

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN PENJUALAN PADA BUTIK MUSLIMAH
(STUDI KASUS ZONA HIJAB ACEH TAMIANG)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh :

MUHAMMAD JULIDA SYAHPUTRA
NPM : 1901280017



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN PENJUALAN PADA BUTIK MUSLIMAH
(Studi Kasus Zona Hijab Aceh Tamiang)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh :

MUHAMMAD JULIDA SYAHPUTRA
NPM: 1901280017

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing



SARWEDI, MA

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

Persembahan



*Karya Ilmiah Ini Penulis Persembahkan Kepada Kedua Orang Tua, Kakak, Adek,
Keluarga, dan Sahabat Penulis*

Ayahanda Ngatimin

Ibunda Nurliah

Kakak Winda Habsari

Teman-teman seperjuangan

*Harta Yang Paling Berharga Adalah Keluarga Tiada Kebahagiaan Yang Paling
Indah Melainkan Mengukir Senyum di Wajah Orang Tua*

Nikmati Alurnya, Jalani Prosesnya

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Julida Syahputra
NPM : 1901280017
Jenjang Pendidikan : S1 (Strata Satu)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PADA BUTIK MUSLIMAH (STUDI KASUS ZONA HIJAB ACEH TAMIANG) merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil plagiarisme, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 20 November 2023

Yang Menyatakan



Muhammad Julida Syahputra
NPM: 1901280017

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN
PENJUALAN PADA BUTIK MUSLIMAH
(STUDI KASUS ZONA HIJAB ACEH TAMIANG)**

Oleh :

MUHAMMAD JULIDA SYAHPUTRA
NPM: 1901280017

*Telah Selesai Bimbingan Dalam penulisan Skripsi Sehingga Naskah Skripsi Ini
Telah Memenuhi Syarat Dan Dapat Di Setujui Untuk
Dipertahankan Dalam Uji*

Medan, 20 November 2023

Pembimbing



SARWO EDI, MA

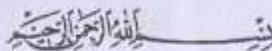
**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**



UMSU

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 8090/BAN-PT/Akred/PT/111/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd., M.Si
Dosen Pembimbing : Sarwo Edi, MA

Nama Mahasiswa : Muhammad Julida Syahputra
Npm : 1901280017
Semester : IX (Sembilan)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Butik Muslimah (Studi Kasus Zona Hijab Aceh Tamiang)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
10.10.2023	Perbaikan setiap paragraf 6 baris - Uraikan bentuk dan isi skripsi yang melatar belakangi - Berikan detail detail		
10.10.2023	BAB II - Disetujui uraian yang buat jurnal yang krusial BAB II - Disetujui uraian yang krusial ini ini; sebelum kesimpulan krusial mas ke ke agi yg krusial dan krusial		

Medan, 29 November 2023

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Pembimbing Skripsi

Sarwo Edi, MA



UMSU
Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Menteri Agama RI Nomor 100/K/2019/PT/Akred/PT/11/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.twitter.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd., M.Si
 Dosen Pembimbing : Sarwo Edi, MA

Nama Mahasiswa : Muhammad Julida Syahputra
 Npm : 1901280017
 Semester : IX (Sembilan)
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Butik Muslimah (Studi Kasus Zona Hijah Aceh Tamiang)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
16-17/11-2023	Substansi dan Ringkasan		
18-NOV 2023	ABCD		

Medan, 29 November 2023



Assos. Pembimbing
Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Pembimbing Skripsi

Sarwo Edi, MA

PERNYATAAN DOSEN PEMBIMBING

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi a.n, Muhammad Julida Syahputra

Medan, 08 November 2023

**Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di
Medan**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa "**Implementasi Etika Bisnis Islam Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Butik Muslimah**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) dalam Ilmu Pendidikan pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya di ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing



Sarwo Edi, MA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh

NAMAMAHASISWA : **Muhammad Julida Syahputra**
NPM : **1901280017**
PROGRAM STUDI : **Manajemen Bisnis Syariah**
JUDUL SKRIPSI : **Implementasi Etika Bisnis Islam Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Butik Muslimah (Studi Kasus Zona Hijab Aceh Tamiang)**

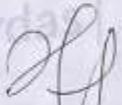
Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

Medan, 29 November 2023

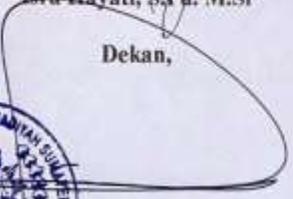
Pembimbing


Sarwo Edi, MA

DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI


Isra Hayati, S.Pd. M.Si

Dekan,


Dr. Muhammad Qorib, MA



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : **Muhammad Julida Syahputra**
NPM : **1901280017**
PROGRAM STUDI : **Manajemen Bisnis Syariah**
JUDUL SKRIPSI : **Implementasi Etika Bisnis Islam Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Butik Muslimah (Studi Kasus Zona Hijab Aceh Tamiang)**

Medan 19 November 2023

Pembimbing


Sarwo Edi, MA

Disetujui Oleh:

Ketua Program Studi


Isra Hayati, S.Pd, M.Si

DEKAN,


Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA



BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skrripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Muhammad Julida Syahputra
NPM : 1901280017
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : X
Tanggal Sidang : 29/02/2024
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Isra Hayati, S.Pd,M.Si
PENGUJI II : Mutiah Khaira Sihotang, MA



PANTIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Assoc. Prof. Dr. Zailani, MA

Unggul | Cerdas | Terpercaya

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 258 Tahun 2987

Nomor: 0543b//U/2987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin disini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengantitik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengantitik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengantitik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet

س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengantitik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengantitik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengantitik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengantitik di bawah)
ع	`ain	`	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monofongd* an vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

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

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	A	a
إ	Kasrah	I	i
أ	Dammah	U	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...ِ	Fathahdan ya	Ai	a dan u
و...ِ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ...ِ	Fathah dan alifatauya	ā	a dan garis di atas
إِ...ِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...ِ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta' marbuta hmati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtulatfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

5. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

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

a. Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

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

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

7. Hamzah

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

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

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

9. Huruf Kapital

ABSTRAK

Muhammad Julida Syahputra, 1901280017, Implementasi Etika Bisnis Islam Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada butik Muslimah (Pada Butik Muslimah Zona Hijab Aceh Tamiang)

Penelitian ini bertujuan: 1) Untuk mengetahui Pemahaman Etika Bisnis Islam Pada Butik Muslimah Zona Hijab Aceh Tamiang, 2) untuk mengetahui Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Butik Muslimah Zona Hijab Aceh Tamiang, 3) Untuk mengetahui Upaya Peningkatan Penjualan Pada Butik Muslimah Zona Hijab Aceh Tamiang. Penelitian ini menggunakan teori Implementasi Kebijakan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif ini metode yang biasa digunakan adalah wawancara, pengamatan dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan di Toko zona Hijab. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penerapan etika bisnis Islam tersebut juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk dalam penyelenggaraan produksi, konsumsi maupun distribusi. Implementasi etika bisnis Islam pada toko Zona Hijab sudah menerapkan nilai-nilai Islam meskipun tidak sesempurna dengan cara berdagang seperti berdagang dalam Islam. Terbukti dari hasil wawancara yang dilakukan dapat diketahui, bahwa produk yang ada di toko zona hijab sangat menjaga kualitas untuk menjaga kepercayaan pelanggannya dan melayani pelanggannya dengan baik dan ramah hal ini dilakukan agar para konsumennya merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan. Upaya peningkatan penjualan pada toko Zona hijab dengan promosi dan kualitas layanan mempengaruhi konsumen agar mereka mengetahui dan mengenal produk yang ada di toko zona hijab dan kemudian mereka tertarik ingin mencoba lalu membeli produk tersebut serta layanan dengan spesifikasi kebutuhan pelanggan. Toko zona hijab sudah dipercaya oleh para konsumen atau pelanggan sehingga para konsumen atau pelanggan merasa puas atas apa yang sudah ditawarkan oleh toko zona hijab.

Kata Kunci : *Pemahaman Etika Bisnis, Implementasi Etika Bisnis, Upaya Peningkatan Penjualan*

ABSTRACT

Muhammad Julida Syahputra, 1901280017, Implementation of Islamic Business Ethics as an Effort to Increase Sales at Muslimah Boutiques (At the Aceh Tamiang Hijab Zone Muslimah Boutique)

This research aims: 1) To find out the understanding of Islamic Business Ethics in Muslimah Boutiques in the Aceh Tamiang Hijab Zone, 2) To find out the Implementation of Islamic Business Ethics in Muslimah Boutiques in the Aceh Tamiang Hijab Zone, 3) To find out Efforts to Increase Sales in Muslimah Boutiques in the Aceh Tamiang Hijab Zone. . This research uses Policy Implementation theory. This type of research is qualitative research. In this qualitative research, the methods commonly used are interviews, observation and documentation. This research was conducted at the Hijab Zone Shop. The results of this research indicate that the application of Islamic business ethics must also be able to be implemented in every aspect of the economy, including in the implementation of production, consumption and distribution. The implementation of Islamic business ethics at the Hijab Zone shop has implemented Islamic values, although it is not as perfect as trading in Islam. It is evident from the results of interviews conducted that it can be seen that the products in the hijab zone store really maintain quality to maintain customer trust and serve customers well and in a friendly manner. This is done so that consumers feel happy and satisfied with the service provided. Efforts to increase sales in The hijab zone shop with promotions and service quality influences consumers so that they know and recognize the products in the hijab zone shop and then they are interested in trying and buying these products and services according to customer needs specifications. The hijab zone shop is trusted by consumers or customers so that consumers or customers feel satisfied with what the hijab zone shop has to offer.

Keywords : Understanding Business Ethics, Implementation of Business Ethics, Efforts to Increase Sales

KATAPENGANTAR



Assalamu'alaikumWr.Wb.

Segala puji syukur Alhamdulillah atas rahmat Allah yang Maha Kuasa, karena dengan izin dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, Sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafa'at-nya kelak di hari akhir.

Suatu kebanggaan tersendiri bagi penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Implementasi Etika Bisnis Islam Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Butik Muslimah (Studi Kasus Zona Hijab Aceh Tamiang)”**. Skripsi ini merupakan kewajiban bagi penulis guna melengkapi tugas dan syarat-syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata-1 pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Suksesnya penyelesaian skripsi ini juga tentunya tidak terlepas dari pihak-pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini. Atas bantuan ide-ide, dan dorongan moril maupun materil kepada penulis, maka hanya ucapan terimakasih seraya berdoa kepada Allah SWT. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Orang tuasaya yang telah memberikan segala kasih sayang kepada penulis, berupa besarnya perhatian, pengorbanan, bimbingan serta do'a yang tulus terhadap penulis, sehingga penulis termotivasi agar mampu menyelesaikan Pendidikan Strata-1 (S1) hingga sampai selanjutnya dimana untuk mencapai tujuan dan keinginan yang diharapkan.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, M.A Selaku Dekan Fakultas Agama Islam.
4. Bapak Dr. Zailani, S.Pd.I, M.A Selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah SumateraUtara.

5. Bapak Dr. Munawir Pasaribu S.Pd.I.,M.A selaku Wakil Dekan III FakultasAgama Islam Universitas Muhammadiyah SumateraUtara.
6. Ibu Isra Hayati, S.Pd,M.Si sebagai Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.
7. Bapak Sarwo Edi, MA selaku dosen pembimbing Proposal skripsi yang telah membimbing serta membantu menyusun skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta staff dan karyawan Fakultas Agama Islam.
9. Bapak Muhammad Arif selaku Pemimpin Zona Hijab Aceh Tamiang yang membantu penulis dalam melakukan penelitian ditempat tersebut.
10. Kepada sahabat AbdulGhani, Afif Alwan Syahridho, Fara Sadila,Dara Puspa Indah, Adellya Sagita Ramadhani dan Retno Hadi Ningrum yang saling membantu dan memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.
11. Kepada Dwi Maulita Amwa, S.I.KOM terimakasih telah memberi semangat dan segala dukungan dalam tersusunnya Skripsi ini. Terimakasih juga telah menemani dan berjuang bersama selama ini dalam meraih hal-hal yang ingin dicapai Bersama.

Dengan Menyerahkan diri dan senantiasa memohon penunjuk serta perlindungan dari Allah SWT, semoga amal dan perbuatan yang baik tersebut mendapat imbalan yang baik pula disisi Allah SWT dan skripsi ini dapat berguna bagi pihak yang membutuhkan. Amin ya Robbal'alamin.

Medan, Mei 2023

Penulis

MUHAMMAD JULIDA SYAHPUTRA
NPM : 1901280017

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	1
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Sistematika Penulisan.....	
BAB II. LANDASAN TEORITIS	6
A. Kajian Pustaka	6
1. Teori Implementasi Kebijakan	6
2. Etika Bisnis Islam.....	7
3. Jual Beli	13
4. Peningkatan Penjualan.....	17
Penelitian Terdahulu	18
Kerangka Berpikir	21
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	22
A. Pendekatan Penelitian	22
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	23
C. Informan Penelitian	24
D. Sumber Data	25
E. Metode Pengumpulan Data.....	25
F. Metode Analisis Data	26
G. Metode Keabsahan Data	27

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	28
1. Sejarah Zona Hijab.....	31
2. Visi Misi Zona Hijab.....	
3. Struktur Organisasi Zona Hijab.....	
4. Produk Zona Hijab	
B. Hasil Penelitian	34
C. Pembahasan.....	
1. Pemahaman Etika Bisnis Islam Pada Zona Hijab Aceh Tamiang.....	
2. Implementasi Etika Bisnis Islam Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Zona Hijab Aceh Tamiang	
3. Upaya Peningkatan Penjualan Pada Zona Hijab Aceh Tamiang.....	
BAB V. PENUTUP.....	40
A. Kesimpulan.....	40
B. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	18
Gambar 4.1 Peta Lokasi Zona Hijab	29
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Zona Hijab	30

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	24
---------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian merupakan kebutuhan setiap individu dalam memenuhi dan mengelola untuk kehidupan sehari-hari. Oleh sebab itu individu tidak dapat dipisahkan dengan aktivitas ekonomi, ibaratnya seperti roda yang selalu berputar pada kehidupan. Di setiap kehidupan terdapat perekonomian baik dari bidang pertanian, perdagangan, perbisnisan, perindustrian dan masih banyak bidang lainnya.

Sesungguhnya dalam kehidupan sehari-hari manusia telah diatur dalam pandangan ajaran Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam Islam setiap muslim diwajibkan untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan) dalam setiap kehidupan termasuk didalamnya aturan usaha dan bisnis yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan sejahtera. Islam adalah agama sempurna yang memuat berbagai persoalan kehidupan yang termasuk kehidupan manusia, baik diungkapkan secara global maupun rinci, secara substantif ajaran Islam yang diturunkan Allah SWT kepada para Rasulullah SAW terbagi menjadi tiga bagian yakni aqidah, syariah dan akhlak (Janwari, 2020:17).

Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Hal ini penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka atau ruang lingkup bisnis (Amalia, 2019).

Islam menempatkan bisnis sebagai cara yang terbaik untuk memperoleh harta serta kesejahteraan. Oleh sebab itu, bisnis dilakukan dengan cara yang baik tanpa adanya kecurangan, riba, rekayasa harga maupun menimbun barang. Perilaku seperti ini dapat menyebabkan terjadinya kezaliman dalam kehidupan masyarakat. Dalam era bisnis modern saat ini untuk menghadapi persaingan serta mewujudkan persaingan yang sehat dalam bisnis, etika bisnis digunakan untuk mengendalikan persaingan bisnis agar tidak menjauhi seluruh norma-norma bisnis yang ada. Etika bisnis juga dapat digunakan oleh para pelaku bisnis agar dapat berpikir, apakah dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya, mengganggu kegiatan bisnis pelaku bisnis yang lain atau tidak (Susanti, 2017).

Perkembangan bisnis yang terus berkembang perlu diimbangi dengan aturan-aturan atau norma-norma. Dalam menjalankan bisnis etika berbisnis perlu dijunjung tinggi dalam mengelola usaha dengan kinerja yang unggul dan berkaitan satu sama lain yang mentaati kaidah etika yang sejalan dengan hukum dan peraturan yang telah ditetapkan. Etika merupakan tindakan yang benar atau salah, atau juga tindakan baik dan buruk dalam melakukan kegiatan internal maupun eksternal. Etika bisnis merupakan hal yang penting bagi suatu perusahaan yang kaitannya dengan kepuasan konsumen. Etika bisnis tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan berbisnis yang dilakukan para pelaku bisnis. Pelaku usaha dan konsumen dalam kegiatan perdagangan (bisnis) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan.

Dalam berbisnis kita memerlukan adanya etika bisnis Islam yang bertujuan untuk mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap iri, dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan Syariah. Etika bisnis Islam secara utuh bersumber dari syariat Islam, baik yang tersurat maupun yang tersirat. Sumber hukum yang tersirat dapat diruju melalui Qiyas dan Ijma'. Dalam beretika bisnis, seorang muslim boleh melakukan apapun selama tidak dilarang dalam syariat (Nurussabariyah dan Ernawati, 2016).

Penerapan etika bisnis Islam tersebut juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk dalam penyelenggaraan produksi dan

pelayanan (Amalia, 2019). Tidak terkecuali penerapan etika bisnis Islam di Butik Muslimah Zona Hijab Aceh Tamiang. Butik Muslimah Zona Hijab Aceh Tamiang adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang fashion, butik ini sudah memiliki 3 (tiga) cabang di beberapa tempat salah satunya di Jl. Cut Nyak Dhien No 4 Kota Kuala Simpang.

Implementasi nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan harus disadari secara personal oleh setiap pelaku usaha, yang berarti setiap pedagang boleh saja berdagang dengan tujuan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya, tetapi dalam Islam bukan sekedar mencari keuntungan tetapi juga keberkahan. Berdasarkan pemaparan, jelas bahwa saat ini banyak pengusaha atau pedagang yang tidak mementingkan moral dan etika dalam berbisnis.

Berdasarkan permasalahan di atas penulis tertarik untuk meneliti bagaimana **“Implementasi Etika Bisnis Islam Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Butik Muslimah (Studi Kasus Zona Hijab Aceh Tamiang)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dibuat suatu identifikasi masalah yaitu,

1. Masih banyak para pelaku usaha yang belum memahami Implementasi Etika Bisnis Islam, sehingga tidak dapat mengelola dan menjauhkan diri dari sikap iri, dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan Syariah dalam berbisnis.
2. Para pelaku bisnis dalam usahanya masih mengabaikan Implementasi Etika Bisnis Islam yang sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku, masih ada para pelaku bisnis yang menjual barang dengan kualitas yang tidak bagus tetapi bertakwa bahwa barang yang dijual bermutu tinggi.
3. Ekonomi Islam mengajarkan bagaimana menjalankan Upaya Peningkatan Penjualan sesuai dengan Etika Bisnis Islam yang telah diajarkan Rasulullah sesuai Syariat Islam.

C. Rumusan Masalah

Bedasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah

1. Bagaimana Pemahaman Etika Bisnis Islam Pada Butik Muslimah Zona Hijab Aceh Tamiang?
2. Bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Butik Muslimah Zona Hijab Aceh Tamiang?
3. Apa saja Upaya Peningkatan Penjualan Pada Butik Muslimah Zona Hijab Aceh Tamiang?

D. Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu

1. Untuk mengetahui Pemahaman Etika Bisnis Islam Pada Butik Muslimah Zona Hijab Aceh Tamiang.
2. Untuk mengetahui Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Butik Muslimah Zona Hijab Aceh Tamiang.
3. Untuk mengetahui Upaya Peningkatan Penjualan Pada Butik Muslimah Zona Aceh Hijab Tamiang.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan yang bermanfaat bagi studi komunikasi dan informasi yang akhir-akhir ini makin banyak memperoleh kajian dari berbagai riset di bidang terapan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk meningkatkan penjualan pada Butik Muslimah Zona Hijab karena jika etika bisnis Islam ini dilakukan dengan baik maka akan menambah timbulnya rasa kepercayaan dari konsumen.

F. Sistematika Penulisan

1. BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah penulisan, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

2. BAB II : LANDASAN TEORETIS

Dalam Bab ini akan diuraikan mengenai Deskripsi teori yang bertujuan sebagai landasan pemikiran ketika melakukan pembahsan masalah, penelitian yang relevan, kerangka berfikir, dan hipotesis.

3. BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam Bab ini berisikan tentang Metode Penelitian, Lokasi Dan Waktu Penelitian, Populasi Sempel Dan Teknik Penarikan Sempel, Variable Penelitian, Defenisi Operasional Variable, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, dan Teknik Analisis Data.

4. BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN

Bab ini akan membahas tentang Deskripsi Institusi, Deskripsi Karakteristik Responden, Penyajian Data, Analisis Data, Interpretasi Hasil Analisis Data.

5. BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi Kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan Saran sebagai masukan bagi Perusahaan dan Penelitian selanjutnya.

BAB II

Landasan Teoritis

A. Kajian Pustaka

1. Teori Implementasi Kebijakan

Implementasi kebijakan adalah sebuah konsep yang bukan sekedar pelaksanaan dari sebuah kegiatan. Implementasi adalah sebuah konsep yang berkaitan dengan sejumlah indikator keberhasilan atau sering disebut sebagai kinerja dan pencapaian. Implementasi sebagai sebuah konsep merupakan rangkaian tindak lanjut dari pembuatan kebijakan yang berusaha mengemukakan sejumlah factor pengaruh dan kondisi yang berkaitan dengan pelaksanaan kebijakan.

Menurut George C. Edwards III (2021: 3) teori implementasi kebijakan terdapat empat factor yang sangat menentukan keberhasilan implementasi suatu kebijakan yaitu :

- a. Komunikasi, keberhasilan implementasi kebijakan masyarakat agar implementor mengetahui apa yang harus dilakukan. Apa yang menjadi tujuan dan sasaran kebijakan harus di transmisikan kepada kelompok sasaran (*target group*) sehingga akan mengurangi penyimpangan. Apabila tujuan dan sasaran suatu kebijakan tidak jelas atau tidak diketahui sama sekali oleh kelompok sasaran, maka kemungkinan akan terjadi hambatan dari kelompok sasaran.
- b. Sumber daya, walaupun isi kebijakan sudah dikomunikasikan secara jelas dan konsisten, tetapi apabila implementor kekurangan sumber daya untuk melaksanakan implementasi tidak akan berjalan efektif. Sumber daya adalah factor penting untuk implementasi kebijakan agar efektif.
- c. Disposisi, adalah watak dan karakteristik yang dimiliki oleh implementor, seperti komitmen, kejujuran, sifat demokratis. Apabila implementor memiliki disposisi yang baik, maka dia akan dapat menjalankan kebijakan. Ketika implementor memiliki sikap atau

- d. perspektif yang berbeda dengan pembuat kebijakan, maka proses implementasi kebijakan juga menjadi tidak efektif.
- e. Struktur Birokrasi, Struktur organisasi yang bertugas mengimplementasikan kebijakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap implementasi kebijakan.

2. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika

Menurut Muhammad Amin Suma menjelaskan pengertian etika atau akhlak adalah ilmu yang mempelajari tentang baik dan buruk mengenai sikap mukallaf menurut standar yang ditentukan agama Islam(Suma : 2018).

Berdasarkan pengertian tersebut bahwasannya etika merupakan landasan perilaku manusia yang dijadikan pedoman yang diberlakukan dalam masyarakat dan mengkaji tentang baik dan buruknya perilaku manusia. Tidak jelas atau sama tidak diketahui

Menurut Abdul Aziz etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Artinya, etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan (Abdul Azis : 2013).

Secara sederhana mempelajari etika bisnis Islam berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. Moralitas di sini berarti baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas dari perilaku manusia (Faisal Badroen : 2006). Kata bisnis dalam Al – Qur’an dipadankan kata perniagaan atau perdagangan yang diterjemahkan dari kata Al – Tijaroh(Mustaq Ahmad : 2020).

Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami bahwa bisnis Islam merupakan suatu aktivitas usaha yang terjadi atas dasar saling menguntungkan dan tidak dibatasi oleh kualitas kepemilikan barang atau jasa. Sedangkan yang dimaksud dengan etika bisnis Islam atau etika bisnis dalam Islam ialah ilmu yang membahas perihal usaha ekonomi khususnya perdagangan dari sudut pandang baik dan buruk serta salah dan benar. Etika bisnis ialah karakter bisnis yang sangat menentukan sukses tidaknya sebuah bisnis menurut standar Islam.

b. Prinsip – prinsip Etika Bisnis

Islam Prinsip umum etika bisnis yang mana harus dimiliki pebisnis apalagi pebisnis muslim atau muslimat yang menghendaki kesuksesan dalam berbisnis (Suma : 2018).

Prinsip – prinsip umum etika bisnis yaitu :

- 1) Keesaan (Tauhid) Tauhid merupakan dasar dan sekaligus motivasi untuk menjamin kelangsungan hidup, kecukupan, kekuasaan dan kehormatan manusia yang telah didesain oleh Allah untuk menjadi makhluk yang dimuliakan. Sumber utama etika Islam adalah kepercayaan penuh dan murni terhadap kesatuan Tuhan. Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa dalam prinsip tauhid harus mengakui keesaan Allah SWT dan yakin segala sesuatunya yang ada di muka bumi ini hanya milik Allah SWT semata. (Adiwarman A Karim : 2018).
- 2) Keadilan Keadilan adalah suatu masalah yang sangat sulit diterapkan, mudah dikatakan tetapi sulit dilaksanakan. Konsep keadilan ekonomi dalam Islam mengharuskan setiap orang mendapatkan haknya dan tidak mengambil hak atau bagian orang lain. Menegakkan keadilan itu tidak hanya dituntut dalam hal yang berkaitan dengan perbuatan dan ucapan atau keduanya sekaligus, tetapi juga diperintahkan dalam transaksi bisnis. (Ibrahim Lubis : 2015).
- 3) Kejujuran Kejujuran adalah sifat (keadaan) jujur, ketulusan (hati), kelurusan (hati). Setiap akad (transaksi) dalam bisnis pasti dibangun

oleh dua pihak atau lebih. Akad pun terlahir atas persetujuan – persetujuan yang disepakati para pihak, baik dalam bentuk tertulis maupun tidak tertulis, dimana dalam akad tersebut harus ada sifat kejujuran. Kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Adanya prinsip kejujuran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.

- 4) Tanggung jawab Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Segala kebebasan dalam melakukan segala aktifitas bisnis oleh manusia, maka manusia tidak terlepas dari pertanggung jawaban yang harus diberikan manusia atas aktifitas yang dilakukan. Tanggung jawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan.
- 5) Kehendak bebas Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong seseorang untuk aktif berkarya dan bekerja dengan semua potensi yang dimilikinya. Sampai pada tingkat tertentu, manusia dianugerahi kehendak bebas untuk memberi arahan dan membimbing kehidupannya sendiri sebagai khalifah dimuka bumi. (Ahmad Nur Zaroni : 2017).

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Kebebasan individu dalam kerangka etika bisnis islam diakui selama tidak bertentangan dengan kepentingan sosial yang lebih besar atau sepanjang individu itu tidak melangkahi hak – hak orang lain. Di dalam Islam kebebasan yang dibenarkan adalah kebebasan yang tidak melanggar norma dan ajaran Islam. (Lubis: 2016).

c. Fungsi Etika Bisnis Islam

Menurut buku milik Johan Arifin yang berjudul Etika Bisnis Islam pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam di antaranya adalah:

- 1) Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- 2) Etika bisnis juga mempunyai fungsi untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.
- 3) Etika bisnis Islami juga berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang semakin jauh dari nilai-nilai etika, dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan sunnah. Fungsi etika bisnis Islam tersebut sangat berpengaruh besar dalam hasil suatu usaha tingkah wirausaha yang baik akan menentukan suatu usahanya tersebut dapat ke arah yang berhasil atau gagal.

d. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Al-Qur'an menegaskan dan menjelaskan bahwa di dalam berbisnis tidak boleh dilakukan dengan cara kebathilan dan kedzaliman, akan tetapi dilakukan atas dasar sukarela atau keridhoan, baik ketika untung ataupun rugi, ketika membeli atau menjual dan sebagainya. irman Allah pada AL-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Atinya :”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

Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Ayat di atas menjelaskan bahwa aturan main perdagangan Islam melarang adanya penipuan di antara kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli harus ridha dan sepakat serta harus melaksanakan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang Muslim dalam melaksanakan jual beli, dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan Islam tersebut, diharapkan suatu usaha perdagangan seorang Muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT di dunia dan di akhirat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli masing-masing akan saling mendapat keuntungan.

e. Tujuan Etika Bisnis Islam

1) Menggunakan ketuhanan (mencari kehidupan akhirat)

Maksud dan tujuan pertama kali dari etika bisnis Islam adalah berbakti kepada Allah SWT, oleh sebab itu didalam berjuang mencari rezeki dan membangun bisnis kita harus mengutamakan ketuhanan, tujuan ini harus dijadikan lambing bisnisnya dan tujuan akhir dari hasil bisnis-bisnisnya serta menjadi dasar didalam taktik dan strategi perjuangannya.

2) Memperjuangkan kebutuhan hidup diduniawi

Islam mengakui adanya motif ekonomi dalam diri manusia, tetapi dengan tegas Allah member batasan bahwa semangat ekonomi itu jangan sampai menimbulkan nafsu serakah.

3) Berbuat baik kepada masyarakat

Membuat sebanyak-banyaknya kebaikan kepada masyarakat umumnya, kepada masing-masing orang dari anggota masyarakat itu khususnya, sebagaimana orang yang mempercayai dan mengikuti ajaran Allah SWT, maka umat Islam haruslah berpedoman senantiasa kepada sifat kebaikan yang tidak terhingga kepada makhluk Tuhan.

4) Etika bisnis Islam bertugas melakukan perubahan atas kesadaran masyarakat

Etika bisnis Islam bertugas melakukan perubahan atas kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan pemahaman bahwa bisnis tidak dapat dipisahkan

dari etika. Selain tujuan, fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam dijelaskan sebagai berikut:

- a) Etika bisnis Islam berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- b) Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis. Dan caranya dengan memberikan suatu pemahaman serta sudut pandang baru tentang bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk bernama etika bisnis.
- c) Etika bisnis terutama etika bisnis Islam juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam artian bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu al-qur'an dan sunnah.

f. Bisnis-Bisnis yang dilarang dalam Islam

Berikut adalah bisnis-bisnis yang diharamkan atau dilarang dalam Islam.

1) Transaksi yang diharamkan agama Islam.

Seorang muslim harus berkomitmen dalam bertransaksi dengan hal-hal yang diharamkan Allah SWT. Jauhi bisnis makanan tak halal, minuman keras, narkoba, atau semua yang berhubungan dengan dunia gemerlap, seperti klub, malam tempat bercampurnya laki-laki dan wanita disertai lagu menghentak serta suguhan makanan dan minuman tak halal, dan lain-lain.

2) Memperoleh dan menggunakan harta secara tidak halal.

Transaksi spekulatif amat erat kaitannya dengan bisnis yang tranparan, seperti perjudian, penipuan, melanggar amanah sehingga besar kemungkinan akan merugikan dan akan mendapat ganjaran yang amat berat.

3) Persaingan yang tidak fair Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-Baqarah ayat 188 :

مَنْ فَرِيْقًا لِيَتَأْكُلُوا الْحُكَّامَ إِلَىٰ بِهَآ وَتُدُلُّوْا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالَكُمْ تَأْكُلُوْا وَلَا تَعْلَمُوْنَ وَأَنْتُمْ بِالْإِثْمِ النَّاسِ أَمْوَالِ

Artinya : Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.

Monopoli juga termasuk persaingan yang tidak fair. Monopoli dilakukan persaingan dari pelaku lain dengan berbagai cara, sering kali dengan cara-cara tidak terpuji.

Pemalsuan dan penipuan Dalam hadish shaih Islam sangat melarang memalsu dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian, kezaliman, serta menimbulkan permusuhan dan percecokan.

3. Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Jual beli secara bahasa (lughatan) berasal dari bahasa Arab, *al-mubadalah*, artinya mengambil, memberikan sesuatu atau barter. Secara terminologi, terdapat beberapa definisi jual beli yang dikemukakan Ulama Fiqh, sekalipun substansi dan tujuan masing-masing definisi adalah sama, yaitu tukar menukar barang dengan cara tertentu atau tukar menukar sesuatu dengan yang sependam menurut cara yang dibenarkan. Jual beli ialah pertukaran barang atas dasar saling rela atau memindahkan milik dengan ganti yang dibenarkan (berupa alat tukar sah).

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapatlah dipahami bahwa jual beli tersebut lebih menekankan pada tukar menukar harta dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain, tukar menukar harta disini dapat berupa pertukaran barang dengan uang, seperti yang terjadi zaman sekarang. Jual beli yang sekarang sangat berbeda dengan jual beli yang terjadi pada masyarakat primitive. Jual beli yang sering dilakukan oleh masyarakat primitive adalah dengan cara tukar menukar barang dengan barang (harta). Tukar menukar barang pada zaman primitive ini pada saatnya sekarang disebut juga dengan istilah barter. Misalnya, gandum atau beras dari luar negeri ditukar dengan kopi atau lada dari Indonesia dalam jumlah yang amat besar.

b. Dasar Hukum Jual Beli

Ayat-ayat al-Quran dan Hadist yang berkenaan dengan transaksi jual beli diantaranya, yaitu :

- 1) Al-Qur'an
- 2) Hadish

Rasullah bersabda dalam sebuah hadist :“Dari Rifa’ah bin Rafi” r.a. sesungguhnya Nabi SAW pernah ditanya seorang sahabat mengenai usaha atau pekerjaan, apakah yang paling baik? Rasul SAW menjawab : usaha seorang dengan tanganya sendiri dan setiap jual beli yang baik.” (HR. al-Bazzar dan al-Hakim).⁸⁰ Dari hadist di atas dapat dipahami bahwa al-Ba’i (jual beli) merupakan perbuatan yang baik. Dalam jual beli seseorang berusaha saling membantu untuk menukar barang dan memenuhi kebutuhannya.

- 3) Ijma’

Ulama menyepakati bahwa al-bai’ boleh dilakukan, kesepakatan ulama ini didasari tabiat manusia yang tidak bisa hidup tanpa ada pertolongan dan bantuan dari saudaranya. Oleh karena itu, jual beli sudah menjadi satu bagian dari kehidupan di dunia ini, dan Islam adalah agama yang sangat memperhatikan segenap kebutuhan hidupnya.

c. Rukun dan Syarat Jual Beli

Transaksi jual beli harus memenuhi rukun-rukun ini. Jika salah satu rukunnya tidak terpenuhi, maka tidak dapat dikategorikan sebagai perbuatan jual beli. Rukun yang terdapat dalam transaksi jual beli ada 3, yaitu penjual dan pembeli, barang yang dijual dan nilai tukar sebagai alat membeli, dan ijab qabul atau serah terima.⁸² Para ulama fiqh telah sepakat bahwa, jual beli merupakan suatu bentuk akad atas harta.

Rukun Jual Beli

Adapun syarat sahnya jual beli menurut jumhur ulama, sesuai dengan rukun jual beli yaitu terkait dengan subjeknya, objeknya dan ijab qabul. Adapun yang menjadi syarat-syarat jual beli adalah sebagai berikut :

Pertama, tentang subjeknya, yaitu kedua belah pihak yang melakukan perjanjian jual beli (penjual dan pembeli) diisyaratkan;

1. Orang yang berakad (penjual dan pembeli)
2. Nilai tukar barang (uang) dan barang yang dibeli
3. Shigat (Ijab qabul)

2. Syarat Jual Beli

1. Berakal sehat
 - a) Dengan khendaknya sendiri (tanpa paksaan)
 - b) Kedua belah pihak tidak mubadzir
 - c) Baligh atau dewasa

Kedua, tentang objeknya. Yang dimaksud objek jual beli adalah benda yang menjadi sebab terjadinya perjanjian jual beli. Benda tersebut harus memenuhi syarat-syarat :

- 1) Suci Barangnya
- 2) Dapat dimanfaatkan
- 3) Milik orang yang melakukan akad
- 4) Mampu menyerahkan barang yang diperjualbelikan
- 5) Mengetahui kejelasan produk

Ketiga, lahfadz atau ijab qabul. Ijab adalah pernyataan pihak pertama mengenai isi perikatan yang diinginkan. Sedang qabul adalah pernyataan pihak kedua untuk menerimanya. Ijab qabul itu diadakan dengan maksud untuk menunjukkan adanya suka rela timbal balik terhadap perikatan yang dilakukan oleh kedua pihak yang bersangkutan.

Sedangkan, suka sama suka itu tidak dapat diketahui dengan jelas kecuali dengan perkataan, karena perasaan suka itu tergantung hati masing-masing. Ini kebanyakan pendapat ulama. Tetapi beberapa pendapat ulama lain berpendapat, bahwa lafal itu tidak menjadi rukun, hanya menurut adat kebiasaan saja. Apabila menurut adat, hal seperti itu sudah dianggap sebagai jual beli, itu saja sudah cukup. Karena, tidak ada suatu dalil yang jelas untuk mewajibkan lafal.

Menurut ulama yang mewajibkan lafal, lafal itu diwajibkan memenuhi beberapa syarat, yaitu sebagai berikut :

1. Keadaan ijab dan qabul berhubungan. Artinya salah satu dari keduanya pantas menjadi jawaban dari yang lain dan belum berselang lama.
2. Makna keduanya hendaklah sama walaupun lafal keduanya berlainan.
3. Keduanya tidak disangkutkan dengan urusan yang lain, seperti katanya, “kalau saya pergi, saya jual barang ini sekian”.
4. Tidak berwaktu, sebab jual beli berwaktu, seperti sebulan atau setahun tidak sah.

d. Bentuk-bentuk Jual Beli

Dari berbagai tinjauan, ba'i dapat dibagi menjadi beberapa bentuk. Berikut ini bentuk-bentuk ba'i :

1. Ditinjau dari sisi objek akad ba'i yang menjadi :
 - a) Tukar menukar uang dengan barang. Ini bentuk ba'i berdasarkan konotasinya. Misalnya tukar-menukar motor dengan rupiah.
 - b) Tukar menukar barang dengan barang, disebut juga dengan muqayadha (barter). Misalnya tukar menukar laptop dengan telepon genggam (handphone).
 - c) Tukar-menukar uang dengan uang, disebut juga dengan ba'i As Sarf. Misalnya tukar-menukar rupiah dengan USD.
2. Ditinjau dari sisi waktu serah terima, ba'i dibagi menjadi 4 bentuk :
 - a) Barang dan uang serah terima dengan tunai, ini bentuk asal ba'i.
 - b) Uang dibayar dimuka dan uang menyusul, disebut pada waktu yang disepakati, ini dinamakan Salam.
 - c) Barang diterima dan uang menyusul, disebut dengan ba'i muajjal (jual beli tidak tunai). Misalnya jual beli kredit.
 - d) Barang dan uang tidak tunai, disebut ba'i dain bi dain (jual beli utang dengan utang).
3. Ditinjau dari menetapkan harga, ba'i dibagi menjadi :
 - a) Ba'i Musawamah, (jual beli dengan tawar-menawar) yaitu jual beli dimana pihak penjual tidak menyebutkan harga pokok barang, akan tetapi menetapkan tertentu dan membuka peluang untuk ditawar. Merupakan bentuk asal ba'i. tawar-menawar dibolehkan asalkan tidak menawar barang diatas barang yang ditawar oleh orang lain.

b) Ba'i Muzayadah, yaitu bersaing dalam menambah harga barang dagangan yang ditawarkan untuk dijual.

c) Ba'i Amanah, yaitu jual beli dimana pihak penjual menyebutkan harga jual barang tersebut.

4. Peningkatan penjualan

Dalam penelitian Makmur saprijal (2016:48) bahwa volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter. Dalam penjelasan (Abd Rahman Husein : 98) mengatakan pelanggan adalah aset berharga bagi sebuah perusahaan. Perannya sangat berarti demi keberlangsungan sebuah perusahaan. Tanpa adanya pelanggan, maka laju perusahaan melemah. Dalam hal ini, pelanggan dapat menjadi sebuah icon keberhasilan. Jika pelanggan menyatakan untuk setia dan ada setiap saat maka sebuah perusahaan sangatlah beruntung. Tetapi sebaliknya, jika pelanggan tidak mau lagi setia bahkan siap berpindah menggunakan produk lain maka tunggulah sebuah kehancuran. Kepuasan pelanggan (customer satisfaction) memiliki arti penting dalam konsep pelayanan. Kepuasan pelanggan menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak baik pemerintah, pelaku bisnis, dan konsumen. Kepuasan pelanggan atau konsumen menjadi strategi utama bagi pelaku bisnis untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Hal ini juga tidak berbeda dengan pemerintah yang juga memiliki pelanggan atau konsumen yaitu warga masyarakat.

