

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara di Warung Ayam Preksu.....	111
Lampiran 2 Hasil Wawancara di Bakso Granat Pedaz.....	125
Lampiran 3 Hasil Wawancara di Roti Shalawat.....	130
Lampiran 4 Dokumentasi peneliti saat mengamati proses transaksi di Bakso Granat Pedaz .....	133

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi ini bidang sains dan teknologi mengalami kemajuan dan perkembangan yang sangat pesat sehingga mempengaruhi perilaku masyarakat. Fenomena ini menjadi sebuah tantangan yang sulit untuk diselesaikan tanpa sistem etika yang efektif. Selama berabad-abad aktivitas intelektual manusia, etika, dan moralitas lebih disukai oleh para filsuf. Sebagian besar para filosofis secara normatif yang berarti mencoba untuk mengidentifikasi apa yang harus dilakukan manusia seperti mengenai apa yang benar dan yang salah dalam melakukan perbuatan. Sejalan dengan tantangan globalisasi, bisnis dituntut untuk memberikan komitmen yang kuat terhadap etika seperti, memastikan kredibilitas, citra, reputasi di mata masyarakat, pelanggan, dan pemangku kepentingan (Nor, 2012).

Untuk pengembangan yang mengakar pada etika normatif terutama dalam hal etika bisnis perlu untuk diterapkan secara praktis. Karena hanya dengan aplikasi mereka dapat diuji, dikritik dan muncul terus menerus. Etika bisnis juga harus dikembangkan dengan cara menerapkan ide-ide mereka dalam praktik nyata. Situasi ketidakadilan saat ini, baik intra maupun antar generasi sangat serius

sehingga, kita tidak hanya memahami etika bisnis sebagai upaya intelektual penalaran moral saja.

Menurut Al-Ghazali manusia berakhlak itu adalah yang di dalam dirinya tertanam iman. Namun sebaliknya, manusia yang tidak berakhlak adalah yang di dalam hatinya terdapat *nifaq* (sikap menduakan Tuhan), apa yang diperbuat tidak sesuai dengan hati nurani. Perumpamaan iman adalah seperti akar dari sebuah tumbuhan. Seperti halnya sebuah pohon tidak akan tumbuh dari akar yang lemah, dan rusak. Sebaliknya, pohon akan tumbuh dengan baik dan menghasilkan buah yang baik jika akarnya baik dan kuat. Suatu amal akan bermanfaat apabila didasarkan dari iman, tanpa iman maka amal itu tidak akan bermakna. Kalau pemahaman mengenai akhlak adalah sebagai pandangan hidup, maka manusia itu akan menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban, serta hubungannya kepada Pencipta, sesama makhluk, dan lingkungan sekitar. Firman Allah SWT dalam surat Al An'am (6) ayat 88:

ذَلِكَ هُدَى اللَّهِ يَهْدِي بِهِ مَنْ يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ وَلَوْ أَشْرَكُوا لَحَبِطَ عَنْهُمْ مَا كَانُوا  
يَعْمَلُونَ ٨٨

*zālika hudallāhi yahdī bihī may yasyā`u min 'ibādih, walau asyraqū laḥabiṭa 'an-*  
*hum mā kānu ya'malun*

*Artinya: Itulah petunjuk Allah, dengan itu Dia memberi petunjuk kepada siapa saja di antara hamba-hamba-Nya yang Dia kehendaki. Sekiranya mereka mempersekutukan Allah, pasti lenyaplah amalan yang telah mereka kerjakan (Depag RI, 2016).*

