

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis di industri kuliner semakin ketat seiring dengan perkembangan zaman yang modern, terbukti dengan banyaknya pelaku bisnis kuliner. Sifat kompetitif industri kuliner berasal dari potensinya yang tinggi. Industri kuliner telah mengalami perubahan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Selain untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia, industri kuliner telah berkembang menjadi gaya hidup bagi banyak orang. Jenis persaingan yang beragam di segala bidang telah membentuk perkembangan restoran dan kafe saat ini. Akibat dari keadaan tersebut, restoran dan kafe semakin dituntut untuk menggunakan strategi yang tepat untuk mencapai target volume penjualan. Manusia harus bertindak cepat dan tepat untuk mempertahankan daya saingnya dalam menghadapi perkembangan teknologi yang selalu berubah. Menampilkan produk terbaik, mampu memenuhi preferensi pelanggan yang terus berkembang dan berubah, serta memberikan layanan yang memuaskan adalah cara untuk memenangkan persaingan.¹

Islam telah disesuaikan dengan ajarannya untuk memberikan standar etika dan hukum yang tepat untuk persaingan dalam dunia bisnis.

¹ Trisya Muliati, et.al., "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House di Kota Dumai", *Al-Hisbah*, No. 2, Vol. 2, h. 3.

Ini dilakukan untuk mencegah persaingan yang tidak sehat. Dengan kata lain, bisnis Islam adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan menyediakan barang yang dibuat oleh produsen yang menganut syariat Islam. Baik dari segi penggunaannya, pengolahannya maupun cara memperolehnya harus dengan cara yang halal dan sesuai aturan Islam. Ini akan menunjukkan betapa pentingnya Etika Bisnis Islam, yang menggabungkan antara konsep etika dan spiritual yang sangat dihargai dan dihormati.²

Islam mendefinisikan bisnis sebagai bermacam-macam operasi ekonomi yang berbeda yang mana tidak dibatasi dalam hal kuantitas (jumlah), kepemilikan aset (barang atau jasa), atau pendapatan, tetapi dibatasi dalam hal bagaimana aset diperoleh dan digunakan (halal atau haram).³

Etika Bisnis Islam adalah kode etik yang bersumber dari al-Qur'an dan hadits dan digunakan sebagai pedoman untuk bersikap, bertindak, bertingkah laku dan mengenali apa yang baik dan buruk dalam melakukan kegiatan bisnis. Oleh karena itu, tidak mungkin memisahkan etika dari bisnis.⁴

Tujuan dasar etika bisnis adalah untuk mencapai keseimbangan antara tujuan strategis perusahaan dan kewajiban moral. Dengan itu maka, manfaat etika bisnis adalah mengintervensi antara permintaan

² *Ibid.*

³ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), h.18.

⁴ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h.

moral dan kepentingan organisasi (perusahaan) untuk mendapatkan keuntungan agar perusahaan dapat bertahan. Etika Bisnis Islam menegaskan bahwa perilaku perusahaan harus sejalan dengan al-Qur'an.⁵

Prinsip kejujuran, kebaikan, dan keadilan adalah fondasi lain yang harus dibangun di atas Etika Bisnis Islam. Namun, perilaku menyimpang dari prinsip Etika Bisnis Islam sering diamati. Dengan adanya pelanggan yang mengalami pelayanan yang tidak menyenangkan, baik sengaja maupun tidak.

Layanan pada dasarnya adalah kegiatan yang tidak berwujud dan diberikan kepada pelanggan oleh bisnis atau individu. Hal ini sesuai dengan apa yang Morman gambarkan sebagai karakteristik pelayanan: Pelayanan adalah pengaruh yang sifatnya tindakan sosial karena tidak berwujud dan terdiri dari tindakan. Pada kenyataannya, konsumsi jasa dan produksi tidak dapat dipisahkan karena seringkali terjadi pada waktu yang sama dan di lokasi yang sama. Karakteristik tersebut dapat menjadi landasan untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Selain itu, Daviddow dan Utal juga menyampaikan pengertian yang lebih komprehensif yaitu bahwa pelayanan mencakup setiap perusahaan yang meningkatkan kepuasan pelanggan.⁶

Selain itu, layanan yang diberikan harus mematuhi prinsip-prinsip Islam tentang kejujuran, suka menolong, ramah, dapat dipercaya, dan

⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), h. 283.

⁶ Taufiqurokhman, *Teori dan Perkembangan Manajemen Pelayanan Publik*, (Tangerang: UMJ PRESS, 2018), h. 75.

ungkapan permintaan maaf dan terima kasih. Layanan yang diberikan juga harus tunduk pada batasan yang diberlakukan oleh Syariah. Pelayanan yang ramah, tepat, dan cepat sangat penting bagi pelanggan.

Restoran *Karen's Diner* merupakan restoran cepat saji yang berasal dari Amerika. Restoran ini menginstruksikan stafnya untuk menghina pelanggan saat mereka makan dan mempromosikan pengalaman bersantap yang tidak menyenangkan. Restoran yang baru saja membuka cabang di Jakarta ini menjadi fokus penyelidikan. Pasalnya, *Karen's Diner* di Indonesia kini menjadi pemberitaan karena dianggap terlalu kasar kepada pelanggannya dan menyebut-nyebut *body shaming*.⁷

Pada intinya, *Karen's Diner* memberikan pengalaman bersantap di mana pelayan memarahi dan menertawakan pelanggan, tetapi tempat ini juga memberlakukan aturan untuk anggota staf dan pelanggan. Misalnya, karyawan atau pengunjung dilarang membuat pernyataan yang juga rasis, seksis, homofobik, atau rasis. Serta ada peraturan tambahan lainnya juga.⁸

Selain layanan yang saat ini menjadi kontroversi, *Karen's Diner* menawarkan menu andalannya yaitu *burger*. *Karen's Diner* dan bengkel *burger* berkolaborasi untuk menawarkan makanan khas Amerika seperti *burger*, sayap ayam, dan kentang goreng. Rasa dan nama menu yang berbeda di *Karen's Diner* membedakannya dari restoran cepat saji lainnya

⁷ Asnida Riana, "Pelayan Karen's Diner Jakarta Dianggap Body Shaming, <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5156439/pelayan-karens-diner-dianggap=body-shaming-simak-aturan-nyinyir-yang-diterapkan-restoran-viral-ini> diakses pada 14 Februari 2023.

⁸ Fareza Hanum, "Aturan Makan di Karen's Diner, Ga Boleh Asal Komentar", *Jurnallistika*, (Januari, 2023), h. 1.

burger, sayap ayam, dan kentang goreng. Rasa dan nama menu yang berbeda di *Karen's Diner* membedakannya dari restoran cepat saji lainnya.⁹

Penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Cindy Cornelia^y dan Liliék Soelistyo (2023), dengan judul *The Impoliteness Strategies Used by the Employees of Karen's Diner in Serving Their Customers*. Disebutkan dalam jurnalnya, mereka memperoleh kesimpulan bahwa karyawan *Karen's Diner* menggunakan ketidaksopanan dalam melayani pelanggannya dengan menerapkan beberapa strategi, antara lain ketidaksopanan dengan menolak pelanggan, dengan memesan pelanggan, dengan memperingatkan pelanggan, dan dengan menghina pelanggan.¹⁰

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Eka Nadya Agustin dan Eloé Bahiroh (2023), yang berjudul *Karen's Diner: The Ethical of Business on Customer Satisfactions*. Berdasarkan hasil penelitiannya, dalam jurnalnya mereka menyimpulkan bahwa etika bisnis memiliki pengaruh dan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah hal yang sangat penting dalam dunia bisnis, karena ini akan berhubungan dengan bisnis yang ada saat ini yang dilakukan atau bisnis lainnya. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi

⁹ Alessandra Langit, "Intip Menu Makanan di Restoran Karen's Diner Jakarta yang Viral di Medsos", <https://www.parapuan.co/read/533618396/intip-menu-makanan-di-restoran-karens-diner-jakarta-yang-viral-di-medsos> diakses pada 14 Februari 2023.

¹⁰ Cindy Cornella dan Liliék Soelistyo, "Impoliteness Strategies Used by the Employees of Karen's Diner in Serving Their Customers" *Kata Kita*, No. 1, Vol. 11, Maret 2023.

kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, promo, promosi, dan strategi pemasaran yang tepat agar tercapainya target yang diinginkan.¹¹

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian sebelumnya, membahas terkait strategi ketidaksopanan yang dimiliki oleh restoran *Karen's Diner* dalam melayani konsumen dan tidak dianalisis dari sisi etika ataupun hukumnya. Selain itu juga diteliti dari tingkat kepuasan pelanggan dengan etika bisnis yang diberikan. Dan penelitian yang sekarang, ingin meneliti terkait konsep pelayanan yang diterapkan oleh restoran *Karen's Diner* yang ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

Berdasarkan persoalan yang sudah dijelaskan diatas, belum ada peneliti yang meneliti persoalan ini. Oleh sebab itu, penelitian ini merupakan kebaruan dan penulis tertarik untuk meneliti dan menganalisa terkait kesesuaian konsep pelayanan di restoran *Karen's Diner*. Pada skripsi ini, penulis fokus menganalisis kesesuaian konsep pelayanan di restoran *Karen's Diner* dengan etika bisnis Islam, yang dituangkan pada skripsi dengan judul **“TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KONSEP PELAYANAN RESTORAN *KAREN'S DINER*”**.

¹¹ Eka Nadya Agustin dan Eloh Bahiroh, “Karen’s Diner: The Ethical of Business on Customer Satisfactions”, *MRS Journal*, No. 1, Vol. 2, 2023.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional berisi uraian terkait pengertian judul skripsi. Definisi operasional sangat penting supaya tidak adanya kesalahpahaman terhadap judul skripsi. Adapun istilah yang perlu dideskripsikan antara lain:

1. Tinjauan merupakan hasil dari kegiatan meninjau, pandangan, pendapat (sesudah menyelidiki atau mempelajari).¹²
2. Etika secara umum merujuk pada baik buruknya perilaku manusia.¹³
3. Bisnis yaitu tindakan yang menciptakan nilai melalui produksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan menghasilkan keuntungan melalui transaksi.¹⁴
4. Etika Bisnis adalah tindakan yang dilakukan dalam kegiatan bisnis dengan tidak menyalahi aturan organisasi dan masyarakat. Dalam etika bisnis, setiap kegiatan harus dalam keadaan wajar dan sesuai dengan norma dan etika yang berlaku.¹⁵
5. Etika Bisnis Islam yaitu akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu

¹² Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/tinjauan> diakses pada 14 Februari 2023.

¹³ Muhammad Paradigma, *Metodeologi dan Aplikasi Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 52.

¹⁴ Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan syariah*, (Yogyakarta: PT LKIS Printing Cemerlang, 2009), h. 25.

¹⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), https://id.wikipedia.org/wiki/Etika_bisnis diakses pada 14 Februari 2023.

yang baik dan benar.¹⁶

6. Konsep adalah rancangan, ide atau pengertian yang diabstrakkan dari peristiwa konkret.¹⁷
7. Pelayanan didefinisikan sebagai perihal atau cara meladeni dan kemudahanyang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.¹⁸
8. *Karen's Diner* merupakan restoran bertema yang pertama kali didirikan di Australia. Restoran ini mempromosikan pengalaman bersantap yang tidak menyenangkan dan menginstruksikan stafnya untuk menghina pelanggan saat mereka makan.¹⁹

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang penelitian, penulis mengidentifikasi permasalahan, sebagai berikut:

- a. Konsep pelayanan yang tidak ramah terhadap konsumen.
- b. Upaya dari pelaku usaha yang menggunakan segala macam strategidalam berbisnis untuk menarik perhatian konsumen.
- c. Terjadinya kontroversi dan kritikan terhadap konsep pelayanan yangtidak ramah.

¹⁶ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis*, (t.tp.: t.p., t.t.).h. 171.

¹⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/konsep> diakses pada14 Februari 2023.

¹⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/pelayanan> diakses pada14 Februari 2023.

¹⁹ https://id.wikipedia.org/wiki/Karen's_Diner diakses pada 14 Februari 2023.

2. Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini tidak melebar maka penulis membatasi masalah dengan fokus pada Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Konsep Pelayanan Restoran *Karen's Diner*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka terdapat rumusan masalah :

1. Bagaimana konsep pelayanan restoran *Karen's Diner* dalam melayani konsumen?
2. Bagaimana tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap konsep pelayanan restoran *Karen's Diner*?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendiskripsikan, mengetahui dan menganalisis konsep pelayanan restoran *Karen's Diner* dalam melayani konsumen.
2. Untuk mengetahui tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap konsep pelayanan restoran *Karen's Diner*.

F. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca, berikut kegunaan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis

Teori ini diharapkan dapat menambah wawasan baru lagi tentang Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Konsep Pelayanan Restoran *Karen's Diner*. Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai acuan bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian di masa mendatang yaitu dengan tema Etika Bisnis Islam.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat : Memberikan jawaban dan pembahasan terhadap permasalahan dalam penelitian ini yakni Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Konsep Pelayanan Restoran *Karen's Diner*.

a. Penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dengan memperluas wawasan dan mengembangkan keilmuan yang telah didapat dari bangku perkuliahan yakni ilmu Etika Bisnis Islam

serta meningkatkan nalar mahasiswa dalam melakukan penelitian, menyimpulkan temuan, dan menganalisis.

b. Penemuan kepenulisan ini dapat menjadi rujukan, memberikan masukan dan pengetahuan bagi pihak terkait dengan permasalahan yang diteliti yakni Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Konsep Pelayanan Restoran *Karen's Diner*.

c. Menambah referensi bagi mahasiswa UNUGIRI sehubungan dengan Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap

Konsep Pelayanan Restoran *Karen's Diner*.

G. Penelitian Terdahulu

Sebuah penelitian bisa dikatakan menjadi otentik setelah mendapatkan studi penelitian terdahulu dimana sebuah penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai bahan acuan agar tidak terkena plagiarisme dalam sebuah karya tulis ilmiah. Sejauh ini penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu yang bisa diajukan sebagai bahan acuan dan bahan pijakan awal dalam menuliskan skripsi ini. Diantaranya sebagai berikut :

1. Skripsi yang ditulis oleh Liyan Adi Sagita, yang berjudul “Strategi Pemasaran Thai Tea Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam” Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap Strategi penjualan Thai Tea Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Studi Kasus Di Kelurahan 15A Iring Mulyo.²⁰

Dalam penelitiannya bahwa strategi pemasaran thai tea di Kelurahan 15A Iring Mulyo menggunakan 4 P yaitu yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Kedai thai tea di Kelurahan 15 A Iringmulyo belum sesuai secara etikabisnis Islam. Prinsip yang sudah diterpkan oleh kedai thai tea di Kelurahan 15 A Iringmulyo adalah kesatuan, keseimbangan, kehendakbebas dan tanggung jawab. Sedangkan, prinsip yang belum diterapkan kedai thai tea adalah kebenaran

²⁰ Liyan Adi Sagita, “Strategi Pemasaran Thai Tea Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam” (Skripsi--Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Metro, 2019), h. 5.

yang termasuk kejujuran dalam menjalankan usaha thai tea. Pemilik usaha thai tea tidak menggunakan bahan thai tea asli dari Thailand tetapi bahan yang digunakan adalah bahan thai tea imitasi.

Persamaan penelitian Liyan Adi Sagita dengan penelitian yang sekarang yaitu sama-sama ditinjau dari Etika Bisnis Islam, pembahasannya juga terkait dengan barang yang dikonsumsi oleh konsumen. Perbedaannya, dalam penelitian Liyan Adi Sagita fokus pada strategi pemasaran thai tea dan belum diterapkannya prinsip kejujuran dalam menjalankan usaha thai tea. Sedangkan, penelitian yang sekarang fokus pada konsep pelayanan konsumen yang tidak sesuai dengan etika dalam berperilaku baik.

2. Skripsi yang ditulis oleh Anis Santika, yang berjudul “Analisis Pelayanan Bisnis Garasi *Cafe* Di Bojonegoro Perspektif Etika Bisnis Islam”, Skripsi Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan, mengetahui dan menganalisis praktik kesalahan *order* dan *pre order* terhadap pelanggan Garasi *cafe* Bojonegoro. Selain itu juga untuk mengetahui tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap praktik kesalahan *order* dan *pre order* di Garasi *cafe* Bojonegoro.²¹

Dalam penelitiannya penerapan Etika Bisnis Islam pada Garasi *Cafe* Bojonegoro secara keseluruhan belum memenuhi prinsip Etika Bisnis Islam, diantaranya kesatuan (*tauhid*),

²¹ Anis Santika, “Analisis Pelayanan Bisnis Garasi *Cafe* Di Bojonegoro Perspektif Etika Bisnis Islam” (Skripsi--Nahdlatul Ulama Sunan Giri, Bojonegoro, 2022), h. 8.

keseimbangan (*balance*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), kebajikan (*ihsan*). Karena pihak Garasi Cafe Bojonegoro masih melakukan deskriminasi kepada pelanggan dengan tidak memberi informasi apa adanya terkait dengan kesalahan *order* atau mengganti dengan menu lain. Maka yang diterima atau dihidangkan tidak menu yang dipilihnya. Sehingga pihak *cafe* masih memikirkan kepentingannya sendiri dengan tidak memperhatikan kerugian pelanggan yang sudah membayar makanan yang terjadi kesalahan *order* dan *pre order*.

Persamaan penelitian Anis Santika dengan penelitian yang sekarang yaitu menganalisa kesesuaian prinsip Etika Bisnis Islam dengan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Perbedaannya, penelitian Anis Santika difokuskan untuk menganalisis praktik kesalahan *order* dan *pre order* terhadap pelanggan Garasi *cafe* Bojonegoro. Sedangkan penelitian yang sekarang fokus pada konsep pelayanan di restoran *Karen's Diner*.

3. Skripsi yang ditulis oleh Lucky Tiara Helfa, yang berjudul “Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Peningkatan Omzet Rumah Makan Nasi Uduk Mitra Go-Food Di Banda Aceh”, Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2019. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui perbedaan Omzet rumah makan nasi uduk sebelum dan setelah bergabung dengan Go-Food. Selain itu juga untuk mengetahui pengaruh etika bisnis

Islam pada GoFood terhadap Omzet rumah makan.²²

Adapun persamaan dengan penelitian sekarang yakni membahastentang teori Etika Bisnis Islam. Sedangkan perbedaan denganpenelitian penulis menganalisis konsep pelayanan restoran *Karen's Diner* dengan menggunakan teori Etika Bisnis Islam.

4. Skripsi yang ditulis oleh Nur Zahro', yang berjudul "Analisis Jual Beli Belut Hasil Setruman di Desa Karangtino Perspektif Etika Bisnis Islam" Skripsi Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang dampak jual beli hasil setruman di Desa Karangtino dan untuk mengetahui tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap dampak jual beli hasil setruman di Desa Karangtino.²³

Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa dampak jual beli belut hasil setruman di Desa Karangtino menyebabkan dampak negatif bagi ekosistem lingkungan dan bagi pembeli belut hasil setruman. Dimana bagi para pemilik sawah menurunnya kualitas kesuburan tanah, dan bagi konsumen adalah belut yang dikonsumsi kurang sehat bagi tubuh. Berdasarkan Etika Bisnis Islam secara keseluruhan belum terpenuhi prinsip Etika Bisnis Islam, karena para pelaku penyetruman masih memikirkan kepentingannya sendiri dalam mendapatkan keuntungan serta

²² Lucky Tiara Helfa, "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Peningkatan Omzet Rumah Makan Nasi Uduk Mitra Go-Food Di Banda Aceh" (Skripsi--Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, 2019), h. 6-7.

²³ Nur Zahro', "Analisis Jual Beli Belut Hasil Setruman di Desa Karangtino Perspektif Etika Bisnis Islam" (Skripsi--Nahdlatul Ulama Sunan Giri, Bojonegoro, 2022), h. 7.

tidak memperhatikan kerugian yang didapat para pemilik sawah serta konsumen yang membeli belut hasil setruman.

Persamaan penelitian Nur Zahro' dengan penelitian yang sekarang yaitu sama-sama menggunakan teori Etika Bisnis Islam. Perbedaannya, penelitian Nur Zahro' difokuskan untuk menganalisis dampak jual beli belut hasil setruman yang berdampak negatif bagi ekosistem lingkungan dan bagi pembeli belut hasil setruman. Sedangkan penelitian yang sekarang fokus pada konsep pelayanan di restoran *Karen's Diner*.

5. Skripsi yang ditulis oleh Moch. Choirul Amin, yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap *Promoting* Produk *Smartphone* di Toko *Smartphone* Kota Bojonegoro” Skripsi Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana model praktik *promoting* produk *smartphone* di Kota Bojonegoro dan mengetahui bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi *promoting* produk *smartphone* di toko *smartphone* Kota Bojonegoro.²⁴

Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa model promosi atau *promoting* yang digunakan sebagian promotor *smartphone* di Kota Bojonegoro menggunakan strategi *black campaign* untuk merendahkan produk lain dengan sengaja dan melebih-lebihkan produk yang ditawarkan pada pembeli, agar pembeli tertarik pada

²⁴ Moch. Choirul Amin, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap *Promoting Promoting* Produk *Smartphone* di Toko *Smartphone* Kota Bojonegoro” (Skripsi—Nahdlatul Ulama Sunan Giri, Bojonegoro, 2022), h. 6.

produk yang ditawarkan. Hal tersebut dapat merugikan pihak lain, karena terdapat konsumen yang merasa kecewa dari tindakan tersebut. Ditinjau dari Etika Bisnis Islam, secara keseluruhan belum memenuhi perilaku baik dalam Islam yang dimaksudkan adalah sifat hasan, keadilan, kehendak bebas, kejujuran dan tanggung jawab. Hal tersebut dikarenakan beberapa promotor masih melakukan deskriminasi kepada pembeli dan pihak promotor produk lain dengan melakukan strategi promosi hanya menjelaskan keunggulan fitur *smartphone* dan melakukan *black campaign*.

Persamaan penelitian Moch. Choirul Amin dengan penelitian yang sekarang yaitu ditinjau dari Etika Bisnis Islam. Perbedaannya, penelitian sekarang difokuskan untuk menganalisis pada konsep pelayanan di restoran *Karen's Diner* yang ditinjau dari etika bisnis Islam. Sedangkan penelitian Moch. Choirul Amin fokus pada bagaimana model praktik *promoting* produk *smartphone* di Kota Bojonegoro.

H. Kerangka Teori

Berdasarkan penelitian Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Konsep Pelayanan Restoran *Karen's Diner*, kerangka teori yang digunakan adalah:

1. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian

Etika yaitu mempelajari kelebihan dan kekurangan perilaku manusiadan berfungsi sebagai landasan bagi perilaku manusia. Ini adalah cara hidup yang diabadikan dalam masyarakat.²⁵

Kata bahasa Inggris "bisnis" berasal dari *bussines*, yang berarti "perusahaan" atau "bisnis". Bisnis dapat diartikan sebagai usaha komersial dalam dunia perdagangan.²⁶

Etika Bisnis Islam adalah akhlak untuk menjalankan bisnis yang sejalan dengan ajaran Islam, sehingga tidak perlu khawatir untuk melakukan hal yang benar karena Anda sudah meyakinkannya sebagai benar dan baik. Setiap orang dapat memiliki seperangkat prinsip moral mereka sendiri, tetapi hanya dua prinsip moral yaitu al-Qur'an dan hadits, yang mengarah pada kepribadian umat Islam. Kedua sumber ini memberikan arah pada semua aspek kehidupan, termasuk bagaimana menjalankan bisnis.²⁷

Islam merupakan cara sempurna untuk mengajarkan kehidupan, yang memberikan arah bagi setiap aktivitas manusia, termasuk ekonomi. Baik tujuan ekonomi Islam maupun tujuan hukum Islam yaitu mencapai kesejahteraan dan keselamatan baik di

²⁵ Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar Serta Ekonomi dan Keuangan Islam*, (Tangerang: Kholam Publishing, 2008), h. 292.

²⁶ *Ibid.*

²⁷ Destiya Wati, et.al., "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop", *Kajian ekonomi & bisnis Islam*, No. 1, Vol.5 (2022), h. 141.

dunia maupun di akhirat tidak dapat dipisahkan. Islam juga mengajarkan manusia untuk berperan aktif dan bertanggung jawab dalam perekonomian dengan bekerja sama untuk menciptakan dinamika dan pertumbuhan. Dalam kaitannya dengan paradigma Etika Bisnis Islam, landasan filosofis yang harus dibangun dalam diri seorang muslim adalah hubungan antara manusia dengan Tuhannya. Hal ini mendorong masyarakat untuk mengembangkan bisnis disamping menegakkan etika Islam. Umat Islam yang menjalankan bisnis akan mengalami kehadiran pihak ketiga yaitu Tuhan, dalam segala aspek kehidupannya jika berpegang teguh pada landasan ini.

Karena bisnis dalam Islam semata-mata untuk urusan dunia dan harus menanamkan visi akhirat yang jelas, maka keyakinan ini harus menjadi bagian integral dari bisnis setiap muslim. Cara berpikir seperti ini menjadikan masalah etika dalam bisnis sebagai bagian besar dari ekonomi Islam.

b. Prinsip – Prinsip Etika Bisnis Islam

Menurut Naqvi, Beekum dan Shahata, prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam meliputi Tauhid, Keseimbangan, Kehendak bebas, Tanggung Jawab dan kebenaran (Kejujuran). Adapun prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam yang harus diterapkan dalam menjalankan kegiatan bisnis pada umumnya, yaitu :

1. *Equilibrium* (Keseimbangan)

Keadilan Islam diarahkan untuk memastikan bahwa hak-hak orang lain harus dihormati sesuai dengan kebutuhan dan aturan syariah demi kesejahteraan dunia dan keselamatan akhirat. Ada tuntutan dalam Islam mengenai keseimbangan dan kesetaraan antara kepentingan sendiri dan kepentingan pihak lain.²⁸

2. *Free will* (Kehendak bebas)

Etika Bisnis Islam menjunjung tinggi kebebasan, tetapi kebebasan ini tidak boleh mengganggu kepentingan publik atau kesejahteraan orang lain. Islam memperbolehkan umatnya untuk meningkatkan muamalah, khususnya dalam bisnis, namun Islam melarang orang untuk melakukan hal-hal yang dilarang oleh syariah. Menurut konsep Islam, lembaga ekonomi seperti pasar mampu mencapai tujuan dalam kegiatan ekonomi. Ini berlaku jika tidak ada intervensi pihak manapun. Dalam Islam pedoman kebebasan berpikir memiliki tempatnya sendiri, mengingat potensi kesempatan ini sudah ada sejak manusia dilahirkan di dunia ini.

Namun perlu ditekankan sekali lagi bahwa kebebasan yang melekat pada diri manusia itu bersifat khusus, sedangkan kebebasan yang tidak khusus itu hanya milik Allah SWT saja. Akibatnya, umat Islam harus menyadari bahwa keadaan apapun harus berpedoman pada syariah Islam dan ketentuan Allah, sebagaimana yang telah Rasulullah SAW contohkan.²⁹

²⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), h. 23.

²⁹ Destiya Wati, et.al., “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam

3. *Responsibility* (Tanggung jawab)

Pebisnis Islam harus memiliki perilaku yang amanah atau dapat diandalkan. Orang-orang dalam bisnis akan bertanggung jawab atas semua yang mereka lakukan dalam hal muamalah karena sifat amanah mereka. Bertanggung jawab dengan konsisten membela hak orang lain dan Tuhan dengan mengingat tugasnya sebagai makhluk sosial dan makhluk ciptaan Allah SWT.

Kebebasan tanpa batas adalah sesuatu yang tidak dapat dimiliki orang karena tidak membutuhkan pertanggungjawaban. Agar keadilan dan persatuan terpenuhi, orang harus bertanggung jawab atas tindakan mereka. Gagasan ini secara logis terhubung dengan gagasan bahwa orang memiliki kehendak bebas dan bertanggung jawab atas tindakan mereka.³⁰

4. *Benevolence* (Kejujuran/Kebajikan)

Dalam bahasa Arab, kejujuran adalah terjemahan dari kata *shidiq* berarti dapat dipercaya, benar. Perkataan dan perbuatan yang sesuai dengan fakta atau kebenaran maka disebut dengan jujur.

Allah SWT memerintahkan kepada hambanya untuk jujur dan adil dalam melakukan jual beli. Selain itu juga, tidak merugikan siapapun dalam jual beli tersebut.

Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop”, *Kajian ekonomi & bisnis Islam*, No. 1, Vol.5 (2022), h. 144.

³⁰ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 100.

2. Perlindungan Konsumen

a. Definisi Perlindungan Konsumen

Menurut *Business English Dictionary*, perlindungan konsumen adalah *protecting consumers against unfair or illegal traders*.³¹ Sementara itu *Black's Law Dictionary* mendefinisikan *a statute that safe guards consumers in theuse good and services*.³² Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 1 menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.³³

b. Hak dan Kewajiban Konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Dalam Undang-Undang perlindungan Konsumen diatur mengenai hak dan kewajiban konsumen yaitu sebagai berikut:

Hak konsumen diatur dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, antara lain seperti :³⁴

1. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai

³¹ Peter Colin, *Business English Dictionary*, Linguaphone, London, 2006, h. 61.

³² Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary*, Eight Edition, St. Paul Minnesota, 2004, h. 335

³³ Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Diragukan*, (Jakarta Selatan: Visi Media, 2008), h. 4.

³⁴ Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tentang Hak-Hak Konsumen.

kondisikan jaminan barang dan/atau jasa;

3. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
4. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Adapun Kewajiban konsumen diatur dalam Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen antara lain:³⁵

1. Membaca atau mengikuti petunjuk prosedur pemakaian barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; dan
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

I. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan Penelitian Berdasarkan latar belakang masalah dan tujuan penelitian, maka penelitian ini menggunakan metode pendekatan *deskriptif kualitatif*, artinya penelitian yang menggambarkan objek tertentu dan menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan atau melukiskan bidang tertentu secara faktual dan akurat. Penelitian ini bersifat *deskriptif kualitatif* karena penelitian ini semata-mata menggambarkan suatu objek untuk mengambil kesimpulan-

³⁵ Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tentang Kewajiban Konsumen.

kesimpulan yang berlaku secara umum. Dalam penelitian ini penulis akan mendeskripsikan tentang bagaimana praktik konsep pelayanan restoran *Karen's Diner* yang ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah kualitatif dengan menggunakan penelitian pustaka (*library research*), yaitu serangkaian aktivitas yang terkait tata cara pengumpulan data kepustakaan, dipelajari, ditulis dan mengolah obyek penelitian.³⁶

Oleh karena itu, sumber data yang digunakan berasal dari materi tertulis yang sesuai dengan obsevasi penulis. Berdasarkan pengertian di atas penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi tentang masalah yang sedang diteliti dengan menguraikan serta menganalisis peristiwa atau pemikiran, menghimpun data serta menganalisa dokumen.

3. Data dan Sumber Data

a. Data

Data adalah semua keterangan fakta atau kenyataan dari seseorang untuk mendapatkan informasi. Dalam penelitian ini data diperoleh dari hasil mengumpulkan informasi yang ada atau fakta-fakta lapangan. Secara umum data yang diperoleh dari pengamatan terhadap konsep pelayanan restoran *Karen's Diner*

³⁶ Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008), h. 3.

kepada pelanggannya.

b. Sumber Data

Sumber data adalah subyek darimana data itu diperoleh sehingga mempermudah dalam pencarian data. Dalam hal itu, sumber data dibagimenjadi dua yaitu sebagai berikut :

1) Data Primer

Data primer adalah sumber data asli yang didapatkan langsung dari obyek yang akan diteliti dengan tujuan untuk mendapatkan data yang akurat.³⁷ Sumber data primer dalam penelitian ini dapat diperoleh dari hasil penelitian terkait konsep pelayanan yang diterapkan restoran *Karen's Diner*. Untuk itu, peneliti dapat memperoleh informasi dari pimpinan ataupun karyawan dan konsumen.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data pendukung dan pelengkap yang didapat tidak secara langsung atau selain dari subyek penelitian.³⁸ Dalam penelitian ini, data diperoleh dari laporan- laporan atau data-data yang dapat dilihat dari responden serta diperoleh dari literatur-literatur seperti dokumen, buku-buku referensi, jurnal, dan lainnya yang berkaitan dengan analisis konsep pelayanan restoran *Karen's Diner* yang ditinjau dari etika bisnis Islam.

³⁷ Muhammad Pabundu Tika, *Metodeologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 17.

³⁸ Nur Indriyanto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*, (Yogyakarta: BPF, 2013), h. 143.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dipakai untuk mengumpulkan informasi atau fakta-fakta lapangan. Teknik pengumpulan data adalah langkah paling strategis dalam penelitian yang bertujuan utama mendapatkan data.³⁹

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah metode *libraryresearch*, yaitu studi kepustakaan. Penelitian yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku atau majalah dengan sumber data lainnya dalam perpustakaan. Kegiatan penelitian ini dilakukan dengan menghimpun data dari berbagai literatur, yang dipergunakan tidak terbatas hanya pada buku- buku, tetapi dapat juga berupa bahan-bahan dokumentasi, majalah-majalah, koran, dan lain-lain. Metode penelitian ini tidak menuntut kita mesti terjun kelapangan melihat fakta langsung sebagaimana adanya. Maka pengumpulan data ditentukan dengan menelaah literatur dan bahan pustakayang relevan terhadap masalah yang diteliti baik dari buku-buku dan data menggunakan bahan-bahan pustaka.

5. Teknik Pengolahan Data

- a. *Editing* ialah mengecek kembali seluruh informasi yang sudah diperoleh dengan memilah serta menyeleksi informasi tersebut dari segi kesesuaian serta keselarasan antar beberapa informasi, keaslian, kejelasan dan relevansinya dengan masalah. Dalam

³⁹ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, Cet. 3, (Yogyakarta: ArRuzz Media, 2016), h. 208.

perihal ini, penulis melaksanakan editing pada hasil data yang sudah diperoleh dari bermacam rujukan yang terkait pada konsep pelayanan restoran *Karen's Diner*.

- b. *Organizing* ialah menyusun data yang sudah didapatkan sehingga bisa mendapatkan cerminan yang cocok dengan rumusan masalah. Hal tersebut untuk menyusun informasi secara terpadu dan sistematis untuk mendapatkan cerminan yang jelas dan rinci terkait tinjauan etika bisnis Islam terhadap konsep pelayanan restoran *Karen's Diner*.

6. Teknik Analisa Data

Analisa data yaitu suatu cara untuk memperoleh dan menyusun secara sistematis. Skripsi ini memakai metode deskriptif analitis yaitu prosedur pemecahan masalah berdasarkan data-data pustaka yang didapat, yaitu data yang hubungan erat dengan konsep pelayanan restoran *Karen's Diner*, setelah itu menguraikan teori yang berkaitan dengan Etika Bisnis Islam.

J. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan skripsi diperlukan sistematika pembahasan agar lebih jelas terkait isi skripsi ini. Berikut adalah sistematika pembahasan skripsi.

Bab I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, definisi operasional, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka teori, metodeologi

penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II KERANGKA TEORETIS

Bab ini akan memuat teori yang berkaitan dengan penelitian, yaitu pertama, teori Etika Bisnis Islam meliputi pengertian Etika Bisnis Islam, dasar hukum Etika Bisnis Islam, fungsi dan tujuan Etika Bisnis Islam, prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam. Kedua, teori perlindungan konsumen, meliputi pengertian perlindungan konsumen, hak dan kewajiban konsumen dalam Undang-Undang perlindungan konsumen.

Bab III DESKRIPSI LAPANGAN

Bab ini berisi deskripsi penelitian mengenai gambaran umum restoran *Karen's Diner* dan permasalahan yang terjadi yaitu Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Konsep Pelayanan Restoran *Karen's Diner*.

Bab IV TEMUAN DAN ANALISIS

Bab ini menjelaskan hasil temuan dan analisis penelitian mengenai Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Konsep Pelayanan Restoran *Karen's Diner*.

Bab V PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan sebagai jawaban rumusan masalah dan saran yang akan penulis berikan.

UNUGIRI