Mu'ah (2017:50-51) dalam bukunya mengatakan para akademisi dan sejumlah pakar mendefinisikan kepuasan pelanggan (customer satisfaction), secara umum, kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Persepsi pelanggan terhadap layanan dibentuk dari 2 variabel, yaitu: kualitas layanan, kepuasan pelanggan, antara lain:

- a. Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai penyampaian layanan yang relative istimewa, superior terhadap pelanggan. Kualitas layanan adalah kesesuaian layanan antar layanan dengan spesifikasi kebutuhan pelanggan (conform to the customer`s specification). Jika perusahaan melakukan sesuatu hal yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan, itu berarti bahwa perusahaan tersebut tidak memberikan kualitas layanan yang baik.
- b. Kepuasan Pelanggan, konsep penting dalam era pemasaran modern, menekankan pada kepuasan layanan (tidak hanya produk) terhadap pelanggan untuk mendapatkan hasil akhir berupa keuntungan. Akibatnya diharapkan kualitas kehidupan secara keseluruhan akan meningkat. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan dapat dilihat dari banyaknya riset dan konferensi yang berkaitan dengan kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan serta perilaku keluhan telah dilakukan untuk memberikan sumbangan pemikiran terhadap topik penting ini. Penjelasan yang sama disampaikan oleh Andreassen dalam buku yang ditulis oleh Mu'ah (2015:12) terdapat beberapa indikator kepuasan konsumen antara lain:
 - 1) Overall Satisfaction, yaitu kepuasan secara keseluruhan konsumen setelah mengkonsumsi produk.
 - 2) Expectation Satisfaction, yaitu harapan kepuasan yang ingin diperoleh konsumen setelah mengkonsumsi produk.
 - 3) Experience Satisfaction, yaitu tingkat kepuasan yang dialami oleh konsumen selama mengkonsumsi produk.

A. Penelitian Terdahulu

Studi penelitian terdahulu atau disebut juga dengan kajian pustaka dilakukan dengan tujuan untuk dijadikan bahan pertimbangan dan perbandingan dari penelitian sebelumnya. Dalam melaksanakan penelitian, peneliti memiliki beberapa kajian pustaka untuk dijadikan referensi dalam penelitian yang akan dilaksanakan.

1. Perilaku Pedagang Sembako Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Pasar Bawang Kota Kediri)” oleh Izzatul Azkiya (2022).

Penelitian ini fokus memberikan pembahasan mengenai perilaku pedagang sembako di Pasar Bawang Kota Kediri ditinjau dari perspektifnya etika bisnis Islam dengan memakai metode penelitian kualitatif. Hasil penelitiannya yaitu masih banyak pedagang sembako di Pasar Bawang Kota Kediri yang mengabaikan arahan KIR atau bahkan tidak menyimak materi sosialisasi KIR, tidak jujur dalam melakukan aktivitas transaksi, serta kurang sopan dan ramah ketika melayani pembeli. Menurut perspektif etika bisnis Islam, perilakunya pedagang sembako di Pasar Bawang belum seluruhnya mengimplementasikan etika bisnis Islam seperti berlaku jujur/siddiq (masih ada kecurangan dalam timbangan), dan berlaku tabligh (dalam pelayanan kurang ramah kepada pembeli).

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama mengambil fokus penelitian tentang penerapan etika bisnis Islam dengan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada prinsip etika bisnis yang diambil serta objek penelitian yang dipilih.

2. “Penerapan Etika Bisnis Islam untuk Meningkatkan Penjualan Pada UD. Pia Hikmah The First di Desa Gembleb Pogalan Trenggalek” oleh Akhmad Fauzi Mutaqien (2022). Penelitian ini fokus membahas terkait penerapan etika bisnis Islam serta faktor pendukung dan penghambat dalam penerapannya yang dilakukan pengelola untuk meningkatkan penjualan pada UD. Pia Hikmah The First di Desa Gembleb Pogalan Trenggalek dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam untuk meningkatkan penjualan pada UD. Pia Hikmah The First telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yang meliputi ketauhidan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kejujuran atau kebajikan yang didukung dengan kepemilikan sertifikasi halal, menggunakan modal yang halal, bersaing secara sehat, adanya bonus, serta memberikan pelayanan terbaik. Sedangkan faktor penghambatnya adalah sumber daya manusia yang masih minim dan teknologi kurang mendukung.

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif untuk memaparkan terkait penerapan etika bisnis Islam dalam suatu usaha. Sedangkan perbedaannya terletak tempat yang dipilih dan peneliti tidak membahas tentang faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan etika bisnis Islam.

3. “Analisis Penerapan Dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Pada Supermarket De’ Halal Mart Yogyakarta” oleh Nila Astuti Harahap (2019). Penelitian ini fokus guna melakukan komperenhensifnya analisis mengenai penerapan etika bisnis Islam pada Supermarket De’ Halal Mart Yogyakarta serta dampak yang diperoleh atau dirasakan oleh perusahaan sesuai etika bisnis Islam diterapkan di perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif di mana didapatkan hasil yang menjelaskan bahwa Supermarket De’ Halal Mart adalah sebuah perusahaan berkonsep islami yang menjalankan model bisnis retail. Sehingga dapat disimpulkan bahwa De’ Halal Mart telah mengimplementasikan lima prinsip etika bisnis Islam yaitu unity, equilibrium, free will, responsibility, dan benevolence terhadap beberapa aspek pengukuran kemajuannya bisnis yang meliputi pendapatan, modal, tenaga kerja, dan volume penjualan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama fokus membahas tentang penerapan etika bisnis Islam dengan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada jenis usaha dan variabel yang dipilih di mana peneliti tidak membahas tentang dampak etika bisnis terhadap kemajuan bisnis melainkan hanya dampaknya terhadap penjualan.

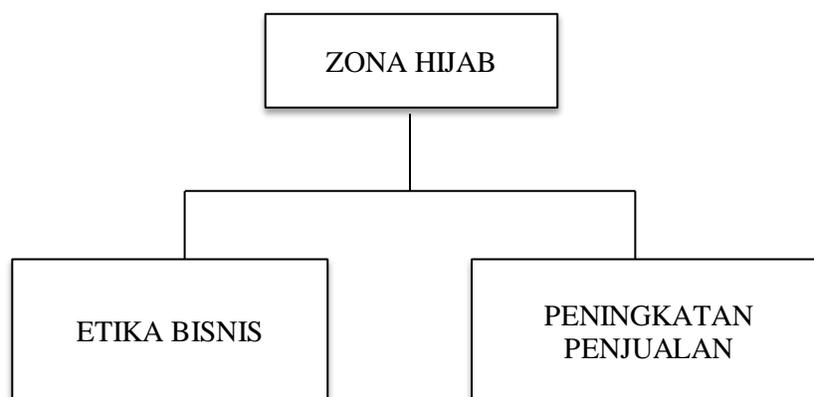
4. “Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta” oleh Khusnul Khotimah (2017), mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian tersebut fokus pembahasannya mengenai prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam yang digunakan serta implementasinya dalam praktek berbisnis di Aflah Bakery Yogyakarta. Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi lapangan. Hasil dari penelitian ini menampilkan jika implementasi etika

bisnis Islam di Aflah Bakery berpedoman pada tujuh prinsip etika bisnis yakni: menjualkan barang yang baik mutunya (quality), jujur takarannya (quantity), murah dan longgar hatinya (tatsamuh dan taraahum), dilarang menggunakan sumpah (al-qasm), menciptakan baiknya hubungan (interrelationship/silat al-rahym) antar mitra, tertib administrasi serta terdapat transparansi dalam penetapan harganya. Dari ketujuh prinsip tersebut pada bidang administrasi belum dapat diterapkan secara maksimal dikarenakan keterbatasannya pada sumber daya manusia yang dimiliki. Namun, keenam prinsip lainnya sudah berjalan dengan baik.

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang etika bisnis Islam pada suatu usaha dengan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada prinsip-prinsip etika bisnis yang diterapkan serta lokasi usaha yang dipilih.

C. Kerangka Berfikir

UMKM Zona Hijab merupakan usaha yang bergerak dibidang fhasion busana muslimah Usaha tersebut telah berkembang dan memiliki 3 cabang yang tersebar. Kerangka pemikiran ini bertujuan untuk menggambarkan konsep penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti sehingga diharapkan dapat memberikan alur berpikir dalam menyusun pembahasan penelitian ini.



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir
(Sumber : UMKM Zona Hijab Aceh)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Adapun jenis pendekatan penelitian ini adalah metode pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*), disebut juga sebagai metode etnografi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya, disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif.

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada *generalisasi* (Sugiyono : 2018).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dilakukan suatu penelitian ilmiah. Lokasi penelitian ini dilakukan di daerah kota Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. Khususnya pada butik muslimah (Zona Hijab). Penentuan lokasi penelitian dilakukan berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti, menunjukkan bahwa terdapat beberapa masyarakat lebih tertarik berbelanja di toko butik muslimah (Zona Hijab). Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Zona Hijab Aceh Tamiang, yang beralamat di Jl. Cut Nyak Dhien No 4.

2. Waktu Penelitian

Waktu Penelitian ini direncanakan mulai dari bulan Februari 2023 sampai dengan bulan Maret 2024.

lengkap dan akurat. Informan yang bertindak sebagai sumber data informasi harus memenuhi syarat, yang akan menjadi informan narasumber (keyinforman) dalam penelitian ini adalah pemilik toko Zona Hijab namun ada beberapa kriteria untuk informan tambahan untuk membantu peneliti.

Kriteria untuk menjadi informan dalam penelitian ini adalah:

1. Anggota Zona Hijab
2. Laki-laki dan Perempuan

D. Sumber Data

Menurut Lofland (Moleong: 2016) sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen lain-lain. Jenis data yang diperoleh penelitian ini dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti.
2. Data sekunder, yaitu data-data yang diperoleh dari dokumen-dokumen, arsip-arsip penunjang yang diperoleh dari studi perpustakaan, dan jurnal untuk mendukung penelitian ini.

E. Sumber Data

Menurut Lofland (Moleong: 2016) sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen lain-lain. Jenis data yang diperoleh penelitian ini dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti.
2. Data sekunder, yaitu data-data yang diperoleh dari dokumen-dokumen, arsip-arsip penunjang yang diperoleh dari studi perpustakaan, dan jurnal untuk mendukung penelitian ini.

F. Sumber Data

Menurut Lofland (Moleong: 2016) sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen lain-lain. Jenis data yang diperoleh penelitian ini dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti.
2. Data sekunder, yaitu data-data yang diperoleh dari dokumen-dokumen, arsip-arsip penunjang yang diperoleh dari studi perpustakaan, dan jurnal untuk mendukung penelitian ini.

G. Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data ada beberapa bentuk teknik yang dapat dilakukan dalam mengkaji permasalahan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi (Pengamatan)

Adalah alat pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Sesungguhnya yang dimaksud dengan observasi disini adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data dan penelitian. Dalam arti bahwa data tersebut dihimpun melalui pengamatan peneliti dengan menggunakan pancaindra.

3. Wawancara

Adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan terkait. Jenis wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara semi terstruktur dengan menggunakan panduan pertanyaan yang berfungsi sebagai pengendali agar proses wawancara tidak kehilangan arah. Namun, jika ditengah-tengah jalannya wawancara muncul pertanyaan baru yang belum ada dalam daftar pertanyaan yang telah disiapkan, maka pertanyaan baru ini bisa dimasukkan dalam daftar pertanyaan tersebut. Metode wawancara ini dilakukan kepada informan yang terlibat langsung

dengan peristiwa yang terkait.

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu carayang digunakan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa foto, gambar, lembar observasi, dan rekaman suara selama observasi dan wawancara terhadap informan berlangsung.

H. Metode Analisis Data

Miles dan Huberman (Sugiyono, 2018:321) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus-menerus sampai tuntas, hingga datanya jenuh. Aktivitas tersebut adalah:

1. Reduksi Data

(Data Reduction) Reduksi data adalah proses pemilihan, pengklarifikasian, pengabstrakan, dan penyajian data yang diperoleh di lapangan baik melalui observasi maupun wawancara kepada informan pangkal dan informan kunci. Reduksi data merupakan bentuk analisis menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data sehingga kesimpulan dapat ditarik dan diversifikasi sampai laporan akhir lengkap tersusun.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun sehingga memberkemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk-bentuk penyajian data kualitatif adalah : teks naratif yang berbentuk catatan di lapangan, matriks grafik, jaringan dan bagan. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih, sehingga memudahkan untuk melihat apa yang sedang terjadi, apakah kesimpulan sudah tepat atau sebaliknya melakukan analisis kembali.

3. Penarikan

Kesimpulan (Conclusion Drawing/Verification) upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus-menerus selama berada di lapangan, kegiatan menyimpulkan makna-makna dari data yang diuji kebenarannya, kekokohnya dan

kecocokannya.

I. Metode Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah melakukan konfirmasiabilitas, transferabilitas dan uji kredibilitas yaitu dengan perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi, menggunakan bahan referensi atau mengadakan membercheck.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah Zona Hijab

Zona hijab merupakan toko yang mendistribusikan perlengkapan busana muslim dan aksesoris muslim. Zona hijab ini terletak di jln Cut nyak Dhien No 4 kota Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. Toko ini didirikan oleh Muhammad Arif. Begitu banyak butik muslimah yang berdiri membuat Muhammad Arif berkeinginan untuk membuka bisnis ini. Sehingga bisnis tersebut dinamakan Zona hijab. Zona hijab berdiri pada tanggal 17 September 2015. Dinamakan Zona hijab dikarenakan bisnis ini berdiri di area Hijab. Dengan lokasi yang strategis toko zona hijab menjadi ramai pelanggan dan banyak yang meminati. Sejarah jilbab di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari sejarah penyebaran islam di Nusantara. Islam masuk ke Indonesia abad ke-7 melalui jalur perdagangan dan dakwah oleh para pedagang dan ulama dari Arab, Persia, India dan Tiongkok (Amalia, 2012).

Di daerah Aceh penggunaan jilbab sudah ada sejak abad ke-19. Di Aceh pengaruh islam juga sangat kuat karena daerah ini merupakan pintu masuk pertama islam ke Indonesia. Aceh juga memiliki hubungan dekat dengan kerajaan-kerajaan islam di Timur Tengah dan Asia Selatan. Salah satu tokoh wanita Aceh yang terkenal adalah Cut Nyak Dhien yang berjuang melawan penjajah Belanda bersama suaminya Teuku Umar. Cut Nyak Dhien dikenal sebagai wanita pejuang yang berani dan teguh memegang prinsip-prinsip islam, termasuk dalam hal berpakaian.

Faktor perkembangan penggunaan jilbab adalah adanya pengaruh global dari gerakan-gerakan islam di dunia. Dengan adanya perkembangan, beberapa masyarakat menyebut jilbab dengan sebutan lain yaitu hijab. Hijab merupakan busana muslimah yang sudah di gunakan dari zaman dahulu sampai sekarang. Pada saat ini hijab sudah banyak modelnya.

- 5) Memperkenalkan busana muslimah modern .
- 6) Membangun usaha perdagangan, konsultan dan kontraktor yang berorientasi pada efisiensi dan efektivitas serta kepuasan pelanggan.

3. Struktur Organisasi Zona Hijab



Gambar 4.2 Struktur Organisasi
(Sumber : UMKM Zona Hijab Aceh)

4. Produk Zona Hijab

Di zona hijab terdapat beberapa produk seperti hijab, baju koko, sajadah, mukenah, dan lainnya. Ada beberapa aneka ragam hijab/jilbab yaitu jilbab instan, segi empat, pasmina, hijab syiria, hijab segi tiga, rajut, dan sebagainya. Dari beberapa aneka ragam hijab tersebut yang paling banyak terjual adalah jilbab segi empat, jilbab instan dan hijab syiria.

B. Hasil Penelitian

1. Pemahaman Etika Bisnis Islam Pada Butik Muslimah Zona Hijab Aceh Tamian

- 1) **Pertanyaan** : Bagaimana pemahaman etika bisnis sehingga bisa membuka usaha zona hijab?
- 2) **Menurut pemilik Zona Hijab** : Etika bisnis merupakan suatu pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma serta moralitas yang berlaku secara universal.

2. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Butik Muslimah Zona Hijab Aceh Tamiang

a) Cara Penerapan Etika bisnis Islam Dalam Menjalankan Usaha Zona Hijab

- 1) **Pertanyaan:** Bagaimana cara penerapan etika bisnis islam dalam menjalankan usaha zona hijab?
- 2) **Menurut Pemilik Zona Hijab:** Saya menerapkan pada karyawan saya untuk bersikap jujur.karena sikap jujur yang paling diutamakan dalam menjalankan usaha saya ini dan melaksanakan shalat.

b) Jumlah Karyawan Yang Bekerja Di Zona Hijab Muslimah

- 1) **Pertanyaan:** Berapa jumlah karyawan yang bekerja di zona hijab muslimah?
- 2) **Menurut Pemilik Zona Hijab:** Ada 11 karyawan yang bekerja di zona hijab muslimah.

c) Upaya Yang Dilakukan Untuk Meningkatkan Kualitas Usaha

- 1) **Pertanyaan:** Upaya apa yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas usaha?
- 2) **Menurut Pemilik Zona Hijab:** memenuhi kebutuhan dan keinginan customer, tingkatkan penjualan agar lebih baik lagi, tingkatkan kualitas pelayanan dan meminta kritik dan saran dari customer.

d) Cara mengelola pemasukan dan pengeluaran dalam menjalankan usaha

- 1) **Pertanyaan :** Cara mengelola pemasukan dan pengeluaram dalam menjalankan usaha?
- 2) **Menurut Pemilik Zona Hijab :** Dengan cara mencatat dan pemasukan dan pengeluaran, membeli barang sesuai dengan kebutuhan usaha, membuat rencana keuangan secara umum dan memisahkan keuangan bisnis dengan keuangan pribadi.

e) Omset atau pendapatan setiap bulan

- 1) **Pertanyaan :** Berapa omset atau pendapatan setiap bulannya?
- 2) **Menurut Pemilik Zona Hijab :** Omset setiap bulannya 35.000.000 . tetapi pada saat memasuki bulan ramadhan omset meningkat sampai 100.000.000

3. Upaya Peningkatan Penjualan Pada Butik Zona Hijab Muslimah Aceh Tamiang

a) Sikap Yang Dilakukan Untuk Menarik Pelanggan

- 1) **Pertanyaan:** Apa yang dilakukan atau siapkan jika belum banyak pelanggan yang datang?
- 2) **Menurut Pemilik Zona Hijab:** Merapikan barang-barang jualan, membersihkan toko,mengecek produk yang akan dijual.

b) Komplain Dalam Penjualan

- 1) **Pertanyaan :** Apakah bapak pernah mendapatkan komplain dari pembeli?
- 2) **Menurut Pemilik Zona Hijab :** Pernah, terutama tentang perbandingan harga ditoko saya dengan toko lainnya.

c) Strategi pemasaran produk

- 1) **Pertanyaan :** Bagaimana strategi pemasaran produk pada usaha ini?
- 2) **Menurut Pemilik Zona Hijab :** Mempromosikan melalui sosial media, memberikan potongan harga agar menarik minat pembeli dan

mempunyai hubungan yang baik dengan pelanggan agar sering berbelanja ke toko.

d) Cara menanggapi dalam menjalankan usaha

- 1) **Pertanyaan :** Bagaimana bapak menanggapi masalah pada usaha ini?
- 2) **Menurut Pemilik Zona Hijab :** Belajar dari kesalahan yang ada, berpikir kreatif dengan membuat inovasi dan berikhtiar.

e) Cara meningkatkan penjualan

- 1) **Pertanyaan :** Bagaimana cara bapak meningkatkan penjualan pada usaha ini?
- 2) **Menurut Pemilik Zona Hijab :** Lebih rajin melakukan promosi di media sosial, memperluas target pasar, memberikan promo menarik dan meningkatkan kualitas produk.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada toko Zona Hijab maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pemahaman Etika Bisnis Islam Pada Butik Muslimah Zona Hijab Aceh Tamiang.

Kegiatan berbisnis sangat umum dijumpai. Dalam agama Islam, berbisnis sangatlah dianjurkan. Rasulullah SAW menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang. Hal ini berarti sebesar 90% pintu rezeki datang dari kegiatan berdagang. Islam telah mengatur seluruh dimensi kehidupan manusia termasuk dimensi ekonomi yang didalamnya mencakup bisnis atau perniagaan. Islam membekali bisnis dengan etika yang telah diperintahkan dalam Al-Qur'an dan hadits. Namun, untuk menerapkan etika bisnis Islam yang sesuai dengan perintah Allah, diperlukan pemahaman yang baik agar etika yang diterapkan dapat memberikan manfaat optimal.

Penerapan etika bisnis Islam tersebut juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk dalam penyelenggaraan produksi, konsumsi

maupun distribusi. Penelitian ini merupakan suatu resume dari hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya sehingga nantinya konsep etika bisnis Islam ini dapat menjadi sebuah framework bagi pelaku usaha lainnya.

2. Implentasi Etika Bisnis Islam Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Zona Hijab

Dalam realita bisnis kekinian lainnya terdapat kecendrungan bisnis tanpa memperhatikan etika. Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan). Islam di segala aspek kehidupan termasuk didalamnya aturan *bermuamalah* (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang *muamalah* tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat.(Muslich. 2010).

Bisnis dan moral adalah sesuatu yang berkaitan. Moral terdiri dari seperangkat peraturan yang memonitor perilaku manusia serta menetapkan suatu perbuatan baik ataupun buruk, sehingga setiap tindakan dapat ditinjau dari segi moralnya. Bisnis adalah kegiatan manusia dan karena itu harus dapat dinilai dari sudut moral sukar untuk membayangkan, jika ada yang berpendapat, bahwa bisnis dan moral tidak berhubungan. Adanya nilai moral (etika) yang dipatuhi dalam bisnis, sangat diperlukan untuk menciptakan suatu ketertiban dan keadilan dalam masyarakat.

Implementasi Etika Bisnis Islam, selalu memperhatikan kejujuran dalam melakukan bisnis untuk mendapatkan kepercayaan konsumen, menerapkan loyalitas kepada atasan dan karyawan yang lain, disiplin dalam bekerja dan bertanggung jawab, baik dunia maupun akhirat. Zona hijab memiliki karyawan 11 orang. Setiap karyawan harus memiliki sifat jujur.

Sifat jujur tersebut dapat menumbuhkan kasih sayang terhadap sesama manusia, sebagaimana orang tersebut mencintai dirinya sendiri. Hal ini sesuai dengan di ajarkan rasullah saw tentang kesempurnaan seorang muslim, sifat jujur dalam mengelola usaha dapat mengarah pada kejujuran dan kehidupan sehari-hari, terutama dalam melakukan transaksi jual beli dan berinteraksi antar sesama manusia.

Kejujuran adalah pondasi awal dalam kegiatan perdagangan, kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh pembeli atau konsumen. Nilai kejujuran dipraktekan oleh nabi Muhammad SAW. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al – Qur'an surat Asy-Syu'ara ayat 181-183.

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (١٨١) بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ وَزِنُوا (١٨٢)

مُفْسِدِينَ الْأَرْضِ فِي تَعْنُوا وَلَا أَشْيَاءَهُمُ النَّاسَ تَبَخَسُوا وَلَا (١٨٣)

Artinya: Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan (181) dan timbanglah dengan timbangan yang lurus (182) Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan(183).

Etika bisnis islam sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan dari masing-masing pelaku bisnis baik produsen maupun konsumen, dari kedua elemen tersebut harus saling menjaga etika sehingga kepercayaan dapat terjaga dengan baik. Dengan adanya kejujuran, kemampuan, keterbukaan hati dan komunikasi yang baik para pedagang dapat meningkatkan kepercayaan.

Sifat amanah dan kejujuran memiliki hubungan erat karena orang jujur akan menjaga kepercayaan orang lain. Begitu juga halnya di toko Zona Hijab Aceh Tamiang mereka sangat menjaga amanah yang telah diberikan serta aturan, salah satunya, yaitu memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen.

Seorang pembisnis harus menggunakan tutur kata yang sopan, bijaksana dan

tepat sasaran kepada pelanggannya maupun rekan bisnisnya. Di toko Zona Hijab keramahan merupakan suatu skill yang harus ada dalam diri setiap karyawannya. Karena dalam melayani konsumen harus memiliki komunikasi yang baik dan sopan.

Implementasi nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan harus disadari secara personal oleh setiap pelaku usaha, artinya setiap pedagang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dalam Islam bukan sekedar mencari keuntungan sebesar-besarnya, tetapi juga keberkahan. Berdasarkan pemaparan, jelas bahwa saat ini banyak pengusaha yang tidak mementingkan moral dan etika dalam berbisnis. Penting bagi mereka adalah bagaimana mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Ditengah persaingan bisnis yang semakin memanas. Penerapan etika bisnis Islam tersebut juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk dalam penyelenggaraan produksi, konsumsi maupun distribusi. Hal ini yang sudah dilakukan oleh toko Zona Hijab dengan menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan pelayanan terhadap konsumen atau pembeli. (Fachr, 2011)

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di toko Zona Hijab, bahwa sudah menerapkan nilai-nilai Islam meskipun tidak sempurna dengan cara berdagang seperti berdagang dalam Islam. Terbukti dari hasil wawancara yang dilakukan dapat diketahui, bahwa produk yang ada di toko zona hijab sangat menjaga kualitas untuk menjaga kepercayaan pelanggannya dan melayani pelanggannya dengan baik dan ramah hal ini dilakukan agar para konsumennya merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan.

3. Upaya Peningkatan Penjualan Pada Butik Muslimah Zona Hijab Aceh Tamiang

Dalam suatu usaha pasti adanya naik turun penjualan. Setiap pengusaha/ bisnis memiliki cara untuk meningkatkan usahanya. Strategi pemasaran sangat penting perannya dalam perusahaan, karena strategi pemasaran merupakan aspek utama sebelum barang dan jasa yang dihasilkan dapat dinikmati oleh konsumen. Strategi

pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan daya saing yang berkesinambungan melewati pasar yang dimasuki, dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar target tersebut. Dalam strategi pemasaran merupakan logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan di toko zona hijab terhadap pelanggan (Tjiptono, 2018).

Menurut Kotler (2012) Harga adalah jumlah uang yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli. Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen lain menimbulkan biaya. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga yang telah diberikan dari toko Zona Hijab dengan memberikan potongan-potongan, diskon pada produk-produk yang dihasilkan. Dengan hal tersebut akan memberikan kenyamanan ketertarikan kepada pelanggan untuk membeli produk yang ada di toko Zona Hijab.

Promosi merupakan kegiatan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka mengetahui dan mengenal produk yang ada di toko Zona Hijab dan kemudian mereka tertarik ingin mencoba lalu membeli produk tersebut. Kegiatan promosi ini perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal produk yang ditawarkan. Oleh karena itu promosi merupakan cara yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Dari beberapa definisi tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi adalah bentuk-bentuk komunikasi yang digunakan perusahaan untuk membujuk, mempengaruhi, dan meyakinkan konsumen agar mau membeli dan menggunakan produk tersebut serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang produk yang ditawarkan sehingga akan meningkatkan

penjualan di toko Zona Hijab (Gitosudarmo, 2021).

Kualitas layanan adalah kesuaian layanan dengan spesifikasi kebutuhan pelanggan. Toko zona hijab sangat menjaga kualitas untuk menjaga kepercayaan pelanggannya dan melayani pelanggannya dengan baik dan ramah hal ini dilakukan agar para konsumennya merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan (customer satisfaction) adalah ukuran yang menentukan seberapa baik produk untuk memenuhi harapan konsumen atau pembeli. Toko Zona Hijab sudah dipercaya oleh para konsumen atau pelanggan sehingga para konsumen atau pelanggan merasa puas atas apa yang sudah ditawarkan oleh toko Zona Hijab (Hermawan, 2012).

Adapun upaya yang dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan yaitu :

- 1) Tingkatkan kekuatan brand.
- 2) Memperluas target pasar
- 3) **Meningkatkan** kualitas produk.
- 4) Memberikan promo menarik.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan dari toko Zona Hijab, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penerapan etika bisnis Islam tersebut juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk dalam penyelenggaraan produksi, konsumsi maupun distribusi. Penelitian ini merupakan suatu resume dari hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya sehingga nantinya konsep etika bisnis Islam ini dapat menjadi sebuah framework bagi pelaku usaha lainnya.
2. Implementasi etika bisnis Islam pada toko Zona Hijab sudah menerapkan nilai-nilai Islam meskipun tidak sempurna dengan cara berdagang seperti berdagang dalam Islam. Terbukti dari hasil wawancara yang dilakukan dapat diketahui, bahwa produk yang ada di toko zona hijab sangat menjaga kualitas untuk menjaga kepercayaan pelanggannya dan melayani pelanggannya dengan baik dan ramah hal ini dilakukan agar para konsumennya merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan.
3. Upaya peningkatan penjualan pada toko Zona hijab dengan promosi dan kualitas layanan mempengaruhi konsumen agar mereka mengetahui dan mengenal produk yang ada di toko zona hijab dan kemudian mereka tertarik ingin mencoba lalu membeli produk tersebut serta layanan dengan spesifikasi kebutuhan pelanggan. Toko zona hijab sudah dipercaya oleh para konsumen atau pelanggan sehingga para konsumen atau pelanggan merasa puas atas apa yang sudah ditawarkan oleh toko zona hijab.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diajukan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat bagi: .

1. Bagi para pelaku bisnis atau calon pelaku bisnis, hendaknya jika ingin melakukan bisnis perlu diperhatikan aturan yang ada, bukan hanya mengejar keuntungan dunia semata tetapi juga mengejar ridah Allah SWT agar mendapatkan keberkahan.
2. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya dapat dilakukan penelitian lanjutan mengenai etika bisnis Islam dengan menggunakan angket/ koesioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2015.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam Edisi ke – 3*, (Jakarta : Rajawali Press, 2020)
- Ahmad Nur Zaroni, *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi)*, Mazahib, Vol.IV, No. 2, Desember 2017,
- Amalia, F. (2014). *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*.
- Amalia, F. (2012). *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok*. *Jurnal Bisnis Islam*, 1-6.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016.
- Fachr, M.(2019). *Etika Dalam Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2021. *Manajemen strategi*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Hermawan Kartajaya. 2014. *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2003.
- Janwari, A, D (2012). *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler Philip dkk, 2012, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia, Buku Dua, Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta*.
- Kotler Philip, Keller Lane Kevin. 2013. *Manajemen Pemasaran, edisi XIII, jilid II, jakarta: Prenhallindo*,
- Lubis, Ibrahim. *Ekonomi Islam Suatu Pengantar 2*. Jakarta: Kalam Mulia, 1995.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Moleong, Lexy. J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurussabariyah, A., & Ernawati. 2016. *Determinan Penerapan Etika Bisnis Islam Di Kendari*. *Equilibrium : Jurnal Ekonomi Syariah* .
- Roring, Andreas Delpiero. Dkk. 2021. *Implementasi Kebijakan Pemerintah Dalam Penanganan Virus Corona (Covid 19) Di Desa Ongkaw 1 Kecamatan Sinonsayang Kabupaten Minahasa Selatan*. *Jurnal Governance*. Vol.2 No.2 :1 -11
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Saprijal Makmur. 2016. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volumepenjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian)*. Universitas Pasir Pangaraian.
- Suma, Muhammad Amin. *Menggali Akar Menggali Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*. Tangerang
- Susanti, E. (2017). *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mabel Di CV Jati Karya Palembang*. Skripsi. Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

LAMPIRAN

Tabel wawancara Kepada Pemilik Toko Zona Hijab

Informan		Pertanyaan	Jawaban
Muhammad Arif	Pemahaman Etika Bisnis	Bagaimana pemahaman etika bisnis sehingga bisa membuka usaha zona hijab?	Etika bisnis merupakan suatu pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma serta moralitas yang berlaku secara universal.
	Implementasi Etika Bisnis Islam	Bagaimana cara penerapan etika bisnis islam dalam menjalankan usaha zona hijab?	Saya menerapkan pada karyawan saya untuk bersikap jujur.karena sikap jujur yang paling diutamakan dalam menjalankan usaha saya ini dan melaksakan shalat.
		Berapa jumlah	Ada 11 karyawan

		karyawan yang bekerja di zona hijab muslimah?	yang bekerja di zona hijab muslimah.
		Upaya apa yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas usaha?	memenuhi kebutuhan dan keinginan customer, tingkatkan penjualan agar lebih baik lagi, tingkatkan kualitas pelayanan dan meminta kritik dan saran dari customer.
		Cara mengelola pemasukan dan pengeluaran dalam menjalankan usaha?	Dengan cara mencatat dan pemasukan dan pengeluaran, membeli barang sesuai dengan kebutuhan usaha, membuat rencana keuangan secara umum dan memisahkan keuangan bisnis dengan keuangan pribadi.

		Berapa omset atau pendapatan setiap bulannya?	Omset setiap bulannya 35.000.000 . tetapi pada saat memasuki bulan ramadhan omset meningkat sampai 100.000.000
	Upaya Peningkatan Penjualan	Apa yang dilakukan atau disiapkan jika belum banyak pelanggan yang datang?	Merapikan barang-barang jualan, membersihkan toko,mengecek produk yang akan dijual.
		Apakah bapak pernah mendapatkan komplain dari pembeli?	Pernah, terutama tentang perbandingan harga ditoko saya dengan toko lainnya.
		Bagaimana strategi pemasaran produk pada usaha ini?	Mempromosikan melalui sosial media, memberikan potongan harga agar menarik minat

			pembeli dan mempunyai hubungan yang baik dengan pelanggan agar sering berbelanja ke toko.
		Bagaimana bapak menanggapi masalah pada usaha ini?	Belajar dari kesalahan yang ada, berpikir kreatif dengan membuat inovasi dan berikhtiar.
		Bagaimana cara bapak meningkatkan penjualan pada usaha ini?	Lebih rajin melakukan promosi di media sosial, memperluas target pasar, memberikan promo menarik dan meningkatkan kualitas produk.



Mewawancarai Pemilik Toko Zona Hij



Gambar Jilbab Anak-anak



Gambar Mukena dan Sajadah



Gambar Jilbab Syar'i



Gambar Ciput / Dalaman Jilbab



Gambar Pembeli Jilbab



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Alamat: Jembermenteng, 2, Berastagi Kabupaten Berastagi Sumatera Utara Kode Pos 20111 / telp: (061) 4622400 Fax: (061) 4622474, 4631003
 Pusat Administrasi: Jalan Kapten Muhtar Burhan No 3 Medan 20138 Telp: (061) 4622400 Fax: (061) 4622474, 4631003
<http://fai.umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsu.medan](https://www.facebook.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.instagram.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.youtube.com/channel/UC...) [umsu.medan](https://www.tiktok.com/@umsu.medan)



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
 Kepada Yth :
 Dekan FAI UMSU

23 Sya'ban 1444 H
 16 Maret 2023 M

Di -
 Tempat



Dengan Hormat
 Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Julida Syahputra
 Npm : 1901280017
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Kredit Kumulatif : 3.57

Mengajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PADA BUTIK MUSLIMAH (STUDI KASUS ZONA HIJAB ACEH TAMIANG)	<i>[Signature]</i> 16-3-2023	<i>[Signature]</i> 16-3-2023	<i>[Signature]</i> 16-3-2023
2	ANALISIS STRATEGI LEMBAGA BAITUL MAL DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT KOTA KUALA SIMPANG UNTUK MEMBAYAR ZAKAT (STUDI KASUS BAITUL MAL TANAH TERBAN JLN LINTAS MEDAN-BANDA ACEH)	-	-	-
3	ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT MUZAKKI MEMBAYAR ZAKAT PERTANIAN (STUDI KASUS DI RUMAH ZAKAT MEDAN)	-	-	-

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

NO: Mahasiswa yang bersangkutan sudah mendownload dan mencetak buku panduan skripsi FAI UMSU.

Wassalam
 Hormat Saya

Muhammad Julida Syahputra

- Keterangan :
 Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Bieo FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Pasof dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lembar yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tidak



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Diakses melalui aplikasi atau website
Mau? Ayo Unggul!

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/NK/BAAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Nama Mahasiswa : Muhammad Julida Syahputra
Npm : 1901280017
Program studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Butik Muslimah (Studi Kasus Zona Hijab Aceh Tamiang)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
8 Juni 2023			

Diketahui/ Disetujui
Dekan
Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi
Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Medan, 8 Juni 2023
Pembimbing Skripsi

Sarwo Edi, MA



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

CAM: Terakreditasi & Berakreditasi Keperguruan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.09/SK/S/AS-PT/AL/0/PT/002019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mulya Duri No 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6611001
<http://tai.ummu.ac.id> ta@ummu.ac.id [ummuindonesia](https://www.facebook.com/ummuindonesia) [ummuindonesia](https://www.instagram.com/ummuindonesia) [ummuindonesia](https://www.youtube.com/channel/UC...)

UIN Ar-Raniry 2019/2020
Siswa dan Pengajar

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Pada hari Selasa 11 Juli 2023 telah diselenggarakan Seminar Program Studi Manajemen Bisnis Syariah dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Muhammad Julida Syahputra
Npm : 1901280017
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Implementasi Etika Bisnis Islam Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Butik Muslimah (Studi Kasus Zona Hijab Aceh Tamiang)

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	ok ✓
Bab I	- format bab I sudah sesuai - Rumusan masalah dirinci
Bab II	- teori etika bisnis Islam
Bab III	- Rumusan faktor pendukung penelitian
Lainnya	- revisi soal / Arab Font 12/16.
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 11 Juli 2023

Tim Seminar

Ketua

(Isra Hayati, S.Pd., M.Si)

Sekretaris

(Syahrul Amsari, S.E., Sy., M.Si)

Pembimbing

(Sarwo Edi, MA.)

Pembahas

(Rasta Kurniawati Br Pinem, MA.)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PESAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Diterbitkan & Redesainkan Revisi Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 40/SK/BAN-PT/Akreditasi/PT-III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Manajemen Bisnis Syariah** yang diselenggarakan pada Hari Selasa 11 Juli 2023 dengan ini menerangkan bahwa:

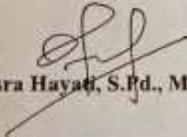
Nama : Muhammad Julida Syahputra
Npm : 1901280017
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Implementasi Etika Bisnis Islam Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Butik Muslimah (Studi Kasus Zona Hijab Aceh Tamiang)

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan, 11 Juli 2023

Tim Seminar

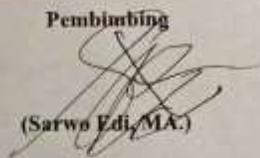
Ketua Program Studi


(Isra Hayati, S.Pd., M.Si)

Sekretaris Program Studi


(Syahrul Amsari, S.E., Sy., M.Si)

Pembimbing


(Sarwo Edi, MA.)

Pembahas


(Rasta Kurniawati Br Pinem, MA.)

Diketahui/Disetujui

A.n Dekan
Wakil Dekan I

Dr. Zailani, MA



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU
 Unggul | Cerdas | Terpercaya
 Kita membangun dunia di atas peradaban
 dengan dan bagi agama

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/IAK/KP/PT/XX/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631903
 Website: <http://fai.umsu.ac.id> Email: fai@umsu.ac.id Facebook: [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) Instagram: [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) Twitter: [umsumedan](https://twitter.com/umsumedan) YouTube: [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Nomor : 2086/II.3/UMSU-01/F/2023 24 Muharram 1445 H
 Lamp : - 11 Agustus 2023 M
 Hal : Izin Riset

Kepada Yth :
Butik Muslimah Aceh Tamiang
 di-

Tempat

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana SI di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : **Muhammad Julida Syahputra**
 NPM : **1901280017**
 Semester : **VIII**
 Fakultas : **Agama Islam**
 Program Studi : **Manajemen Bisnis Syariah**
 Judul Skripsi : **Implementasi Etika Bisnis Islam Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Butik Muslimah (Studi Kasus Zona Hijab Aceh Tamiang)**

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

A.n Dekan,
 Wakil Dekan I


 Nur Hafidza, MA
 NIP. 198108003



CC. File



Karang Baru, 03 September 2023

Nomor : 168/02/IX/2023
Sifat : Penting
Lampiran :-
Hal : **Surat Balasan Riset**
Kepada Yth : **Wakil Dekan II**
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di-
Tempat

Sehubungan dengan Surat dari Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Program Studi Strata Satu (S-1) Nomor 2086/IL3/UMSU-01/F/2023 tanggal 11 Agustus 2023 Perihal Izin Riset.

Berkenaan dengan ini kami menyatakan bahwa :

Nama : Muhammad Julida Syahputra
NPM : 1901280017
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : **Implementasi Etika Bisnis Islam Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Butik Muslimah (Studi Kasus Zona Hijab Aceh Tamiang)**

Untuk hal tersebut diatas, kami dari pihak Toko Zona Hijab menerima Mahasiswa Saudara untuk Melaksanakan Riset Penelitian di Toko Zona Hijab dengan mengikuti ketentuan yang berlaku.

Demikian disampaikan untuk dapat disetujui maksudnya, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Pemilik Zona Hijab



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Muhammad Julida Syahputra

Tempat/Tanggal Lahir : Suka Mulia, 24 Juli 2000

Jenis Kelamin : Pria

Agama : Islam

Warga Negara : Indonesia

Alamat : Dusun Keluarga, Desa Suka Mulia Upah, Kecamatan Banda Mulia,
Kabupaten Aceh Tamiang

Anak ke : 2



Nama Orang Tua

Ayah : Ngatimin

Ibu : Nurliah

Alamat : Dusun Keluarga, Desa Suka Mulia Upah, Kecamatan Banda Mulia,
Kabupaten Aceh Tamiang

Pendidikan

1. SD Negeri Paya Raja
2. SMP Negeri 4 Bendahara
3. SMA Negeri 1 Karang Baru
4. Tercatat Sebagai Mahasiswa Fakultas Agama Islam Program Studi Manajemen Bisnis
Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, 28 November 2023

Muhammad Julida Syahputra