Ilmu ekonomi yang semakin berkembang memunculkan banyak pemahaman terkait dalam berdagang, adapun dalam berdagang yang berlandaskan Islam yaitu dengan menggunakan etika bisnis Islam (Muniya, 2001). Di dalam Islam dijelaskan bahwa materialism tidak pernah dipisahkan antara ekonomi dengan etika, sebagaimana tidak pernah memisahkan ilmu dengan akhlak, politik dengan etika, perang dengan kerabat sedarah sedaging dengan kehidupan Islam (Qardhawi, 2001). Islam adalah risalah yang diturunkan Allah melalui Rasul untuk membenahi akhlak manusia. Hal ini sebagaimana terkandung dalam Hadis Riwayat Ahmad Nomor 8952:

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ

*Innamaa bu'istu liutammima makaarima-akhlaq*

Artinya:“Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak mulia.”  
(HR.Ahmad No.8952)

Menurut (Abuznaid, 2009) etika bisnis Islam ialah prinsip-prinsip tentang perilaku yang berlandaskan dari Al-quran dan Hadis. Sehingga dari perspektif Islam yang berpedoman pada Al-quran dan Hadis selalu mengutamakan etika untuk menciptakan kesuksesan dalam berbisnis. Karena itu etika adalah dasar yang sangat penting untuk setiap transaksi bisnis. Etika termasuk sistem hukum dan moralitas yang mampu menangkap seluruh lingkup kehidupan manusia. Hukum Syariah berfungsi untuk menegakkan keadilan umat Islam yang dapat membedakan antara kebenaran dan keburukan (Ayudiati, 2010).

Tujuan utama dari etika bisnis Islam adalah mengajarkan umat manusia agar saling kerja sama, *berta'awun* (tolong-menolong), agar terhindar dari sifat dendam dan iri hati serta perbuatan-perbuatan yang tidak sesuai dengan Syariah (Qardhawi, 2019:51). Maka dari itu, agar terhindar dari tindakan yang tidak diperbolehkan dalam agama atau dilarang oleh Allah SWT maka setiap insan yang melakukan aktivitas ekonomi baik para pelaku bisnis harus memiliki ilmu pengetahuan mengenai etika bisnis Islam.

Kunci suatu bisnis terkait etika dan moral sesungguhnya terletak pada pelakunya, sebab itulah misi diutusnya Rasulullah ke dunia untuk memperbaiki akhlak manusia yang telah rusak. Seorang pelaku bisnis Muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika Islam yang mencakup perbuatan baik, Allah SWT mengangkat derajatnya, akan melapangkan hati, membukakan pintu rezeki, dimana pintu rezeki itu akan terbuka dengan akhlak mulia, dengan akhlak yang mulia dan baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang etis. Salah satu akhlak yang harus dimiliki adalah kejujuran.

Allah SWT memberikan peringatan dalam Qur'an Surat Al-Ahzab (33) ayat 70-71 berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۗ ۷۰ يُصَلِّحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ  
ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ۗ ۷۱

*yā ayyuhallāzīna āmanuttaqullāha wa qūlu qaulan sadīdā (70) yuṣliḥ lakum a'mālakum wa yagfir lakum zuṇubakum, wa may yuṭi'llāha wa rasūlahu fa qad fāza fauzan 'aẓīmā (71)*

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar (70) niscaya Allah akan memperbaiki amal-amalmu dan mengampuni dosa-dosamu. Dan barangsiapa menaati Allah dan Rasul-Nya, maka sungguh, dia menang dengan kemenangan yang agung (71) (Depag RI, 2016).

Peranan para pengusaha Islam diharapkan dalam pembangunan ekonomi dapat mengusung konsep Islam. Mustaq Ahmad mengatakan bahwa pelaku bisnis yang baik dan benar adalah dalam praktiknya sesuai dengan pedoman ajaran Al-quran, pengimplementasiannya tidak hanya berhubungan baik dengan sesama manusia, tetapi juga harus bertujuan mencapai Falaah dengan dekat kepada Allah SWT (Ahmad, 2001). Pelaku usaha yang tidak mengedepankan etika, tidak akan bisa melakukan bisnis dengan baik karena dapat mengancam suatu hubungan sosial salah satunya merugikan konsumen, bahkan usaha itu sendiri. Etika bisnis Islam mengutamakan dan menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, semangat saling percaya, sedangkan hubungan pemilik dan karyawan berkembang semangat kekeluargaan (Rivai, 2009:237).

