

ETIKA BISNIS ISLAM DAN KELANGSUNGAN USAHA AQIQOH *SERVICE CENTRE (ASC) DI GRESIK*

Misbahul Khoir* dan Moh. Ah. Subhan. ZA

Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Lamongan

*Email: misbah.coy@gmail.com

Abstract

The Aqiqoh Service Center (ASC) is the first and oldest aqiqoh service center in Gresik because it has been more than 50 years and has contributed to the formation of an Islamic generation by serving, assisting, and facilitating the intentions of Muslim parents in Gresik and its surroundings. This research will answer two questions: (1) What is the difference between Islamic and non-Islamic business ethics, and (2) How is the urgency of Islamic business ethics in the business continuity of the ASC in Gresik? This study is a qualitative-descriptive study with the aim of understanding the phenomena experienced by the subject of research including behavior, perception, motivation, and action holistically by utilizing various scientific methods. Data collection methods included; observation, in-depth interview or focus group discussion, and documentation. Data analysis techniques include: processing and preparing data for analysis, reading the entire data, analyzing in more detail by coding data, considering detailed instructions that can help the coding process, giving descriptions that will be presented in the report, interpreting, and interpreting data. The result of research shows that the business of the ASC UD. H. M. Arba'i in Gresik, besides looking for qimahmadiyah (material value), but also must be able to obtain and give two other orientations, namely qulah khuluqiyah and qimah ruhiyah. Qimah khuluqiyah is a noble moral value which becomes a necessity that arises in business activities, so as to create an Islamic fraternity, between business managers and employees, as well as between sellers and buyers. Qimah ruhiyah means, the business act is intended to get closer to Allah SWT. In other words, when carrying out a business activity, it must be accompanied by an awareness of the relationship with God. This is what is meant, that every Muslim act is worship. Charity worship is material, while awareness of the relationship with God when doing business is called the spirit.

Keywords: Islamic Business Ethics, Aqiqah Service Centre, Pray.

Abstrak

Aqiqoh Service Center (ASC) adalah pusat layanan aqiqoh pertama dan tertua di Gresik karena telah lebih dari 50 tahun dan telah berkontribusi pada pembentukan generasi Islam dengan melayani, membantu, dan memfasilitasi niat orang tua Muslim di Kota Gresik dan sekitarnya. Penelitian ini akan menjawab dua pertanyaan: (1) Apa perbedaan antara etika bisnis Islam dan non-Islam, dan (2) Bagaimana urgensi etika bisnis Islam dalam kelangsungan bisnis ASC di Gresik? Penelitian ini adalah penelitian kualitatif-deskriptif dengan tujuan memahami fenomena yang dialami subjek penelitian termasuk perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan secara holistik dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Metode pengumpulan

data meliputi; observasi, wawancara mendalam atau diskusi kelompok terarah, dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi: mengolah dan menyiapkan data untuk analisis, membaca seluruh data, menganalisis secara lebih rinci dengan mengkode data, mempertimbangkan instruksi terperinci yang dapat membantu proses pengkodean, memberikan deskripsi yang akan disajikan dalam laporan, menafsirkan dan menafsirkan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis ASC UD. H. M. Arba'i di Gresik, selain mencari qimahmadiyah (nilai materi), tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan dua orientasi lainnya, yaitu qulah khuluqiyah dan qimah ruhiyah. Qimah khuluqiyah adalah nilai moral mulia yang menjadi kebutuhan yang muncul dalam kegiatan bisnis, sehingga tercipta persaudaraan Islami, antara manajer bisnis dan karyawan, serta antara penjual dan pembeli. Qimahruhiyah berarti, tindakan bisnis dimaksudkan untuk lebih dekat dengan Allah SWT. Dengan kata lain, ketika melakukan kegiatan bisnis, itu harus disertai dengan kesadaran akan hubungan dengan Tuhan. Inilah yang dimaksud, bahwa setiap tindakan Muslim adalah ibadah. Ibadah amal adalah materi, sementara kesadaran akan hubungan dengan Tuhan ketika melakukan bisnis disebut roh.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Ibadah, Pusat Layanan Aqiqah.

1. PENDAHULUAN

Gagasan penelitian ini berangkat dari pengalaman peneliti yang sejak menikah dua tahun silam dihadapkan pada lingkungan keluarga yang tumbuh dan melangsungkan hidup mereka secara turun temurun melalui usaha jasa Aqiqoh dan jual beli kambing. Usaha Aqiqoh Service Centre (ASC) merupakan suatu pusat pelayanan aqiqoh yang pertama dan tertua di Gresik karena sudah hampir berumur 50 tahun lebih dan telah turut andil dalam pembentukan generasi Islami dengan melayani, membantu, dan memfasilitasi niat para orang tua Muslim di Kota Santri Gresik dan sekitarnya dalam mengaqiqohkan putra-putri mereka.

Akan tetapi, penelitian ini dilakukan lebih dilatarbelakangi oleh kecenderungan terus menurunnya jumlah angka aqiqoh dari tahun ke tahun di UD. H. M. Arba'i yang lebih dikenal dengan ASC tersebut. Dugaan sementara adalah banyaknya orang tua sekarang tidak lagi mengedepankan untuk aqiqoh putra-putri mereka, adanya pesaing-pesaing bisnis aqiqoh baru yang

bermunculan, dan para penjual kambing/domba yang hanya berorientasi pada keuntungan semata tanpa memperjelas kesyariaannya, misalnya pada syarat sahnya hewan aqiqoh serta bisnis *online* tidak sesuai antara contoh dengan kambing yang semestinya sehingga bisa jauh lebih murah.

Ajaran Islam bisa dinyatakan telah kuat bila ajaran itu telah mentradisi dan membudaya di tengah masyarakat Islam. Spirit budaya Islam lokal masyarakat Gresik yang menjadi warisan para wali sebagai pintu masuk ajaran Islam dengan banyaknya para wali yang dimakamkan di sini yakni, Syekh Maulana Malik Ibrahim, Syekh Kanjeng Sunan Giri dan wali qutb Syekh Habib Abu Bakar bin Muhammad bin Umar Assegaf Gresik serta para wali lainnya yang ada di Gresik. Inilah salah satu warisan secara turun temurun yang membuat masyarakat santri Gresik tetap mempercayakan aqiqoh putra-putrinya di sini bahkan dari BMT Madinah (Maarif, Mandiri, Sejahtera) LP Maarif NU Gresik juga menjalankan kerja sama kemitraan dengan ASC ini.

Perlu adanya penelusuran lebih jauh tentang etika bisnis Islam dan bagaimana perbedaannya dengan bisnis non Islami serta urgensinya dalam bisnis usaha ASC supaya tetap bertahan dan semakin profesional di mata pesaing dan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul “Urgensi Etika Bisnis Islam dan Kelangsungan Usaha *Aqiqoh Service Centre* (ASC) di Gresik”.

1.1 Pengertian Etika Bisnis

Etika berasal dari bahasa Yunani “*ethos*” yang berarti adat kebiasaan yang merupakan bagian dari filsafat. Menurut Webster Dictionary, etika ialah ilmu tentang tingkah laku manusia, prinsip-prinsip yang disistematisasi tentang tindakan moral yang benar (Alma dkk). Banyak istilah lain yang senada dengan etika yaitu akhlaq, moral, etiket, nilai, dan sebagainya. Hamzah Ya’kub, sebagaimana dikutip Muhammad (2004), mengatakan bahwa akhlaq berasal dari bahasa Arab, yang diartikan sama dengan budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat.

Akhlaq adalah ilmu yang menentukan batas antara baik dan buruk, antara yang terpuji dan tercela, tentang perkataan atau perbuatan manusia lahir dan batin. Moral merupakan aturan dan nilai kemanusiaan (*human conduct and value*) seperti sikap, perilaku dan nilai. Etiket adalah tata karma atau sopan santun yang dianut oleh suatu masyarakat dalam kehidupannya. Nilai adalah penetapan harga sesuatu sehingga sesuatu itu memiliki nilai yang terukur (Muhammad, 2004). Sedangkan bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi) (Muhammad, 2004). Skinner dalam Yusanto dan Wijayakusuma (2002) mengatakan bisnis adalah pertukaran

barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Jadi etika bisnis adalah refleksi kritis dan rasional dari perilaku bisnis dengan memperhatikan moralitas dan norma untuk mencapai tujuan. Etika bisnis kadang-kadang disebut pula etika manajemen, yakni penerapan standar moral ke dalam kegiatan bisnis.

Faktor utama atas kecenderungan berhembusnya kepedulian melaksanakan etika bisnis adalah perilaku perusahaan dan para pengusahanya yang terus menerus melakukan pelanggaran dalam kegiatan bisnis. Etika baik atau akhlak mulia itu tidak didapat dan terbentuk dengan sendirinya, tetapi ada faktor-faktor lain seperti yang dikemukakan oleh ahli etika bisnis Islam dari Amerika, Rafiq Issa Beekun (1997) mengungkapkan bahwa perilaku etika individu dapat dipengaruhi oleh 3 (tiga) faktor yaitu: (1) interprestasi terhadap hukum; (2) faktor organisasional; dan (3) faktor individu dan situasi.

Hal-hal yang termasuk ke dalam bidang sensitif dalam etika bisnis yaitu:

- a. Dasar kebenaran dan kejujuran.
- b. Hubungan saling percaya sesama rekan bisnis.
- c. Adil dalam hubungan dengan pelanggan.
- d. Etika dan tanggung jawab karyawan dalam melaksanakan pekerjaan.
- e. Bertanggungjawab dalam menggunakan sumber daya dan aset perusahaan.
- f. Keamanan dan kualitas produk.
- g. Keamanan dan kesehatan di tempat kerja.
- h. Perilaku suap-menyuap.
- i. Pelestarian lingkungan.
- j. Penghematan dalam penggunaan biaya, tidak ada *mark up* dan pemborosan.
- k. Praktik dalam penjualan, promosi, dan pemasaran pada umumnya (Alma dkk).

1.2 Pengertian Etika Bisnis Islam

Pengertian Etika Bisnis Islam menurut Yusuf Qardhawi meliputi 3 (tiga) bidang yakni:

- a. Bidang Produksi, seorang hendaknya bekerja pada bidang yang diharamkan, tidak melampaui hal yang diharamkan oleh Allah SWT, juga memelihara sumber daya alam agar tetap terjaga keberlangsungannya.
- b. Bidang Konsumsi, seorang muslim harus membelanjakan harta pada hal-hal yang baik, tidak bakhik serta tidak kikir. Seorang muslim juga hendaknya hidup sederhana dan menghindari kemubaziran.
- c. Bidang Distribusi, mendistribusikan hasil produksi hendaknya seorang muslim melandaskan kegiatannya pada nilai kebebasan yang dibingkai dalam nilai keadilan. Mewujudkan bisnis yang beretika berarti menjalankan suatu usaha atau pekerjaan yang dapat menghasilkan keuntungan sesuai dengan hukum yang telah ditetapkan oleh agama Islam. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan cara:
 - 1) Melakukan suatu rekonstruksi kesadaran baru tentang bisnis.
 - 2) Diperlukan suatu cara pandang baru dalam melakukan kajian-kajian keilmuan tentang bisnis dan ekonomi yang lebih berpijak pada paradigma pendekatan normatif sekaligus empirik induktif yang mengedepankan penggalian dan pengembangan nilai-nilai, agar dapat mengatasi perubahan dan pergeseran zaman yang semakin cepat (Beekun, 1997).

Islam telah mensyariatkan etika yang rapi dalam aktivitas bisnis. Etika bisnis akan membuat masing-masing pihak merasa nyaman dan tenang, bukan saling mencurigai. Etika bisnis dalam Islam telah dituangkan dalam hukum bisnis Islam yang

biasa disebut dengan *muamalah*. Aktivitas ekonomi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia mempunyai aturan-aturan tertentu, sebut saja aturan dalam hal jual beli (*ba'iy*), berinvestasi (*mudharabah*), kerjasama bisnis (*musyarakah*), menggunakan jaminan (*rahn*), pengalihan utang (*hiwalah*), dan masih banyak jenis transaksi lainnya.

Demikian juga perbuatan yang dilarang dalam bisnis seperti praktik riba dengan segala macam bentuknya, penipuan, ketidakjelasan (*gharar*), *maysir*, dan juga monopoli (*ihtikar*). Dalam hal tawar menawar jual beli, betapa indahya jika dibungkus dengan etika bisnis. Jika seorang pedagang menjelaskan harga pokok sebuah sepatu dengan harga tertentu dan mengambil keuntungan bilangan tertentu dengan mempertimbangkan biaya transportasi, sewa tempat dan seterusnya, maka tidaklah mungkin pembeli merasa keberatan dengan harga yang ditawarkan.

Dengan demikian, tidak terjadi spekulasi antara penjual dengan pembeli dalam tawar menawar, lebih dari itu terjadi hubungan persaudaraan yang indah antara penjual dan pembeli, sebab keduanya saling membutuhkan dan merasa terbantu. Bukan sebaliknya, terjadi kecurigaan dan bahkan tak jarang penipuan dalam rangka mencari keuntungan dan kesempatan.

Dalam Islam, semua aktivitas termasuk bisnis yang dilakukan bukan hanya pada dimensi duniawi yang berarti berkaitan dengan untung rugi saja. Namun, lebih dari itu, hubungan bisnis dalam Islam adalah manifestasi dari ibadah kepada Allah SWT. Sudah menjadi ketentuan umum di masyarakat, jika tidak bisa menipu atau atau bermain kotor akan tersingkir dari dunia bisnis. Dengan kata lain, seorang pebisnis tidak bisa lepas dari perilaku kotor, tipu

muslihat dan semacamnya, jika jujur maka akan terbujur.

Paradigma seperti ini tampaknya sudah menjadi kesepakatan masyarakat kita. Memang harus diakui karena bisnis berkaitan dengan uang, maka peluang dan godaan untuk melakukan penipuan dan kebohongan sangat terbuka lebar. Dalam hal ini, telah terjadi pemilahan orientasi seorang pedagang dengan membedakan antara kehidupan dunia dengan akhirat. Kehidupan dunia harus dikejar dengan cara-cara keduniaan, sedangkan kehidupan akhirat diperoleh dengan aktivitas ibadah dalam arti sempit, misalnya shalat, puasa, zakat, dan haji.

Padahal, Islam tidak memandang aktivitas bisnis hanya dalam tataran kehidupan dunia, sebab semua aktivitas dapat bernilai ibadah jika dilandasi dengan aturan-aturan yang telah disyariatkan Allah. Dalam dimensi inilah konsep keseimbangan kehidupan manusia terjadi, yakni menempatkan aktivitas keduniaan dan keakhiratan dalam satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Jika saja pengambilan keuntungan berlipat-lipat adalah sebuah kesepakatan pelaku ekonomi, bukankah hal ini menjadikan *supply-demand* tidak seimbang, pasar bisa terdistorsi dan seterusnya.

1.3 Sistem Etika Bisnis Islam

Pada hakikatnya Islam sebagai suatu agama besar telah mengajarkan konsep-konsep unggul lebih dulu dari Non-Islam, akan tetapi para penganjur dan para pengikutnya kurang memperhatikan dan tidak melaksanakan ajaran-ajaran Islam sebagaimana mestinya.

Sejumlah parameter kunci sistem etika bisnis Islam yakni sebagai berikut:

a. Berbagai tindakan ataupun keputusan disebut etis bergantung pada niat individu yang melakukannya.

- b. Niat baik yang diikuti tindakan yang baik akan dihitung sebagai ibadah. Niat yang halal tidak dapat mengubah tindakan yang haram menjadi halal.
- c. Islam memberikan kebebasan kepada individu untuk percaya dan bertindak berdasarkan apapun keinginannya, namun tidak dalam hal tanggung jawab dan keadilan.
- d. Percaya kepada Allah SWT memberi individu kebebasan sepenuhnya dari hal apapun atau siapapun kecuali Allah.
- e. Keputusan yang menguntungkan kelompok mayoritas maupun minoritas tidak secara langsung berarti bersifat etis dalam dirinya karena etika bukanlah permainan mengenai jumlah.
- f. Islam mempergunakan pendekatan terbuka terhadap etika, bukan sebagai sistem yang tertutup dan berorientasi-diri sendiri.
- g. Keputusan etis harus didasarkan pada pembacaan secara bersama-sama antara Al-Qur'an dan alam semesta
- h. Islam mendorong umat manusia untuk melaksanakan tazkiyah melalui partisipasi aktif dalam kehidupan ini (Beekun, 1997).

Lima konsep yang membentuk sistem etika bisnis Islam yakni:

- a. Keesaan (*Unity*), berhubungan dengan konsep tauhid berbagai aspek dalam kehidupan manusia yakni politik, ekonomi, sosial, dan keagamaan membentuk satu kesatuan *homogeny* yang bersifat konsisten dari dalam dan integrasi dengan alam semesta secara luas. Ini merupakan dimensi vertikal Islam
- b. Keseimbangan (*Equilibrium*), berhubungan dengan konsep keesaan dimana keseimbangan diantara berbagai kehidupan manusia seperti yang disebutkan diatas untuk menciptakan aturan sosial yang terbaik. Rasa

keseimbangan ini diperoleh melalui tujuan yang sadar. Ini merupakan dimensi horizontal islam.

- c. Kehendak bebas (*Free Will*) yaitu kemampuan manusia untuk bertindak tanpa tekanan eksternal dalam ukuran ciptaan Allah dan sebagai khalifah Allah dimuka bumi.
- d. Tanggung jawab (*Responsibility*) yaitu keharusan manusia untuk diperhitungkan semua tindakannya.
- e. Kebajikan (*Benevolence*) atau suatu tindakan yang memberi keuntungan bagi orang lain tanpa ada suatu kewajiban tertentu. (Muhammad, 2004).

1.4 Konsep Dasar Etika Bisnis Islam

Sejumlah pilar mendasar (fundamental) dalam keterkaitannya dengan pengembangan sistem nilai dari etika bisnis Islam yang dikembangkan dari upaya reinterprestasi Al-Qur'an dan Sunnah. Konsep-konsep berikut diarahkan untuk lebih mengangkat nilai-nilai moral yang berkaitan dengan pencegahan atas tindakan eksploitatif, pembungaan, spekulasi, perjudian, dan pemborosan yang telah dirumuskan oleh para ahli adalah sebagai berikut:

- a. Konsep Kepemilikan dan Kekayaan

Secara etimologis kepemilikan seseorang akan materi berarti penguasaan terhadap sesuatu atau benda, sedangkan secara terminologi berarti spesialisasi seseorang terhadap suatu benda yang memungkinkannya untuk melakukan tindakan hukum atas benda tersebut sesuai dengan keinginannya, selama tidak ada halangan syara' atau selama orang lain tidak terhalangi untuk melakukan tindakan hukum atas benda tersebut. Aplikasi etika dan konsep kepemilikan dan kekayaan pribadi dalam Islam bermuara pada pemahaman bahwasanya

sang pemilik hakiki dan absolut hanyalah Allah SWT, sedangkan manusia hanya diberi hak kepemilikan terbatas yaitu sebagai pihak yang diberi wewenang untuk memanfaatkan. Allah SWT berfirman "Kepunyaan Allah-lah kerajaan langit dan bumi, dan Allah Maha Perkasa atas segala sesuatu." (Q.S. Ali-Imran ayat 189).

Konsekuensi etika dari hak kepemilikan akan materi/kekayaan dalam Islam mencerminkan beberapa hal pemberlakuan hak kepemilikan individu. Pada satu benda tidak menutupi sepenuhnya akan adanya hak yang sama bagi orang lain, negara mempunyai otoritas kepemilikan atas individu yang tidak bertanggung jawab terhadap hak miliknya, dalam hak kepemilikan berlaku sistematis konsep takaful/jaminan sosial antar sesama muslim atau antar manusia secara umum, hak milik umum dapat menjadi hak milik pribadi (konsep usaha dan niatan), konsep hak kepemilikan dapat meringankan sejumlah konsekuensi hukum syariah, konsep kongsi dalam hak yang melahirkan keuntungan materi harus merujuk kepada sistem bagi hasil, dan ada hak kepemilikan orang lain dalam hak kepemilikan harta (konsep zakat).

- b. Konsep Distribusi Kekayaan

Konsep dasar kapitalis dalam permasalahan distribusi adalah kepemilikan pribadi. Oleh karena itu, permasalahan yang timbul adalah adanya perbedaan mencolok pada kepemilikan, pendapatan, dan harta pusaka peninggalan leluhurnya masing-masing. Islam menawarkan instrumen yang sangat beragam untuk optimalisasi proses distribusi *income*. Dan konsep yang ditawarkan ada yang menuntut bantuan otoritas dari pemerintah (negara) dan ada

pula yang memang sangat bergantung kepada konsep karitatif personal dan sosial muslim. Instrumen tersebut antara lain ghanimah, kharaj, jizyah, rikaz, dhawa'i, usyur, dan zakat fitrah.

c. Konsep Kerja dan Bisnis

Paradigma yang dikembangkan dalam konsep ini mengarah kepada pengertian kebaikan (*thoyib*) yang meliputi materinya itu sendiri, cara memperolehnya, dan cara pemanfaatannya.

d. Konsep Halal-Haram.

Dalam Al-Qur'an aturan halal dan haram kontrak bisnis diatur secara umum, Allah SWT berfirman (Q.S. An-Nisaa' ayat 29) "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu" (Badroen, 2006).

1.5 Perbedaan Bisnis Syariah dengan Bisnis Non Syar'i (Konvensional)

Menurut Dr. Mustafa E. Nasution sebagaimana dikutip oleh Dr. Neni Sri Imaniyati, secara garis besar perbedaan antara ekonomi syariah dan ekonomi konvensional terdapat pada asumsi dasar dan latar belakang filosofi. Asumsi dasar ekonomi konvensional adalah rasio manusia.

Para ekonom mengemukakan manusia berusaha mencapai kepuasan sebesar-besarnya atas dasar *resources* tertentu atau bagaimana mencapai *profit* tertentu dengan ongkos sekecil-kecilnya. Dalam ekonomi Islam bukan hanya rasio yang dikembangkan melainkan rasio Al-Qur'an dan Hadits yang berdasar pada tauhid, rububiyah, khilafah, dan ma'ad (ada kehidupan sesudah kehidupan di dunia).

1.6 Kelebihan Bisnis Syariah Dibanding Bisnis Konvensional

Konsep bisnis Islami (syariah) memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan konsep bisnis konvensional (kapitalis dan sosialis). Bisnis syariah merupakan implementasi/perwujudan dari aturan syari'at Allah. Sebenarnya bentuk bisnis syariah tidak jauh beda dengan bisnis pada umumnya, yaitu upaya memproduksi/mengusahakan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen. Namun aspek syariah inilah yang membedakannya dengan bisnis pada umumnya, juga menjalankan syari'at dan perintah Allah dalam hal bermuamalah. Untuk membedakan antara bisnis syariah dan yang bukan, maka kita dapat mengetahuinya dengan ciri dan karakter dari bisnis syariah yang memiliki keunikan dan ciri tersendiri.

1.7 Ciri-ciri Bisnis Syariah

Ciri-ciri dari bisnis syariah yaitu:

1. Selalu berpijak pada nilai-nilai rohaniah. Nilai rohaniah adalah kesadaran setiap manusia akan eksistensinya sebagai ciptaan Allah (makhluk) Allah yang harus selalu kontak dengan-Nya dalam wujud ketaatan di setiap tarikan napas hidupnya. Ada tiga aspek yang paling tidak nilai rohaniah ini harus terwujud, yaitu pada aspek: (1) Konsep, (2) Sistem yang diberlakukan, dan (3) Pelaku (personel).
2. Memiliki pemahaman terhadap bisnis yang halal dan haram. Secara pelaku bisnis dituntut mengetahui benar fakta-fakta (tahqiqul manath) terhadap praktik bisnis yang sah dan yang salah. Disamping itu, juga harus paham dasar-dasar nash yang dijadikan hukumnya (tahqiqul hukmi).

3. Benar secara syar’I dalam implementasi. Intinya pada masalah ini adalah ada kesesuaian antara teori dan praktik, antara apa yang telah dipahami dan diterapkan. Sehingga pertimbangannya tidak semata-mata untung dan rugi secara material.
4. Berorientasi pada hasil dunia dan akhirat. Bisnis tentu dilakukan untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya berupa harta, dan ini dibenarkan dalam Islam. Karena dilakukannya bisnis memang untuk mendapatkan keuntungan materi (qimq̃h madiyah). Dalam konteks ini hasil diperoleh, dimiliki, dan dirasakan, memang berupa harta. Namun seorang muslim yang shaleh tentu bukan hanya itu yang jadi orientasi hidupnya. Namun lebih dari itu, yaitu kebahagiaan abadi di yaumul akhir. Oleh karenanya, untuk mendapatkannya dia harus menjadikan bisnis yang dikerjakannya itu sebagai lading ibadah dan menjadi pahala di hadapan Allah. Hal itu terwujud jika bisnis atau apapun yang kita lakukan selalu mendasarkan pada aturan-Nya yaitu syari’at Islam.

Jika semua hal di atas dimiliki oleh seorang pengusaha muslim, niscaya dia akan mampu memadukan antara realitas bisnis duniawi dengan ukhrawi, sehingga memberikan manfaat bagi kehidupannya di dunia dan di akhirat.

1.8 Karakteristik Bisnis Syariah

Menurut Yusanto, M.T. dan Widjayakusuma, sebagaimana yang dikutip oleh Nana Herdiana Abdurrahman, bahwa karakteristik bisnis syariah, yaitu sebagai berikut: (1) Tidak memberi hadiah/komisi dalam lobi bisnis (uang, wanita, dan lain-lain), (2) Tidak makan riba, (3) Tidak wanprestasi/ingkar janji, (4) Input, proses,

output bebas dari barang dan jasa haram., (5) Tidak suap, (6) Tidak menipu, (7) Tidak korupsi, (8) Tidak zalim

Penelitian ini diharapkan memiliki kontribusi yang penting, baik dari sisi teoritis maupun praktis. Dari sisi teoritis, penelitian ini bisa memperkaya wawasan terkait ketahanan usaha yang dibungkus dengan budaya Islam dan tradisi lokal. Hal ini mengingat banyak sekali pengembangan usaha yang keluar dari akar budaya Islam. Dari sisi praktisnya, penelitian ini bisa dijadikan sebagai proyek percontohan bagi masyarakat desa lain bagaimana menerapkan, mengembangkan, dan mempertahankan usaha yang berbasis budaya Islam dan tradisi lokal. Di samping sebagai percontohan, penelitian ini bisa dijadikan rekomendasi kebijakan mengenai program pengembangan usaha kerajinan tangan masyarakat desa bersamaan dengan menjaga kelestarian budaya Islam dan tradisi lokal setempat. Berangkat dari latar belakang di atas, maka penelitian ini peneliti mengajukan dua pertanyaan: (1) Apa perbedaan itu etika bisnis Islam dan etika bisnis non Islami, dan (2) Bagaimana urgensi etika bisnis Islam dalam kelangsungan bisnis usaha ASC di Gresik tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2010).

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri. Sumber data primer adalah observasi dan wawancara dengan pemilik usaha ASC, sebagai

informan kunci dengan menggunakan teknik bola salju (*snowball sampling*). Sedangkan sumber data sekunder berupa informasi dari sumber lain yang dianggap memiliki keterkaitan dengan tema tersebut, seperti koran, majalah, dokumen, dan lainnya. Metode pengumpulan data dengan menggunakan tiga metode pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara mendalam (*In-depth Interview*) atau FGD (*Focus Group Discussion*), dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini melibatkan usaha memaknai data berupa teks atau gambar. Peneliti akan menggunakan langkah-langkah analisis data yang ditawarkan oleh Creswell. Langkah tersebut bisa dijelaskan melalui tahapan berikut:

1. Mengelola dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan transkrip wawancara, mengetik data lapangan, mengumpulkan dokumen, atau memilah-memilih dan menyusun data tersebut ke dalam jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.
2. Membaca keseluruhan data. Langkah ini ingin membangun *general sense* atas informasi yang diperoleh dan merefleksikan maknanya secara keseluruhan.
3. Menganalisis lebih detail dengan meng-coding data. *Coding* merupakan proses mengolah informasi menjadi segmen-segmen tulisan sebelum memaknainya.
4. Mempertimbangkan petunjuk-petunjuk detail yang dapat membantu proses *coding*.
5. Deskripsi yang akan disajikan dalam laporan.
6. Interpretasi dan memaknai data (Creswell, 2012).

Selain itu, penulis menggunakan pendekatan fenomenologi. Fenomenologi yang paling sering digunakan adalah

pendekatan penelitian yang berfokus pada konsep, peristiwa, atau pengalaman hidup manusia. Beberapa studi penelitian kualitatif mengambil pendekatan fenomenologis ketika tujuannya untuk menemukan kesadaran intim dan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana manusia mengalami sesuatu. Hal ini untuk mengungkapkan apa yang terjadi melalui pikiran dan apa yang terasa seperti fenomena tersebut terjadi (Saldana, 2011).

Menurut Moleong, ada beberapa ciri-ciri pokok fenomenologis yang dilakukan oleh peneliti fenomenologis yaitu: (a) mengacu kepada kenyataan, dalam hal ini kesadaran tentang sesuatu benda secara jelas (b) memahami arti suatu peristiwa dan kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi-situasi tertentu. (c) memulai dengan diam (Moeloeng, 2010). Para fenomenologis berasumsi bahwa kesadaran bukanlah dibentuk karena kebetulan oleh sesuatu hal yang lain daripada dirinya sendiri. Demikian juga dengan kehidupan sehari-hari, seseorang tidak ada kontrol terhadap kesadaran terstruktur. Analisis fenomenologis berusaha mencari untuk menguraikan ciri-ciri dunianya, seperti apa aturan-aturan yang terorganisasikan, dan apa yang tidak dan dengan aturan apa objek dan kejadian itu berkaitan. Aturan-aturan ini bukanlah sebenarnya ciri-ciri yang berdiri sendiri, namun terbentuk oleh kebermaknaan dan nilai-nilai dalam kesadaran yang kita alami sebagai hal yang berdiri sendiri dari kita.

3. HASIL DAN DISKUSI

Jasa dan layanan ASC ini memiliki nilai-nilai (*values*), yaitu sebagai mitra yang terbaik bagi pelanggan dengan menawarkan solusi bagi masyarakat kota akan layanan ibadah aqiqah yang bersifat praktis (Kholidah, 2019).

Dengan terus memperbaiki produk dan kualitas yang ditawarkan, lambat laun usaha ini terus berkembang. Usaha ASC melakukan terobosan dengan bekerja sama dengan catering di berbagai tempat. Kerjasama dengan catering telah mendapat respons positif dari masyarakat, sehingga kini setiap bulan untuk mencukupi pesanan pelanggan membutuhkan sekitar 20 ekor kambing. Persediaan kambing itu didapat dari peternakan milik saudara sendiri yang termasuk dalam pengembangan usaha ASC dan jual beli kambing qurban.

Usaha ASC ini sudah berpengalaman melayani puluhan pelanggan. Melayani menyiapkan kambing yang sudah disembelih menjadi daging mentah ataupun matang. Usaha ASC menjamin pilihan hewan, proses penyembelihan, dan proses pemasakan masak yang memenuhi syarat sahnya aqiqah. ASC juga menyediakan hewan mentah atau sudah diolah menjadi masakan sate, gule, krengsengan, dan lain-lain dengan cara diantar ke tempat pemesan, kalau dekat rumahnya, tanpa dipungut biaya pengiriman (gratis). Akan tetapi biasanya yang mempunyai hajat aqiqah mengambilnya secara langsung di tempat pemasakan atau penyembelihan.

Kualitas dan rasa masakan terjamin karena dikelola dan dimasak oleh juru masak yang berpengalaman. Aqiqah yang diserahkan Insya Allah mendapat berkah karena usaha ASC juga membantu mendistribusikan aqiqah dari pemesan ke panti-panti asuhan (Kholidah, 2019).

3.1 Motto dan Profil Aqiqah Service Centre (ASC) UD. H. M. Arba'i

ASC memiliki motto "Kami siap membantu mewujudkan niat baik Anda". Sedangkan profil usaha ASC UD. H. M. Arba'i sebagai berikut:

Nama : Aqiqah Service Centre (ASC) UD. H. M. Arba'i
Legalitas : NO.SIUP 108/13-2/PK/VII/87/P.(1)
Alamat : Jl. Jaksa Agung Suprpto gang 8 J/2 B RT. 003 RW. 004 Kelurahan Sidokumpul Kecamatan Gresik (bersebelahan dengan ponpes Arroudlo Gresik)
No. Telp : 081330518853
Kepala Usaha : Nur Kholidah, S.E

Unit usaha ASC UD. H. M. Arba'i didirikan pada tahun 1987. Hingga saat ini, unit usaha aqiqah masih tetap eksis dan semakin profesional di mata pesaing ataupun konsumen dan pelanggan (*customer*) (Kholidah, 2019). Kelebihan produk unit usaha ASC UD. H. M. Arba'i terletak pada penjagaan kualitas produk olahannya. Unit usaha ini menjanjikan banyak kelebihan, di antaranya yaitu:

- 1) Halal.
- 2) Dapat memilih kambing dan melihat langsung kambing itu pada saat pemesanan ataupun proses penyembelihan berlangsung.
- 3) Bisa dibuktikan dengan foto saat proses penyembelihan dan pengukuran bagi yang meminta gambarnya karena pemesannya berhalangan (tidak bisa datang karena jaraknya jauh).
- 4) Dijamin memenuhi isyarat sahnya hewan aqiqah.
- 5) Menyediakan hewan mentah atau sudah diolah menjadi masakan sate, gule, kerengsengan, dan lain-lain

- 6) Kualitas dan rasa masakan terjamin karena dikelola dan dimasak oleh juru masak yang berpengalaman.
- 7) Aqiqah Insha Allah membawa berkah.
- 8) Dibantu mendistribusikan ke Panti Asuhan, Pondok, Pesantren, Yayasan Sosial, dan lain sebagainya.
- 9) Pemesanan sampai siap saji berupa kotak.
- 10) Diantar sampai tujuan (gratis untuk wilayah Gresik).

Di samping kelebihan, ada juga kelemahan produk unit usaha ASC UD. H. M. Arba'i. Di antara kelemahan dari unit usaha aqiqah ini, yaitu tidak adanya sistem manajemen khusus, seperti daftar rekapan pelanggan setiap bulannya atau setiap tahunnya.

3.2 Etika Bisnis Islam dalam Usaha ASC

Perbedaan bisnis Syariah dengan bisnis Non Syar'i (Konvensional). Menurut landasan teori yang penulis ketahui bahwa etika bisnis Islam dan non Islam memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Dari hasil wawancara yang penulis lakukan, usaha ASC telah menerapkan etika bisnis Islam dalam usahanya yaitu:

1. Menolak Monopoli

Dalam hal ini, pemilik ASC membeli kambing ketika ada pemesanan. Jadi, ASC tidak menimbun daging/kambing yang semula harganya rendah kemudian dijual kembali dengan harga tinggi. Jadi, pihak pengelola menolak monopoli, artinya tidak mempunyai kekuasaan untuk menaikkan harga barang dan mengendalikan suplai barang sesuka hatinya yang pada akhirnya akan menyengsarakan pembeli/pelanggan atau masyarakat.

2. Menolak Eksploitasi

Hewan kambing yang didapat yaitu hasil dari pembelian, bukan dari hasil curian atau mengambil dari hutan atau milik tetangga yang dipelihara. Kambing yang dipakai biasanya dibeli di pasar Kliwon atau pasar Paciran. Bisa juga dari peternakan saudaranya yaitu H. Jaroha.

3. Menolak Diskriminasi

Pengelola tidak membedakan atau tidak pernah menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada semua pembeli. Misalnya, jika pelanggan yang dekat dikasih harga yang murah dan memanfaatkan ketika ada pelanggan yang jauh yaitu dikasih harga lebih mahal dari harga jual biasanya. Ini semua tidak berlaku di usaha ASC.

4. Menuntut Keseimbangan antara Hak dan Kewajiban

Pembeli bebas memilih kambing yang mau dibeli, ketika pembeli membeli daging/kambing pembeli menyerahkan uang kepada si penjual si penjual menyediakan daging/kambing dengan mutu yang bagus dan menyerahkan kambing sesuai dengan harga yang dibayarkan. Artinya penjual tidak melakukan kecurangan dengan mengurangi (jumlah, ukuran dan timbangan) pada barang yang telah dibeli konsumen. Tidak pernah memaksa pembeli/pelanggan atau masyarakat untuk membeli atau menggunakan produk jasa ASC. Selalu memenuhi barang pesanan pembeli sesuai kesepakatan.

5. Terhindar dari Usaha Tidak Sehat

Tidak menjelekkan usaha aqiqah lainnya. Membiarkan orang lain usaha dagang dengan produk yang sama dan bersaing secara sehat. Barang yang ditawarkan selalu memperhatikan aspek kesehatan bagi masyarakat. Barang yang ditawarkan selalu dalam kondisi baik, tidak

cacat/rusak. Jika ada kecacatan maka pihak ASC selalu memberikan keterangan yang jelas. Selalu memberikan kualitas produk yang terbaik bagi konsumen.

Dari hasil observasi dan wawancara, perbedaan tersebut akan semakin terlihat dengan jelas jika cakupan sudut pandang

yang diambil lebih banyak. Artinya dalam menjelaskan perbedaan tersebut tidak pada satu aspek, melainkan banyak aspek. Perbedaan-perbedaan antara bisnis Islam dengan non Islam tersebut akan dipaparkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbedaan antara Bisnis Islam dan Non Islam

No	Aspek	Islam	Non Islam
1	Asas	Lebih dipercaya masyarakat karena transparan dalam segi transaksi dan prosesnya.	Kurang transparan dalam transaksi dan prosesnya.
2	Motivasi	Dunia-Akhirat	Dunia
3	Orientasi	Tidak hanya matri saja yang didapat tetapi juga kemanfaatan	Mencari laba sebanyak-banyaknya
4	Etos Kerja	Bagaimana bisnis yang dijalankan tersebut bisa bernilai ibadah	Yang penting dapat keuntungan
5	Sikap Mental	Maju & produktif, konsekuensi keimanan dan manifestasi keMusliman	Maju dan produktif, sekaligus konsumtif, konsekuensi aktualisasi diri
6	Amanah	Jujur dan bertanggung jawab dalam segala kegiatan jual beli, masakan, dan penyaluran aqiqah.	Menipu atau menghalalkan segala cara
7	Modal	Halal	Halal dan haram
8	SDM	Sesuai dengan akad kerjanya	Sesuai akad kerjanya atau sesuai keinginan pemilik modal
9	Sumber daya	Halal	Halal dan haram
10	Manajemen sinergik	Motto usaha terkait erat dengan minisi penciptaan manusia di dunia	Visi dan misi organisasi ditetapkan berdasarkan pada misi kepentingan material belaka
11	Manajemen ooperasi	Jaminan halal bagi setiap proses penyembelihan dan masakan, mengedepankan produktifitas dalam koridor syariah	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masuk, proses dan keluaran, mengedepankan produktifitas dalam koridor manfaat
12	Manajemen Keuangan	Transaksi menggunakan akad yang sah menurut Muamalah	Transaksi yang penting laku
13	Manajemen Pemasaran	Pemasaran dalam Koridor jaminan Halal	Pemasaran menghalalkan segala cara

No	Aspek	Islam	Non Islam
14	Manajemen SDM	Bertanggungjawab pada diri sendiri, orang lain, dan Allah SWT.	diri sendiri dan majikan

3.3 Etika Bisnis Islam dan Tujuan Mencari Keuntungan

Selain itu, tujuan bisnis syariah adalah untuk mengembangkan harta dan memperoleh keuntungan dengan jalan yang halal dan diridhai oleh Allah SWT. Dari hasil wawancara peneliti, ada banyak alasan dari tujuan bisnis usaha ASC untuk mencari keuntungan yaitu karena adanya dorongan untuk mencari nafkah. Karena pertumbuhan aset atau kenaikan penghasilan tidak seimbang dengan perkembangan keluarga, termasuk di antaranya jumlah anak yang harus dibiayai pendidikannya. Karena nilai aset kita akan tergerus oleh inflasi, yaitu penurunan mata uang yang ditandai salah satunya dengan kenaikan harga barang dan kebutuhan sehari-hari. Selain inflasi gaya hidup juga akan mempengaruhi nilai aset. Karena diri kita tidak selamanya sehat dan muda, sehingga saat kita akan pensiun berproduksi, untuk itu dibutuhkan sejumlah dana agar kita bisa menutupi biaya hidup dihari tua nanti. Tujuan bisnis usaha di ASC tidak selalu mencari keuntungan (*qimah madiyah* atau nilai materi), tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan mafaat nonmateri, baik bagi pengelola bisnis sendiri maupun pada pelanggan/lingkungan yang lebih luas, seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya. Dalam usaha ASC tidak hanya nilai materi (*qimah madiyah*) saja yang dikerjar tetapi juga *qimah khuluqiyah* dan *ruhiyah*. *Qimah khuluqiyah* adalah nilai-nilai akhlak mulia yang menjadi suatu kemestian yang muncul pada kegiatan bisnis, sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang islami,

baik antara pengelola dengan karyawan, maupun antara penjual dengan pembeli, bukan hanya sekedar hubungan fungsional maupun professional semata. *Qimah ruhiyah* berarti, perbuatan itu dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah. Dengan kata lain, ketika melakukan suatu aktivitas bisnis, maka harus disertai dengan kesadaran hubungan dengan Allah. Inilah yang dimaksud, bahwa setiap perbuatan Muslim adalah ibadah. Amal perbuatannya bersifat materi, sedangkan kesadaran akan hubungan dengan Allah ketika melakukan bisnis dinamakan rohnya.

Faktor keberkahan atau upaya menggapai ridha Allah, merupakan puncak kebahagiaan hidup Muslim. Para pengelola bisnis harus mematok orientasi keberkahan ini menjadi visi bisnisnya, agar senantiasa dalam kegiatan bisnis selalu berada dalam kendali syariat dan diraihnya keridhaan Allah. Dari hasil observasi dalam usaha ASC pembeli/pelanggan bisa langsung datang ke tempat ASC, kemudian di sana bisa melihat langsung kambing yang hendak dibeli dengan harga yang telah ditentukan oleh pihak usaha ASC. Di sana akan terjadi kesepakatan, yang dimulai dari pernyataan pemesan yang telah memilih produk paket yang telah ditawarkan oleh usaha ASC. Yaitu kesepakatan harga, paket, jumlah, porsi dan waktu penyerahan barang yang dikelola yakni paket aqiqah. Kesepakatan itu terjadi atas dasar suka sama suka atau saling (ridho). Praktik yang terjadi di awal bahwasanya pelanggan dan pengelola usaha aqiqah melakukan akad transaksi dengan kesepakatan bersama. Kemudian klarifikasi

mengenai jumlah dan kualitasnya. Misalnya: pihak pengelola membeli kambing dipasar 1 ekor dengan harga 1.450 ribu kemudian pihak pengelola menjualnya lagi kepada pelanggan dengan harga kambing/domba 1 ekornya 1.500 ribu. Pihak pengelola memberitahu kepada pelanggan mengenai harga awal kambing tersebut, yaitu 1.450 ribu. Dan pihak ASC menjelaskan spesifikasi dengan menyebutkan rincian harga tiap paket beserta jumlah porsi tusuk yang akan didapatkan, seperti: Rp. 1.500.000 untuk 50 orang dengan menu krengseng dan gule atau sate 50 tusuk dan gule. Rp. 2.000.000 untuk 100 orang dengan menu krengseng dan gule atau sate 100 tusuk dan gule. Rp. 2.500.000 untuk 120 orang/lebih dengan menu krengseng dan gule atau sate 200 tusuk dan gule.

Ketika sudah ada kesepakatan, maka pihak pengelola dan si pembeli melakukan akad jual beli yaitu dengan akad murabahah dan salam. Akad murabahah yaitu dengan mengambil keuntungan tersebut yang telah disepakati pihak terkait. Dan akad salam yaitu si pelanggan dapat membeli kambing dan masakan dengan cara memesan langsung pada pihak ASC ketika telah disepakati harga maka pelanggan akan membayarnya secara tunai atau DP minimal 50% dari harga produk aqiqah, atau langsung lunas seketika itu.

Hal tersebut memberikan keringanan bagi mereka yang belum mampu membayar lunas di awal akad, bahkan pihak ASC memberikan harga yang sama tanpa meminta harga tambahan untuk hal tersebut. Kemudian setelah masakan telah selesai, maka si pelanggan akan membayar keseluruhan uang pembelian. Daging yang lebih maka akan diberikan pada pelanggan yang mempunyai hajat aqiqah. Ketika terjadi pembatalan atau penundaan pemesanan dari

pemesan, syarat di antaranya pemesan harus memberitahukan 2 hari sebelum penyerahan paket yang disepakati. Pihak ASC akan mengembalikan uang tersebut tanpa adanya pemotongan.

3.4 Urgensi Etika Bisnis Islam terhadap Kelangsungan Usaha ASC

Etika dalam Islam merupakan ajaran Allah SWT yang diwahyukan kepada Rasulullah SAW, baik dalam Al-Quran maupun Sunnah. Watak manusia yang ingin cenderung mendahulukan keinginan daripada kebutuhannya. Seandainya bisnis ini tidak menggunakan etika, maka akan menabrak etika Islam.

Adapun hasil observasi yang penulis lakukan dapat ditemukan keserasihan antara landasan teori dengan praktek etika bisnis yang diterapkan oleh usaha ASC di Gresik. Itu terbukti dari adanya kesetiaan dari pembeli dan menjadi langganan tetap setiap ingin mengaqiqohkan anggota keluarganya. Mereka cenderung kembali pesan di usaha aqiqoh tersebut. Oleh karena itu, dalam realitas kurangnya kesadaran manusia dalam memilih produk halal sebagai akibat dari watak dasar atau perilaku manusia yang cenderung amoral, pada akhirnya akan melahirkan persaingan yang tidak sehat dan semakin keras dalam dunia global.

Dari pengamatan tersebut bahwa kurangnya kesadaran manusia dalam memilih produk, yaitu asalkan produk itu murah dan mengabaikan produk itu halal atau tidak, boleh dipakai/dikonsumsi, cara perolehannya halal atau menghalalkan segala cara, boleh atau tidak dalam ajaran Islam. Maka dari itu etika diperlukan dalam dunia bisnis, agar mereka memahami dan menyadari mana wilayah yang sah dilakukan, dan mana pula yang tidak boleh dilanggar dalam melakukan usaha.

Teknologi yang semakin canggih di satu sisi dapat mendatangkan nilai positif yang semakin mempermudah dan mempercepat pemenuhan kebutuhan hidup manusia, namun di sisi lain dampak negatifnya pasti akan terjadi. Oleh karena itu, untuk meninggalkan aspek negatifnya, nilai etika menjadi penting.

Dari hasil wawancara, usaha ASC merupakan suatu usaha keluarga di bidang jasa dan layanan untuk membantu dan memfasilitasi niat para orang tua Muslim untuk mengaqiqahkan putra-putrinya. Usaha yang bernilai ibadah ini menyiapkan kambing kurang lebih 20 ekor setiap bulannya juga menyiapkan kambing yang sudah disembelih menjadi daging mentah ataupun matang. Banyak dari masyarakat Kota Gresik dan sekitarnya mempercayai usaha aqiqah ini karena termotivasi dari:

1. Kebutuhan Halal dan Harga Murah

Aqiqah merupakan kebutuhan setiap Muslim, dan setiap Muslim itu membutuhkan produk yang halal, karena diwajibkan kepada kaum Muslim untuk memakan atau mengonsumsi produk halal. Pada unit usaha ASC kambing atau domba yang dipakai dibeli dari pasar kliwon kemudian ditenak sendiri di rumah. Di unit usaha ASC selalu mengedepankan syari'at Islam, yaitu mulai cara memilih kambing atau domba yang bagus dan memenuhi syarat aqiqah (cukup umur dan tidak cacat). Membeli kambing dengan uang yang halal atau tidak dari hasil curian, menipu atau gharar. Kambing/domba yang disembelih dibacakan bismillah oleh penyembelih dan orang yang menyembelih harus Islam, sholatnya genap 5 waktu tidak boleh bolong-bolong, karena kalau tidak memenuhi syarat penyembelihan maka tidak sah hukum aqiqah tersebut.

Penyembelihan dilakukan secara bergantian artinya jika kambingnya ada 2 atau lebih yang disembelih harus di tempatkan pada tempat yang tersembunyi/jauh dari kambing lainnya supaya tidak kelihatan. Kemudian setelah proses penyembelihan daging, tulang, kulit dan jeroan dipisahkan dan pada proses pengulitan tidak boleh sobek. Setelah itu daging yang sudah melalui proses penyembelihan kemudian dicuci sampai bersih, kemudian daging dimasak sesuai dengan menu dan porsi yang dipesan oleh pelanggan. Karena misalnya daging yang masih ada kemudian tidak dikembalikan pada pembeli/pemilik maka daging aqiqah tidak utuh (aqiqahnya tidak sah). Harga merupakan salah satu strategi pemasaran. Harga yaitu seberapa besar harga sebagai pengorbanan dalam memperoleh manfaat produk yang diinginkan. Harga juga merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi minat konsumen terhadap barang kebutuhan. Harga bagi konsumen adalah biaya untuk mendapatkan produk produk yang dibutuhkan.

Penerapan harga dalam usaha ASC UD. H.M. Arba'i Di Gresik lebih menjangkau menengah kebawah untuk konsumen yang berkebutuhan aqiqah, sebab harga aqiqah yang mahal menjadikan penghambat dikalangan masyarakat kalangan bawah. Usaha ASC UD. H.M. Arba'i Di Gresik memberikan solusi alternatif untuk melaksanakan aqiqah menurut syariat agama Islam dengan harga yang terjangkau di kalangan masyarakat Kota Gresik dan sekitarnya.

2. Keinginan Praktis dan Efisien

Banyak dari masyarakat Kota Gresik menginginkan sesuatu yang mudah, keinginan tersebut merupakan hal yang

timbul dari diri manusia termasuk masyarakat Kota Gresik diantara salah satunya kemudahan yang diberikan oleh usaha ASC UD. H.M. Arba'i Di Gresik adalah kemudahan hidangan dalam penyiapan makanan sehingga konsumen tidak memasak atau mengolah untuk aqiqah tersebut dan langsung menikmati hidangan aqiqah siap saji tersebut. Kemudian tentang kualitas dan rasa masakan terjamin karena dikelola dan dimasak oleh juru masak yang berpengalaman.

Penyaluran Aqiqah juga menjadikan konsumen memilih usaha ASC UD. H.M. Arba'i Di Gresik sebagai tempat beraqiqah. Membeli sekaligus beramal menjadikan hal yang jarang dimiliki oleh sebuah perusahaan khususnya perusahaan jasa layanan aqiqah, biasanya perusahaan kebanyakan umumnya langsung diserahkan kepada konsumen yang memesan aqiqah untuk disalurkan sendiri. Usaha ASC UD. H. M. Arba'i Di Gresik biasanya menyalurkan/membantu mendistribusikan pesanan aqiqah konsumen langsung kepada pondok, anak yatim, fakir dan miskin dan lain-lain.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Dalam pandangan Islam, penerapan etika Islami atau akhlak yang mulia dalam kehidupan bisnis akan mendatangkan banyak manfaat, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Pelaku etika bisnis Islami dapat dikategorikan sebagai orang yang bertaqwa, mendatangkan keberkahan, mendapatkan derajat mulia seperti para nabi, shiddiqin, dan para syuhada' sekaligus sebagai sarana ibadah. Pada dasarnya praktik etika bisnis akan selalu menguntungkan

pengelola usaha baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang. Etika bisnis Islami itu harus dijalankan dengan niat yang ikhlas karena mengharapkan ridha Allah, dilakukan secara professional, berpegang teguh pada sifat kejujuran dan menjaga amanah, pelakunya selalu menghiasi diri dengan perilaku terbaik, tidak melanggar prinsip-prinsip syariah dan kesepakatan normative, mengembangkan semangat tolong-menolong dan persaudaraan. Inilah yang membedakan antara etika bisnis Islam dan non Islam. Pengabaian etika bisnis dirasakan akan membawa kerugian tidak saja buat masyarakat, tetapi juga bagi pengelola usaha. Disadari atau tidak, para pengusaha yang tidak memperhatikan etika bisnis akan menghancurkan nama mereka sendiri.

2. Usaha ASC di Gresik ini tidak hanya mencari *qimahmadiyah* (nilai materiil), tetapi juga harus mencapai *qimah khuluqiyah* dan *qimah ruhiyah*. *Qimah khuluqiyah* ialah nilai akhlak mulia yang menjadi suatu kemestian yang muncul pada kegiatan bisnis, sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang Islami, baik antara pengelola usaha dengan karyawan, maupun antara penjual dengan pembeli. *Qimahruhiyah* berarti perbuatan usaha itu dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Dengan kata lain, ketika melakukan suatu aktivitas bisnis, maka harus disertai dengan kesadaran hubungan dengan Allah. Inilah yang dimaksud bahwa setiap perbuatan Muslim adalah ibadah. Amal ibadahnya bersifat materi, sedangkan kesadaran akan hubungan dengan Allah ketika melakukan bisnis dinamakan rohnya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola usaha ASC.

1. Pengelola usaha harus lebih meningkatkan strategi promosi, seperti membuat brosur atau membuat buku risalah aqiqah, dan membuat rekapan daftar pelanggan untuk setiap bulannya supaya dapat mengetahui peningkatan pemesanan setiap bulan atau tahunnya.
2. Bagi pengelola usaha ASC disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, rasa masakan, dan kualitas pelayanan dalam melayani konsumen agar pelanggan maupun calon pelanggan tetap merasa puas pada pelayanan, produk dan rasa masakan usaha ASC UD. H. M. Arba'i di Gresik

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, tt.

- Beekun, Rafiq Issa. 1997. *Islamic Business Ethics*. Virginia: The International Institute of Islamic Thought.
- Kuntowijoyo. 1991. *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Muhammad. 2003. *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Yusanto & Wijayakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Rafiq Issa Beekun. 1997. *Islamic Business Ethics*. Virginia: IRTI.
- Naja, Hasanuddin Rahman Daeng. 2004. *Membangun Micro Banking*. Yogyakarta: Pustaka Widyatama.
- Susilo, Sri. 2001. *Strategi Bertahan Industri Kecil*. Surabaya: Universitas Surabaya.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN