

**ANALISIS PRAKTIK PENJUALAN AYAM INKGUNG PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM
(STUDI KASUS DI DESA WISATA KULITER AYAM INKGUNG
PAJANGAN DESA KALAK JO)**



SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam di
Program Studi Ekonomi Syari'ah Universitas Alma Ata Yogyakarta

Disusun Oleh:

Ilham Wahyudin

NIM : 162200170

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ALMA ATA
YOGYAKARTA**

2023

ABSTRAK

Latar Belakang: Kesuksesan dari sebuah bisnis di pengaruhi oleh perilaku bisnis dalam beretika, sebab dalam pemasaran produk tentu diperlukan pelaku-pelaku bisnis yang jujur dan adil, sehingga keberadaan bisnis yang menguntungkan, bukan keberuntungan sepihak melainkan keduanya dalam hal ini yaitu antara penjual dan pembeli yang saling membutuhkan. Hal ini yang kemudian menarik penulis untuk mengkaji lebih dalam mengenai praktik penjualan ayam ingkung perspektif etika bisnis Islam, dengan judul: “Analisis Praktik Penjualan Ayam Ingkung Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Wisata Kuliner Ayam Ingkung Pajangan)”.

Tujuan Penelitian: untuk mengetahui proses produksi dari pengolahan ayam ingkung Terhadap Etika Bisnis Islam, dan untuk mengetahui hukuman hukum Islam terhadap jual beli ayam ingkung.

Metode Penelitian: penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), dengan teknik pengambilan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Objek dari penelitian ini adalah para penjual ayam ingkung di Desa Wisata Kuliner Ayam Ingkung Pajangan.

Hasil Penelitian: berdasarkan hasil wawancara dengan empat responden penjual ayam ingkung di kawasan Desa Wisata Kuliner Ayam Ingkung Pajangan, menunjukkan bahwa seluruh responden menyatakan proses produksi ayam ingkung sudah dapat dijamin kehalalannya, serta dalam berbisnis sudah sesuai dengan ajaran Islam dan etika bisnis Islam secara khusus.

Kesimpulan: Proses pengolahan ayam ingkung di kawasan Desa Wisata Kuliner Ayam Ingkung Pajangan, dari segi pemotongannya sudah sesuai dengan standar kehalalan sebagaimana telah diajarkan oleh Islam. Praktik penjualan ayam ingkung di Desa Wisata Kuliner Ayam Ingkung Pajangan juga sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu *unity, equilibrium, free will, responsibility, dan benevolence*. Selain itu, para penjual juga menilai bahwa berbisnis atau berbisnis merupakan sebuah ikhtiyar untuk mendapatkan rezeki, manusia hanya memiliki hak untuk berusaha sedangkan hasilnya sudah diatur oleh Allah SWT.

Kata Kunci: Bisnis, Etika Binis Islam, Penjual Ayam Ingkung.

ABSTRACT

Background: *The success of a business is influenced by business behavior in ethics, because in product marketing certainly needed honest and fair business people, so that the existence of a business is mutually beneficial, not unilateral luck in this case, namely between sellers and buyers who need each other. This then attracted the author to study more deeply about the practice of selling chicken ingkung perspective of Islamic business ethics, with the title: "Analyst Chicken Sales Practices Ingkung Perspective of Islamic Business Ethics (Case Study in The Culinary Tourism Village of Ayam Ingkung Pajangan)".*

Research Objectives: *to find out the production process of processing ingkung chicken against Islamic Business Ethics, and to find out the review of Islamic law against the sale and purchase of ingkung chicken.*

Research Methods: *this study uses a type of field research, with techniques for retrieving observation data, interviews, and documentation. The object of this study is the sellers of ingkung chicken in the Chicken Culinary Tourism Village Ingkung Pajangan.*

Research Results: *based on the results of interviews with four respondents selling ingkung chicken in the Ingkung Pajangan Chicken Culinary Tourism Village area, showed that all respondents stated that the production process of ingkung chicken can be guaranteed its halalness, and in trading it is in accordance with Islamic teachings and Islamic business ethics specifically.*

Conclusion: *The process of processing ingkung chicken in the area of Ayam Ingkung Pajangan Culinary Tourism Village, in terms of slaughter, is in accordance with halal standards as taught by Islam. The practice of selling ingkung chicken in the Chicken Ingkung Display Culinary Tourism Village is also in accordance with Islamic business ethics, namely: unity, equilibrium, free will, responsibility, and benevolence. In addition, the sellers also consider that doing business or doing business is an effort to get sustenance, humans only have the right to try while the results have been arranged by Allah SWT.*

Keywords: *Business, Islamic Business Ethics, Ingkung Chicken Seller.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk yang begitu terikat pada moral yang berlaku dalam masyarakat. Moral yang berlaku dalam masyarakat termasuk moral ekonomi, moral individu yang mengacu pada norma-norma yang terdapat pada masyarakat (Nawati, 2003). Perilaku manusia merupakan hasil dari pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungan yang berbentuk pengetahuan, sikap dan tindakan.

