calon pembeli selalu tertarik dan terus kembali dengan unit Ausath Mart Putra.

Mengenai Ausath Mart Putra adalah termasuk bagian dari saham Pondok Pesantren, strategi yang dilakukan adalah dengan cara kerja sama dengan pengurus pesantren putra. Pengurus pesantren putra mengumpulkan seluruh ketua asrama dan mensosialisasikan semua yang menggambarkan tentang Ausath Mart Putra kemudian mempromosikan dan setelah itu meminta ketua asrama untuk meyakinkan warganya agar selalu berbelanja di Ausath Mart Putra, karena berbelanja di Ausath Mart Putra adalah sama saja dengan membantu dalam hal pembangunan di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi.

Seiring berjalannya waktu di Ausath Mart Putra tidak hanya menjual kebutuhan primer, akan tetapi kebutuhan sekunder pun telah disediakan seperti: aksesoris dan lain-lain. Tentang perkembangan dan penghasilan saudara Hasyim berkata:

“Perkembangan di Ausath Mart Putra lumayan pesat, terstandar baik dan sudah stabil. Rata-rata perhari bisa sampai 2/3 juta dan omsetnya sampai 115 juta per bulan”.

Perkembangan Ausath Mart Putra sudah dikatakan baik menurut pengurus Koppondren Ausath, karena dalam kurun waktu yang masih sedikit ini Toko Ausath Mart Putra telah mampu mencapai omset 115 juta perbulan dan Alhamdulillah stabil. Namun karena faktor persaingan bisnis yang semakin ketat maka perlu diadakannya pengembangan yang sekiranya dapat menghindari hal-hal yang tak diinginkan.

Saat di tanya tentang pengembangan yang di lakukan oleh Ausath Mart Putra beliau menjawab:

“Selain dengan mempromosikan melalui ketua asrama, dari pihak kami juga menyediakan barang yang tidak ada di Toko lain, memperbanyak stok yang paling laris, membuat door prize atau mengadakan promo dan supaya tetap ramai maka menggunakan harga yang tidak mahal”.

Dari segi etika, mengenai niat yang baik dari Ausath mart putra dalam mengembangkan usahanya, saudara Hasyim mengatakan bahwa:

“Setiap apapun yang dilakukan bukan semata untuk mencari laba ataupun kekayaan akan tetapi ada rasa pengabdian kepada pondok dan juga mencari ridha Allah”.

Dalam berinteraksi dengan akhlak saudara Hasyim menuturkan perilaku tanggung jawab terhadap apapun yang telah menjadi janji yaitu pada saat Ausath Mart Putra kehabisan uang pecah dan ada pembeli (khususnya santri) yang menggunakan uang besar maka pihak Ausath Mart Putra memberi janji kepada pembeli tersebut untuk kembali esok hari. Dan Alhamdulillah dari pihak Ausath Mart belum pernah mengingkarinya (Wawancara: Hasyim, 2 Juli 2020).

Bentuk rasa syukur yang dilakukan Ausath Mart Putra dalam mengembangkan usahanya bukan hanya diucapkan saja namun diiringi dengan perbuatan yaitu: Pembagian sembako, sedekah, ziarah wali dan khusus pada Bulan Ramadhan yaitu mengadakan buka bersama dengan masyarakat sekitar Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi.

Sedangkan dalam bentuk ketaqwaan kepada Allah dari Ausath Mart Putra, saudara Hasyim mengatakan bahwa:

“Pertama, buka toko pada jam selain kegiatan pondok dan tutup toko pada waktu sholat berjama'ah dan yang kedua adalah mengutamakan karyawan yang tahfidz”.

Karena Ausath Mart Putra adalah milik lembaga pesantren, maka semua aturan yang ada di pesantren harus diikuti, dalam artian tidak melakukan buka tutup toko sembarang waktu dan untuk karyawan yang masih dalam jenjang MADIN di beri kelonggaran waktu untuk mengikuti kegiatan mengajinya.