Bagaimana seharusnya seorang Muslim berusaha dalam dunia bisnis agar mendapatkan berkah dari Allah SWT baik di dunia maupun di akhirat. Aturan bisnis Islam menjelaskan berbagai hal yang harus dilakukan oleh para pebisnis Muslim. Yaitu, diharapkan bisnis tersebut akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT.

Adapun yang menjadi permasalahan bagi perekonomian Islam ialah banyaknya praktik perekonomian pada sebagian masyarakat Islam yang jauh bahkan tidak sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Fenomena yang sedang terjadi

di Indonesia saat ini adalah mengenai kasus penyelundupan barang gelap yang diangkut oleh pesawat Garuda Indonesia yang ternyata milik mantan Direktur Utama Garuda Indonesia, Menteri BUMN Erick Thohir menuturkan “perusahaan harus mempunyai sosok yang baik, memiliki kerja sama yang bagus, berakhlak baik, serta mempunyai loyalitas tinggi (Tribunnews, 3 Januari 2020).

Pernyataan tersebut sangat jelas bahwa bisnis yang besar tanpa adanya akhlak pun bisa jatuh seketika. Hal tersebut termasuk perbuatan menipu dan kecurangan dalam berdagang yang dilarang, sebagaimana terkandung dalam Q.S Al-Mutaffifin (83) ayat 1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ ۱ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ ۲ وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ  
وَزَنُّوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝ ۳

*wailul lil-muṭaffifīn (1) allazīna izaktālu ‘alan-nāsi yastawfun (2) alā yazunnu ulā’ika annahum māb’uṣūn (3)*

Artinya: Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang (1) yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi (2) dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain mereka mengurang (3) (Depag RI, 2016).

Pada Mekanisme bisnis harus menerapkan etika bisnis yang tidak melanggar nilai-nilai moralitas. Hal ini kaitannya erat dengan moral dalam etika bisnis yang diterangkan dalam agama. Pelaksanaan etika bisnis Islam yang efektif merupakan arahan kepada pola pembangunan akhlak mulia perilaku pengusaha, dengan melaksanakan prinsip-prinsip dan sistem etika bisnis. Semua pola perilaku kehidupan manusia di atur dalam agama Islam. Islam itu menyeluruh jadi tidak

hanya dalam hal beribadah, namun juga urusan ekonomi dan sosial. Islam juga menghalalkan berbagai usaha seperti halnya perdagangan, perniagaan, atau jual beli yang di dalamnya termasuk bisnis (Arifin, 2009:81).

Penelitian Zulkifli (2015) terkait konsep etika bisnis dalam Islam bisa membuat para pengusaha sadar. Seorang pengusaha Muslim akan selalu tabah mewujudkan wirausaha secara komprehensif dan sesuai dengan Hukum Islam. Karena itu, setiap pengusaha harus terus mempraktikkan Islam berdasarkan Al-Quran dan Sunnah. Selalu menggunakan akalanya untuk berperilaku adil, jujur, dapat dipercaya, dan tulus dalam setiap pendirian usaha dengan menerapkan nilai-nilai etika di kalangan pengusaha.

Hasil penelitian Ebrahim (2014) menyatakan bahwa Islam mendukung adanya persaingan dalam bisnis, tetapi tetap memiliki pendirian yang teguh pada hal transaksi yang dianggap haram. Pengusaha diharapkan untuk mengedepankan moral baik yang tinggi setiap saat dan terutama ketika terlibat dalam transaksi bisnis dengan klien atau pelanggan mereka. Mereka harus berlaku baik dan sama dengan memperhatikan karyawan mereka serta memastikan bahwa mereka diberi upah secara adil. Para karyawan juga diharapkan untuk rajin dan setia kepada majikan mereka untuk melindungi kepercayaan yang telah dipercayakan oleh pimpinan mereka. Di atas semua itu, baik pengusaha dan karyawan diharapkan

untuk menyadari kehadiran Allah SWT dan tidak pernah melupakan fakta bahwa apa yang menjadi kewajiban semua akan dipertanggung jawabkan di hari Akhir.