Perilaku merupakan salah satu unsur yang paling penting dalam aktifitas perekonomian baik konsumen maupun produsen. Perilaku juga menggambarkan karakteristik dari si pelaku ekonomi itu sendiri untuk itu diperlakukan sebuah aturan yang harus diikuti oleh si pelaku. Fakta yang terjadi di lapangan perilaku tersebut sudah hilang, hal ini mengakibatkan hilangnya nilai-nilai moral Islam dalam berbisnis. Hilangnya nilai dan moral dalam berbisnis disebabkan oleh adanya permintaan dan penawaran yang tidak seimbang, oleh sebab itu diperlukan sebuah moral atau etika dalam berbisnis sehingga bisnis yang dijalankan tidak merugikan orang lain.

Etika bisnis Islam yaitu seperangkat nilai tentang baik dan buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moralitas dan juga al-Quran serta hadis yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW (Muhammad, 2004). Menurut Badroen (2006) etika bisnis Islam adalah konsep baik dan buruk dalam dunia bisnis yang didasarkan pada prinsip

moralitas. Moralitas disini berarti aspek baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, dan pantas/tidak pantas dari perilaku manusia (Badroen, 2006).

Penerapan etika bisnis Islam masih belum sepenuhnya dipahami oleh masyarakat luas, terutama oleh para pengusaha yang tidak mengetahui istilah tersebut atau yang sebenarnya sudah mengenalnya. Banyak pengusaha yang mengabaikan etika bisnis dalam menjalankan usahanya, atau hanya menerapkan etika yang dianggapnya adil dan bermanfaat bagi dirinya. Tujuan satu-satunya hanya mendapatkan keuntungan sehingga selalu memaksa para pelaku ekonomi untuk mengabaikan etika bisnis Islam.

Etika dalam Islam adalah buah dari keimanan, keislaman dan ketakwaan yang dilandasi oleh keyakinan yang kuat akan kebenaran Allah SWT. Islam adalah sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia pada umumnya, termasuk dalam wacana bisnis. Sebuah usaha Islam harus lahir dengan niat beribadah kepada Allah SWT dengan niat menjalankan aturan-aturan Ilahi. Islam menganggap bisnis dalam kegiatannya terbagi menjadi dua bidang, yaitu: *pertama*, prinsip-prinsip dasar yang telah ditetapkan oleh Al-Quran dan As-Sunnah dan konsep ini tidak akan berubah sewaktu-waktu, dan *kedua* adalah perkembangan ilmu pengetahuan (Saripurno, 2016).

Aktivitas jual beli (bisnis) dalam masyarakat merupakan kegiatan yang rutin dilakukan setiap saat. Namun jual beli yang sesuai dengan syariat Islam belum tentu dilakukan oleh semua umat Islam. Bahkan ada orang yang

sama sekali tidak mengetahui syarat-syarat yang diatur dalam hukum Islam untuk jual beli (Susiawati, 2017). Secara bahasa, jual beli adalah *al-mubadalah* (saling menukar) (Huda, 2011), sedangkan jual beli dalam istilah Fiqh disebut *al-bai'* berarti menjual sebaliknya dan menukarnya dengan sesuatu yang lain. Pengucapan *al-bai'* dalam bahasa arab terkadang digunakan dengan arti lawannya, yaitu kata *ash-syira'* (beli). Dengan , kata *al-ba'i* berarti menjual, tetapi juga membeli.

Aktivitas jual beli dapat dilakukan di mana saja tetapi pada umumnya jual beli banyak terjadi di kawasan pasar tradisional atau tempat-tempat khas seperti desa wisata dan semacanya. Salah satu tempat yang dijadikan aktivitas berbisnis oleh masyarakat adalah desa wisata kuliner Ayam Inggung di Pajangan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Ayam Inggung merupakan bisnis kuliner yang menyajikan ayam utuh sebagai menu utamanya. Bisnis kuliner ini menarik bagi penulis untuk diteliti karena terdapat beberapa hal mengenai bisnis ini yang menurut penulis perlu dicermati secara mendalam karena berkaitan dengan etika dalam berbisnis. Salah satu yang perlu dicermati secara detail adalah praktik penjualan; mulai dari tata cara penyembelihan, pemasaran, hingga tingkat kehalalannya.

Para pebisnis atau penjual ayam ingkung di desa wisata Pajangan, rata-rata beragama Islam, maka sudah barang tentu para penjual tersebut menerapkan nilai-nilai bisnis Islam dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Dalam Islam hewan yang halal dimakan salah satunya adalah hewan ternak

yang dalam hal ini adalah ayam. Ayam halal dimakan dengan catatan harus disembelih dengan benar dan sesuai dengan syari'at Islam.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis, bahwa ayam Ingkung yang dijual oleh para penjual di desa wisata Ayam Ingkung Pajangan secara bentuk belum memenuhi standar penyembelihan yang baik dan sesuai dengan syari'at Islam. Oleh sebab itu dibutuhkan penelitian lanjutan mengenai praktik penjualan ayam Ingkung di desa wisata Pajangan, sehingga penulis memiliki kesimpulan yang utuh terhadap fenomena tersebut.

Selain dari praktik pembuatan atau penyembelihan ayam, pada saat yang sama penulis juga mencermati mengenai praktik penjualan ayam ingkung berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Adapun prinsi-prinsip yang diterapkan dalam aktivitas bisnis Islam adalah: persatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kemanfaatan (Badroen, 2006).

Pada zaman saat ini dengan perkembangan ekonomi yang semakin berkembang menimbulkan persaingan bisnis yang semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis itu sendiri melakukan berbagai macam cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam memasarkan produknya. Sementara pada pandangan etika bisnis Islam para pelaku tidak hanya memikirkan tentang mencari keuntungan namun keberkahan kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan sewajarnya. Pada dasarnya, pebisnis atau pelaku usaha sudah selayaknya tidak hanya memikirkan keuntungan pribadi saja

melainkan juga memikirkan tentang perilaku bisnis yang diterapkan, sehingga bisnis yang dijalankan juga menguntungkan bagi pembeli atau konsumen dan tercipta siklus saling membutuhkan dari keduanya (penjual dan pembeli) (Aedi, 2011).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin meneliti lebih dalam lagi mengenai praktik penjualan ayam Inkung di desa wisata Pajangan, Bantul, mulai dari penyembelihan, proses produksi hingga pemasaran ditinjau dengan etika bisnis Islam. Oleh sebab itu penelitian ini mengambil judul: "Analisis Praktik Penjualan Ayam Inkung Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Wisata Kuliner Ayam Inkung Pajangan Desa Kalak Ijo)".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka ada beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses produksi pengolahan ayam inkung perspektif etika bisnis Islam?
2. Bagaimana praktik penjualan ayam inkung perspektif etika bisnis Islam?
3. Bagaimana tinjauan Etika Bisnis Islam di desa Kalak Ijo

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui proses produksi dari pengolahan ayam ingkung perspektif etika bisnis Islam.
2. Mengetahui praktik penjualan ayam ingkung perspektif etika bisnis Islam.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dan sumbangan pemikiran ilmiah yang dapat memperluas wawasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi Islam mengenai penjual praktik etika bisnis Islam yang dicontohkan Rasulullah SAW.

2. Bagi Penulis

Bisa menjadi bahan pembelajaran dan pemahaman lebih mendalam terkait ilmu ekonomi Islam mengenai penjualan menurut etika bisnis Islam dan dijadikan sebagai pedoman hidup dalam berjualan.

3. Bagi Pengusaha

Penelitian ini di harapkan bisa dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pelaku usaha, baik itu berupa informasi ataupun pertimbangan di kemudian hari.

4. Manfaat bagi Universitas

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi mahasiswa dan perpustakaan serta menambah khasanah pustaka ilmiah dan di jadikan

sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang mengenai etika bisnis

Islma itu sendiri.

UNIVERSITAS ALMA ATA
PERPUSTAKAAN

DAFTAR PUSTAKA

- Adim, A. (2021). Analisis Praktik Penjualan Para Pedagang Sembako Muslim Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sembako Muslim di Pasar Tradisional Ambarketawang, Garaping Kabupaten Sleman). *Lar Tabur*, 3(1).
- Aedi, H. (2011). *Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. Alfabeta.
- Al-Mushlih, A. (2001). *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. Kencana.
- Alma, B. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Alfabeta.
- Arifin, Z. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Alfabeta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Aris, A. (2017). Analisis UMKM Rumah Potong Ayam dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Rumah Ayam Potong Bartul Broiler di Beji Sendangsari Pajangan Bartul Yogyakarta). *Ekonomi Syariah Indonesia*, 1(2).
- Azwar, S. (2010). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Aziz, Anshorudin (2015). "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Produk Makanan Kemasan Tanpa Nomor Pendaftaran (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Kota Yogyakarta)", *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Badroen, A. (2006). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Kencana.
- Djakfar, Muhammad. (2012). *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Penebar Plus
- Badruzamar, Dudi. (2019). "Praktik Kerjasama Bisnis Ayam Potong Perspektif Ekonomi Syariah Di Kecamatan Rajadesa", *AL-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam* Vol. 3, No. 1, Juni.
- Djakfar, M. (2008). *Etika Bisnis Islam Tataran Teori Dan Praktis*. UIN Malang Press Anggota IKAPI
- Haroen, N. (2007). *Fiqh Muamalah*. Gaya Media Pratama.
- Hasan, A. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Pustaka Pelajar.
- Hasnawiah. (2020). "Perilaku Pengusaha Ternak Ayam Petelur Di Polewali Kabupaten Pinrang (Tinjauan Etika Bisnis Islam)", *Skripsi Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Parepare*.
- Haryati, Nini dan Trisna Wijaya, (2019), "Analisis Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di PD Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya", *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2).
- Huda, Qomarui, (2011), *Fiqh Muamalah*. Teras.
- Husin Anis, (1993), *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami*. Mizan.
- Juliyani, E. (2016). "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam". *Jurnal Ummul Quro*, 7(1).
- Lisan, G. (2008). *Fiqh Muamalat*. Prenada Media Grup.
- Luviya, A. (2017). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Ayam Potong Di Pasar Kosambi Kecamatan Sumur Bandung Kota Bandung. *Prosiding Ilmu Ekonomi*, 3(1).
- Lubis, I. (1995). *Ekonomi Islam Suatu Pengantar*. Kalam Mulia.
- Mardani. (2012). *Fiqh Ekonomi Syariah*. Kencana.

- Moleong, L. J. (2005). *Metode Penulisan Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. (2004). *Etika Bisnis Dalam Islam*. UPP AMF YLP.
- Mujiatun, S. (2013). Jual Beli dalam Perspektif Islam: Salam dan Istisna'. *Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 13(2).
- Nabawi, H. (2012). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gadjah Mada University Press.
- Nafarin, M. (2009). *Penganggaran Perusahaan*. Salemba Empat.
- Naqvi, S. N. H. (2003). *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*. Pustaka Pelajar.
- Nawawi, I. (2012). *Fiqh Muamalah Klasik dan Kontemporer*. Ghalia Indonesia.
- Norvadewi. (2015). Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif. *Al-Tijary*, 1(1).
- Riyanto, Y. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan*. UNESA University Press.
- Sampurno, Wahyu Mijil, (2016), "Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya terhadap Kemajuan Bisnis Industry Rumah Tangga", *Journal Of Islamic Economics Lariba*, 2(1)
- Susiawati, Wati, (2017), "Jual Beli Dan Dalam Konteks Kekinian", *Jurnal Ekonomi Islam*. 8(2).
- Susminingsih, (2020), *Etika Bisnis Islam*, Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Sugiyono. (2012a). *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesi, dan Disertasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012b). *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Suhendi, H. (2002). *Fiqh Muamalah*. Pajawali Press.
- Syafei, R. (2001). *Fiqh Muamalah*. Pustaka Setia.
- Syarata, A. (2002). *Etika*. Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran Strategi*. Andi Offset.
- Wahyuni, Dwi. (2019). "Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada PT.Taspen Kantor Cabang Yogyakarta)", *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islma Universitas Alma Ata Yogyakarta*.
- Yunus, M. (2018). "Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Akad Jual Beli Dalam Transaksi Online Pada Aplikasi Go-Food." *Amwaluna*, 2(1).
- Yurcomp, D. K. (2010). *Ensiklopedia Jual Beli dalam Islam*. Pustaka Setia.
- Zubair, A. C. (1995). *Kuliah Etika Bisnis Dalam Islam*. Rajawali Press.