Saudara Amin dan saudara Hasyim adalah orang yang pertama kali mendirikan Unit Ausath Mart Putra. Saat di tanya alasan mengapa mendirikan Ausath Mart Putra, saudara Amin menjawab dari sisi logisnya saja:

“Dalam segi peningkatan sistem, kopontren meningkatkan sistem ekonomi retail berbasis modern atau sistem akuntan”.

Dari bulan-kebulan perkembangan Ausath Mart Putra semakin banyak pelanggan dan semakin banyak pelanggan itulah semakin banyak permintaan. Dari yang awalnya hanya menyediakan kebutuhan sehari-hari sekarang sudah banyak menyediakan kebutuhan sampingan seperti kaca, tas, dompet, dan lain-lain. Pengembangan lain yang di gunakan di Ausath Mart Putra berbeda dengan pernyataan saudara Hasyim Musyafa. Menurut saudara Amin mengenai pengembanganyang ada di Ausath Mart:

”Karena Ausath Mart Putra sudah memiliki pelanggan tetap yaitu santri Pondok Pesantren Darussalam Blokagung, marketing yang digunakan dalam pengembangan yaitu cukup dengan berita dari mulut kemulut, banner dan promosi diskon”.

Pihak Ausath Mart Putra selalu percaya pada takdir dan ridha, seberapa banyak atau seberapa lama jam buka Ausath mart putra, jika sudah waktunya tutup ya tetap harus tutup, dan seberapapun hasilnya kita pasrahkan saja pada Allah yang sudah mengatur rizki ummatnya (Wawancara: Amin, 4 Juli 2020).

Unit Ausath Mart Putra sangat toleran dengan semua pembeli, contohnya ketika ada pembeli yang akan membeli kardus kosong, pihak Ausath Mart Putra memberikannya dengan secara gratis. Hal ini akan memudahkan dalam menjalin hubungan baik antara pegawai toko Ausath Mart Putra dengan calon pembeli, kemudian pembeli akan senang dengan sikap pelayanan Ausath Mart Putra dan akhirnya pembeli tersebut akan sering berkunjung (Wawancara: Amin, 4 Juli 2020).

Dalam berbisnis memang harus ada etika dan batasannya. Sebagai pembisnis muslim ada aturan-aturan syariah yang menyuruh kita untuk berbisnis menggunakan akal, pikiran serta tenaga dalam melakukan tindakan. Dalam artian kita hanya menjual barang yang halal saja.

Saudara Adib adalah salah satu anggota di Ausath Mart Putra yang sudah dipercaya sebagai ketua kasir, sifat jujur dan amanahnya lah yang membuat semua orang percaya kepadanya. Berbicara soal pengembangan di Ausath Mart Putra saudara Adib berpendapat bahwa perkembangan Ausath Mart Putra bisa dikatakan cukup pesat dan yang mendorong cukup pesatnya perkembangan tersebut yaitu memiliki konsumen tetap yakni santri pondok Pesantren Darussalam. Hal itu dapat dilihat dari pendapatan per hari yang mencapai 2-3 juta. Secara kasat mata dapat

kita amati pengunjung yang berjajaran dengan berdesak-desakan setiap harinya. Namun hal ini tidak akan berlangsung lama, karena semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada di Pondok Pesantren, dari pihak Ausath Mart Putra harus selalu waspada, Oleh karenanya perlu diadakannya pengembangan yang sekiranya dapat mengatasi faktor ini.

Dengan melengkapi kebutuhan santri selalu menjaga kebersihan minimarket, selalu senyum, sapa dan sopan kepada pelanggan adalah termasuk cara pengembangan sebuah usaha. Sedangkan mengenai niat yang baik yaitu seperti yang dikatakan oleh saudari Adib Faizi:

"Niat ikhlas Ausath Mart Putra dalam mengembangkan usahanya yaitu kembali pada misi awal. Dari santri untuk masyarakat maka Ausath Mart Putra dalam mengembangkan usahanya mempunyai niat ikhlas untuk tetap amanah dan terpercaya dalam memenuhi segala kebutuhan santri dan masyarakat sekitar pondok pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi".

Ausath Mart Putra sebagai minimarket yang sudah dikenal luas dikalangan santri Pondok Pesantren Darussalam maka dari pihak Ausath Mart Putra harus tetap menjaga kepercayaan konsumen dalam mengembangkan usahanya. Salah satu bentuk dalam menjaga kepercayaan konsumen yaitu dengan memberikan perlakuan mulia terhadap konsumen, yakni dengan selalu menyambut kedatangan konsumen, memberikan senyuman dan sopan dalam melayani pelanggan (Wawancara: Adib, 4 Juli 2020).

Bentuk rasa syukur dari Toko Ausath Mart Putra yaitu dengan selalu bersedekah kepada orang yang membutuhkan dan setiap satu minggu sekali seluruh anggota Unit Ausath Mart Putra mengadakan doa bersama di makam Mbah Yai H. Mukhtar Syafa'at (Wawancara: Adib, 4 Juli 2020).

Saudara Ulil Fahmi adalah anggota Ausath Mart Putra yang bertugas sebagai penginput barang. Setiap ada barang yang masuk saudara Ulil segera memasukkan data barang kedalam komputer. Menurut saudara Ulil tentang alasan didirikannya Ausath Mart Putra yaitu:

"Untuk memenuhi kebutuhan primer & skunder santri Pondok Pesantren Darussalam dan juga masyarakat sekitar, agar santri merasakan atmosfer udara supermarket, dan agar mempermudah santri dalam memenuhi kebutuhan tanpa harus keluar dari area kampus Pondok Pesantren Darussalam".

Dalam hal penjualan unit Ausath Mart Putra menggunakan harga yang lebih merakyat, menyediakan stok barang dan memberi pelayanan yang baik dan ramah

(Wawancara: Ulil, 5 Juli 2020).

Dalam kondisi apapun unit Ausath Mart Putra berusaha untuk selalu mematuhi peraturan Pondok Pesantren. Sebagai contoh: Tidak menjual barang yang dilarang pesantren seperti alat-alat tajam dan makanan yang dilarang dikonsumsi oleh santri sebab Ausath Mart Putra selalu berpegang teguh pada prinsip *muamalah* yang diatur oleh syara' (Wawancara: Ulil, 5 Juli 2020).

Saudara Syafik adalah anggota Ausath Mart Putra pada bagian kasir, berbicara soal pengembangan usaha menurut etika bisnis Islam di Toko Ausath Mart Putra saudara Syafik belum begitu paham dengan keadaan yang sesungguhnya karena saudara Syafik merupakan anggota baru di Ausath Mart Putra tersebut. Perkembangan Ausath Mart Putra dari awal buka hingga sekarang sudah terlihat sangat pesat, karena Ausath Mart Putra adalah minimarket pertama yang ada di lingkungan Pondok Pesantren Darussalam, maka kemunculannya tersebut di sambut baik oleh para santri.

Cara yang dilakukan oleh Ausath Mart Putra dalam melakukan pengembangan usahanya yaitu dengan memberikan diskon dan melengkapi kebutuhan yang sekiranya dibutuhkan oleh para santri juga dengan menawarkan harga-harga yang sangat terjangkau dan menghindari larangan-larangan dalam *muamalah* seperti *gharar* dll.

Menurut saudara Fajar saat ditanya perihal penerapan etika bisnis Islam dalam *marketing* Ausath Mart Putra beliau menjawab:

"Bisnis yang sesuai dengan etika bisnis Islam adalah bisnis yang didasarkan kepada tauhid dan merujuk pada perilaku yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW dan tidak keluar dari batasan-batasan yang telah ditentukan oleh agama. Dari segi muamalah menurut beliau Ausath Mart Putra sudah sesuai dengan prinsip-prinsip bermuamalah dalam Islam seperti tidak melakukan gharar dll.

E. PEMBAHASAN

Bedasarkan dari hasil data penelitian yang telah penulis paparkan sebelumnya, etika bisnis Islam dalam pengaplikasiannya ada beberapa prinsip yang harus di utamakan oleh pelaku bisnis. Empat pilar sifat atau *attitude* yang kemudian berkembang menjadi sistem bisnis yang *Shiddiq, Amanah, Fathanah*, dan *Tabligh* menjadi pedoman bagi kesuksesan bisnis sepanjang masa. Penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan oleh Toko Ausath Mart Putra Pondok Pesantren Darussalam

Blokagung Banyuwangi adalah sebagai berikut:

Sidiq (Jujur)

Menurut para karyawan Ausath Mart Putra pada saat wawancara dengan saudara Hasyim Musyafa, menerapkan prinsip kejujuran dalam usahanya adalah mutlak harus ada karena kejujuran merupakan kunci mencapai derajat yang lebih tinggi dan lebih baik secara materi maupun di sisi Tuhan Yang Maha Esa. Bukan hanya itu saja kejujuran merupakan tonggak utama untuk menjalankan sebuah usaha supaya para konsumen tetap terus terjaga untuk bisa kembali lagi dalam berbelanja kepada Ausath Mart Putra tersebut, dan meningkatkan pembelian.

Kejujuran ini diterapkan kepada siapa saja, sifat jujur akan dipercaya orang lain. Kejujuran pada konsumen dapat menambah penghasilan, karena sebuah Toko/usaha yang berlaku jujur maka toko/usaha tersebut akan disenangi oleh para calon konsumen yang ingin membeli kebutuhannya, karena dengan cara dari mulut-kemulut atau menginformasikan secara lisan kepada teman atau konsumen lain, dan dengan senang hati pada lain kesempatan akan mengajak temannya untuk berbelanja di tempat tersebut, hal ini juga sesuai dengan ajaran Islam yang mewajibkan kepada semua orang khususnya pada pihak Ausath Mart Putra untuk berlaku jujur.

Berdasarkan prinsipnya pihak Ausath Mart Putra harus menjunjung tinggi nilai kejujuran, maka wajib bagi mereka menjelaskan apa kekurangan dari barang yang dijualnya agar pembeli tidak kecewa atau sakit hati setelah membeli barang yang dijual dan juga itu menjadi syarat keabsahan transaksi dalam Islam yaitu tidak adanya unsur *gharar*.

“Misalkan ada, dan barang tersebut jelas berasal dari sini dan berasal dari pelanggan kami, kemudian barang itu cacat dan tidak diketahui sebelumnya dan tidak sengaja, tentu saja dari pihak kami akan mengganti dengan barang lain karena kita tidak mau rugi dan kehilangan pelanggan”.

Aspek-aspek etika yang akan diterapkan oleh para informan untuk mengembangkan usaha di Ausath Mart Putra yang sangat kental akan hal-hal pesantren, para informan juga menyadari akan pentingnya kejujuran apalagi diterapkan pada keadaan orang yang melakukan transaksi jual beli, maka dari itu bukan hanya keterampilan dalam mengolah usahanya, kreatifitas, semangat, ilmu tentang bagaimana mengolah keuangan, akan tetapi aspek-aspek *religius* pun juga

ikut serta mendorong berjalannya roda ekonomi pada Toko Ausath Mart Putra Pondok Pesantren Darussalam Blokagung.

Shidiq membentuk perilaku untuk tidak berbuat curang, menjual barang dengan menyatakan kondisi barang dagangan sesuai realita, tidak mengurangi takaran atau timbangan. Menjelaskan keadaan produk dalam bisnis modern dengan menyatakan keadaan produk seperti kadaluarsa dan juga komposisi. Produk yang memiliki komponen umur panjang dan dicari oleh konsumen. Hal inilah yang akan melahirkan konsumen yang puas dan menjadikan pelanggan tetap.

Etika Bisnis Islam merupakan norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadits yang harus di jadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Firman Allah SWT dalam surat At-taubah: 105

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عِلْمِ الْغَيْبِ
 وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: "Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan" (Al Qur'an Terjemah tahun 2019 hal: 9).

Amanah (Terpercaya)

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain. Allah memerintahkan agar umat Islam menunaikan *amanah* kepada orang yang berhak menerimanya dan jika memutuskan sesuatu perkara hendaknya dengan adil, jujur dan *amanah* mempunyai hubungan yang sangat erat karena jika seseorang telah dapat berlaku jujur pastilah orang tersebut *amanah* (terpercaya).

Kesuksesan dan keberuntungan dari pihak Ausath Mart Putra itu terletak pada bagaimana pihak Ausath Mart Putra dalam menerapkan sikap *amanah* sehingga pelanggan benar-benar mempercayainya. Jika barang tersebut memiliki cacat kita harus jelaskan dimana letak cacatnya dan di unit kami biasa kalau ada barang yang cacat saya meletakkannya terpisah dari yang bagus. Kemudian biasa kalau ada pembeli bertanya kenapa barang tersebut dipisah, saya katakan bahwa itu ada cacatnya. Barang yang seperti ini kalau memang ada pelanggan yang menginginkan otomatis harganya berbeda dengan yang bagus (Wawancara: Ulil, 5 juli 2020). Pedagang yang telah berbuat *amanah* berarti telah memberikan informasi dan

aktualitasnya kepada pelanggan yaitu salah satunya dengan menepati janji.

“Ketika ada konsumen yang memesan barang yang diinginkannya, dari pihak kami sangat berhati-hati kami melihat apakah barang tersebut mudah didapatkan ataukah sulit. Jika mudah didapatkan pihak kami menyuruhnya untuk kembali lagi besok hari, jika sebaliknya dari kami tidak memberinya janji”(Wawancara: Adib, 4 juli 2020).

Bentuk *amanah* dari pihak Ausath Mart Putra dalam mengembangkan usahanya yaitu seperti yang telah kita bahas diatas, bahwa pihak Ausath Mart Putra menyampaikan kepada pengurus pesantren menyampaikan kepada kepala asrama, dan kepala asrama menyampaikan kepada seluruh warganya. hal yang terkandung di dalamnya adalah sifat *amanah*. Jika dari salah satu pihak tidak dapat menyampaikan dengan benar maka pihak tersebut tidak dapat dikatakan *amanah*.

Dapat dipercaya oleh mitra bisnis, sukses termasuk masyarakat dan negara menerapkan sikap keterbukaan dan amanah, menyampaikan apa adanya akan membawa perdagangan dalam mencapai keuntungan dan keberkahan yang diridhai oleh Allah SWT. Itulah makna *amanah* yang sesungguhnya, dan itu salah satu cara Ausath Mart Putra menarik pelanggannya dengan tetap menjaga kepercayaan para pelanggannya.

Fathanah (Cerdas)

Fathanah berarti mengerti akan sesuatu dan dapat menjelaskannya, *fathanah* dapat juga diartikan dengan kecerdikan atau kebijaksanaan, sifat *fathanah* dapat dinyatakan sebagai strategi hidup setiap Muslim. Seorang Muslim yang mempunyai kecerdasan dan kebijaksanaan akan mementingkan persoalan akhirat dibanding dengan persoalan dunia.

Salah satu prinsip-prinsip bisnis Rasulullah SAW. yaitu sifat *fatanaah* yang berarti cerdas, dalam hal ini *fatanaah* meliputi dua unsur yaitu:

1. *Fatanaah* dalam hal administrasi/manajemen dagang, artinya hal-hal yang berkenaan dengan aktivitas harus dicatat atau dibukukan secara rapi agar tetap bisa menjaga *amanah* dan *shiddiq* nya. Saudara Hasyim musyafa menjelaskan dalam wawancaranya:

“Dalam segi peningkatan sistem, Koppondren AUSATH khususnya unit Ausath Mart Putra telah meningkatkan sistem ekonomi retail berbasis modern, hal ini sangat membantu memberikan informasi seberapa banyak keuntungan yang diperoleh pada setiap harinya, terlebih ini akan menjadikan lebih mudah untuk mengetahui barang apa yang kurang dan barang mana yang cepat laku”. Hal

semacam ini memang memudahkan terkait dalam penerapan sikap fatanah, sehingga dalam bisnis berdagang pun tertib administrasi.

2. *Fatanah* dalam hal menangkap selera pembeli yang berkaitan dengan barang maupun harta, dalam hal ini Rasulullah SAW. mencontohkan tidak mengambil untung yang terlalu tinggi dibanding dengan saudagar lainnya.

“Dari pihak Ausath Mart Putra, keuntungan besar bukanlah tujuan utama. Cepat laku dan repeat order tinggi itu prinsip kami. Karena tujuan awal unit Ausath mart putra adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen khususnya santri” (Syafik, 5 juli 2020).

Bentuk *fatanah* dari Ausath Mart Putra dalam mengembangkan usahanya juga dapat kita lihat dari cara penyampaian yang dilakukan oleh pihak Ausath Mart Putra, pengurus pesantren dan kepala asrama. Bentuk kecerdasannya adalah munculnya sebuah ide untuk mendatangkan pelanggan tanpa mengeluarkan biaya promosi yang tinggi dengan hasil *profit* yang tinggi, karena dirasa sangat efektif dan efisien dalam mendatangkan pelanggan Ausath Mart Putra memilih menggunakan cara itu (Wawancara: Adib, 4 Juli 2020). Sikap *fatanah* ini sangat penting bagi pebisnis. Karena sikap *fatanah* ini berkaitan dengan *marketing*, keuntungan, bagaimana agar barang yang dijual cepat laku dan mendatangkan keuntungan, bagaimana agar pembeli tertarik dan membeli barang tersebut.

Tabligh (Menyampaikan)

Sifat *tabligh* artinya menyampaikan sesuatu, jika merupakan seorang pemimpin dalam dunia bisnis ia harus mampu menyampaikan visi dan misi kepada bawahan dan relasi bisnisnya dengan baik dan benar. Pihak Ausath Mart Putra memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan harus seimbang antara hak dan kewajiban karena jika dari salah satu ini tidak terpenuhi salah satunya baik pihak Ausath Mart Putra maupun pembeli akan merasa dirugikan. Agar tidak ada yang merasa dirugikan secara sepihak maka kedua hal tersebut harus dipahami antara hak dan kewajiban harus seimbang, tidak boleh melakukan pemaksaan dalam bertransaksi. Sebagaimana saudara Adib pada saat wawancara mengatakan:

“Karena saya sudah mempromosikan, dari pihak Ausath Mart Putra tidak mau memaksa pelanggan untuk membeli barang yang kami jual. Tentunya konsumen sudah paham dengan kualitas barang dan semisal konsumen tidak jadi membeli ya tidak apa-apa”.

Bentuk Tabligh dalam mengembangkan usaha di Ausath Mart Putra sudah terlihat sangat jelas dari bagaimana cara pihak Ausath Mart Putra bekerjasama dengan pengurus Pesantren untuk menyampaikan visi dan misi yang telah di buatnya. Selanjutnya pengurus pesantren menyampaikan visi dan misi tersebut kepada kepala Asrama dan selanjutnya kepada warga-warga asramanya. Semua penyampaian dilakukan dengan baik dan benar sesuai dengan apa yang telah di sampaikan di awal, hal ini dilakukan agar tidak ada rasa kecewa dan penyesalan dari semua pihak khususnya pembeli (santri) (Wawancara: Ulil, 5 Juli 2020).

Bahwa jika menjadi seorang *marketer*, ia harus mampu menyampaikan keunggulan produknya dengan jujur dengan begitu maka baru ia mampu menjadi seorang *komunikator* yang baik, sabar dalam menghadapi pelanggan tidak mudah marah dan kecewa. Sehingga dengan demikian kita semua dapat diterima menjadi mitra bisnis yang bijaksana.

Hasil wawancara dengan para karyawan Ausath Mart Putra Pondok Pesantren Darussalam Blokagung tentang penerapan etika bisnis Islam dalam mengembangkan usaha di Ausath Mart Putra telah terangkum dalam setiap jawaban dari para informan. Dari seluruh jawaban informan menyatakan bahwa mereka melakukan pengembangan usaha bukan semata-mata demi keuntungan belaka, akan tetapi mereka tetap mengedepankan sifat empat yang dimiliki Rasulullah SAW, yaitu, *sidiq, amanah, fathanah*, dan *tabligh*.

Pada dasarnya semua informan telah menerapkan etika bisnis Islam dalam mengembangkan usahanya yang di lakukan dengan cara mencontoh Rasulullah. Hal tersebut juga menjadi bukti bahwa cara apapun yang dilakukan unit Ausath Mart Putra selama dalam koridor etika bisnis Rasulullah berarti telah menjalankan tanggung jawab dalam sebuah bisnis ataupun usaha dan ketaatan kepada Allah dalam menjalani perintah dan larangan-Nya akan berbuah manis dikemudian hari kita semua yang berencana namun Allah lah yang menentukan.

F. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan dari penerapan etika bisnis Islam di Toko Ausath Mart Putra Pondok Pesantren Darussalam Blokagung:

1. *Sidiq*; penyampaian yang dilakukan dari pihak Ausath Mart Putra kepada

pengurus pesantren dan pengurus pesantren kepada kepala Asrama kemudian kepala asrama menyampaikan kepada warga asrama, disampaikan murni tanpa dengan menambahkan kebohongan.

2. *Amanah*; penyampaian yang dilakukan dari pihak Ausath Mart Putra kepada pengurus pesantren dan pengurus pesantren kepada kepala Asrama kemudian kepala asrama menyampaikan kepada warga asrama, di sampaikan dengan benar dan tidak dengan pemaksaan.
3. *Fatanah*; penyampaian yang dilakukan dari pihak Ausath Mart Putra kepada pengurus pesantren dan pengurus pesantren kepada kepala asrama kemudian kepala asrama menyampaikan kepada warga asrama, ini menunjukkan bahwa kecerdasan dari unit Ausath Mart Putra dalam mengembangkan usahanya dimana hanya berpromosi dengan tanpa mengeluarkan biaya akan tetapi memiliki efek yang sangat besar dalam meningkatkan hasil penjualan.
4. *Tabligh*; penyampaian yang dilakukan dari pihak Ausath Mart Putra kepada pengurus pesantren dan pengurus pesantren kepada kepala asrama kemudian kepala asrama menyampaikan kepada warga asrama, semua penyampaian dilakukan dengan baik dan benar sesuai dengan apa yang disampaikan di awal dan tidak merugikan salah satu pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Saebani, Afifuddin dan Beni. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ahmad, Ali. 2008. *Fiqh Al-Buyu' Wa Al-Istiyad*. Lebanon: Beirut.
- Departemen Agama RI. 2009. *Al Qur'an dan Terjemahannya*. Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an. Semarang: PT Karya Toha Putra.
- Dewi ,Gemala. 2005. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Djuawaini, Dimyauddin. 2008. *Pengantar Fiqih Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kamludin, Jum'ah. 2017. *'Aqdu Al-Istishna' Wa Suwaruhu Al-Mu'asirah*. Beirut: Lebanon.
- Lubis, Suhrawardi K. 2000. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Mas'adi, Ghufon A. 2002. *Fiqh Muamalah Kontekstual*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Muchlisin, T. 2018. *Metode Dakwah KH. Mas Mansyur Tholhah dalam Membentuk Pribadi Santri di Pondok Pesantren Islam At-Tauhid Sidoresmo Surabaya*. Penelitian FDK Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Miru, Ahmadi. 2007. *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Rasjid, Sulaiman. 1994. *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Penelitian, Syafi'i Hidayat. 2016. *Implementasi Akad Istishna' dalam Jual Beli Mebel Tinjauan Mazhab Syafi'i dan Mazhab Hanafi (Study Kasus UD. Cipta Indah Desa Bendo Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar)*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta, Cet ke-22.
- Suhendi, Hendi. 2010. *Fiqih Muamalah, Edisi. 1, Cet 5*. Jakarta: Rajawali Pers.