

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA BISNIS FRANCHISE HISANA DI KABUPATEN JEMBER

Okyviandi Putra Erlangga

Inti International University, Malaysia

e-mail: i25036803@student.newinti.edu.my

ABSTRACT

Islamic Business Ethics is an attitude that needs to be applied for Muslim entrepreneurs in running their businesses, both service-based and trade-based businesses, including franchise-based restaurant businesses where maintaining consistency in the application of business ethics is more challenging due to different conditions. Hisana Fried Chicken is one of the franchise restaurant businesses that is quite well known by the public and is growing rapidly, characterized by many outlets scattered in Jember Regency. The purpose of this study is to find out how the implementation of Islamic business ethics in the Hisana franchise business in Jember Regency. Research method used in this study is a descriptive qualitative research method with a case study approach. The data analyzed in this study are primary data collected through interview and observation methods. The data analysis used in this study is by data reduction, data presentation and data verification. Results of the research in this study show that the owners of Hisana Franchise Business outlets in Jember district have implemented Islamic Business Ethics, especially the implementation in the Principles of Honesty and Trust, Discipline, Responsibility and Price Justice.

Keywords: Islamic Business Ethics; Franchise; Hisana

ABSTRAK

Etika Bisnis Islam menjadi sikap yang perlu diterapkan bagi pengusaha muslim dalam menjalankan bisnisnya baik usaha berbasis jasa maupun dagang tidak terkecuali bisnis rumah makan berbasis franchise dimana menjaga konsistensi penerapan etika bisnis lebih menantang dikarenakan perbedaan kondisi. Hisana Fried Chicken merupakan salah satu bisnis rumah makan franchise yang cukup dikenal oleh masyarakat dan berkembang pesat ditandai dengan banyak outlet bertebaran di Kabupaten Jember. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada bisnis franchise Hisana di Kabupaten Jember. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data yang dianalisis dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui metode wawancara dan observasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pemilik outlet Bisnis Franchise Hisana di kabupaten Jember telah mengimplementasikan Etika Bisnis Islam khususnya implementasi dalam Prinsip Jujur dan Amanah, Disiplin, Bertanggung Jawab dan Keadilan Harga.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam; Franchise; Hisana

PENDAHULUAN

Secara filosofis, bisnis memiliki makna sebagai "aktivitas jual beli barang dan jasa." Bisnis melibatkan pertukaran yang saling menguntungkan dan bermanfaat antara dua pihak atau lebih, seperti individu, serta memanfaatkan peluang di tingkat internasional. Bisnis tidak hanya berlangsung karena adanya ketergantungan antar individu, melainkan juga karena upaya untuk menjaga dan meningkatkan standar hidup. Bisnis dipahami

sebagai kegiatan usaha individu yang terorganisasi, baik secara privat maupun bersifat umum, dengan tujuan menghasilkan nilai melalui produksi barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat serta mencapai keuntungan melalui transaksi jual beli. Oleh karena itu, bisnis dilakukan dengan niat untuk mencapai keuntungan finansial, memastikan kelangsungan hidup, mendukung pertumbuhan sosial, dan melaksanakan tanggung jawab sosial (Fahmi Irham, 2017).

Bisnis franchise di Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Franchise adalah model bisnis di mana pemilik merek (franchisor) memberikan hak kepada pihak lain (franchisee) untuk mengoperasikan bisnis mereka dengan menggunakan merek, sistem, dan dukungan yang telah teruji. Ada beberapa hal yang mendukung mengapa bisnis franchise dapat tumbuh pesat, pertama adalah meningkatnya daya beli konsumen di Indonesia telah mendukung pertumbuhan bisnis franchise, khususnya dalam sektor-sektor yang menyasar konsumen lokal. Kedua, Teknologi memainkan peran penting dalam perkembangan bisnis franchise. Banyak sistem dan proses bisnis franchise yang semakin terotomatisasi untuk meningkatkan efisiensi. Dan yang terakhir adalah Pemerintah Indonesia telah memberikan dukungan terhadap perkembangan bisnis franchise sebagai salah satu cara untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja (Dewi Astuti, 2005).

Namun ada juga beberapa tantangan yang dihadapi oleh bisnis berbasis franchise diantaranya Investasi awal yang dibutuhkan untuk memulai bisnis franchise terbilang cukup besar bisa menjadi hambatan, dan royalti yang harus dibayarkan kepada franchisor juga menjadi sandungan bagi franchisee. Kedua, Pasar Indonesia yang beragam menuntut keberagaman dalam penawaran bisnis franchise. Persaingan bisnis di sektor franchise akhirnya semakin ketat. Dan terakhir, menjaga konsistensi dan mutu produk atau layanan adalah tantangan, terutama ketika merek berusaha mempertahankan standar yang tinggi di seluruh outletnya. Diantara ketiga tantangan tersebut, menjaga konsistensi dan mutu pelayanan menjadi hal basic dan penting bagi keberlangsungan bisnis franchise. Oleh karena itu, franchisor biasanya akan sangat memperhatikan bagaimana etika bisnis yang dijalankan di setiap cabangnya. Etika bisnis tersebut akan terus dievaluasi secara periodik oleh manajemen bisnis franchise supaya tetap terus berjalan dengan baik (Suud, 2016).

Perkembangan praktek bisnis dalam era modern ini menekankan pentingnya adopsi sebuah kerangka moral sebagai panduan bagi individu dalam membuat keputusan bisnis yang etis. Etika, sebagai perangkat moral, memberikan arahan dalam menentukan pilihan bisnis di tengah berbagai opsi yang tersedia. Sebagai contoh, ketika dihadapkan pada situasi di mana jumlah konsumen meningkat dan stok barang menipis, seorang pengusaha

perlu memutuskan langkah bisnis yang akan diambil. Apakah akan dengan jujur menginformasikan kepada konsumen bahwa stok barang terbatas, dengan risiko potensial kekecewaan konsumen, ataukah memilih untuk tidak memberikan informasi apa pun, dengan harapan konsumen akan beralih ke produk lain (Handayani, 2019).

Etika bisnis memiliki fungsi sebagai pengendali terhadap kegiatan ekonomi, karena secara filosofis, etika berlandaskan pada akal budi dan prinsip agama untuk memberikan penilaian. Oleh karena itu, etika dapat diartikan sebagai seperangkat norma perilaku yang membimbing individu. Etika merupakan suatu kajian tentang tindakan yang dapat dianggap benar atau salah serta pilihan moral yang diambil oleh seseorang. Dengan kata lain, pengetahuan akan etika bisnis menjadi suatu keharusan bagi setiap individu yang terlibat dalam kegiatan ekonomi, termasuk pembisnis atau pedagang yang melakukan transaksi jual beli, terutama mereka yang beroperasi secara online. Maksud dari etika bisnis ini adalah untuk membangkitkan kesadaran moral para pelaku bisnis agar menjalankan kegiatan bisnis mereka dengan integritas dan kejujuran (Purwanti & Pujawati, 2021a).

Pembelajaran etika bisnis tidak hanya bertujuan untuk memahami konsep etika bisnis, melainkan lebih fokus pada bantuan kepada para pelaku bisnis dalam membuat keputusan bisnis yang beretika. Etika bisnis diharapkan dapat menjadi penuntun yang mencegah individu terlibat dalam praktik bisnis yang tidak etis. Sejarah ilmu etika memiliki akar yang panjang, dengan konsep ethos dikenal sejak zaman Yunani kuno. Dalam konteks Islam, terdapat istilah 'khuluk' atau Akhlak yang memiliki makna serupa dengan konsep 'etika' (Handayani, 2019).

Etika bisnis dalam konteks Islam merujuk pada implementasi prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Nabi dalam konteks bisnis. Panduan Al-Qur'an dalam bisnis tercermin dalam prinsip-prinsip umum yang mengandung nilai-nilai dasar, yang kemudian disesuaikan dengan perkembangan zaman dengan mempertimbangkan konteks ruang dan waktu. Etika bisnis Islam melibatkan suatu proses dan upaya untuk mengenali hal-hal yang benar dan yang salah, yang selanjutnya mendorong tindakan yang benar terkait dengan produk dan layanan perusahaan, serta dalam hubungannya dengan pihak-pihak yang berkepentingan dan tuntutan perusahaan. Studi terhadap kualitas moral, kebijakan organisasi, konsep umum, dan standar perilaku moral dalam bisnis menjadi bagian integral dari etika bisnis Islam, yang menekankan perilaku yang bertanggung jawab dan bermoral. Dengan kata lain, etika bisnis Islam merupakan aktivitas bisnis yang berbasis pada aturan-aturan ilahiah dan bertujuan untuk selalu mengingat Allah dalam rangka beribadah dan menghasilkan maslahat baik bagi

dirinya dan orang disekitarnya (H. Fakhry Zamzam & Havis Aravik, 2020).

Seringkali manusia ketika manusia dihadapkan keputusan etis dan keputusan bisnis mengalami dilema etis karena memang sudah menjadi fitrah manusia ingin meraih laba yang besar dalam menjalankan bisnisnya. Namun, jika manusia itu memahami konsep Islam dan mengikuti petuah Imam As-Syafi'i yang berbunyi:

"Barangsiapa yang menginginkan dunia maka hendaklah dengan ilmu, barangsiapa yang menginginkan akhirat, maka hendaklah dengan ilmu"

maka ketika manusia lebih memilih keputusan etis sejatinya dia sedang memilih kesuksesan bisnis bahkan akhiratnya (Abdul Aziz, 2013).

Salah satu aspek menarik yang ingin dibahas adalah bisnis franchise ayam goreng krispi Hisana yang mendapat sambutan positif dari masyarakat secara luas. Peneliti memilih bisnis franchise ini sebagai fokus penelitian karena tertarik untuk menyelidiki sejauh mana praktik dagang yang dilakukan oleh karyawan tertentu menerapkan etika bisnis Islam. Di dalamnya, diharapkan bahwa karyawan tersebut seharusnya mematuhi prinsip-prinsip etika bisnis, seperti menjunjung tinggi kejujuran dalam berkomunikasi dan memberikan informasi kepada pembeli terkait produk yang dijualnya. Selain itu, diharapkan pula adanya tanggung jawab terhadap barang yang dijual, baik dalam hal kesesuaian dengan informasi yang telah diberikan oleh penjual maupun terkait dengan kecacatan barang atau produk yang dibeli oleh pembeli (Purwanti & Pujawati, 2021b).

Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat beberapa perbedaan hasil terkait penerapan etika bisnis pelaku usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Yunia (2018) kepada usaha kecil di Kantin dan Koperasi Kampus STAI La Tansa Mashiro mendapatkan hasil bahawa pedagang telah menerapkan etika bisnis islam dengan baik (Yunia, 2018). Nur Afifah (2022) yang meneliti pedagang reseller juga menyimpulkan bahwa pelaku bisnis sebagian besar telah menerapkan etika bisnis islam dengan baik (Nur Afifah, 2022). Namun, ada perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purwanti & Pujawati (2021) dan Azizah (2020) yang sama-sama meneliti pedagang pada platform online atau ecommerce ternyata tidak menerapkan etika bisnis islam dengan baik.

Oleh karena itu, berdasarkan penjebaran diatas, penulis akan berfokus pada Objek Penelitian yakni Outlet Franchise Ayam Goreng Hisana di kabupaten Jember, Jawa Timur untuk diteliti bagaimana implementasi Etika Bisnis Islamnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam Bisnis Franchise Hisana Fried Chicken di kabupaten Jember, Jawa Timur. Sehingga judul yang penelitian ini adalah "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Bisnis Franchise Hisana Di Kabupaten Jember." Penelitian ini peneliti berfokus pada 4 indikator dalam Etika Bisnis Islam yakni

Prinsip Jujur dan Amanah, Prinsip Disiplin, Prinsip Bertanggung jawab dan Prinsip Keadilan Hargas sebagai indikator implementasi Etika Bisnis Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang ilmiah haruslah mengacu pada suatu metode yang sesuai dengan obyek yang menjadi bahan penelitian agar menjadi lebih terarah dan rasional. Metode berfungsi sebagai alat atau cara untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan keinginan peneliti sekaligus merupakan panduan agar kegiatan penelitian dapat lebih dilakukan secara terarah dan rasional sehingga mendapatkan kesimpulan penelitian yang optimal (Azizah, 2020). Sehingga, berdasarkan judul diatas, jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan metode studi kasus (Prof. Dr. Robert K. Yin, 2018).

Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber utama dalam penggalian informasi guna menjawab permasalahan penelitian yang diajukan. Teknik penggalian informasi data primer tersebut dilakukan dengan cara metode wawancara, dokumentasi dan kepustakaan. Wawancara dilakukan kepada Informan kunci yakni pemilik usaha dan pegawai Bisnis *Franchise* “Hisana” di kabupaten Jember. Konsumen juga tidak luput diwawancarai dalam menggali informasi sebagai triangulasi data dalam penelitian ini. Triangulasi data adalah suatu metode penelitian yang digunakan untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil penelitian dengan menggabungkan berbagai sumber data, instrumen, teori, atau metode penelitian. Tujuan triangulasi data ini adalah untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil penelitian dengan mengurangi bias serta memastikan kebenaran temuan. Dengan menggabungkan berbagai aspek dan sumber data, triangulasi memberikan dukungan kuat terhadap interpretasi dan kesimpulan yang dihasilkan dari suatu penelitian (Sugiyono, 2017).

Informan kunci dalam penelitian ini berjumlah 9 orang dimana 3 orang merupakan pemilik outlet *franchise* “Hisana” yakni Outlet Jalan Kalimantan, Outlet Jalan Riau dan Outlet Jalan Kenanga, 3 orang merupakan pegawai di masing-masing outlet “Hisana” dan 4 orang adalah konsumen yang melakukan transaksi di masing-masing outlet Hisana tersebut. Wawancara dilakukan dalam rentang waktu antara tanggal 27 – 30 November 2024. Wawancara dilakukan secara terbuka sehingga informan diberikan kebebasan untuk menjawab pertanyaan yang peneliti ajukan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori milik Miles dan Huberman dalam buku Yin (2018) yakni Reduksi Data, Penyajian Data dan Verifikasi Data. Reduksi Data adalah melakukan pengerucutan data yang telah

dikumpulkan agar lebih fokus dalam menjawab rumusan masalah. Penyajian data adalah menampilkan hasil penelitian dalam bentuk teks naratif. Verifikasi data adalah untuk melihat kredibilitas jawaban infoman menggunakan teknik triangulasi yang telah dijelaskan (Prof. Dr. Robert K. Yin, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika bisnis Islam sangat penting dalam dunia bisnis, terutama bagi para penjual yang beragama Islam. Hal ini karena Islam mengajarkan prinsip-prinsip etika dalam memulai dan menjalankan bisnis agar bisnis tersebut tidak melanggar aturan Islam dan tidak merugikan konsumen. Implementasi etika bisnis Islam dapat menciptakan rasa kejujuran, keadilan, kepercayaan, dan perlindungan hak konsumen dalam transaksi jual beli (Maksudin, 2022).

Implementasi Prinsip Jujur dan Amanah

Peneliti melakukan wawancara terstruktur kepada 9 Informan kunci yang terdiri dari 3 informan yang merupakan pemilik masing-masing outlet Hisana yakni DK, BS dan RL; 3 informan selanjutnya adalah pegawai di Outlet Hisana yakni GLR, FD, dan K; dan 3 informan terakhir adalah konsumen Hisana yakni OW, TL, W. Berdasarkan hasil wawancara yang terhadap 9 informan, Outlet Hisana di Kabupaten Jember telah menerapkan Prinsip Jujur dan Amanah. Prinsip Jujur dan Amanah menjadi indikator utama karena Prinsip ini diderivasikan dari Sifat Utama Rasulullah SAW yakni Siddiq dan Amanah untuk masuk ke dalam Etika Bisnis Islam.

Menurut teori yang disajikan oleh Fauzia (2019), menegaskan dan mengamalkan kejujuran adalah hal yang sangat dihargai. Kejujuran bukan hanya menjadi kunci kesuksesan dalam berbisnis menurut ajaran Islam, tetapi juga menjadi prinsip yang sangat ditekankan dalam etika bisnis modern. Dalam konteks bisnis, untuk membangun dasar kepercayaan, seorang pedagang harus memiliki kemampuan untuk bertindak jujur dan adil, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. Kejujuran ini harus tercermin dalam praktik penggunaan timbangan yang tidak memihak kepada kepentingan diri sendiri (penjual) atau orang lain (pembeli). Dengan sikap jujur tersebut, kepercayaan pembeli terhadap penjual akan terbentuk secara alami. Sebagai contoh dalam konteks bisnis, praktik curang seperti mencuri dengan menggunakan timbangan yang merugikan orang lain dilarang, karena hal tersebut dianggap tidak adil dan tidak jujur (Ika Yunia Fauzia, 2015).

Jika melihat prakteknya pada outlet Hisana di Kabupaten Jember, seluruh outlet telah menerapkan sikap Jujur yang terlihat pada pemasangan informasi produk dan harga

yang jelas sehingga konsumen dapat melihat informasi produk dan harga dengan leluasa tanpa ada hal yang ditutupi oleh pihak outlet. Selain itu outlet Hisana sudah menggunakan mesin kasir digital yang tepat dan mengeluarkan struk pembelian yang diberikan konsumen sehingga konsumen dapat mengecek kembali pesanan mereka dimana ini adalah penerapan sikap Amanah oleh Outlet Hisana di Kabupaten Jember.

Hasil ini penelitian terkait penerapan sikap Jujur dan Amanah ternyata tidak sejalan dengan penelitian Afifah (2022) dimana pedagang online yang menjadi subjek penelitian tidak seluruhnya menerapkan sikap Jujur dan Amanah. Hal ini bisa terjadi karena sistem online yang menyebabkan penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung membuat penjual terkadang menjadi tidak Jujur dan Amanah karena merasa pembeli tidak dapat melihat barang secara langsung (Nur Afifah, 2022). Namun sejalan dengan penelitian Amalia (2014) dimana pedagang bazar 83% telah menerapkan sikap Jujur dan Amanah.

Implementasi Prinsip Disiplin

Peneliti melakukan wawancara terstruktur kepada 9 Informan kunci yang terdiri dari 3 informan yang merupakan pemilik masing-masing outlet Hisana yakni DK, BS dan RL; 3 informan selanjutnya adalah pegawai di Outlet Hisana yakni GLR, FD, dan K; dan 3 informan terakhir adalah konsumen Hisana yakni OW, TL, W. Berdasarkan hasil wawancara yang terhadap 9 informan, Outlet Hisana di Kabupaten Jember seluruhnya telah menerapkan disiplin dimana seluruh outlet telah memiliki jadwal operasional yang teratur mulai dari jam buka hingga jam tutup sehingga konsumen tidak dibuat bingung terkait jam operasional Perusahaan. Meskipun ada beberapa kesempatan outlet tidak tepat waktu dalam membuka outlet dikarenakan salah satu pegawainya mengalami kecelakaan, hal tersebut bukanlah menjadi indikator outlet tersebut tidak disiplin. Hal itu dikarenakan ada keadaan darurat yang terjadi dan bukan menjadi rutinitas yang sering dilakukan.

Menurut Fauzia dalam bukunya disiplin merupakan aksi tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun taat kepada sistem, peraturan, prosedur dan teknologi yang telah ditetapkan (Ika Yunia Fauzia, 2015). Berdasarkan teori tersebut, pemilik dan pegawai outlet Hisana telah menerapkan Prinsip Disiplin. Pemilik dan pegawai Outlet Hisana sudah menjadikan peraturan jam operasional sebagai sebuah rutinitas yang teratur sehingga outlet Hisana bisa dipastikan akan buka on-time jika tidak ada keadaan darurat. Hal ini diperkuat oleh pengakuan konsumen yang selalu melihat outlet Hisana buka ketika jam operasional aktif.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Afifah (2022) dimana 90% pedagang online telah menerapkan Prinsip Disiplin dari sisi jadwal pengiriman barang konsumen. Manejemen waktu memang menjadi hal yang sulit untuk diterapkan bagi pebisnis khususnya pebisnis yang telah besar dan memiliki banyak konsumen. Banyaknya konsumen terkadang membutuhkan manajemen waktu yang telah disusun. Kedisiplinan dari seluruh pihak menjadi penting agar manajemen waktu berjalan efektif ((Nur Afifah, 2022)

Implementasi Prinsip Bertanggung jawab

Peneliti melakukan wawancara terstruktur kepada 9 Informan kunci yang terdiri dari 3 informan yang merupakan pemilik masing-masing outlet Hisana yakni DK, BS dan RL; 3 informan selanjutnya adalah pegawai di Outlet Hisana yakni GLR, FD, dan K; dan 3 informan terakhir adalah konsumen Hisana yakni OW, TL, W. Berdasarkan hasil wawancara yang terhadap 9 informan, semua outlet Hisana yang diteliti dalam proses produksinya telah mematuhi prinsip-prinsip syariah Islam. Ini terlihat dalam praktik menjual produk yang sesuai dengan ketentuan syariah Islam, yaitu barang-barang yang halal dan aman untuk dikonsumsi. Seluruh outlet Hisana telah tersertifikasi Halal yang menunjukkan keseriusan pebisnis untuk menyediakan produk yang halal dan aman. Selain itu, aspek lingkungan juga menjadi perhatian utama dalam kegiatan produksi. Seluruh kegiatan produksi yang dilakukan di outlet Hisana tidak mengganggu lingkungan sekitar seperti asap yang mengganggu, bau tidak sedap, sampah berserakan. Seluruh outlet Hisana memiliki kebijakan yang ketat terkait kebersihan karena selain menganggu lingkungan, hal tersebut juga mempengaruhi sentimen konsumen terhadap kebersihan. Setiap pihak mulai dari level individu hingga organisasi memiliki tanggung jawab untuk berkontribusi pada kesejahteraan dan keselamatan lingkungan sosialnya, dimulai dari lingkungan terdekat seperti keluarga, tetangga, hingga masyarakat secara keseluruhan.

Tanggung jawab sosial perusahaan, atau yang dikenal sebagai Corporate Social Responsibility (CSR), merujuk pada usaha serius dari suatu perusahaan untuk mengurangi efek negatif dan meningkatkan dampak positif dari kegiatan operasionalnya terhadap semua pihak yang terlibat, baik dalam konteks ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mencapai pembangunan berkelanjutan. Komitmen perusahaan terhadap masyarakat melibatkan kewajiban untuk tidak menimbulkan kerusakan pada lingkungan, memastikan keselamatan komunitas sekitarnya, serta berupaya memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (M.Rachman et al., 2011). Melihat komitmen outlet Hisana di Kabupaten Jember untuk

menyediakan produk yang Halal dan selalu menjaga kebersihan, sebenarnya Outlet Hisana di Kabupaten Jember telah mengimplementasikan Prinsip Tanggung Jawab.

Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Amalia (2014) dimana pelaku usaha kecil yang menjadi subjek penelitian telah menerapkan Prinsip Bertanggungjawab dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini menjadikan Prinsip Bertanggungjawab merupakan Prinsip yang penting dan telah disadari oleh banyak pelaku usaha untuk diterapkan. Secara tidak langsung penerapan Prinsip Bertanggungjawab akan menjadi pemicu untuk konsumen menjadi loyal terhadap Perusahaan.

Implementasi Prinsip Keadilan Harga

Peneliti melakukan wawancara terstruktur kepada 9 Informan kunci yang terdiri dari 3 informan yang merupakan pemilik masing-masing outlet Hisana yakni DK, BS dan RL; 3 informan selanjutnya adalah pegawai di Outlet Hisana yakni GLR, FD, dan K; dan 3 informan terakhir adalah konsumen Hisana yakni OW, TL, W. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 9 informan tersebut, terkait implementasi Prinsip Keadilan Harga, seluruh informan baik pemilik outlet Hisana, karyawan outlet Hisana maupun konsumen Hisana mengatakan bahwa Bisnis Franchise Hisana di Kabupaten Jember telah menerapkan sistem harga yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini termanifestasi pada penentuan harga kepada konsumen yang tidak bersifat berlebihan, tidak mengambil laba berlebihan, serta tidak melakukan praktik ihtikar (monopoli) harga atau barang maupun rekayasa harga sehingga terhindar dari persaingan usaha yang tidak sehat antar pemilik outlet. Sebab, harga yang berlaku pada seluruh outlet Hisana telah terstandarisasi dari pusat berdasarkan mekanisme pasar dan daya beli masyarakat Indonesia. Sehingga dapat dikatakan jika Bisnis Franchise Hisana telah mengimplementasikan Etika Bisnis Islam melalui Prinsip Keadilan Harga.

Implementasi Prinsip Keadilan Harga yang diterapkan oleh Outlet Hisana di Kabupaten Jember sesuai dengan teori harga dalam Islam yang diungkapkan oleh Ibnu Taimiyah yakni harga haruslah terbentuk melalui mekanisme pasar yaitu pertemuan antara supply dan demand dan tidak memberatkan masyarakat (Fasiha, 2017). Teori harga yang dijelaskan oleh Ibnu Khaldun menguatkan pemikiran Ibnu Taimiyah yakni harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Namun beliau juga memasukan faktor lain yakni daya beli masyarakat dan nilai kerja (Kamariah, 2022).

Implementasi Prinsip Keadilan Harga pada Bisnis Franchise Hisana di Kabupaten Jember sesuai dengan penelitian yang ditulis oleh Amalia (2014) dimana peneliti melakukan penelitian pada pedagang di Bazar Madinah Depok dan mendapatkan hasil bahwa 78% pedagang di Bazar Madinah Depok melakukan penetapan harga yang adil dan

tidak semena-mena. Pedagang di Bazar Madinah Depok bersaing secara sehat dalam penetapan harga sehingga konsumen dan pedagang lain tidak saling merugikan (Amalia, 2014).

Penetapan harga yang dilakukan secara sepikah tanpa memperhatikan mekanisme pasar dianggap sebagai praktik yang dilarang. Rasulullah saw dalam hadistnya berkata bahwa harga barang yang berlaku di pasar sudah ditentukan oleh Allah dan ketentuan harga seharusnya mengikuti mekanisme pasar yang bersifat alamiah. Konsep penentuan harga ini berlaku ketika pasar berada dalam keadaan normal. Namun, ketika pasar mengalami distorsi, seperti terjadi praktek Ihtikar, riba, tadlis, dan distorsi pasar yang lain, pemerintah memiliki kewenangan dalam menetapkan harga agar terjadi keadilan (Karim, 2015).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa Implementasi Etika Bisnis Islam pada Bisnis Franchise “Hisana” di Kabupaten Jember sudah menerapkan prinsip etika bisnis islam. Implementasi Prinsip Jujur dan Amanah yang diprososikan dengan keterbukaan dalam menampilkan harga dan informasi yang tidak menipu sudah diterapkan oleh pemilik Bisnis Franchise “Hisana” di Kabupaten Jember. Tidak ada perbedaan informasi yang ditampilkan antara outlet dan sosial media resmi Hisana yang dijalankan oleh pusat. Terkait Prinsip disiplin yang diprososikan dengan ketepatan dan keteraturan dalam membuka dan menutup outlet sesuai jadwal yang ditetapkan sudah berjalan dengan baik meskipun ada sebagian informan yang tidak mengetahui jadwal buka outlet namun ketika mereka mendatangi outlet, outlet sudah dalam keadaan buka. Implementasi Prinsip disiplin ini sudah diperkuat berdasarkan pengakuan informasi dari pegawai outlet bersangkutan.

Prinsip Bertanggung jawab yang ditunjukkan dengan menjaga standar halal dan kebersihan telah diimplementasikan dengan baik. Sertifikasi Halal yang telah diraih menjadi bukti bahwa Hisana telah berkomitmen dan bertanggung jawab kepada konsumen muslim untuk menyediakan produk yang halal. Masalah kebersihan sendiri setiap outlet yang menjadi objek penelitian sudah cukup bersih dalam artian outlet selalu menjaga kebersihan untuk kenyamanan. Prinsip Keadilan Harga yang ditunjukkan dengan penerapan harga yang terjangkau juga sudah baik. Konsumen merasa harga produk di Hisana sudah cukup murah dan terjangkau.

Implementasi etika bisnis islam sangat berdampak pada kepercayaan yang diberikan oleh pembeli kepada penjual sehingga bisa meningkatkan pendapatan yang

akan didapatkan oleh penjual. Dunia bisnis yang telah memasuki era VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity dan Ambiguity*) ini membuat pelanggan mudah beralih jika mereka dikecewakan oleh hal kecil. Oleh karena itu, penjual harus memperhatikan bagaimana implementasi etika bisnis islam yang diterapkan di outletnya agar bisnis tetap bertahan di era VUCA ini.

Saran bagi penelitian selanjutnya adalah peneliti dapat menggunakan indikator Etika Bisnis Islam yang berbeda seperti konsep bauran pemasaran Islam atau konsep STP pada objek penelitian yang sama. Hal ini diharapkan dapat melengkapi kekurangan indikator Etika Bisnis Islam dalam penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat menggugah kepada seluruh pelaku bisnis muslim untuk dapat terus menerapkan Etika Bisnis Islam yang benar dan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz. (2013). Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islam untuk Dunia Usaha. Alfabeta.
- Amalia, F. (2014). ETIKA BISNIS ISLAM: KONSEP DAN IMPLEMENTASI PADA PELAKU USAHA KECIL. Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics, 6(1). <https://doi.org/10.15408/ijies.v6i1.1373>
- Azizah, M. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee. Jurnal Humani (Hukum Dan Masyarakat Madani), 10(1).
- Dewi Astuti. (2005). KAJIAN BISNIS FRANCHISE MAKANAN DI INDONESIA. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 7(1).
- Fahmi Irham. (2017). Etika Bisnis, Teori, Kasus dan Solusi. Alfabeta.
- Fasiha, F. (2017). PEMIKIRAN EKONOMI IBNU TAIMIYAH. Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law, 2(2). <https://doi.org/10.24256/alw.v2i2.634>
- H. Fakhry Zamzam, & Havis Aravik. (2020). Etika Bisnis Islam: Seni Berbisnis Keberkahan (1st ed.). Deepublish Publisher.
- Handayani, D. L. (2019). Etika Bisnis Islam: Sebuah Kajian Komparatif. Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 4(1). <https://doi.org/10.29300/ba.v4i1.1852>
- Ika Yunia Fauzia. (2015). Etika Bisnis dalam Islam. Kencana Prenada Media Group.
- Kamariah. (2022). Ekonomi Mikro: Prinsip-Prinsip Penetapan Harga Menurut Ibnu Khaldun. Ats-Tsarwah: Jurnal Hukum Ekonomi Islam, 2.
- Karim, A. (2015). Ekonomi Mikro Islam (5th ed.). Rajawali Press.

Maksudin, M. (2022). ETIKA BISNIS DALAM PERSFEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM. El-Ecosy : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam, 2(2).
<https://doi.org/10.35194/eeki.v2i2.2513>

M.Rachman, N., Efendi, A., & Wicaksana, E. (2011). PANDUAN LENGKAP PERENCANAAN CSR. In Penebar swadaya grup.

Nur Afifah. (2022). Identifikasi Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online dengan Sistem Reseller. Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis.
<https://doi.org/10.29313/jrieb.vi.822>

Prof. Dr. Robert K. Yin. (2018). Studi Kasus: Desain & Metode (15th ed.). RajaGrafindo Persada.

Purwanti, N., & Pujawati, A. (2021a). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi E-Commerce. Jurnal Ilmu Agama, 3(1).

Purwanti, N., & Pujawati, A. (2021b). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi E-Commerce. Jurnal Ilmu Agama, 3(1).

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.

Suud, M. (2016). Prospek bisnis franchise di Indonesia. Economic Journal of Emerging Markets, 42–48. <https://doi.org/10.20885/ejem.v2i1.6566>

Yunia, N. (2018). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menjalankan Usaha Kecil. Jurnal Aksioma Al-Musaqoh, 1(1).