Organisasi kontemporer berusaha menemukan cara untuk membangun tempat kerja yang memiliki budaya etis agar dapat memberi manfaat bagi organisasi dan para pemangku kepentingannya. Namun, dalam upaya untuk membangun sebuah budaya etis, terdapat godaan keserakahan dan cinta akan uang telah banyak ditemukan, yang merintang pengambil keputusan etis dalam suatu organisasi (Gino, 2011). Kegiatan keagamaan di tempat kerja memicu perilaku etis, yang sangat penting bagi pengembangan organisasi (Weaver dan Agle, 2002). Memahami perilaku etis pengusaha saat menjalankan bisnis harus dengan menumbuhkan etika budaya perusahaan yang dapat menguntungkan karyawan, pelanggan, organisasi, dan masyarakat pada umumnya (Kashif, 2017).

Menurut data dari Pew Research Centre diharapkan daerah kawasan Asia-Pasifik tetap menjadi tuan rumah bagi mayoritas Muslim di dunia. Pertama-tama, Islam adalah agama dengan pertumbuhan tercepat di dunia dengan 2,8 miliar orang diproyeksikan pada tahun 2050, yang mana akan menyumbang 30% dari populasi dunia. Indonesia termasuk penduduk dengan populasi Muslim yang terbanyak, maka dari itu jumlah pengikut Islam saat ini 1,6 miliar dan diperkirakan akan tumbuh sekitar dua kali lipat dari populasi non-Muslim selama dua dekade ke depan dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata 1,5 persen

untuk Muslim, dibandingkan dengan untuk non-Muslim 0,7 persen (Pew Research Center, 2020). Indonesia membutuhkan sedikitnya 4 juta wirausaha baru untuk turut mendorong penguatan struktur ekonomi. Sebab, saat ini rasio wirausaha di dalam negeri masih sekitar 3,1 persen dari total populasi penduduk (Kemenperin, 2018).

Indonesia merupakan bagian dari masyarakat global. Sebagai anggota G20, Indonesia berkontribusi besar dalam pembentukan produk domestik bruto (PDB) dunia. Selain itu tidak dapat dipungkiri bahwa dengan mayoritas penduduk beragama Islam, Indonesia adalah bagian dari komunitas Muslim internasional yang ikut menentukan tren ekonomi syariah global (GEI, 2018).

**Tabel 1.1**

**Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB) Tahun 2016-2017**

No	Indikator	Satuan	Tahun 2016		Tahun 2017		Perkembangan Tahun 2016-2017	
			Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	%
1	UNIT USAHA (A+B)	Unit	61.656.547		62.928.0077		1.271.529	2,06
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	Unit	61.651.177	99,99	62.922.617	99,99	1.271.440	2,06
	- Usaha Mikro (UM)	Unit	60.863.578	98,71	62.106.900	98,70	1.243.322	2,04
	- Usaha Kecil (UK)	Unit	731.047	1,19	757.090	1,20	26.043	3,56
	- Usaha Menengah (UM)	Unit	56.551	0,09	58.627	0,09	2.075	3,67
	B. Usaha Besar	Unit	5.370	0,01	5.460	0,01	90	1,67
2	Tenaga Kerja (Usaha Besar)	Orang	3.444.746	2,96	3.586.769	2,98	142.023	4,12
	Total	Orang	116.273.356		120.260.185		3.986.829	3,43

Sumber: (Kemendikop, 2017)

The State of Global Economic Report 2018/2019 memperkirakan total pengeluaran Muslim mencapai USD 2,1 triliun pada tahun 2017 yaitu sekitar 0,27 persen dari total produk bruto dunia. Angka tersebut terutama berasal dari konsumsi makanan halal, diikuti fesyen, media dan rekreasi, travel, serta farmasi dan kosmetik. Potensi tersebut diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk Muslim dunia.

Dengan populasi Muslim terbanyak di dunia, Indonesia menjadi konsumen terbesar produk halal pada pasar internasional. Akan tetapi, sumbangsih kita memproduksi produk halal dunia masih belum optimal. Hal ini tercermin dari ranking Indonesia 2018 sebagai konsumen pertama makanan halal, ketiga fesyen terkini, kelima halal travel-halal media dan rekreasi, serta keenam untuk halal farmasi adalah kosmetik.

Pemilihan penelitian ini dilakukan di kota Yogyakarta pada khususnya, sebagai sebuah propinsi yang mendapat predikat propinsi dengan tingkat religiusitas masyarakat yang tinggi di Indonesia, sehingga terwujudnya kemandirian ekonomi yang berkepribadian Indonesia dan berakhlakul karimah. Hingga kini KPMI (Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia) memiliki 23 cabang di seluruh wilayah Indonesia. Dan mempunyai lebih dari 25.000 anggota yang tersebar didalam dan luar negeri secara umum dan 1.500 anggota di propinsi Yogyakarta (KPMI, 2019).

**Tabel 1.1****Jumlah UKM berdasarkan Skala Usaha di Daerah Istimewa Yogyakarta**

Sub Elemen	Tahun			
	2016	2017	2018	2019
<b>Jumlah UKM berdasarkan Skala Usaha</b>	<b>238619,000</b>	<b>248217,000</b>	<b>259581,000</b>	<b>262130,000</b>
Usaha Mikro	130.525,00	135.799,00	141.991,00	143.385,00
Usaha Kecil	59.655,00	62.042,00	64.896,00	65.533,00
Usaha Menengah	36.031,00	37.472,00	39.196,00	39.581,00
Usaha Besar	12.408,00	12.904,00	13.498,00	13.631,00

Sumber: (Bappeda, 2020)

Tabel 1.1 menunjukkan jumlah usaha, kecil, dan menengah berdasarkan skala usaha di Daerah Istimewa Yogyakarta mengalami peningkatan yang ditunjukkan pada tahun 2016 adalah 238619,000 dan pada tahun 2019 di angka 262130,000. Sehingga Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) DIY terus melakukan dorongan terhadap peningkatan jumlah UMKM agar tersertifikasi halal dengan cara mengadakan kegiatan sosialisasi terhadap UMKM yang melibatkan sejumlah pemilik UMKM yang berada di DIY. Saat ini jumlah UMKM di DIY terbilang cukup banyak, namun jumlah UMKM yang tersertifikasi halal masih di bawah 20 persen (Republika, 2018).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia sudah mulai memperhatikan kehalalan suatu produk terutama pada makanan. Dengan ini penelitian fokus kepada para pelaku bisnis yang sudah

mempunyai sertifikasi halal serta bagaimana pemahaman mereka terkait etika bisnis Islam.

Warung Ayam Preksu, Bakso Granat Pedaz, dan Roti Shalawat diangkat dalam penelitian ini karena ketiga bisnis tersebut merupakan bisnis yang menerapkan nilai-nilai Islam. Semua aktivitas bisnis yang dilakukan bukan hanya mengejar keuntungan duniawi semata. Berdasarkan interview pada ketiga pengusaha Muslim tersebut tujuan dari pendirian bisnis adalah bekerja dengan niat ibadah kepada Allah SWT dan bagaimana suatu bisnis mendapatkan berkah dari Sang Khalik. Mekanisme pada ketiga objek tersebut sesuai dengan karakter Bisnis Islami antara lain asasnya: sesuai aqidah Islam. Motivasi: dunia akhirat, orientasi: untuk memperoleh profit dan benefit (non materi), pertumbuhan, keberlangsungan, keberkahan. Etos kerjanya: tinggi dan bisnis adalah bagian dari ibadah. Sikap mentalnya: maju, produktif, konsekuensi keimanan dan manifestasi kemusliman. Keahlian: cakap dan ahli dibidangnya, konsekuensi dari kewajiban seorang muslim. Amanah: terpercaya dan bertanggung jawab, tujuan tidak menghalalkan cara. Modal: halal. Sumber daya manusia: sesuai akad kerjanya. Sumber daya: halal. Manajemen strategi: visi dan organisasi terkait erat dengan misi penciptaan manusia dunia. Manajemen organisasi: jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran, mengedepankan produktivitas dalam koridor Syariah. Manajemen keuangan: jaminan halal bagi setiap masukan, proses, dan

keluaran keuangan. Manajemen pemasaran: pemasaran dalam koridor jaminan halal. Manajemen sumber daya manusia: sdm profesional dan kepribadian Islam, sdm adalah pengelola bisnis, sdm bertanggung jawab pada diri, majikan, dan Allah SWT (Yusanto, 2002:22-23).

Penelitian ini lebih fokus pada bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada pengusaha Muslim di Yogyakarta. Penelitian ini bermaksud ingin mengetahui, memahami, dan menggali lebih dalam makna mengenai kegiatan bisnis para pengusaha yang menerapkan nilai-nilai Islam dalam menjalankan bisnisnya. Sehingga judul dalam penelitian ini yaitu “**Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pengusaha Muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Beberapa para pelaku bisnis masih ada yang memahami bahwa bisnis adalah bagaimana dapat memperoleh keuntungan materi saja tanpa moral etika yang ada. Bukan semestinya bahwa etika dan bisnis dipisahkan, karena sejatinya etika sangat penting dalam mekanisme bisnis. Dengan demikian perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada pengusaha muslim?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, memahami, dan menggali lebih dalam makna implementasi etika

bisnis Islam pada pengusaha muslim. Dengan mengetahui makna implementasi etika bisnis Islam pada pengusaha muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta, maka para pengusaha muslim lain dapat menerapkan etika bisnis yang menerapkan nilai-nilai Islam agar bisnis yang didirikan dapat lebih berkah dan tidak hanya mengejar keuntungan duniawi semata.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain sebagai berikut:

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritik penelitian ini adalah untuk menambah wawasan, ilmu pengetahuan bagi kalangan akademisi, praktisi, dan masyarakat. Terkhusus dalam pengembangan ilmu ekonomi Islam mengenai etika bisnis islam yang diterapkan para pengusaha muslim, serta diharapkan menambah literatur implementasi dalam dunia bisnis. Sehingga dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah ketika etika bisnis Islam ini diterapkan oleh seluruh pengusaha muslim, maka para pengusaha muslim dapat memahami dan menyadari mana wilayah yang sah dilakukan, dan mana pula yang tidak boleh dilanggar dalam melakukan praktik bisnis.

### **1.5 Lingkup Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan etnometodologi yang membahas mengenai implementasi etika bisnis Islam pada pengusaha muslim di Yogyakarta.

### **1.6 Sistematika Tesis**

Penulis menjelaskan sistematika tesis untuk mempermudah memahami bagian-bagian dalam tesis dan dijelaskan sebagai berikut:

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang dan fenomena pada pengusaha muslim di daerah Yogyakarta. Penelitian ini memutuskan bahwa dari latar belakang permasalahan diatas maka ingin mengangkat judul terkait implementasi etika bisnis Islam pada pengusaha muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan memaparkan seberapa jauh nilai-nilai etika bisnis Islam para pengusaha Muslim. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis dalam praktik yang diterapkan para pengusaha muslim. Penelitian ini memiliki ruang lingkup penelitian dengan fokus pada pengusaha muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta.