

**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
KENAIKAN TARIF PARKIR PADA WAKTU TERTENTU
(Studi Kasus di D'LAS Serang Purbalingga)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Hukum (S.H.)**

Oleh :

**TITA NURUL FITRIANA
NIM. 2017301013**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**

2024

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya :

Nama : Tita Nurul Fitriana

NIM : 2017301013

Jenjang : Strata 1 (S-1)

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Universitas : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KENAIKAN TARIF PARKIR PADA WAKTU TERTENTU (Studi Kasus di D’LAS Serang Purbalingga)”** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, bukan dibuatkan orang lain, bukan saduran, juga bukan terjemahan. Hal-hal yang bukan karya saya yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar Pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Purwokerto, 26 September 2024

Saya yang menyatakan,



Tita Nurul Fitriana

NIM. 2017301013

PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

**Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kenaikan Tarif Parkir Pada Waktu Tertentu
(Studi Kasus di D'LAS Serang Purbalingga)**

Yang disusun oleh Tita Nurul Fitriana (NIM. 2017301013) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada tanggal 09 Oktober 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/ Penguji I



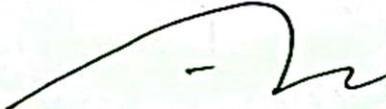
M. Bachrul Ulum, M.H.
NIP. 19720906 200003 1 002

Sekretaris Sidang/ Penguji II



Drs. H. Mughni Labib, M.S.I
NIP. 19621115 199203 1 001

Pembimbing/ Penguji III



H. Khoirul Amru Harahap, M.H.I.
NIP. 19760405 200501 1 015

Purwokerto, 14 Oktober 2024

Dekan Fakultas Syari'ah



Dr. H. Supani, S.Ag, M.A.
NIP. 19600705 200312 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Purwokerto, 26 September 2024

Hal : Pengajuan Munaqasyah Sdr.i Tita Nurul Fitriana
Lampira : 4 Eksemplar

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syariah
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi, maka melalui surat ini saya sampaikan bahwa:

Nama : Tita Nurul Fitriana
NIM : 2017301013
Jenjang : Strata 1 (S-1)
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah
Judul : **TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
KENAIKAN TARIF PARKIR PADA WAKTU
TERTENTU (Studi Kasus di D'LAS Serang
Purbalingga)**

Sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk di munaqasyah dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.).

Demikian atas perhatian Bapak, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 26 September 2024

Pembimbing,



H. Khoirul Amru Harahap, M.H.I.

NIP. 19760405 200501 1 015

**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
KENAIKAN TARIF PARKIR PADA WAKTU TERTENTU
(Studi Kasus di D'LAS Serang Purbalingga)**

ABSTRAK

**Tita Nurul Fitriana
Nim. 2017301013**

**Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

Momen libur panjang dan acara khusus menjadi peluang strategis bagi pelaku bisnis untuk mengoptimalkan pendapatan, seperti yang diterapkan oleh objek wisata D'LAS di Purbalingga melalui kebijakan kenaikan tarif parkir. Namun, implementasi kebijakan ini tidak hanya menimbulkan beragam tanggapan dari pengunjung, tetapi juga menunjukkan ketidakselarasan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang dirumuskan oleh Syed Nawab Haider Naqvi. Ketidakselarasan ini terutama terlihat dalam aspek keseimbangan (*equilibrium*), kebebasan berkehendak (*free will*), serta pertanggungjawaban (*responsibility*) terhadap dampak kebijakan tersebut pada pengalaman pengunjung.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk memahami mekanisme kenaikan tarif parkir di D'LAS Serang Purbalingga dan menganalisis bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap kenaikan tarif parkir di D'LAS Serang Purbalingga.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang menerapkan metode yuridis empiris. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Seluruh data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti.

Peraturan Daerah Kabupaten Purbalingga Nomor 5 Tahun 2023 mengatur tanggung jawab penyelenggara perparkiran dan hak pengguna jasa parkir. Pengelolaan parkir telah menunjukkan beberapa kesesuaian dengan regulasi ini, namun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan.

Ditinjau dari etika bisnis Islam menunjukkan bahwa penerapan prinsip dan nilai-nilai Islam dalam berbisnis dalam kebijakan tersebut masih belum optimal. Meskipun prinsip ketauhidan (*unity*) tercermin dalam upaya meraih keuntungan yang sesuai syariat, prinsip keseimbangan (*equilibrium*) belum terpenuhi karena adanya ketidakpuasan pengunjung dan kurangnya peningkatan fasilitas. Prinsip kebebasan berkehendak (*free will*) dan pertanggungjawaban (*responsibility*) terlihat, namun masih perlu ditingkatkan dalam hal komunikasi, penyediaan fasilitas, dan pertimbangan kemampuan ekonomi pengunjung. Secara keseluruhan, pengelola D'LAS perlu meningkatkan penerapan nilai-nilai Islam dalam berbisnis seperti kebenaran, amanah, keikhlasan, persaudaraan, penggunaan sains dan ilmu pengetahuan, dan keadilan, untuk mencapai keseimbangan antara optimalisasi pendapatan dan kepuasan pengunjung.

Kata Kunci : *Kenaikan Tarif Parkir, Etika Bisnis Islam, Prinsip dan Nilai*

MOTTO

“Sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi orang lain”



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan bahagia, kehadiran Allah yang Maha Agung dan sholawat serta salam tercurahkan kepada insan mulia beliau Nabi Agung Muhammad SAW, yang kita nantikan syafaatnya di Yaumul Kiamah kelak. Dengan ketulusan dan kerendahan hati penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Tarsudin dan Ibu Kasri. Tanpa cinta, pengorbanan, dan doa kalian yang tiada henti, pencapaian ini tidak akan pernah terwujud. Setiap lembar dalam karya ini menyimpan jejak perjuangan dan air mata kalian, yang telah membimbing langkah saya hingga titik ini. Semoga persembahan kecil ini dapat menjadi awal dari upaya saya membalas segala kebaikan dan kasih sayang yang telah kalian curahkan. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi terbesar dalam hidup saya. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan keberkahan-Nya kepada kalian.
2. Kakak saya tercinta, Tofik Hidayat, Tarso Dwi Cahyanto, Turyati, Solikhah, Suyitno, Sigit, dan Rifki Kurniawan. Terima kasih atas segala dukungan, nasihat, dan kasih sayang yang telah kalian curahkan sepanjang perjalanan studi saya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkah rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita semua dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang ini, kepada para sahabat, tabiin, dan seluruh umat Islam yang senantiasa mengikuti ajaran baginda Rasul, semoga kelak kita di akhirat mendapatkan syafaatnya.

Dengan penuh rasa syukur, saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KENAIKAN TARIF PARKIR PADA WAKTU TERTENTU (Studi Kasus di D’LAS Serang Purbalingga)”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi tugas sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum (S.H) dari Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto. Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas dari doa, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih atas motivasi dan bimbingannya kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto;
2. Dr. H. Supani, S.Ag., M.A., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto;
3. Dr. H. M. Iqbal Juliansyahzen, S.Sy., M.H., sebagai Wakil Dekan I Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto;
4. Dr. Marwadi, M.Ag., sebagai Wakil Dekan II Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto;
5. Dr. Hariyanto, S.H.I., M.Hum., M.Pd., Wakil Dekan III Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto;

6. M. Wildan Humaidi, S.H.I., M.H., Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto;
7. Ainul Yaqin, M.Sy., Koordinator Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto;
8. Dr. Mokhamad Sukron, Lc., M.Hum., Sekretaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto;
9. H. Khoirul Amru Harahap, M.H.I., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan mendukung saya menyelesaikan skripsi ini dengan baik;
10. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto;
11. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Tarsudin dan Ibu Kasri yang telah memberikan cinta, dukungan, dan pengorbanan tanpa batas, pencapaian ini adalah buah dari doa dan kasih sayang kalian;
12. Kakak saya tercinta, Tofik Hidayat, Tarso Dwi Cahyanto, Turyati, Solikhah, Suyitno, Sigit, dan Rifki Kurniawan. Kakak ipar saya, Romyati, Dwi Lestari, Saring, Agus Priyono, Choeriyah, Rokhimah, Restuning Widiasih. Keponakan saya, Diaz Saputra, Deva Ahmad Rayyan, Dzafri Hafiz Akhyar, Yuanita Ivana Putri, Shavika Ghina Aqilla, Diandra Aghnia Faiha, M. Azzam Zainul A., M. Arkhanza Faeyza A., Brylian Dafi Pratama, Maulidya Ashalina Fauzia, M. Afnan Firdaus. Canda tawa, nasihat, dan kehadiran kalian dalam suka dan duka telah memotivasi saya untuk terus berjuang hingga mencapai titik ini;
13. Aziz Nur Rohman, yang selalu mendampingi saya. Dukungan, perhatian, dan doa menjadi motivasi bagi saya selama proses penyusunan skripsi ini. Kesabaran menghadapi berbagai mood dan keluh kesah saya begitu sangat berarti. Terima kasih telah menjadi pendengar yang baik, pemberi

semangat yang tak kenal lelah, dan sumber inspirasi yang tak pernah habis. Semoga Allah memudahkan dan meridhoi jalan kita;

14. Teman-teman Program Studi Hukum Ekonomi Syariah 2020 terkhusus HES A 2020, Teman-teman Forum Mahasiswa Purbalingga, Teman-teman Pondok Pesantren Elfira I, Teman-teman PPL Pengadilan Negeri Banyumas Fakultas Syariah Tahun 2023 dan Teman-teman KKN Kelompok 20 Desa Mandirancan Tahun 2023.
15. Teman-teman seperjuangan saya, Nimas Ayu Septiani, Sulis Alifatul Nur Khoeriah, Sabrina Anindita, Putri Maisaki dan Fina Safangatun Safaroh yang sudah kebersamai selama perkuliahan dan mengukir kisah yang tidak pernah terlupakan;
16. Fetty Nur Fajriyati dan Lintang Dwi Saputri yang kebersamai disaat saya tidak tahu arah dan berbagi keluh kesah selama ini;
17. Direktur dan pengelola objek wisata D'LAS Serang Purbalingga yang sudah menyempatkan waktunya untuk memberikan data demi terselesaikannya skripsi ini;
18. Semua pihak yang telah membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Tiada hal lain yang dapat penulis berikan untuk menyampaikan rasa terimakasih melainkan hanya doa, semoga amal baik dari semua pihak tercatat sebagai amal ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu harapan kepada peneliti selanjutnya agar dapat meneliti kekurangan dari skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Purwokerto, 26 September 2024

Penulis,



Tita Nurul Fitriana
NIM.2017301013

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang digunakan pada penyusunan skripsi ini berlandaskan pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain '....	koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti bahasa Indonesia, terdiri dari vokal pendek, vokal rangkap dan vokal panjang.

1. Vokal Pendek

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	<i>Fathah</i>	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	Kasrah	I
◌ُ	<i>Ḍammah</i>	Ḍammah	U

2. Vokal Rangkap.

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

Nama	Huruf Latin	Nama	Contoh	Ditulis
<i>Fathah dan ya'</i>	Ai	a dan i	بينكم	<i>Bainakum</i>
<i>Fathah dan Wawu</i>	Au	a dan u	قول	<i>Qaul</i>

3. Vokal Panjang.

Maddah atau vocal panjang yang lambing nya berupa harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Fathah + alif ditulis ā	Contoh جاهلية ditulis <i>jāhiliyyah</i>
Fathah+ ya' ditulis ā	Contoh تنسى ditulis <i>tansā</i>
Kasrah + ya' mati ditulis ī	Contoh كريم ditulis <i>karīm</i>
Ḍammah + wawu mati ditulis ū	Contoh فروض ditulis <i>furūḍ</i>

C. Ta' Marbūṭah

1. Bila dimatikan, ditulis h:

إجارة	Ditulis <i>Ijārah</i>
إقتصدية	Ditulis <i>Iqtiṣadiyah</i>

2. Bila dihidupkan karena berangkat dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	Ditulis <i>ni'matullāh</i>
-----------	----------------------------

3. Bila *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ditransliterasikan dengan *h* (h).

Contoh:

روضة الاطفال	<i>Raudah al-aṭfāl</i>
المدينة المنورة	<i>Al-Madīnah al-Munawwarah</i>

D. Syaddah (Tasydīd)

Untuk konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap:

متعدّدة	Ditulis <i>mutā'addidah</i>
عدّة	Ditulis <i>'iddah</i>

E. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyah*

الحكم	Ditulis <i>al-ḥukm</i>
القرض	Ditulis <i>al-qarḍ</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah*

السماء	Ditulis <i>as-Samā'</i>
الطارق	Ditulis <i>aṭ-ṭāriq</i>

F. Hamzah

Hamzah yang terletak di akhir atau di tengah kalimat ditulis apostrof. Sedangkan hamzah yang terletak di awal kalimat ditulis alif. Contoh:

شيعى	Ditulis <i>syai'un</i>
تأخذ	Ditulis <i>ta'khuzū</i>
أمرت	Ditulis <i>umirtu</i>

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh:

وان الله هو خير الرازيقین : *wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn*

أهل السنة : *ahlussunnah* atau *ahl as-sunnah*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	xi
DAFTAR ISI.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	10
E. Kajian Pustaka.....	10
F. Sistematika Pembahasan	17
BAB II ETIKA BISNIS ISLAM	19
A. Pengertian Etika Bisnis Islam	19
B. Hubungan Akhlak, Moral dan Etika	27
C. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam	30
D. Tujuan Etika Bisnis Islam	34
E. Fungsi Etika Bisnis Islam	36
F. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam	37
G. Nilai - Nilai Islam dalam Berbisnis.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	53
A. Jenis Penelitian.....	53
B. Pendekatan Penelitian	53

C. Jenis dan Sumber Data	54
1.Data Primer	54
2.Data Sekunder	55
D. Teknik Pengumpulan Data.....	55
1.Observasi	55
2.Wawancara	56
3.Dokumentasi.....	58
E. Metode Analisis Data.....	58
BAB IV ANALISIS TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KENAIKAN TARIF PARKIR DI D’LAS SERANG PURBALINGGA	60
A. Mekanisme Kenaikan Tarif Parkir di D’LAS Serang Purbalingga.....	60
B. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kenaikan Tarif Parkir di D’LAS Serang Purbalingga	66
BAB V PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia memerlukan sumber daya ekonomi guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Oleh karena itu, mereka terus berupaya memenuhi kebutuhan melalui berbagai cara, termasuk bekerja dan berbisnis. Dalam ajaran Islam, umat muslim diwajibkan untuk bekerja dengan berlandaskan keimanan, etika, dan perilaku etis yang sejalan dengan ajaran Islam. Aktivitas kerja serta bisnis merupakan sarana utama bagi manusia untuk memperoleh penghasilan. Lebih lanjut, Allah Swt telah menyediakan bumi yang luas beserta berbagai sumber daya didalamnya sebagai fasilitas bagi manusia untuk mencari nafkah dan memenuhi kebutuhan keluarganya.¹

Setiap aktivitas manusia, khususnya dalam ranah pekerjaan dan bisnis, diatur oleh norma-norma etis untuk menciptakan keseimbangan dan kerukunan sosial. Dalam konteks bisnis, aturan ini dikenal sebagai etika bisnis. Etika bisnis mencakup serangkaian panduan yang berkaitan erat dengan norma serta asas yang berlaku dalam masyarakat. Tujuannya adalah untuk membangun suasana yang kondusif dan mendukung kegiatan ekonomi dan usaha. Pelaku usaha diharapkan memiliki pemahaman dan kesadaran akan pentingnya etika dan moral, karena kedua aspek ini merupakan komponen penting dalam menjalankan aktivitas ekonomi.²

¹ Iwan Aprianto, dkk. *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam* (Yogyakarta, Penerbit Deepublish, 2020), hlm 16.

² Sri Mulyono, *Etika Bisnis Islam*, (Lombok: Alliv Renteng Mandiri, 2021), hlm 4.

Perusahaan berpegang teguh pada keyakinan bahwa bisnis yang sejati adalah bisnis yang beretika. Mereka memandang kepatuhan terhadap prinsip-prinsip etika dan regulasi yang berlaku sebagai pondasi untuk mencapai kinerja unggul dan pertumbuhan yang berkelanjutan. Dalam paradigma ini, etika bisnis bukan sekedar formalitas, melainkan kompas moral yang mengarahkan setiap aspek operasional. Pedoman etika ini menjadi kerangka acuan bagi seluruh elemen perusahaan, dari jajaran manajemen hingga karyawan lini depan. Implementasinya terlihat dalam rutinitas kerja sehari-hari, di mana setiap individu dituntut untuk menjalankan tugasnya dengan integritas tinggi, kejujuran tanpa kompromi, transparansi dalam setiap tindakan, serta profesionalisme yang mumpuni. Dengan menjunjung tinggi standar etika ini, perusahaan tidak hanya berupaya mencapai kesuksesan finansial, tetapi juga membangun reputasi yang kokoh dan kepercayaan yang langgeng dari seluruh pemangku kepentingan.

Etika bisnis dalam perspektif Islam merujuk pada seperangkat norma moral didasarkan pada firman Allah dalam Al-Quran dan ajaran Rasulullah, yang seharusnya berfungsi sebagai panduan bagi individu dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Dalam konteks ini, seorang pebisnis muslim tidak hanya berfokus pada perolehan keuntungan semata, tetapi juga mengutamakan keberkahan usaha. Keberkahan ini dicapai melalui perolehan keuntungan yang wajar dan sesuai dengan ridho Allah Swt. Dengan demikian, tujuan berbisnis dalam Islam tidak terbatas pada

pencapaian keuntungan material, namun juga mencakup aspek spiritual yang tidak kalah pentingnya.³

Mempelajari etika bisnis pada dasarnya adalah mengkaji konsep baik dan buruk, benar dan salah dalam konteks kegiatan ekonomi, dengan menggunakan prinsip-prinsip moral sebagai landasan. Dalam hal ini, moralitas mencakup penilaian terhadap perilaku manusia dari berbagai sudut pandang: bermanfaat atau merugikan, mulia atau hina, tepat atau keliru, wajar atau janggal, serta selaras atau bertentangan dengan norma sosial. Lebih lanjut, dalam perspektif etika bisnis Islam, dimensi halal dan haram juga menjadi pertimbangan penting yang ditambahkan dalam kajian ini.⁴

Momen-momen istimewa seperti hari raya Idulfitri, perayaan Natal, dan pergantian tahun baru menjadi titik fokus dalam kalender sosial masyarakat. Periode liburan panjang ini tidak hanya menawarkan kesempatan untuk beristirahat dari rutinitas, tetapi juga menjadi waktu yang dinanti-nantikan untuk berekreasi dan berkumpul bersama keluarga. Selain itu, berbagai acara khusus yang digelar di lokasi-lokasi wisata semakin menambah daya tarik bagi para pelancong. Fenomena ini menciptakan gelombang besar kunjungan wisata, di mana orang-orang dari berbagai latar belakang berbondong-bondong mendatangi objek-objek wisata. Keramaian di destinasi wisata selama periode ini menjadi bukti

³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran bumi* (Jakarta: Pennebar Plus, 2012), hlm 30.

⁴ Faisal Badroen, dkk. *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), hlm 70

nyata betapa momen-momen libur panjang dan acara khusus telah menjadi pemicu yang kuat dalam menggerakkan industri pariwisata dan menciptakan pengalaman berharga bagi para wisatawan. Sebuah destinasi pariwisata yang menawarkan pesona tersendiri di Purbalingga adalah objek wisata D'LAS yang berada di Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga. D'LAS adalah objek pariwisata yang menghadirkan panorama alam memukau bagi para pengunjungnya, pemandangan yang sangat menarik di bawah lereng Gunung Slamet serta berbagai wahana di dalam objek wisata tersebut.

Momen libur panjang dan acara khusus menjadi ajang strategis bagi para pelaku bisnis yang peka terhadap dinamika pasar. Mereka dengan jeli mengamati dan memanfaatkan lonjakan jumlah pengunjung yang signifikan dibandingkan hari-hari biasa. Melihat peluang ini, para pebisnis menerapkan strategi penetapan harga yang fleksibel. Kebijakan harga yang berbeda ini mencerminkan upaya para pengusaha untuk mengoptimalkan pendapatan mereka selama masa puncak kunjungan.

Objek wisata D'LAS merupakan contoh nyata dari penerapan strategi ini. Pada libur lebaran tahun 2024, harga tiket masuk mengalami kenaikan sebesar 50%, dari Rp.10.000 menjadi Rp.15.000 per orang. Tarif parkir juga mengalami peningkatan yang signifikan. Untuk sepeda motor, tarif naik dari Rp.2.000 menjadi Rp.5.000. Mobil dikenakan biaya Rp.10.000, naik dari Rp.5.000 pada hari biasa. Mikro dan elf mengalami kenaikan dari Rp.10.000 menjadi Rp.15.000. Bus sedang tarifnya naik dari

Rp.15.000 menjadi Rp.20.000, sementara bus besar dikenakan biaya Rp.25.000, naik dari Rp.20.000 pada hari-hari normal.

Manajemen objek wisata D'LAS merupakan hasil kolaborasi antara Badan Usaha Milik Desa Serang Makmur Sejahtera, PT Lembah Asri Serang, dan warga setempat Desa Serang. Untuk pengelolaan objek wisata baik dari segi sarana prasarana, tiket masuk maupun tarif parkir dikelola oleh PT Lembah Asri Serang.

Menurut informasi yang diperoleh dari pihak manajemen PT Lembah Asri Serang, kenaikan harga tiket masuk selama libur panjang adalah sesuatu yang sudah terjadi dari tahun-tahun sebelumnya, kenaikan harga tiket menjadi kebijakan berkelanjutan bagi objek wisata ini. Kebijakan mengenai kenaikan harga ini bertujuan untuk menaikkan omset objek wisata begitupun dengan kenaikan tarif parkir.⁵

Kenaikan tarif parkir adalah kebijakan yang dilakukan oleh PT Lembah Asri Serang untuk menaikkan omset pendapatan, tetapi karena kurangnya pemberitahuan tentang kenaikan tarif parkir membuat pengunjung tidak tahu akan kenaikan harga tersebut. Pengelola dalam memberitahukan kenaikan tarif parkir hanya pada loket pembayaran serta media *online*. Pengunjung berpendapat bahwa kurangnya pemberitahuan adanya kenaikan tarif parkir membuat mereka tidak tahu. Pemberitahuan hanya diketahui pengunjung saat di loket pembayaran parkir, bagi mereka

⁵ Wahyu (pengelola wisata), wawancara pada hari Rabu, tanggal 24 April 2024

yang sebelum waktu liburan mengunjungi objek wisata ini terkejut dengan kenaikan tarif parkir tersebut.⁶

Pengunjung lain berpendapat bahwa kenaikan tarif parkir cukup tinggi dan dengan harga tersebut menambah biaya yang harus dikeluarkan pengunjung. Selain pengunjung dibebankan pada kenaikan harga tiket masuk wisata, pengunjung juga dibebankan pada kenaikan tarif parkir.⁷

Selain tanggapan pengunjung di atas, pengunjung lain juga berpendapat bahwa hal tersebut maklum terjadi di momen liburan, karena banyaknya pengunjung yang datang menjadi momentum yang pas untuk mendapatkan keuntungan lebih banyak, bagi mereka tidak masalah apabila tarif parkir dinaikkan karena momen tersebut hanya datang beberapa kali dalam satu tahun.⁸

Penyediaan fasilitas parkir di Kabupaten Purbalingga merupakan tanggung jawab yang dapat dilaksanakan oleh tiga pihak utama, yaitu Pemerintah Daerah, perseorangan warga negara Indonesia, atau Badan Hukum Indonesia. Penyelenggaraan perparkiran ini diatur secara komprehensif melalui Peraturan Daerah Kabupaten Purbalingga Nomor 5 Tahun 2023, yang memuat berbagai ketentuan mengenai standar teknis fasilitas parkir untuk menjamin keamanan dan kenyamanan pengguna. Penyelenggaraan perparkiran diatur melalui Peraturan Daerah Kabupaten Purbalingga Nomor 5 Tahun 2023, yang memuat berbagai ketentuan

2024 ⁶ Solikhah, Dafi (pengunjung sepeda motor), wawancara pada hari Minggu, 14 April

⁷ Widi, Rifki (Pengunjung sepeda motor), wawancara pada hari Minggu, 14 April 2024

⁸ Eri, Rozak (Pengunjung mobil), wawancara pada hari Minggu, 14 April 2024

mengenai standar teknis fasilitas parkir untuk menjamin keamanan dan kenyamanan pengguna. Peraturan ini juga mengatur secara rinci hak dan kewajiban serta tanggung jawab dan larangan baik dari sisi penyelenggara maupun pengguna layanan parkir.⁹

Syed Nawab Haider Naqvi telah merumuskan empat prinsip fundamental yang menjadi landasan bagi umat muslim dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Prinsip-prinsip ini mencerminkan nilai-nilai inti ajaran Islam dan memberikan kerangka etis yang komprehensif untuk praktik bisnis. Pertama, prinsip ketauhidan (*unity*) menekankan kesatuan antara aktivitas bisnis dan nilai-nilai spiritual, mengingatkan pelaku bisnis bahwa segala tindakan mereka harus sejalan dengan ajaran Allah. Kedua, keseimbangan (*equilibrium*) mengajarkan pentingnya menjaga harmoni antara kepentingan individu dan masyarakat, serta antara aspek material dan spiritual. Ketiga, kebebasan berkehendak (*free will*) mengakui hak individu untuk membuat keputusan bisnis, namun dalam batas-batas etika dan moral Islam. Terakhir, prinsip pertanggungjawaban (*responsibility*) menekankan bahwa setiap tindakan bisnis akan dimintai pertanggungjawaban. Keempat prinsip ini bersinergi membentuk fondasi etika bisnis Islam yang kokoh, membimbing umat muslim untuk menjalankan bisnis dengan integritas, keadilan, dan kebermanfaatn bagi semua pihak.¹⁰

⁹ Peraturan Daerah Kabupaten Purbalingga Nomor 5 Tahun 2023, diakses pada 16 Oktober 2024

¹⁰ Muhammad Toriq Nurmadiansyah. *Etika Bisnis Islam Konsep Dan Praktek* (Yogyakarta: Cakrawala Pustaka.2021), hlm 31.

Praktik kenaikan tarif parkir di objek wisata D'LAS menunjukkan adanya ketidakselarasan dengan aspek fundamental dalam etika bisnis Islam. Prinsip-prinsip yang tampak tidak sepenuhnya diimplementasikan dalam kasus ini adalah konsep keseimbangan (*equilibrium*), kebebasan berkehendak (*free will*) dan pertanggungjawaban (*responsibility*). Penerapan prinsip ini terlihat kurang optimal dalam konteks kebijakan tarif parkir yang diterapkan oleh pengelola objek wisata tersebut.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **“TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KENAIKAN TARIF PARKIR PADA WAKTU TERTENTU(Studi Kasus di D’LAS Serang Purbalingga)”**.

B. Definisi Operasional

Agar tidak menjadi multitafsir pada judul penelitian ini dan untuk memperjelas maksud penelitian, maka perlu diperjelas beberapa definisi berikut ini :

1. Tinjauan Etika Bisnis Islam

Maksud dari tinjauan yaitu pandangan atau pendapat. Berdasarkan pandangan Islam, etika bisnis dipahami sebagai kumpulan nilai dan prinsip yang menjadi acuan bagi para pelaku usaha muslim. Prinsip-prinsip ini menjadi panduan dalam melakukan transaksi, berinteraksi dengan pihak lain, serta menjalankan operasi bisnis secara keseluruhan. Tujuan utamanya adalah untuk mencapai kesuksesan

bisnis yang selaras dengan ajaran Islam, memastikan keberlanjutan usaha, serta menciptakan dampak positif yang dapat dirasakan oleh seluruh pihak.¹¹

2. Parkir

Kamus Besar Bahasa Indonesia memaknai parkir sebagai aktivitas menempatkan kendaraan bermotor untuk jangka waktu tertentu di lokasi yang diperuntukkan untuk itu.¹² Keadaan kendaraan yang berhenti beroperasi sementara waktu karena ditinggal oleh pengendaranya.

C. Rumusan Masalah

Merujuk pada konteks permasalahan di atas, dapat diidentifikasi beberapa fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme kenaikan tarif parkir di D'LAS Serang Purbalingga?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap kenaikan tarif parkir di D'LAS Serang Purbalingga?

¹¹ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022), hlm 01.

¹² Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi Oktober 2023 (Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia), <https://kbbi.kemdikbud.go.id>, diakses pada 20 April 2024

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- 1) Memahami mekanisme kenaikan tarif parkir di D'LAS Serang Purbalingga.
- 2) Menganalisis bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap kenaikan tarif parkir di D'LAS Serang Purbalingga.

2. Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat, khususnya bagi para wirausahawan serta masyarakat luas yang hendak terjun ke dunia bisnis. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber acuan bagi peneliti lain dalam bidang yang sama.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memperkaya pemahaman keilmuan dan fungsi sebagai wadah untuk menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari selama kuliah. Selain itu, diharapkan dapat menjadi pertimbangan yang bermakna dalam perencanaan kebijakan di waktu yang akan datang.

E. Kajian Pustaka

Untuk memastikan penelitian ini memiliki fokus yang jelas, diperlukan telaah pustaka. Dari hasil telaah pustaka, peneliti menemukan

penelitian terdahulu yang memiliki keselarasan dengan permasalahan yang menjadi fokus penelitian, meskipun subjek dan tinjauan hukum dalam penelitian ini berbeda. Berikut adalah penelitian-penelitian terdahulu yang dimaksud:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Via Varidhotul Islamiyah berjudul "Strategi Penetapan Harga Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam".¹³ Terdapat kesamaan antara penelitian Via Varidhotul Islamiyah dengan penelitian yang akan dilaksanakan, yakni keduanya menganalisis konsep etika bisnis Islam. Namun, perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Penelitian ini akan mendalami tinjauan etika bisnis Islam terhadap kenaikan tarif parkir pada waktu tertentu di D'LAS Serang Purbalingga. Sementara itu, Via Varidhotul Islamiyah menganalisis strategi penetapan harga dalam perspektif etika bisnis Islam, khususnya pada praktik jual beli LPG sebagai kebutuhan pokok di Way Jepara, Lampung Timur.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Sarmila yang berjudul "Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Kenaikan Harga Barang Komoditi di Bulan Ramadan".¹⁴ Kedua penelitian memiliki kesamaan dalam hal menganalisis kenaikan harga, namun dengan fokus yang berbeda. Penelitian ini meninjau kenaikan tarif parkir di D'LAS Serang

¹³ Via Varidhotul Islamiyah, "Strategi Penetapan Harga Dalam Perspektif Etika Bisnis "Islam", *Skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2017) <https://repository.metrouniv.ac.id/eprint/2611/>, diakses pada 20 April 2024.

¹⁴ Sarmila, "Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Kenaikan Harga Barang Komoditi Di Bulan Ramadan", *Skripsi* (Tanrutedeng: IAIN Parepare, 2021) <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/2838/1/16.2200.049.pdf>, diakses pada 20 April 2024.

Purbalingga dari sudut pandang etika bisnis Islam, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sarmila mengkaji kenaikan harga barang komoditi selama Ramadan di pasar sentral Tanrutedong berdasarkan hukum ekonomi Islam.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fakhruddin berjudul “Penetapan Harga Jual Beli Tiket Tarif Lebaran Bus Jurusan Bima Mataram Di Bima Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.¹⁵ Kedua penelitian memiliki kesamaan dalam menganalisis kenaikan harga, namun dengan fokus yang berbeda. Penelitian ini mengkaji tinjauan etika bisnis Islam terhadap kenaikan tarif parkir pada waktu tertentu di D’LAS Serang Purbalingga. Sementara itu, Muhammad Fakhruddin meneliti penetapan harga tiket bus jurusan Bima-Mataram selama musim lebaran dari sudut pandang ekonomi Islam.¹⁶

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Khairina berjudul “Dampak Peringatan Hari-Hari Besar Islam Dalam Pemenuhan Jual Beli Bahan Pokok Terhadap Kebutuhan Masyarakat Di Pasar Induk Lambaro Aceh Besar”. Kedua penelitian memiliki kesamaan dalam menganalisis perubahan harga terkait dengan peristiwa tertentu. Namun, terdapat perbedaan fokus yang signifikan. Penelitian ini berfokus pada tinjauan

¹⁵ Muhammad Fakhruddin, “Penetapan Harga Jual Beli Tiket Tarif Lebaran Bus Jurusan Bima Mataram Di Bima Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Skripsi* (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2018), <https://repositori.uin-alauddin.ac.id/8555/1/Muh.%20Fakhruddin.pdf>, diakses pada 20 April 2024.

¹⁶ Khairina, “Dampak Peringatan Hari-Hari Besar Islam Dalam Pemenuhan Jual Beli Bahan Pokok Terhadap Kebutuhan Masyarakat Di Pasar Induk Lambaro Aceh Besar”, *Skripsi* (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2023) <https://repository.arraniry.ac.id/id/eprint/31847/>, diakses pada 20 April 2024.

etika bisnis Islam terhadap kenaikan tarif parkir pada waktu tertentu di D'LAS Serang Purbalingga. Sementara itu, Khairina mengkaji dampak hari-hari besar Islam terhadap pemenuhan kebutuhan masyarakat melalui jual beli bahan pokok di Pasar Induk Lambaro, Aceh Besar.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Abdul Aziz berjudul “Mekanisme Penetapan Harga Di Toko Grosir Alat Tulis Alisa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam”.¹⁷ Kedua penelitian memiliki kesamaan dalam menganalisis praktik bisnis dari perspektif etika bisnis Islam. Namun, terdapat perbedaan fokus yang signifikan. Penelitian ini mengkaji tinjauan etika bisnis Islam terhadap kenaikan tarif parkir pada waktu tertentu di D'LAS Serang Purbalingga. Sementara itu, Abdul Aziz meneliti mekanisme penetapan harga untuk berbagai jenis pembeli di toko alat tulis Alisa Panorama Bengkulu berdasarkan etika bisnis Islam.

Penulis dalam skripsi ini menerangkan tentang kenaikan tarif parkir pada waktu tertentu di D'LAS Serang Purbalingga ditinjau dari etika bisnis Islam. Dari beberapa kajian pustaka yang ada, setelah mengamati serta menelusuri bahwa Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kenaikan Tarif Parkir Pada Waktu Tertentu Di D'LAS Serang Purbalingga, belum ada dan perlu dikaji agar menghasilkan literatur yang berguna bagi pengelola wisata maupun pembaca untuk menciptakan bisnis yang sehat dan diridhoi Allah Swt.

¹⁷ Abdul Aziz, “Mekanisme Penetapan Harga Di Toko Grosir Alat Tulis Alisa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam ”, *Skripsi* (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2021), <http://repository.iainbengkulu.ac.id/5551/1/SKRIPSI%20ABDUL%20AZIZ%20PDF.pdf>, diakses pada 20 April 2024.

Untuk lebih mudah dalam memahami perbedaan dari penelitian penulis dengan penelitian terdahulu, penulis menyusun tabel sebagai berikut :

Tabel. 1 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
Via Varidhotul Islamiyah	Strategi Penetapan Harga Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	Memiliki kesamaan dalam menganalisis praktik bisnis perspektif etika bisnis Islam	Penelitian ini akan mendalami tinjauan etika bisnis Islam terhadap kenaikan tarif parkir pada waktu tertentu di D'LAS Serang Purbalingga. Sedangkan dalam penelitian tersebut menganalisis strategi penetapan harga dalam perspektif etika bisnis Islam, khususnya pada praktik jual beli LPG sebagai kebutuhan pokok di Way Jepara, Lampung Timur.

Sarmila	Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Kenaikan Harga Barang Komoditi di Bulan Ramadan	Penulis sama- sama menganalisis tentang kenaikan harga	Penelitian ini meninjau kenaikan tarif parkir di D’LAS Serang Purbalingga dari sudut pandang etika bisnis Islam. Sedangkan dalam penelitian tersebut mengkaji kenaikan harga barang komoditi selama Ramadan di pasar sentral Tanrutedong berdasarkan hukum ekonomi Islam.
Muhammad Fakhruddin	Penetapan Harga Jual Beli Tiket Tarif Lebaran Bus Jurusan Bima Mataram Di Bima Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Penulis sama- sama menganalisis tentang kenaikan harga	Penelitian ini mengkaji tinjauan etika bisnis Islam terhadap kenaikan tarif parkir pada waktu tertentu di D’LAS Serang Purbalingga. Sedangkan dalam

			<p>penelitian tersebut meneliti penetapan harga tiket bus jurusan Bima-Mataram selama musim lebaran dari sudut pandang ekonomi Islam.</p>
Khairina	<p>Dampak Peringatan Hari-Hari Besar Islam Dalam Pemenuhan Jual Beli Bahan Pokok Terhadap Kebutuhan Masyarakat Di Pasar Induk Lambaro Aceh Besar</p>	<p>Penulis sama-sama menganalisis tentang kenaikan harga</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada tinjauan etika bisnis Islam terhadap kenaikan tarif parkir pada waktu tertentu di D'LAS Serang Purbalingga. Sedangkan dalam penelitian tersebut mengkaji dampak hari-hari besar Islam terhadap pemenuhan kebutuhan masyarakat melalui jual beli bahan pokok di Pasar Induk</p>

			Lambaro, Aceh Besar.
Abdul Aziz	Mekanisme Penetapan Harga Di Toko Grosir Alat Tulis Alisa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam	Memiliki kesamaan dalam menganalisis praktik bisnis perspektif etika bisnis Islam	Penelitian ini mengkaji tinjauan etika bisnis Islam terhadap kenaikan tarif parkir pada waktu tertentu di D'LAS Serang Purbalingga. Sedangkan dalam penelitian tersebut meneliti mekanisme penetapan harga untuk berbagai jenis pembeli di toko alat tulis Alisa Panorama Bengkulu berdasarkan etika bisnis Islam.

F. Sistematika Pembahasan

Guna menyederhanakan proses penyusunan dan meningkatkan pemahaman penelitian secara sistematis, struktur penulisan dirancang dengan susunan berikut:

Bab pertama memuat pendahuluan yang terdiri dari enam bagian, termasuk latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

Bab dua membahas tentang etika bisnis Islam. Pembahasan etika bisnis Islam menjelaskan tentang pengertian etika bisnis Islam, hubungan akhlak, moral dan etika, dasar hukum etika bisnis Islam, tujuan etika bisnis Islam, fungsi etika bisnis Islam, prinsip-prinsip etika bisnis Islam dan nilai-nilai Islam dalam berbisnis.

Bab tiga menjelaskan tentang metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis data.

Bab empat menjelaskan tentang analisis tinjauan etika bisnis Islam terhadap kenaikan tarif parkir di D'LAS Serang Purbalingga, yang terdiri dari dua sub bab, yakni mekanisme kenaikan tarif parkir di D'LAS Serang Purbalingga dan tinjauan etika bisnis Islam terhadap kenaikan tarif parkir di D'LAS Serang Purbalingga.

Bab lima yaitu penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

ETIKA BISNIS ISLAM

A. Pengertian Etika Bisnis Islam

Istilah “etika” pertama kali diperkenalkan oleh Aristoteles dalam *Eticha Nichomacheae*, yang kemudian dianggap sebagai awal lahirnya etika. Istilah “etika” merupakan turunan dari “*ethos*” dalam bahasa Yunani, yang jika diubah menjadi bentuk jamak (*taetha*) merujuk pada tradisi atau kebiasaan. Perkembangan dari kebiasaan ini kemudian menciptakan suatu sistem norma yang kuat dalam masyarakat, mengatur bagaimana setiap perilaku dan tindakan harus selaras dengan norma-norma tersebut. Seiring waktu, norma-norma ini telah membentuk landasan moral masyarakat dalam menghormati dan menjunjung tinggi adat istiadat yang berlaku.¹⁸

Dari sudut pandang secara etimologis, etika dapat diartikan sebagai: pertama, ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak serta kewajiban moral; kedua, kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak; ketiga, nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.¹⁹

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan etika sebagai ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).²⁰ Etika sebagai bagian dari filsafat berperan

¹⁸ Irham Fahmi, *Etika Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm 2.

¹⁹ Muhammad Toriq Nurmadiansyah. *Etika Bisnis Islam Konsep Dan Praktek*, hlm 17.

²⁰ Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi Oktober 2023, diakses pada 10 Juli 2024

sebagai kajian rasional dan kritis terhadap nilai, norma, dan moralitas. Moral merupakan pedoman dan penilaian tentang baik dan buruk, sementara etika adalah refleksi mendalam dan argumentasi logis yang menjelaskan mengapa sesuatu dinilai baik atau buruk. Misalnya, pandangan bahwa berbohong itu tidak baik adalah bagian dari moral, namun analisis kritis mengenai alasan mengapa kebohongan dianggap tidak baik termasuk dalam lingkup etika.²¹

Secara kritis, Verderber menulis bahwa etika adalah standar-standar moral yang mengatur perilaku bagaimana kita bertindak dan mengharapkan orang lain bertindak. Etika pada dasarnya merupakan dialektika antara kebebasan dan tanggung jawab antara tujuan yang hendak dicapai dan cara untuk mencapai tujuan itu. Ia berkaitan dengan penilaian tentang perilaku benar atau tidak benar, yang baik atau tidak baik, yang pantas atau tidak pantas, yang berguna atau tidak berguna, dan yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan.²²

Etika telah menjadi landasan penting yang membentuk cara kita hidup dan berinteraksi. Seiring berkembangnya masyarakat, etika terus mengalami evolusi dan semakin memperluas pengaruhnya terhadap berbagai aspek kehidupan. Sebagai pedoman moral, etika tidak hanya menjadi konsep abstrak, tetapi juga menjadi panduan praktis yang membantu individu mengarahkan tindakan mereka sehari-hari. Etika

²¹ Rujiansyah, "Etika Bisnis dalam Islam." *Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syari'ah*, Vol. 4, No. 1 (2017), hlm 2. ([11\) Etika Bisnis Dalam Islam | Sosiawan Siregar - Academia.edu](#), diakses pada 15 Juli 2024.

²² Muhammad Toriq Nurmadiansyah. *Etika Bisnis Islam Konsep Dan Praktek*, hlm 19-20.

memberikan kerangka berpikir yang memungkinkan seseorang untuk mengevaluasi pilihan-pilihan yang dihadapi, mempertimbangkan konsekuensi dari setiap tindakan, dan akhirnya mengambil keputusan yang bijaksana. Sebagai fondasi pengambilan keputusan, etika berperan penting dalam menuntun kita memilih tindakan yang tepat, dan penting disadari bahwa prinsip-prinsip etika ini bersifat universal, dapat diaplikasikan secara luas ke dalam berbagai dimensi kehidupan manusia, mulai dari urusan pribadi hingga interaksi sosial dan profesional.

Secara umum, menurut A. Sonny Keraf, etika dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu :²³

1. Etika umum, berbicara mengenai norma dan nilai moral, meliputi norma-norma sosial, nilai-nilai etis, dan kondisi-kondisi esensial yang memungkinkan individu bertindak secara bermoral, serta menelaah berbagai teori etika yang menjadi landasan dalam pengambilan keputusan etis, sekaligus berfungsi sebagai kerangka acuan dan standar evaluasi untuk menilai kualitas moral dari tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dalam masyarakat.
2. Etika khusus, yaitu penerapan prinsip-prinsip atau norma-norma moral dasar dalam bidang kehidupan yang khusus, baik dalam lingkup organisasi maupun profesi, di mana individu dituntut untuk

²³ Abdurrozzaq Hasibuan, *Etika Profesi Profesionalisme Kerja* (Medan: UISU Press, 2017), hlm 10-11.

mengambil keputusan dan bertindak sesuai dengan standar etis yang berlaku, dengan tetap mempertimbangkan kompleksitas sistem nilai yang ada dalam masyarakat, termasuk aspek budaya, adat istiadat, norma sosial, pendidikan, serta keyakinan, yang secara kolektif membentuk landasan etika dalam kehidupan publik dan profesional. Etika khusus tersebut dibagi lagi menjadi dua bagian sebagai berikut:

- a) Etika individual menyangkut kewajiban dan perilaku manusia terhadap dirinya sendiri untuk mencapai kesucian kehidupan pribadi, kebersihan hati nurani, dan yang berakhlak luhur (*akhlakul kharimah*).
- b) Etika sosial merupakan konsep yang mencakup kewajiban, sikap, dan perilaku individu sebagai bagian dari masyarakat. Konsep ini erat kaitannya dengan nilai-nilai sopan santun, tata krama, dan rasa saling menghormati yang menjadi landasan dalam interaksi antarmanusia. Etika sosial mengatur bagaimana seseorang berinteraksi dengan orang lain, baik secara individual maupun kelompok, seperti dalam lembaga masyarakat atau organisasi formal. Penerapan etika sosial ini penting untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan saling menghargai di antara anggota masyarakat, serta memastikan bahwa setiap individu dapat berperan secara positif dalam lingkungan sosialnya.

Adapun definisi bisnis dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.²⁴

Secara terminologis, terdapat beberapa pengertian mengenai bisnis. Salah satu definisi mengartikan bisnis sebagai suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan laba atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Pandangan lain menyatakan bahwa bisnis merupakan sejumlah total usaha yang meliputi berbagai sektor seperti pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa, dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang pembuatan dan penyediaan barang dan jasa kepada konsumen. Dalam pengertian yang lebih luas, konsep bisnis ini mencakup tiga kategori utama: pertama, usaha perseorangan skala kecil dalam bidang barang dan jasa; kedua, usaha perusahaan besar seperti pabrik, perusahaan transportasi,

²⁴ Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam* (Banten: Media Karya Publishing, 2020), hlm 7-8.

media, dan perhotelan; dan ketiga, usaha yang berkaitan dengan struktur ekonomi suatu bangsa.²⁵

Bisnis merupakan aktivitas yang memiliki cakupan sangat luas dan beragam. Aktivitas bisnis mencakup produksi barang, pemrosesan bahan-bahan dasar menjadi produk yang lebih berguna, pembuatan berbagai barang jadi, distribusi barang, penyediaan jasa, serta aktivitas jual beli barang dagangan. Selain itu, bisnis juga melibatkan berbagai pekerjaan yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan. Dalam konteks yang lebih luas, bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian kegiatan yang melibatkan pertukaran nilai, transaksi jual beli, proses produksi dan pemasaran, hubungan kerja antara pemberi kerja dan pekerja, serta berbagai bentuk interaksi manusia lainnya yang memiliki tujuan utama untuk memperoleh keuntungan ekonomis. Dengan demikian, bisnis tidak hanya terbatas pada aktivitas komersial semata, tetapi juga mencakup seluruh rangkaian proses ekonomi yang saling terkait dan bertujuan untuk menciptakan nilai tambah serta kesejahteraan.

Bisnis dalam al-Qur'an dijelaskan melalui kata *tijarah*, Allah Swt.

berfirman dalam Q.S An-Nur (24):37:

رَجَالٌ لَا تُلْهِهِمِْمْ بَيْعَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ ۖ يَخَافُونَ يَوْمًا
تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ ۖ

“Orang-orang yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan jual beli dari mengingat Allah, melaksanakan salat, dan menunaikan zakat.

²⁵ Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam*, hlm 9-10

Mereka takut kepada hari ketika hati dan penglihatan menjadi guncang (hari Kiamat).”²⁶

Dari ayat tersebut, memiliki dua makna penting. Makna pertama merujuk pada perniagaan secara umum, yang mencakup hubungan spiritual antara manusia dengan Allah. Dalam konteks ini, perniagaan dipahami sebagai tindakan-tindakan yang mendekatkan manusia kepada Allah, seperti memilih petunjuk-Nya, mencintai Allah dan Rasul-Nya, berjihad di jalan-Nya, membaca Al-Qur'an, mendirikan salat, dan berbagi rezeki. Semua ini dianggap sebagai bentuk "perniagaan" terbaik antara manusia dan Allah. Makna kedua dari *tijarah* lebih spesifik, merujuk pada aktivitas perdagangan atau jual beli antar manusia. Ini mencakup transaksi ekonomi dan pertukaran barang atau jasa yang terjadi dalam masyarakat.²⁷

Secara umum, bisnis dapat didefinisikan sebagai suatu aktivitas yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk meraih pendapatan dan memenuhi kebutuhan serta keinginan hidup. Melalui pengelolaan sumber daya ekonomi yang dilakukan secara efektif dan efisien, bisnis bertujuan untuk menciptakan nilai tambah dan meningkatkan kesejahteraan.²⁸

Berdasarkan pandangan Islam, etika bisnis dipahami sebagai kumpulan nilai dan prinsip yang menjadi acuan bagi para pelaku usaha

²⁶ Qur'an Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 10 Juli 2024

²⁷ Abdul Ghafur. "Etika bisnis dalam perspektif islam." *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 1 (2018), hlm 5. <https://ejournal.unzah.ac.id/index.php/iqtishodiyah/article/view/74> , diakses pada 15 Juli 2024.

²⁸ Malahayatie, *Konsep Etika Bisnis Islam* (Aceh: Sefa Bumi Persada, 2022), hlm 12

muslim. Prinsip-prinsip ini menjadi panduan dalam melakukan transaksi, berinteraksi dengan pihak lain, serta menjalankan operasi bisnis secara keseluruhan. Tujuan utamanya adalah untuk mencapai kesuksesan bisnis yang selaras dengan ajaran Islam, memastikan keberlanjutan usaha, serta menciptakan dampak positif yang dapat dirasakan oleh seluruh pihak.²⁹

Etika bisnis Islam merupakan prinsip akhlak yang mengarahkan pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan nilai-nilai yang diajarkan dalam Islam. Dengan mematuhi etika ini, para pelaku bisnis tidak perlu merasa khawatir, karena mereka beroperasi dalam kerangka yang sudah diyakini sebagai baik dan benar. Nilai-nilai etik, moral, dan akhlak seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan, dan cinta kasih berfungsi sebagai pendorong bagi individu untuk menjadi pribadi yang utuh dan bermartabat. Ketika nilai-nilai ini diterapkan, mereka tidak hanya memperkaya karakter pribadi, tetapi juga meningkatkan kualitas interaksi sosial dalam masyarakat. Walaupun setiap individu dapat memiliki pemahaman tentang nilai-nilai tersebut, bagi umat Islam, sumber utama yang membimbing perilaku adalah Al-Quran dan hadis, yang menjadi sumber utama dalam membimbing perilaku dan

²⁹ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam*, hlm 01.

keputusan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis.³⁰

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah kumpulan prinsip yang dijadikan acuan dalam tindakan atau kinerja yang dilakukan atau dijalankan dalam berbisnis dan tidak mengabaikan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an.

B. Hubungan Akhlak, Moral dan Etika

Dalam perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam disiplin filsafat, konsep akhlak sering kali didefinisikan selaras dengan konsep moral dan etika. Definisi ini mencakup sifat dan perilaku yang menjadi kebiasaan seseorang, yang dapat diartikan baik maupun buruk.

Beberapa tokoh pemikir Islam telah memberikan definisi yang mendalam mengenai akhlak. Ibnu Miskawaih menggambarkan akhlak sebagai kondisi jiwa yang memungkinkan seseorang untuk bertindak tanpa memikirkan lebih dahulu, menciptakan respons yang alami terhadap situasi. Al-Ghazaly menambahkan bahwa akhlak adalah keadaan yang menetap dalam jiwa, yang memungkinkan tindakan keluar dengan mudah tanpa memerlukan pertimbangan yang rumit. Sementara itu, Ahmad Muhammad al-Hufy memperluas makna akhlak dengan mendefinisikannya sebagai kemauan yang kuat yang terwujud melalui tindakan berulang-ulang, sehingga menjadi kebiasaan yang

³⁰ Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam". *Jurnal Ummul Qura*, Vol VII, No.1, (Maret, 2016), hlm65 <https://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/qura/article/view/3081>, diakses pada 15 Juli 2024.

dapat mengarah pada kebaikan atau keburukan. Ia menekankan bahwa setelah kebiasaan terbentuk, tindakan baik maupun buruk tidak lagi memerlukan pertimbangan akal. Lebih jauh, al-Hufy menegaskan bahwa akhlak merupakan sikap mental atau watak yang tercermin dalam berpikir, berbicara, dan bertingkah laku, yang pada akhirnya menjadi ekspresi dari jiwa seseorang.³¹ Dalam Islam, akhlak mengacu pada standar perilaku yang didasarkan pada ajaran Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad Saw.

Moral berasal dari kata latin yaitu *mos*, bentuk jamaknya *mores*, yang memiliki makna adat istiadat atau kebiasaan.³² WJS Poerwadarminta, dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, memberikan pengertian yang sederhana namun mendasar tentang moral. Menurutnya, moral berkaitan dengan penilaian baik dan buruk terhadap perbuatan dan kelakuan manusia. Sementara itu, Franz Magnis Suseno menawarkan definisi yang lebih luas, ia memandang moral sebagai suatu kumpulan ajaran, wejangan, khotbah, patokan, peraturan, dan ketetapan yang bisa bersifat lisan maupun tertulis tentang bagaimana manusia harus hidup dan bertindak untuk membentuk manusia yang baik.³³ Moral dipengaruhi oleh budaya, agama, dan norma sosial setempat.

³¹Ahmad Dahlan, *Pengantar Ekonomi Islam: Kajian Teologis, Epistemologi, dan Empiris*. (Jakarta:Prenada Media, 2019), hlm 48.

³² Malahayatie, *Konsep Etika Bisnis Islam*, hlm 11.

³³ Suhayib, *Studi Akhlak*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2016), hlm 15.

Franz Magnis Suseno memandang etika sebagai pemikiran kritis dan mendasar tentang ajaran-ajaran dan pandangan-pandangan moral atau akhlak. Definisi ini menekankan aspek analitis dan reflektif dari etika terhadap konsep moral. Sementara itu, K. Bertens menawarkan dua definisi etika. Pertama, ia mendefinisikan etika sebagai ilmu tentang yang baik dan buruk, yang menunjukkan fokus etika pada penilaian nilai. Kedua, Bertens juga menggambarkan etika sebagai ilmu yang membahas tentang moralitas atau tentang manusia sejauh berkaitan dengan moralitas, memperluas cakupan etika ke dalam konteks kemanusiaan. Sejalan dengan pemikiran tersebut, Amin Abdullah mendefinisikan etika sebagai studi kritis tentang ajaran moral dan ajaran akhlak. Dari ketiga pemikir ini, dapat disimpulkan bahwa etika dipahami sebagai disiplin ilmu yang mengkaji secara kritis tentang moralitas, akhlak, dan nilai-nilai kebaikan dalam konteks perilaku manusia.³⁴

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa akhlak, moral dan etika, memiliki peran berbeda dalam membentuk perilaku manusia. Akhlak dan moral berfungsi sebagai pedoman konkret tentang cara berperilaku, akhlak mengacu pada standar perilaku yang didasarkan pada ajaran Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad Saw sedangkan moral dipengaruhi oleh budaya, agama, dan norma sosial setempat. Sementara etika merupakan refleksi kritis dan rasional terhadap ajaran

³⁴ Suhayib, *Studi Akhlak*, hlm 16.

moral dan akhlak. Sebagai cabang filsafat, etika tidak memberikan perintah atau sanksi langsung, melainkan memberikan pemahaman mendalam tentang nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran moral dan akhlak. Tujuan etika adalah menumbuhkan kesadaran untuk berperilaku baik melalui pengertian dan pemahaman, bukan melalui aturan atau hukuman. Dengan demikian, etika berperan sebagai landasan filosofis, sedangkan moral dan akhlak berfungsi sebagai panduan praktis dalam kehidupan sehari-hari.

C. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Umat Islam memiliki dua sumber utama dalam menetapkan aturan dan hukum, yaitu Al-Qur'an sebagai wahyu dari Allah dan hadis yang merupakan teladan dari Nabi Muhammad saw. Etika bisnis dalam Islam juga diatur berdasarkan kedua sumber ini.

1. Allah Swt. berfirman dalam Q.S Al-Baqarah (2):172:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman, makanlah apa-apa yang baik yang Kami anugerahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya.”³⁵

Ayat Al-Qur'an tersebut menekankan pentingnya mengonsumsi dan memanfaatkan hal-hal yang baik yang telah dianugerahkan Allah, serta mengungkapkan rasa syukur kepada-

³⁵ Qur'an Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 10 Juli 2024

Nya. Dalam konteks bisnis, ayat ini dapat diinterpretasikan sebagai pedoman untuk menjual barang-barang yang baik dan tidak dilarang dalam ajaran Islam. Hal ini sejalan dengan fitrah manusia yang cenderung memilih hal-hal yang baik dan halal. Pelanggaran terhadap etika ini dapat membawa dampak negatif bagi para pelaku bisnis. Oleh karena itu, penting bagi para pebisnis muslim untuk memperhatikan kualitas dan kehalalan produk yang mereka jual, serta menjalankan praktik bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

2. Allah Swt. berfirman dalam Q.S An-Nur (24):37:

رَجَالٌ لَا تُلْهِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ يَخَافُونَ
يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ ۝

“Orang-orang yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan jual beli dari mengingat Allah, melaksanakan salat, dan menunaikan zakat. Mereka takut kepada hari ketika hati dan penglihatan menjadi guncang (hari Kiamat).”³⁶

Ayat tersebut menggambarkan karakteristik orang-orang yang beriman sejati. Mereka adalah individu yang mampu menyeimbangkan antara aktivitas duniawi, seperti perniagaan dan jual beli, dengan kewajiban spiritual mereka kepada Allah. Meskipun terlibat dalam kegiatan ekonomi, mereka tidak pernah melalaikan zikir kepada Allah, melaksanakan salat, dan membayar zakat. Kesadaran mereka akan adanya hari akhir, di

³⁶ Qur'an Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 10 Juli 2024

mana segala perbuatan akan dipertanggungjawabkan, membuat mereka senantiasa waspada dan berusaha menjalani kehidupan sesuai dengan perintah Allah. Keseimbangan antara urusan dunia dan akhirat inilah yang membuat mereka mendapat ridha Allah. Mereka bekerja untuk kehidupan dunia sebagai bentuk ketaatan pada perintah-Nya, sekaligus mempersiapkan diri untuk kehidupan akhirat yang penuh tantangan.

3. Selain itu dalam melakukan bisnis harus dilakukan dengan saling sukarela dan tanpa paksaan. Allah Swt. berfirman dalam Q.S An-Nisa (4):29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”³⁷

Dalam Al-Qur'an, Allah Swt. memberikan pedoman yang jelas mengenai etika dalam bertransaksi dan berbisnis, sebagaimana tertuang dalam ayat yang menyeru orang-orang beriman untuk tidak memakan harta sesama dengan cara yang batil. Ayat ini menekankan dua syarat utama dalam melakukan perdagangan yang sesuai dengan prinsip Islam. Pertama, transaksi

³⁷ Qur'an Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 10 Juli 2024

harus didasarkan pada kerelaan kedua belah pihak, tanpa ada pihak yang dirugikan. Kedua, tidak diperbolehkan adanya tindakan yang merugikan diri sendiri maupun orang lain. Prinsip ini melarang berbagai praktik bisnis yang tidak etis seperti pencurian, penyuapan, perjudian, penipuan, riba, dan segala bentuk transaksi yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Ayat ini juga menegaskan bahwa tindakan merugikan orang lain demi kepentingan pribadi sama halnya dengan menghancurkan diri sendiri. Namun, jika transaksi dilakukan atas dasar kesepakatan dan saling rela, maka hal tersebut diperbolehkan selama tidak melanggar prinsip-prinsip syariah.

4. Hadis

أَخْبَرَنَا إِسْحَاقُ بْنُ إِبْرَاهِيمَ قَالَ حَدَّثَنَا عَيْسَى بْنُ يُونُسَ وَوَكَيْعٌ قَالَ حَدَّثَنَا ابْنُ أَبِي ذَيْبٍ عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ حُفَافٍ عَنْ عُرْوَةَ عَنْ عَائِشَةَ قَالَتْ فَضَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّ الْحُرَاجَ بِالضَّمَانِ

“Telah mengabarkan kepada kami (Ishaq bin Ibrahim), ia berkata; telah menceritakan kepada kami (Isa bin Yunus) dan (Waki') mereka berkata; telah menceritakan kepada kami (Ibnu Abu Dzi`b) dari (Makhlad bin Khufaf) dari ('Urwah) dari ('Aisyah) ia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam menetapkan bahwa manfaat yang di dapat disertai dengan tanggungan.”³⁸

Hadis ini menyatakan bahwa seseorang yang memperoleh manfaat atau keuntungan dari suatu barang atau transaksi juga harus menanggung risiko atau kerugian yang mungkin timbul.

³⁸ Abi Abdirrahman Ahmad bin Syuaib bin Ali An-Nasa'i. *Sunan an-Nasa'i*. (Riyadh: Muktabah Al-Ma'arif, 2007), hlm 688.

Dengan kata lain, hak untuk menikmati keuntungan selalu disertai dengan kewajiban menanggung kerugian. Prinsip ini mencerminkan keadilan dalam Islam, di mana keseimbangan antara hak dan kewajiban dijunjung tinggi dalam setiap transaksi atau pemanfaatan harta, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan secara tidak adil.

D. Tujuan Etika Bisnis Islam

Dalam pandangan Islam, mencari keuntungan dalam bisnis adalah hal yang wajar, namun harus tetap berlandaskan pada prinsip keadilan. Ajaran Islam menekankan pentingnya mencintai sesama seperti mencintai diri sendiri, demi terciptanya keadilan dan kesejahteraan umat. Etika bisnis hadir untuk membangkitkan kesadaran moral para pelaku bisnis agar menjalankan praktik bisnis yang baik (*good business*) dan menghindari praktik bisnis yang tidak etis (*dirty business*). Tujuannya adalah untuk membangun citra dan manajemen bisnis yang beretika, sehingga dunia bisnis menjadi arena yang dapat dipercaya dan dimasuki oleh semua pihak. Hal ini juga dimaksudkan untuk menepis anggapan negatif tentang dunia bisnis sebagai kegiatan yang penuh kecurangan dan tipu muslihat. Penting untuk dipahami bahwa setiap kegiatan bisnis memiliki implikasi etis, dan karenanya membawa tanggung jawab moral bagi para pelakunya. Dengan demikian, etika bisnis menjadi panduan penting dalam menjalankan

aktivitas ekonomi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dan prinsip-prinsip universal.³⁹

Tujuan utama kegiatan bisnis bukan hanya mencari keuntungan semata, tetapi juga menciptakan kesejahteraan bagi semua pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam konsep ideal, aktivitas bisnis seharusnya memberikan manfaat kepada seluruh pemangku kepentingan, sehingga dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat secara luas. Bisnis tidak boleh justru menurunkan kesejahteraan atau merugikan pihak-pihak tertentu. Dalam konteks ini, etika memegang peranan penting sebagai paradigma dalam pengambilan keputusan manajemen oleh para pelaku bisnis. Fungsi etika bisnis berkaitan erat dengan tujuan kesejahteraan bersama yang ingin dicapai. Dengan demikian, pengelolaan bisnis yang etis tidak hanya mempertimbangkan aspek keuntungan finansial, tetapi juga dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnis tersebut. Hal ini menegaskan bahwa bisnis yang baik adalah bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan.⁴⁰

³⁹ Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam*, hlm 23-24.

⁴⁰ Galuh Larasati, *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli Makanan Tanpa Mencantumkan Harga*, skripsi (Surakarta:IAIN Surakarta,2020), hlm 27. [SKRIPSI FINAL GALUH.pdf \(iain-surakarta.ac.id\)](https://www.iain-surakarta.ac.id), diakses pada 11 Juli 2024

E. Fungsi Etika Bisnis Islam

Bisnis memiliki fungsi penting dalam masyarakat, yaitu menyediakan produk-produk yang dibutuhkan serta mengubah sesuatu yang biasa atau bernilai kecil menjadi sesuatu yang luar biasa atau bernilai besar. Namun, dalam perspektif Islam, praktik bisnis harus selalu mengedepankan etika bisnis Islam yang berlandaskan pada "akhlak". Pentingnya akhlak dalam bisnis ditegaskan oleh Nabi Muhammad saw dalam hadisnya yang berbunyi

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ

“Sesungguhnya aku diutus hanya untuk menyempurnakan keshalihan akhlak.” (HR. Al-Baihaqi).⁴¹

Hadis ini menekankan bahwa akhlak atau moral yang baik merupakan inti dari ajaran Islam, termasuk dalam konteks bisnis. Oleh karena itu, umat Islam dianjurkan untuk meneladani Rasulullah saw dalam menjalankan bisnis. Dengan mengikuti teladan beliau, diharapkan aktivitas bisnis tidak hanya menghasilkan keuntungan duniawi, tetapi juga membawa keberkahan dan keselamatan di dunia dan akhirat.

Etika Bisnis Islam memiliki beberapa fungsi khusus yang sangat penting dalam dunia bisnis, dapat diuraikan sebagai berikut:

⁴¹ Hadis online, [Sunan Baihaqi Kabir 25472 \(carihadis.com\)](http://carihadis.com), diakses pada 12 Oktober 2024

1. Etika bisnis berperan sebagai penyelaras berbagai kepentingan dalam dunia bisnis, menciptakan keseimbangan antara pihak-pihak yang terlibat.
2. Etika bisnis berfungsi sebagai agen perubahan yang membentuk kesadaran masyarakat tentang praktik bisnis yang benar, terutama dalam konteks Islam. Hal ini dilakukan dengan memberikan pemahaman dan perspektif baru tentang bisnis yang didasarkan pada nilai-nilai moral dan spiritual.
3. Etika bisnis Islam menawarkan solusi untuk berbagai permasalahan dalam praktik bisnis yang sering kali jauh dari nilai-nilai etika. Dalam hal ini, etika bisnis Islam menekankan pentingnya merujuk kembali pada sumber utama ajaran Islam, yaitu Al-Quran dan Sunnah, sebagai panduan dalam menjalankan aktivitas bisnis.⁴² Dengan demikian, etika bisnis Islam tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga sebagai instrumen untuk menciptakan praktik bisnis yang adil, berkelanjutan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

F. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Bisnis Islam mencakup berbagai aspek, termasuk produksi, distribusi, dan konsumsi, tanpa membatasi jumlah kepemilikan harta, barang, dan jasa, serta keuntungan yang diperoleh. Namun, terdapat

⁴² Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam". *Jurnal Ummul Qura*, Vol VII, No.1, (Maret, 2016), hlm66. <https://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/qura/article/view/3081>, diakses pada 15 Juli 2024.

batasan mengenai cara memperoleh dan memanfaatkan sumber daya tersebut, yang diatur oleh prinsip halal dan haram. Hal ini bertujuan agar pelaku bisnis dapat meraih kesuksesan sesuai dengan ajaran Islam, yang menekankan keuntungan tidak hanya dalam konteks dunia tetapi juga akhirat. Dalam konteks muamalah, yang erat kaitannya dengan perilaku manusia sehari-hari, sering kali individu menjadi lalai dan tidak beretika dalam menjalankan bisnis. Akibatnya, kezaliman dapat terjadi di tengah masyarakat, menciptakan ketidakadilan yang tidak terkendali.

Konsep etika bisnis berperan sebagai fondasi yang sangat penting dalam membangun praktik bisnis yang ideal. Dengan menempatkan etika bisnis sebagai landasan utama, diharapkan tercipta suasana yang dipenuhi dengan keadilan, kejujuran, dan kebaikan di tengah masyarakat, khususnya di kalangan umat Islam. Penerapan etika bisnis secara konsisten akan membentuk lingkungan bisnis yang tidak hanya fokus pada keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan aspek moral dan sosial yang lebih luas. Pendekatan ini sejalan dengan ajaran Islam yang menekankan keseimbangan antara kepentingan individu dan tanggung jawab terhadap masyarakat. Oleh karena itu, etika bisnis menjadi instrumen penting dalam mewujudkan praktik bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan, selaras dengan nilai-nilai Islam yang mengedepankan keadilan dan kesejahteraan.

Dalam pemikirannya, Syed Nawab Haider Naqvi menguraikan empat prinsip etika dalam Islam, yang juga menjadi pedoman bagi umat muslim dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Empat prinsip yang dimaksud adalah ketauhidan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kebebasan berkehendak (*free will*), dan pertanggungjawaban (*responsibility*).⁴³

1. Ketauhidan (*Unity*)

Konsep etika dalam Islam berakar pada kepercayaan total terhadap kebebasan Tuhan, yang tercermin dalam prinsip tauhid sebagai dimensi vertikal. Tauhid mengajarkan bahwa segala aspek kehidupan manusia baik politik, ekonomi, sosial, maupun keagamaan harus dipadukan dan dijalani dengan kesadaran akan keteraturan dan konsistensi. Hubungan vertikal ini mencerminkan penyerahan diri manusia secara penuh dan tanpa syarat di hadapan Tuhan, di mana keinginan, ambisi, dan perbuatan individu harus tunduk pada perintah-Nya.⁴⁴

2. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Prinsip keseimbangan (*al-'Adl*) merupakan dimensi horizontal dalam etika bisnis Islam, melengkapi dimensi vertikal yang diwakili oleh konsep tauhid. Prinsip ini menekankan pentingnya keadilan dan keseimbangan dalam seluruh aspek kegiatan bisnis. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang

⁴³ Muhammad Toriq Nurmadiansyah. *Etika Bisnis Islam Konsep Dan Praktek*, hlm 31-41.

⁴⁴ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam*, hlm 22

dirugikan hak dan kepentingannya. Dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Keseimbangan ini tidak hanya terbatas pada transaksi bisnis, tetapi juga tercermin dalam berbagai aspek kehidupan, seperti keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan ukhrawi, antara kegiatan ekonomi dan ibadah, antara hak dan kewajiban, serta antara kepentingan individu dan sosial. Dengan menerapkan prinsip keseimbangan ini, diharapkan dapat tercipta sistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan, yang tidak hanya menguntungkan segelintir pihak, tetapi membawa kemaslahatan bagi seluruh masyarakat.

3. Kebebasan Berkehendak (*Free Will*)

Dalam konteks bisnis, prinsip kebebasan ini terwujud dalam kemampuan manusia untuk membuat perjanjian dan keputusan, termasuk pilihan untuk menepati atau mengingkarinya. Seorang muslim yang beriman kepada kehendak Allah akan menghormati dan memegang teguh setiap janji yang dibuatnya. Hal ini mencerminkan kesadaran bahwa ia adalah bagian dari masyarakat dan bahwa Allah senantiasa mengawasi setiap aspek kehidupan, baik individu maupun sosial. Dengan demikian, kebebasan dalam bisnis Islam tidak berarti bebas tanpa batas, melainkan kebebasan yang bertanggung jawab dan selaras dengan nilai-nilai moral dan spiritual.

4. Pertanggungjawaban (*Responsibility*)

Dalam konteks bisnis, prinsip pertanggungjawaban memiliki dimensi ganda yang mencakup aspek vertikal dan horizontal. Aspek vertikal merujuk pada hubungan seorang pengusaha muslim dengan Allah Swt. di mana ia harus menyadari bahwa setiap tindakannya dalam berbisnis senantiasa berada dalam pengawasan Ilahi dan akan dipertanggungjawabkan di hari akhir. Sementara itu, aspek horizontal berkaitan dengan tanggung jawab terhadap sesama manusia, khususnya konsumen dan mitra bisnis. Implementasi pertanggungjawaban dalam bisnis menuntut adanya transparansi, kejujuran, pelayanan yang optimal, serta komitmen untuk memberikan yang terbaik dalam setiap aspek usaha. Pendekatan holistik ini tidak hanya menjamin keberlanjutan bisnis dari segi material, tetapi juga memastikan bahwa aktivitas bisnis sejalan dengan nilai-nilai etika dan spiritual yang dianut oleh seorang muslim.⁴⁵

Pemerintah Indonesia, melalui Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), menekankan pentingnya penerapan prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam dalam kegiatan ekonomi dan keuangan di tanah air. Prinsip-prinsip dasar tersebut antara lain:⁴⁶

⁴⁵ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 94.

⁴⁶ Thuba Jazil dan Nur Hendrasto, *Prinsip & Etika Bisnis Syariah*, (Bandung: KNEKS, 2021), hal 41-48.

1. Prinsip Ketauhidan

Prinsip ketauhidan merupakan landasan utama dalam etika bisnis Islam. Prinsip ini menekankan bahwa dalam setiap aktivitas wirausaha, aspek pengesaan Allah SWT harus diutamakan. Segala tindakan dalam bisnis, mulai dari penyediaan barang, pemenuhan kebutuhan, hingga proses transaksi, harus didasarkan pada ketauhidan. Prinsip ini mengajarkan bahwa setiap tindakan akan terkontrol dan terawasi oleh diri sendiri (*self-control*) dan Allah SWT (*watching*). Dengan demikian, segala tindakan bisnis akan mengarah pada kebaikan dan nilai positif, mencerminkan pengabdian kepada Allah SWT.

2. Prinsip Ilmu

Prinsip keilmuan mengharuskan setiap wirausahawan muslim untuk memiliki dasar pengetahuan yang kuat dalam menjalankan bisnisnya. Ilmu ini mencakup berbagai aspek, termasuk produksi, konsumsi, dan distribusi. Seorang wirausahawan muslim wajib memahami seluk-beluk bisnisnya, termasuk praktik, bahan-bahan, strategi, dan proses promosi sebelum memulai usaha. Prinsip ini bertujuan untuk memastikan bahwa bisnis yang dijalankan membawa kebermanfaatan, keberkahan, dan kemaslahatan. Tanpa dasar ilmu yang kuat, seorang wirausahawan berisiko bertindak serampangan atau bahkan menyebabkan kerusakan dalam bisnisnya.

3. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan dalam etika bisnis Islam mengacu pada konsep meletakkan sesuatu pada tempatnya atau bersikap proporsional. Ini berarti memberikan hak kepada yang berhak sesuai dengan kadarnya masing-masing. Dalam praktik bisnis, prinsip ini tercermin dalam perlakuan yang sama terhadap semua pelanggan, tanpa membedakan status ekonomi mereka. Keadilan juga menciptakan keseimbangan dalam berdagang, membangun hubungan yang baik antara pedagang dan pembeli, serta dengan aspek sosial lainnya. Al-Qur'an menegaskan pentingnya berlaku adil dalam berbisnis, yang dianggap sebagai tindakan yang mendekatkan diri kepada ketakwaan.

4. Prinsip Tanggung Jawab

Tanggung jawab dalam etika bisnis Islam berarti kesediaan untuk menanggung konsekuensi atas tindakan dan ucapan dalam menjalankan bisnis. Ini mencakup tanggung jawab terhadap kualitas dan kuantitas barang atau jasa yang disediakan. Dengan bertanggung jawab, seorang wirausahawan dapat membangun kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada bisnisnya. Sebaliknya, mengabaikan tanggung jawab dapat mengakibatkan hilangnya kepercayaan pelanggan. Prinsip ini juga mencakup pertanggungjawaban atas segala tindakan di hadapan Allah SWT.

5. Prinsip Kebebasan

Prinsip kebebasan dalam etika bisnis Islam tidak berarti kebebasan tanpa batas, melainkan kebebasan yang terikat dengan aturan-aturan syariah. Wirausahawan memiliki kebebasan untuk menentukan barang transaksi dan melaksanakan aktivitas bisnisnya, namun tetap dalam koridor yang diperbolehkan dalam Islam. Kebebasan ini mencakup berdagang pada aspek yang halal, memasarkan dengan cara Islami, dan bertutur kata dengan baik. Prinsip ini didasarkan pada pemahaman bahwa kebebasan seseorang dibatasi oleh kebebasan orang lain, sehingga tidak merugikan pihak lain dalam praktik bisnisnya.

6. Prinsip Kebajikan (Ihsan)

Prinsip kebajikan atau ihsan dalam etika bisnis Islam mencakup lingkup yang luas, meliputi sikap bijak dalam berucap, bersikap, dan mengambil keputusan. Kebajikan ini berlaku terhadap semua pihak yang terlibat dalam bisnis, termasuk rekan usaha, konsumen, pesaing, masyarakat, pemerintah, bahkan terhadap hewan dan lingkungan. Hadits Nabi Muhammad SAW menekankan pentingnya bersikap ihsan dalam segala hal, termasuk dalam praktik bisnis. Al-Qur'an juga memerintahkan untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan, menunjukkan bahwa ihsan merupakan tingkatan yang lebih tinggi dari sekadar berlaku adil.

7. Prinsip Halal dan Haram

Prinsip mencari yang halal dan menjauhi yang haram merupakan fondasi penting dalam etika bisnis Islam. Halal didefinisikan sebagai segala sesuatu yang Allah perbolehkan untuk dikonsumsi, dipergunakan, dan memberikan manfaat. Sebaliknya, haram adalah segala sesuatu yang Allah larang untuk dikonsumsi, digunakan, atau bahkan didekati. Al-Qur'an memerintahkan manusia untuk mengonsumsi yang halal dan baik, serta menjauhi langkah-langkah setan. Hadits Nabi Muhammad SAW juga menjelaskan tentang perkara yang jelas halal, jelas haram, dan perkara *syubhat* (samar) di antara keduanya. Prinsip ini mengajarkan bahwa dalam berbisnis, seorang wirausahawan Muslim harus senantiasa mencari dan memprioritaskan yang halal, karena hal ini akan membawa keberkahan dan kebaikan, serta menjauhi yang haram yang dapat mendatangkan kemudaratatan dan kehinaan dalam bisnis.

Prinsip-prinsip bisnis yang baik memiliki kaitan erat dengan kehidupan sehari-hari dan sistem nilai dalam masyarakat. Etika bisnis tidak berdiri sendiri, melainkan terintegrasi dengan norma-norma sosial yang berlaku umum. Sony Keraf (1998) telah mengidentifikasi beberapa prinsip etika bisnis yang fundamental, diantaranya sebagai berikut:⁴⁷

⁴⁷ Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam*, hlm 50-51.

1. Prinsip otonomi, menekankan pentingnya kemandirian dalam pengambilan keputusan bisnis, di mana pelaku bisnis harus mampu menentukan arah tindakan berdasarkan pemahaman dan kesadaran mereka sendiri tentang apa yang terbaik untuk dilakukan.
2. Kejujuran, dalam bisnis mencakup tiga aspek penting: kesetiaan dalam memenuhi perjanjian, transparansi dalam penawaran produk atau jasa, serta integritas dalam hubungan internal perusahaan, yang semuanya berkontribusi pada keberlangsungan dan kesuksesan jangka panjang suatu bisnis.
3. Keadilan, dalam praktik bisnis menuntut perlakuan yang setara terhadap semua pihak, dengan menerapkan standar yang adil, rasional, dan dapat dipertanggungjawabkan.
4. Prinsip saling menguntungkan, mengharuskan pelaku bisnis untuk menciptakan nilai bagi semua pemangku kepentingan, memastikan bahwa keuntungan tidak hanya dinikmati oleh satu pihak saja, melainkan terdistribusi secara seimbang.
5. Integritas moral, dalam bisnis berkaitan dengan komitmen internal para pelaku bisnis untuk menjaga reputasi dan nama baik, baik secara personal maupun institusional, dalam setiap keputusan dan tindakan bisnis yang diambil.
6. Prinsip laba, meskipun pencarian laba merupakan motivasi utama dalam berbisnis, prinsip laba menegaskan bahwa hal ini bukanlah sesuatu yang negatif, melainkan dorongan alami yang mendorong

inovasi dan pertumbuhan ekonomi, selama dilakukan dengan cara yang etis dan bertanggung jawab.

G. Nilai - Nilai Islam dalam Berbisnis

Menurut ajaran Islam, setiap perbuatan manusia memiliki nilai moral dan agama yang perlu disadari. Al-Qur'an dan hadis, sebagai sumber utama pedoman hidup umat Islam, menggariskan berbagai prinsip etika yang menjadi landasan perilaku seorang muslim. Prinsip-prinsip tersebut adalah:⁴⁸

1. Kebenaran

Prinsip ini mewajibkan para pedagang untuk senantiasa bersikap jujur dalam setiap transaksi, menghindari segala bentuk penipuan, tidak bersumpah palsu, dan tidak menyebarkan iklan yang menyesatkan. Penting untuk dipahami bahwa kejujuran dalam Islam bukan sekadar strategi pemasaran atau taktik bisnis, melainkan suatu kewajiban moral dan spiritual yang melekat pada setiap muslim. Dengan menjalankan prinsip kebenaran ini, seorang pebisnis muslim tidak hanya menjaga integritas usahanya, tetapi juga menunaikan tanggung jawabnya sebagai hamba Allah dan anggota masyarakat yang beretika.

⁴⁸ Malahayatie, *Konsep Etika Bisnis Islam*, hlm 59-69.

2. Amanah

Amanah merupakan prinsip yang menekankan pada tanggung jawab dan kepercayaan. Seorang pebisnis muslim yang amanah akan senantiasa menjaga produknya, menghindari segala bentuk kecurangan yang dapat merugikan atau membahayakan konsumen. Lebih dari sekadar konsep bisnis, amanah adalah manifestasi ketaatan kepada Allah SWT, mendorong pelaku bisnis untuk hanya memperdagangkan produk yang halal dan sesuai syariat. Dengan memegang teguh prinsip amanah, seorang pebisnis tidak hanya membangun reputasi yang baik dan loyalitas pelanggan, tetapi juga menciptakan ekosistem bisnis yang sehat dan berkelanjutan, dilandasi oleh kepercayaan mutual antara semua pihak yang terlibat dalam aktivitas perdagangan.

3. Keikhlasan

Keikhlasan dalam bisnis Islam merupakan sikap yang menjadi penggerak utama dalam setiap aktivitas perdagangan. Prinsip ini menuntut pelaku bisnis untuk bekerja dengan tulus dan sungguh-sungguh, bukan hanya demi keuntungan material semata, tetapi juga sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT. Dengan menerapkan keikhlasan, seorang pebisnis dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas usahanya, sekaligus menjauhkan diri dari praktik-praktik yang merugikan orang lain. Lebih dari itu, keikhlasan membuka pintu keberkahan, mendorong pelaku bisnis

untuk berprasangka baik kepada Allah dan memiliki kepekaan sosial yang tinggi.

4. Persaudaraan

Membangun persaudaraan dalam dunia bisnis berarti menciptakan hubungan yang dilandasi rasa saling menyayangi dan menghargai dengan semua pihak, baik rekan kerja, pelanggan, karyawan, bahkan pesaing. Sikap ini bersumber dari keyakinan bahwa rezeki telah diatur oleh Allah, sehingga kita tidak perlu takut akan persaingan yang dapat mendorong kita ke arah perilaku tidak etis. Sebaliknya, dengan menjunjung tinggi nilai persaudaraan, kita dapat menciptakan lingkungan bisnis yang sehat, saling mendukung, dan membawa keberkahan bagi semua pihak yang terlibat.

5. Sains dan Ilmu Pengetahuan

Islam sangat menekankan pentingnya ilmu pengetahuan dan pembelajaran berkelanjutan, termasuk dalam konteks bisnis. Ajaran ini mendorong setiap individu untuk terus mengembangkan potensi diri dan memperluas pengetahuan mereka. Sikap ini tidak hanya mendukung pertumbuhan pribadi, tetapi juga mendorong inovasi dan kemajuan dalam dunia bisnis, memungkinkan para pelaku bisnis untuk terus beradaptasi dengan perubahan dan tantangan yang ada.

6. Keadilan

Islam mengajarkan bahwa setiap individu harus diperlakukan secara adil tanpa diskriminasi dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam transaksi ekonomi. Dalam praktik bisnis, keadilan harus tercermin dalam berbagai hal seperti penentuan harga yang wajar, penyediaan produk berkualitas, perlakuan yang baik terhadap karyawan dan pelanggan, serta kepedulian terhadap lingkungan. Islam dengan tegas melarang segala bentuk kezaliman, kecurangan, atau pengurangan hak orang lain demi keuntungan pribadi, karena Allah Maha Mengetahui setiap perbuatan manusia. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis muslim dituntut untuk senantiasa menjunjung tinggi nilai keadilan dalam setiap aspek bisnisnya, demi mencapai keberkahan dan ridha Allah SWT.

Dalam upaya mencari keberkahan dan keridhaan Allah SWT, seorang pebisnis muslim perlu memperhatikan beberapa hal sebagai landasan dalam menjalankan usaha atau bisnisnya. Beberapa hal tersebut yaitu:⁴⁹

1. *Siddiq*, prinsip ini mengajarkan bahwa seorang pebisnis muslim harus senantiasa berpegang teguh pada kebenaran dan kejujuran dalam setiap aspek transaksi bisnisnya, tanpa pernah berdusta atau memanipulasi informasi. Nilai *siddiq* tidak hanya bermakna jujur

⁴⁹ Malahayatie, *Konsep Etika Bisnis Islam*, hlm 29-30.

dalam arti sempit, tetapi juga mencakup aspek ketahanan uji, keikhlasan, dan keseimbangan emosional. Seorang yang menerapkan prinsip *siddiq* mampu memberikan informasi yang sesuai dengan kenyataan dan kebenaran, tanpa terpengaruh oleh tekanan atau godaan untuk berbohong demi keuntungan pribadi.

2. Kreatif, berani, dan percaya diri merupakan tiga ciri penting yang mencerminkan semangat kewirausahaan sejati. Ketiga karakteristik ini memungkinkan seorang pebisnis untuk aktif mencari dan menemukan peluang-peluang bisnis baru yang prospektif dan berorientasi masa depan, tanpa mengabaikan realitas dan tuntutan saat ini. Dengan memadukan ketiga sifat ini, seorang pebisnis tidak hanya siap mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang yang ada, tetapi juga memiliki ketahanan mental untuk menghadapi berbagai risiko dan ketidakpastian yang melekat dalam dunia bisnis.
3. Tablig, seorang pedagang yang menerapkan prinsip tablig akan mampu menjelaskan dengan jelas dan jujur mengenai kelebihan serta kekurangan produknya, sehingga calon pembeli dapat membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang akurat. Dengan komunikasi yang efektif dan transparan, kepercayaan antara penjual dan pembeli dapat terbangun, yang pada akhirnya akan mendorong terciptanya hubungan bisnis yang sehat dan berkelanjutan.

4. *Istiqamah*, merupakan konsistensi dalam menampilkan dan mengimplementasikan nilai-nilai moral dan etika, meskipun menghadapi berbagai godaan dan tantangan. Seorang pebisnis yang *istiqamah* akan terus memegang teguh prinsip-prinsip kejujuran, integritas, dan etika bisnis yang baik, bahkan ketika situasi sulit atau ada kesempatan untuk mengambil jalan pintas yang tidak etis. Dengan menerapkan *istiqamah* dan *mujahadah* (upaya sungguh-sungguh), seorang pengusaha dapat membangun reputasi yang baik dan kepercayaan dari mitra bisnis serta pelanggan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*), dimana peneliti akan mengumpulkan data dengan melakukan interaksi secara langsung dilapangan tentang objek yang akan diteliti untuk mendapatkan gambaran yang lengkap dari subjek penelitian yaitu pengelola wisata dan pengunjung yang berhubungan langsung dengan objek penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Metode ini dipilih dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif dan otentik tentang fenomena yang sedang diteliti.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan merupakan langkah-langkah yang diambil peneliti untuk menjalin koneksi dengan subjek penelitian atau cara-cara yang ditempuh guna memahami permasalahan yang dikaji.⁵⁰ Penelitian ini menggunakan metode yuridis empiris, yang menggabungkan analisis hukum normatif dengan observasi langsung terhadap implementasinya

⁵⁰ Salim dan Erlies Septiana Nurbaini, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm 12-13.

dalam masyarakat⁵¹, khususnya dalam konteks penerapan kebijakan tarif parkir di objek wisata D'LAS Serang Purbalingga. Sumber utama data penelitian ini adalah informasi yang dikumpulkan secara langsung dari para responden yang merupakan pengelola wisata dan pengunjung D'LAS untuk mendapatkan data yang sesuai serta Peraturan Daerah Kabupaten Purbalingga Nomor 5 Tahun 2023.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah informasi yang digali secara langsung dari subyek penelitian, melalui metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung pada sumber informasi yang diteliti, sehingga memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang akurat dan relevan.⁵² Sumber data ini bersifat original dan disebut sebagai "*first hand information*" atau informasi tangan pertama.⁵³ Data primer digali secara langsung melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan subjek penelitian yaitu pengelola wisata dan pengunjung D'LAS. Sumber data ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang kaya dan kontekstual, memberikan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti langsung dari sumbernya.

⁵¹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), hlm. 134.

⁵² Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm 91

⁵³ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: Refika Aditama, 2012), hlm 289.

2. Data Sekunder

Kumpulan informasi yang berasal dari sumber-sumber yang sudah ada sebelum penelitian berlangsung disebut sebagai data sekunder.⁵⁴ Data sekunder bersumber dari literatur seperti buku, jurnal, internet, Peraturan Daerah serta studi terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini. Penggunaan data sekunder ini memungkinkan peneliti untuk memanfaatkan informasi yang sudah ada, menghemat waktu dan sumber daya, serta memberikan landasan atau konteks bagi penelitian ini. Meskipun tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti, data sekunder tetap memiliki nilai yang signifikan dalam proses penelitian, terutama dalam tahap awal untuk membangun pemahaman yang komprehensif tentang topik yang diteliti.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Penelitian ini menggunakan metode observasi sebagai teknik utama dalam pengumpulan data. Proses observasi melibatkan pengamatan langsung terhadap objek penelitian, disertai dengan pencatatan rinci mengenai kondisi dan situasi yang diamati.⁵⁵ Dalam konteks ini, penulis melakukan pengamatan secara langsung terhadap dua aspek utama: pertama, kondisi fisik

⁵⁴ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, hlm 291.

⁵⁵ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm104.

dan operasional objek wisata D'LAS, dan kedua, mekanisme yang diterapkan dalam kenaikan tarif parkir di lokasi tersebut. Metode ini dipilih untuk memperoleh data yang akurat dan mendalam langsung dari sumber primer, memungkinkan peneliti untuk memahami secara komprehensif dinamika yang terjadi di lapangan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan dialog verbal satu arah, di mana pewawancara mengajukan pertanyaan dan narasumber memberikan jawaban.⁵⁶ Dalam konteks penelitian ini, wawancara dilakukan dengan berbagai pihak terkait, termasuk pengelola objek wisata dan pengunjung D'LAS. Pendekatan yang digunakan adalah wawancara tak berstruktur, yang berarti tidak ada kerangka baku yang mengikat tipe pertanyaan, urutan, atau materi diskusi. Metode ini dipilih karena memberikan fleksibilitas kepada pewawancara untuk menyesuaikan dan mengembangkan pertanyaan sesuai dengan konteks pembicaraan. Dengan demikian, wawancara dapat lebih adaptif terhadap dinamika masalah yang sedang diteliti, memungkinkan peneliti untuk menggali informasi lebih dalam dan mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang topik yang dikaji. Pendekatan non-struktural ini juga memfasilitasi terciptanya suasana wawancara yang lebih alami dan

⁵⁶ Abdurrahmat Fathoni. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, hlm 105.

memungkinkan munculnya wawasan baru yang mungkin tidak terungkap dalam format wawancara yang lebih kaku.

Dalam penelitian ini, metode wawancara menggunakan beberapa sampel. Pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*, atau sering disebut juga sebagai *random sampling*. Metode ini merupakan teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai bagian dari sampel penelitian.⁵⁷ Pemilihan metode ini didasarkan pada pertimbangan khusus terkait dengan karakteristik permasalahan yang diteliti. Mengingat bahwa permasalahan yang dikaji hanya terjadi pada waktu-waktu tertentu, yaitu saat terjadi perubahan tarif parkir, peneliti membutuhkan subjek penelitian yang secara langsung mengalami dampak dari perubahan tersebut. Dengan menggunakan *simple random sampling*, peneliti dapat memastikan bahwa sampel yang dipilih merepresentasikan populasi secara objektif, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang akurat tentang dampak perubahan tarif parkir terhadap pengunjung objek wisata D'LAS.

⁵⁷ Arieska, Permadina Kanah, dan Novera Herdiani. "Pemilihan teknik sampling berdasarkan perhitungan efisiensi relatif." *Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang* Vol 6, No.2, (November, 2018), [PEMILIHAN TEKNIK SAMPLING BERDASARKAN PERHITUNGAN EFISIENSI RELATIF | Arieska | Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang \(unimus.ac.id\)](#), diakses pada 19 Juli 2024.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu metode penting dalam pengumpulan data penelitian, yang melibatkan proses penelaahan terhadap berbagai jenis dokumen.⁵⁸ Dalam konteks penelitian ini, sumber data dokumentasi mencakup berbagai dokumen resmi yang berkaitan dengan pengelolaan objek wisata D'LAS. Dokumen-dokumen tersebut dapat berupa laporan operasional, peraturan internal, serta kebijakan-kebijakan yang diterapkan oleh pihak pengelola. Selain itu Peraturan Daerah Kabupaten Purbalingga Nomor 5 Tahun 2023. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang akurat dan terverifikasi langsung dari sumber-sumber terpercaya. Melalui analisis dokumen-dokumen ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang aspek-aspek formal dan administratif dari pengelolaan objek wisata, serta mengidentifikasi pola-pola atau tren yang mungkin tidak terlihat melalui metode pengumpulan data lainnya.

E. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan krusial dalam proses penelitian, di mana informasi yang diperoleh melalui berbagai metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi, diolah secara sistematis dan terstruktur. Dalam hal ini peneliti

⁵⁸ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm 73.

menggunakan metode analisis deskriptif, proses ini melibatkan beberapa tahapan penting, antara lain pengelompokan data, pemecahan informasi ke dalam unit-unit yang lebih kecil, penggabungan data yang relevan, pemilihan informasi yang signifikan, dan akhirnya perumusan kesimpulan yang komprehensif dan mudah dipahami.⁵⁹ Tujuan utama dari proses analisis ini adalah untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam dan utuh terhadap permasalahan yang menjadi fokus penelitian, memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan yang akurat dan bermakna.

⁵⁹ Sugiyono, Suriasumantri, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm 482.

BAB IV

ANALISIS TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM

TERHADAP KENAIKAN TARIF PARKIR DI D’LAS

SERANG PURBALINGGA

A. Mekanisme Kenaikan Tarif Parkir di D’LAS Serang Purbalingga

Desa Wisata Lembah Asri Serang (D’LAS) tersembunyi di Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga, objek wisata D’LAS hadir sebagai magnet pariwisata yang mempesona. Destinasi ini memikat pengunjung dengan keindahan alamnya yang menakjubkan, menawarkan panorama memukau di bawah naungan megahnya Gunung Slamet. Selain pemandangan yang memanjakan mata, D’LAS juga dilengkapi dengan beragam wahana seperti *green house strawberry*, kolam renang, D’LAS *zoo*, *dino land* dan masih banyak lagi. Hal tersebut menciptakan pengalaman wisata yang lengkap dan memikat bagi para wisatawan yang berkunjung ke Purbalingga.

Momen libur panjang dan acara khusus menjadi ajang strategis bagi para pelaku bisnis yang peka terhadap dinamika pasar. Mereka dengan jeli mengamati dan memanfaatkan lonjakan jumlah pengunjung yang signifikan dibandingkan hari-hari biasa. Melihat peluang ini, para pebisnis menerapkan strategi penetapan harga yang fleksibel. Kebijakan harga yang berbeda ini mencerminkan upaya para pengusaha untuk mengoptimalkan pendapatan mereka selama masa puncak kunjungan.

Kenaikan tarif parkir yang diterapkan oleh PT Lembah Asri Serang memiliki tujuan utama untuk meningkatkan omset pendapatan perusahaan.

Langkah strategis ini diambil sebagai upaya untuk mengoptimalkan potensi pendapatan dari layanan parkir yang disediakan.⁶⁰

Berdasarkan wawancara dengan direktur PT Lembah Asri Serang, kebijakan untuk menaikkan tarif parkir ini diberlakukan pada waktu-waktu tertentu, seperti saat libur panjang atau ketika ada acara khusus, misalnya Festival Gunung Slamet. Keputusan ini diambil oleh pihak manajemen PT Lembah Asri Serang setelah melakukan pertimbangan matang dan observasi terhadap pola kunjungan wisatawan.⁶¹

Kenaikan tarif parkir ini didasarkan pada pertimbangan praktis terkait transaksi keuangan. Pengelola menjelaskan bahwa kenaikan dari Rp.2.000 ke Rp.4.000 akan menyulitkan proses pengembalian uang. Oleh karena itu, tarif dinaikkan dan dibulatkan menjadi Rp.5.000 untuk memudahkan transaksi. Kenaikan tarif untuk sepeda motor dari Rp 2.000 menjadi Rp 5.000, mobil dari Rp 5.000 menjadi Rp 10.000, mikro dan elf dari Rp 10.000 menjadi Rp 15.000, bus sedang dari Rp 15.000 menjadi Rp 20.000, dan bus besar dari Rp 20.000 menjadi Rp 25.000. Selain itu, kebijakan ini juga bertujuan untuk mengurangi kemacetan di area wisata dengan mempercepat layanan di loket parkir. Dengan tarif yang genap, proses pembayaran dan pengembalian uang menjadi lebih efisien, sehingga antrian kendaraan di pintu masuk dapat diminimalisir.⁶²

⁶⁰ Wahyu (pengelola wisata), wawancara pada hari Rabu, tanggal 24 April 2024

⁶¹ Lilis (Direktur PT Lembah Asri Serang), wawancara pada hari Minggu, tanggal 4 Agustus 2024.

⁶² Wahyu (pengelola wisata), wawancara pada hari Rabu, tanggal 24 April 2024

Sebelum kenaikan harga diberlakukan, informasi tentang kenaikan tarif parkir diluncurkan melalui platform media sosial, dengan *instagram* menjadi saluran utama mengingat popularitas dan jangkauannya yang luas. Bersamaan dengan itu, pembaruan informasi juga dilakukan pada loket pembayaran parkir.⁶³



Gambar I: Tampilan Informasi Pada Media *Online Instagram*

⁶³ Lilis (Direktur PT Lembah Asri Serang), wawancara pada hari Minggu, tanggal 4 Agustus 2024.



Gambar II : Tampilan Informasi Dari Loker Pembayaran

Apabila pengelola lalai dalam melaksanakan tugasnya, yang mengakibatkan pengunjung mengalami kerugian seperti kehilangan kendaraan atau kerusakan pada kendaraan, maka pengelola berkewajiban untuk memberikan kompensasi. Dalam hal ini, pengelola mengganti kerugian sebesar 15% dari nilai total kehilangan atau kerusakan yang dialami oleh pengunjung. Pengelola juga menambah jumlah petugas parkir untuk mengoptimalkan dalam pengaturan parkir.⁶⁴

Pada pelaksanaan kenaikan tarif parkir di D'LAS berdasarkan wawancara dengan pengunjung yang mengalami masa kenaikan tarif parkir ini, ditemukan

⁶⁴ Lilis (Direktur PT Lembah Asri Serang), wawancara pada hari Minggu, tanggal 12 Oktober 2024.

beberapa pendapat dari para pengunjung, mereka menilai pro kontranya terkait kenaikan tarif parkir ini.

Berdasarkan wawancara dengan pengunjung mereka mengungkapkan ketidakpuasan terhadap kenaikan tarif parkir terutama pengunjung yang mengendarai sepeda motor, mereka menekankan bahwa peningkatan harga dinilai cukup tinggi, dengan tarif normal sebesar Rp 2.000 melambung menjadi Rp 5.000 lumayan menguras kantong, untuk sepeda motor dengan tarif tersebut cukup mahal.⁶⁵

Salah satu pengunjung mengungkapkan, bahwa kenaikan tarif parkir ini kurang sesuai dengan lokasi objek wisata, tarif yang lebih tinggi mungkin dapat diterima untuk tempat wisata yang berada di pinggir kota atau destinasi wisata yang sudah berkembang pesat dan terkenal. Namun, mengingat D'LAS masih berlokasi di kawasan perdesaan, pengunjung merasa bahwa kenaikan tarif tersebut terlalu besar.⁶⁶

Kenaikan tarif parkir tidak terlalu membebani, mengingat biaya tersebut sudah termasuk dalam tanggungan konsumen. Namun, sebagai pengguna fasilitas, mereka berpendapat bahwa area parkir memerlukan penataan ulang. Khususnya untuk bus-bus berukuran besar, diperlukan ruang yang lebih luas guna memudahkan proses keluar-masuk kendaraan. Hal ini disebabkan oleh terjadinya penumpukan kendaraan, yang mengakibatkan bus-bus besar yang

⁶⁵ Jumaroh dan Andi (Pengunjung sepeda motor), wawancara pada hari Sabtu, 13 Juli 2024

⁶⁶ Erwin (Pengunjung mobil), wawancara pada hari Sabtu, 13 Juli 2024

hendak melanjutkan perjalanan terpaksa menunggu bus di belakangnya untuk keluar terlebih dahulu.⁶⁷

Meskipun biaya parkir tersebut sudah termasuk dalam tanggungan konsumen, mereka menilai bahwa tarif untuk kendaraan elf terbilang mahal, yakni Rp.15.000, naik dari tarif sebelumnya yang hanya Rp.10.000. Keduanya juga menyoroti beberapa kekurangan, seperti kondisi jalan yang belum memadai dan jarak yang cukup jauh antara area parkir dengan lokasi wisata, yang mengharuskan penumpang mereka berjalan kaki untuk mencapai tujuan.⁶⁸

Mereka juga mengkritisi kurangnya sosialisasi dari pihak pengelola objek wisata D'LAS mengenai kenaikan tarif parkir. Pemberitahuan hanya dilakukan melalui *instagram*, sehingga pengunjung yang tidak menggunakan platform tersebut tidak mengetahui adanya perubahan tarif. Lebih lanjut, mereka menyoroti tidak adanya informasi terkait kenaikan tarif di loket pembayaran. Hal ini dikarenakan bahwa pada saat itu, pembayaran tidak dilakukan di loket parkir yang seharusnya, sehingga pengunjung tidak memiliki kesempatan untuk mendapatkan informasi langsung mengenai perubahan tarif tersebut.⁶⁹

Lain halnya dengan beberapa pengunjung dibawah ini, yang menilai bahwa kenaikan tarif parkir terbilang wajar dan informasi sudah cukup di dapat.

⁶⁷ Beni (Pengunjung bus), Khoerudin (Pengunjung bus), wawancara pada hari Sabtu, 13 Juli 2024.

⁶⁸ Wahyu (Pengunjung elf), Heri (Pengunjung elf), wawancara pada hari Sabtu, 13 Juli 2024.

⁶⁹ Beni (Pengunjung bus), Khoerudin (Pengunjung bus), Wahyu (Pengunjung elf), Heri (Pengunjung elf), wawancara pada hari Sabtu, 13 Juli 2024.

Kenaikan tarif tersebut masih dalam batas kewajaran. Pengunjung menghubungkan kenaikan ini dengan berlangsungnya acara Festival Gunung Slamet, yang mungkin menjadi salah satu faktor pendorong perubahan tarif. Pandangan ini menunjukkan bahwa sebagian pengunjung dapat memahami alasan di balik kenaikan tarif, terutama ketika dikaitkan dengan *event* khusus yang sedang berlangsung di area tersebut.⁷⁰

Upaya pengelola objek wisata D'LAS dalam menyebarkan informasi melalui media sosial terbukti memiliki dampak positif bagi sebagian pengunjung. Bagi mereka yang secara aktif mengikuti pembaruan informasi di akun *instagram* resmi D'LAS, kenaikan tarif parkir tidak menjadi suatu kejutan yang tidak diinginkan. Ketika tiba waktunya untuk membayar di loket, pengunjung yang telah mendapatkan informasi ini sebelumnya cenderung lebih siap dan dapat menerima perubahan tarif dengan lebih baik.⁷¹

B. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Kenaikan Tarif Parkir di D'LAS Serang Purbalingga

Pasal 23 Peraturan Daerah Kabupaten Purbalingga Nomor 5 Tahun 2023 tentang tanggung jawab penyelenggara perparkiran. Dalam pelaksanaan penyelenggaraan perparkiran, penyelenggara perparkiran bertanggung jawab atas kendaraan yang parkir di satuan ruang parkir (SRP) yang disediakan, memenuhi kewajiban atas retribusi parkir atau pajak parkir, menyediakan informasi parkir, biaya parkir, rambu parkir, dan sarana parkir, menyediakan

⁷⁰ Aziz (Pengunjung sepeda motor), wawancara pada hari Sabtu, 13 Juli 2024.

⁷¹ Ika Indri Meylani (Pengunjung sepeda motor), Adrian (Pengunjung sepeda motor), wawancara pada hari Jumat, 19 Juli 2024

pakaian seragam dan perlengkapan lainnya bagi petugas parkir, menjaga keamanan dan ketertiban di fasilitas parkir, dan menjaga kebersihan, keindahan, dan kenyamanan lingkungan fasilitas parkir.⁷²

Pasal 24 Peraturan Daerah Kabupaten Purbalingga Nomor 5 Tahun 2025 tentang pengguna jasa parkir mempunyai hak yaitu mendapatkan satuan ruang parkir, memperoleh bukti pembayaran parkir atas pemakaian satuan ruang parkir, mendapatkan rasa aman atas pemakaian satuan ruang parkir, dan mendapatkan informasi pelayanan jasa parkir.⁷³

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Purbalingga Nomor 5 Tahun 2023, pengelolaan parkir di D'LAS menunjukkan beberapa kesesuaian dengan regulasi yang berlaku. D'LAS telah berupaya menyebarkan informasi tentang kenaikan tarif parkir melalui media sosial dan loket pembayaran, sesuai dengan kewajiban yang diatur dalam Pasal 23. Dalam hal keamanan, pengelola menawarkan kompensasi 15% untuk kehilangan atau kerusakan kendaraan, menunjukkan upaya untuk memenuhi tanggung jawab keamanan. Selain itu, penambahan jumlah petugas parkir untuk mengoptimalkan pengaturan parkir juga sesuai dengan kewajiban dalam Pasal 23.

Namun, terdapat beberapa ketidaksesuaian yang perlu diperhatikan. Transparansi informasi masih kurang memadai, terutama bagi pengunjung yang tidak menggunakan *Instagram*, berpotensi melanggar hak pengguna untuk mendapatkan informasi pelayanan jasa parkir seperti diatur dalam Pasal

⁷² Peraturan Daerah Kabupaten Purbalingga Nomor 5 Tahun 2023, diakses pada 16 Oktober 2024

⁷³ Peraturan Daerah Kabupaten Purbalingga Nomor 5 Tahun 2023, diakses pada 16 Oktober 2024

24. Kenyamanan lingkungan juga menjadi persoalan, dengan keluhan tentang penataan area parkir yang kurang memadai, terutama untuk bus-bus besar. Masalah bukti pembayaran juga muncul ketika pembayaran tidak dilakukan di loket parkir yang seharusnya. Terakhir, meskipun tidak diatur secara eksplisit, kenaikan tarif yang signifikan, terutama untuk sepeda motor, menimbulkan pertanyaan tentang kewajaran dan dampaknya terhadap aksesibilitas wisata.

Berdasarkan pandangan Islam, etika bisnis dipahami sebagai kumpulan nilai dan prinsip yang menjadi acuan bagi para pelaku usaha muslim. Prinsip-prinsip ini menjadi panduan dalam melakukan transaksi, berinteraksi dengan pihak lain, serta menjalankan operasi bisnis secara keseluruhan. Tujuan utamanya adalah untuk mencapai kesuksesan bisnis yang selaras dengan ajaran Islam, memastikan keberlanjutan usaha, serta menciptakan dampak positif yang dapat dirasakan oleh seluruh pihak.⁷⁴

Dalam pemikirannya, Syed Nawab Haider Naqvi menguraikan empat prinsip etika dalam Islam, yang juga menjadi pedoman bagi umat muslim dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Empat prinsip yang dimaksud adalah ketauhidan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kebebasan berkehendak (*free will*), dan pertanggungjawaban (*responsibility*).⁷⁵

1. Ketauhidan (*Unity*)

Hubungan vertikal ini merupakan wujud penyerahan diri manusia secara penuh tanpa syarat di hadapan Tuhan, dengan menjadikan

⁷⁴ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam*, hlm 01.

⁷⁵ Muhammad Toriq Nurmadiansyah. *Etika Bisnis Islam Konsep Dan Praktek*, hlm 31-41.

keinginan, ambisi, serta perbuatannya tunduk pada perintah-Nya.⁷⁶ Dalam konteks kenaikan tarif parkir di objek wisata D'LAS, upaya untuk meraih keuntungan yang lebih besar tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip yang telah ditetapkan oleh Allah. Hal ini dikarenakan tidak adanya batasan eksplisit mengenai tingkat keuntungan yang diperbolehkan dalam syariat. Serta untuk mengoptimalkan efisiensi layanan, terutama dalam mengurangi kemacetan di area wisata melalui percepatan layanan di loket parkir

2. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Prinsip ini menekankan pentingnya keadilan atau keseimbangan dalam seluruh aspek kegiatan bisnis. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya. Pada praktik kenaikan tarif parkir di objek wisata D'LAS, teridentifikasi beberapa aspek implementasi yang belum optimal, menimbulkan ketidakpuasan di kalangan pengunjung. Pertama, sejumlah pengunjung merasa keberatan dengan kenaikan tarif yang dinilai cukup signifikan. Keberatan ini mencerminkan adanya kesenjangan antara ekspektasi pengunjung dan kebijakan yang diterapkan.

Kedua, terdapat kekurangan dalam hal pemberitahuan kepada pengunjung mengenai kenaikan tarif. Sosialisasi yang terbatas, hanya melalui *instagram* dan loket pembayaran, menyebabkan banyak pengunjung tidak mengetahui perubahan tarif sebelum tiba di lokasi.

⁷⁶ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam*, hlm 22

Hal ini menimbulkan kejutan dan potensi ketidaknyamanan bagi pengunjung yang tidak aktif di media sosial atau tidak memperhatikan informasi di loket. Ketiga, pengunjung merasakan adanya ketidakseimbangan antara kenaikan tarif dengan peningkatan kualitas layanan dan fasilitas. Beberapa keluhan mencakup kondisi jalan yang belum memadai, jarak yang jauh antara area parkir dan lokasi wisata, serta kebutuhan penataan ulang area parkir, terutama untuk kendaraan besar seperti bus. Kombinasi dari ketiga faktor ini menciptakan persepsi ketidakadilan di antara pengunjung, yang merasa bahwa kenaikan tarif tidak diimbangi dengan peningkatan nilai atau pengalaman yang sepadan.

3. Kebebasan Berkehendak (*Free Will*)

Dalam konteks bisnis, prinsip kebebasan ini terwujud dalam kemampuan manusia untuk membuat perjanjian dan keputusan, termasuk pilihan untuk menepati atau mengingkarinya. Keputusan manajemen PT. Lembah Asri Serang untuk menaikkan tarif parkir memiliki dasar pertimbangan yang rasional. Langkah ini diambil setelah melakukan analisis mendalam terhadap pola kunjungan wisatawan dan bertujuan untuk mengoptimalkan efisiensi layanan, terutama dalam mengurangi kemacetan di area wisata melalui percepatan layanan di loket parkir.

PT Lembah Asri Serang, sebagai pengelola, menggunakan kebebasannya untuk menaikkan tarif parkir pada waktu tertentu,

seperti libur panjang atau saat acara khusus seperti Festival Gunung Slamet. Di sisi lain, pengunjung juga memiliki kebebasan untuk memilih apakah akan menerima kenaikan harga tersebut atau tidak. Beberapa pengunjung menggunakan kebebasan mereka untuk mengkritisi kenaikan harga yang dianggap terlalu tinggi. Namun, ada juga pengunjung yang memahami dan menerima kenaikan tersebut, terutama ketika dikaitkan dengan *event* khusus. Meskipun demikian, keterbatasan dalam penyebaran informasi, seperti hanya melalui *instagram* dan kurangnya pemberitahuan di loket, dapat dianggap sebagai faktor yang mengurangi kemampuan pengunjung untuk membuat keputusan yang sepenuhnya bebas dan terinformasi. Ini menunjukkan bahwa penerapan kebebasan berkehendak dalam konteks ini memerlukan keseimbangan antara kepentingan bisnis dan hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang memadai, sehingga semua pihak dapat membuat keputusan berdasarkan pilihan yang benar-benar bebas dan terinformasi.

4. Pertanggungjawaban (*Responsibility*)

Pertanggungjawaban dalam bisnis menuntut adanya transparansi, kejujuran, pelayanan yang optimal, serta komitmen untuk memberikan yang terbaik dalam setiap aspek usaha,⁷⁷ sebagaimana hadis dibawah ini

⁷⁷ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 94.

أَخْبَرَنَا إِسْحَاقُ بْنُ إِبْرَاهِيمَ قَالَ حَدَّثَنَا عَيْسَى بْنُ يُونُسَ وَوَكَيْعٌ قَالَا حَدَّثَنَا ابْنُ أَبِي ذَيْبٍ
عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ حُفَافٍ عَنْ عُرْوَةَ عَنْ عَائِشَةَ قَالَتْ قَضَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَسَلَّمَ أَنَّ الْحَرَاجَ بِالضَّمَانِ

“Telah mengabarkan kepada kami (Ishaq bin Ibrahim), ia berkata; telah menceritakan kepada kami (Isa bin Yunus) dan (Waki') mereka berkata; telah menceritakan kepada kami (Ibnu Abu Dzi`b) dari (Makhlad bin Khufaf) dari ('Urwah) dari ('Aisyah) ia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam menetapkan bahwa manfaat yang di dapat disertai dengan tanggungan.”⁷⁸

Prinsip pertanggungjawaban (*responsibility*) oleh PT Lembah Asri Serang pada kenaikan tarif parkir di objek wisata D'LAS tercermin dalam beberapa aspek. Pertama, keputusan untuk menaikkan tarif diambil setelah melakukan pertimbangan matang dan observasi terhadap pola kunjungan wisatawan, menunjukkan tanggung jawab dalam pengambilan keputusan berbasis data. Kedua, pengelola berupaya untuk mengoptimalkan pendapatan guna mendukung keberlanjutan operasional dan pengembangan fasilitas wisata, yang mencerminkan tanggung jawab finansial perusahaan. Ketiga, kenaikan tarif didasarkan pada pertimbangan praktis untuk memudahkan transaksi dan mengurangi kemacetan di area wisata, menunjukkan tanggung jawab terhadap efisiensi operasional dan kenyamanan pengunjung. Apabila pengelola lalai dalam melaksanakan tugasnya, yang mengakibatkan pengunjung mengalami kerugian seperti kehilangan kendaraan atau kerusakan pada kendaraan, maka pengelola

⁷⁸ Abi Abdirrahman Ahmad bin Syuaib bin Ali An-Nasa'i. *Sunan an-Nasa'i*. (Riyadh: Muktabah Al-Ma'arif, 2007), hlm 688.

berkewajiban untuk memberikan kompensasi. Dalam hal ini, pengelola mengganti kerugian sebesar 15% dari nilai total kehilangan atau kerusakan yang dialami oleh pengunjung. Kebijakan kompensasi ini menunjukkan bahwa PT Lembah Asri Serang mengakui tanggung jawabnya terhadap keamanan dan kepuasan pengunjung, serta adanya penambahan jumlah petugas parkir dipertanggungjawabkan untuk pengoptimalan parkir.

Namun, implementasi prinsip pertanggungjawaban ini menghadapi tantangan, terutama dalam hal komunikasi dan penyediaan fasilitas. Meskipun informasi kenaikan tarif telah disebarakan melalui media sosial dan pembaruan di loket pembayaran, beberapa pengunjung merasa sosialisasi ini belum optimal, menunjukkan perlunya peningkatan tanggung jawab dalam penyebaran informasi yang lebih luas dan efektif. Selain itu, kritik pengunjung terhadap kondisi area parkir, terutama untuk kendaraan besar dan kondisi jalan yang belum memadai mengindikasikan perlunya peningkatan tanggung jawab dalam penyediaan dan pengelolaan fasilitas. Tanggapan beragam dari pengunjung, baik yang menerima maupun yang keberatan dengan kenaikan tarif, menunjukkan pentingnya keseimbangan antara tanggung jawab finansial perusahaan dan tanggung jawab sosial terhadap kepuasan pengunjung.

Penerapan nilai-nilai Islam dalam berbisnis berdasarkan prinsip etika Islam yang terkandung dalam Al-Qur'an dan hadis menjadi penting

untuk diperhatikan, terutama terkait kebijakan kenaikan tarif parkir di D'LAS, yang dijelaskan dibawah ini:

1. Kebenaran

Penerapan prinsip kebenaran dalam kasus ini berkaitan dengan transparansi informasi. Pengelola objek wisata D'LAS perlu memastikan bahwa informasi tentang kenaikan tarif parkir disampaikan secara jujur dan terbuka kepada pengunjung. Meskipun telah menggunakan *instagram* untuk menyebarkan informasi, pengunjung merasakan kurangnya sosialisasi.

2. Amanah

Prinsip amanah menekankan pentingnya menjaga kepercayaan pengunjung. Dalam konteks ini, Pengelola objek wisata D'LAS perlu memastikan bahwa kenaikan tarif parkir diimbangi dengan peningkatan kualitas layanan dan fasilitas. Beberapa pengunjung mengkritisi kondisi area parkir yang perlu ditata ulang, terutama untuk kondisi jalan. Menerapkan prinsip amanah berarti merespon kritik ini dengan perbaikan nyata, sehingga pengunjung merasa bahwa kepercayaan mereka tidak disalahgunakan.

3. Keikhlasan

Pengelola objek wisata D'LAS perlu mempertimbangkan dengan seksama kemampuan ekonomi pengunjung, terutama ketika menghadapi situasi di mana pengunjung mengalami kesulitan membayar tarif parkir yang baru. Ketidakmampuan atau keberatan

pengunjung dalam membayar tarif parkir yang dinaikkan dapat menimbulkan perasaan terpaksa, yang pada gilirannya dapat menghalangi terciptanya rasa ikhlas dalam pembayaran.

4. Prinsip persaudaraan

Pengelola bisa mengadakan forum diskusi atau survei untuk mendapatkan masukan dari pengunjung sebelum menerapkan kebijakan baru. Hal ini akan membantu membangun rasa saling pengertian dan menghargai antara pengelola dan pengunjung. Tetapi pada pelaksanaan kebijakan ini pengelola tidak mempertimbangkan masukan pengunjung terlebih dahulu.

5. Sains dan ilmu pengetahuan

Penerapan sains dan ilmu pengetahuan dapat dilakukan melalui evaluasi berkelanjutan terhadap kebijakan yang diterapkan, serta pengembangan strategi bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga memberikan nilai tambah bagi pengunjung.

6. Keadilan

Keadilan menjadi prinsip kunci dalam penetapan tarif parkir, di mana pengelola perlu memastikan bahwa kenaikan harga sebanding dengan peningkatan kualitas layanan dan fasilitas yang disediakan. Penerapan tarif yang berbeda untuk hari biasa dan hari libur atau *event* khusus harus diimbangi dengan transparansi informasi dan peningkatan pelayanan yang signifikan. Dengan menerapkan nilai-nilai Islam ini secara konsisten, pengelola objek wisata D'LAS tidak hanya

dapat meningkatkan kepuasan pengunjung, tetapi juga menciptakan model bisnis yang berkelanjutan dan sesuai dengan ajaran Islam.

Dari analisis etika bisnis Islam terhadap kenaikan tarif parkir di objek wisata D'LAS menunjukkan adanya ketidakselarasan antara keputusan bisnis dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Meskipun kenaikan tarif parkir tidak secara eksplisit melanggar aturan syariat dan memiliki argumentasi dari perspektif manajemen bisnisnya, implementasinya menimbulkan berbagai persoalan etis. Ketidakseimbangan antara kenaikan tarif dan peningkatan kualitas layanan, kurangnya transparansi dalam penyampaian informasi, serta potensi pelanggaran terhadap prinsip etika bisnis yang terkandung dalam Al-Qur'an dan hadis menunjukkan bahwa kebijakan ini belum sepenuhnya merefleksikan nilai-nilai etika bisnis Islam. Situasi ini mencerminkan adanya kesenjangan antara upaya optimalisasi bisnis dan penerapan prinsip-prinsip fundamental dalam etika bisnis Islam, seperti keadilan, pertanggungjawaban, dan kesejahteraan bersama.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap kenaikan tarif parkir di objek wisata D'LAS Serang Purbalingga, dapat disimpulkan yaitu:

1. Mekanisme kenaikan tarif parkir di Desa Wisata Lembah Asri Serang (D'LAS) merupakan strategi bisnis yang diterapkan oleh PT Lembah Asri Serang untuk mengoptimalkan pendapatan, terutama selama masa puncak kunjungan. Kebijakan ini diberlakukan pada waktu-waktu tertentu, seperti libur panjang atau saat acara khusus seperti Festival Gunung Slamet, berdasarkan pertimbangan matang dan observasi pola kunjungan wisatawan. Kenaikan tarif untuk sepeda motor dari Rp 2.000 menjadi Rp 5.000, mobil dari Rp 5.000 menjadi Rp 10.000, mikro dan elf dari Rp 10.000 menjadi Rp 15.000, bus sedang dari Rp 15.000 menjadi Rp 20.000, dan bus besar dari Rp 20.000 menjadi Rp 25.000 didasarkan pada pertimbangan praktis untuk memudahkan transaksi keuangan dan mengurangi kemacetan di area wisata. Pihak pengelola berupaya mensosialisasikan perubahan tarif melalui media sosial, terutama *instagram*, serta melalui loket pembayaran parkir.
2. Peraturan Daerah Kabupaten Purbalingga Nomor 5 Tahun 2023 mengatur secara komprehensif tanggung jawab penyelenggara perparkiran dan hak-hak pengguna jasa parkir. Meskipun pengelolaan parkir di D'LAS telah menunjukkan beberapa kesesuaian dengan regulasi ini, seperti upaya

penyebaran informasi dan penanganan keamanan, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan seperti transparansi informasi, kenyamanan lingkungan parkir, dan sistem pembayaran yang tepat.

3. Berdasarkan tinjauan etika bisnis Islam terhadap kenaikan tarif parkir di objek wisata D'LAS Serang Purbalingga, dapat disimpulkan bahwa penerapan prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islam dalam kebijakan tersebut masih belum optimal. Prinsip ketauhidan (*unity*) tercermin dalam upaya meraih keuntungan yang tidak bertentangan dengan syariat, namun prinsip keseimbangan (*equilibrium*) belum terpenuhi karena adanya ketidakpuasan pengunjung terkait kenaikan tarif dan kurangnya peningkatan fasilitas. Prinsip kebebasan berkehendak (*free will*) terlihat dalam keputusan manajemen untuk menaikkan tarif dan kebebasan pengunjung untuk menerima atau menolak, meski terbatas oleh kurangnya informasi. Prinsip pertanggungjawaban (*responsibility*) tercermin dalam upaya optimalisasi pendapatan dan efisiensi waktu pelayanan, namun masih perlu ditingkatkan dalam hal komunikasi dan penyediaan fasilitas. Nilai-nilai Islam seperti kebenaran, amanah, keikhlasan, persaudaraan, penggunaan ilmu pengetahuan, dan keadilan juga belum sepenuhnya diterapkan, terutama dalam hal transparansi informasi, peningkatan kualitas layanan, dan pertimbangan kemampuan ekonomi pengunjung.

B. Saran

Dari penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran untuk pengelola objek wisata D'LAS dan pengunjung, yaitu :

1. Untuk pengelola objek wisata D'LAS, sangat penting untuk meningkatkan transparansi dan komunikasi terkait perubahan tarif parkir. Meskipun sudah ada upaya penyebaran informasi melalui *instagram* dan loket pembayaran, ini terbukti belum cukup efektif. Disarankan untuk memperluas metode penyampaian informasi, misalnya dengan memasang papan pengumuman sebelum area parkir dan menggunakan platform media sosial lainnya tidak hanya *instagram*.
2. Pengelola juga perlu mempertimbangkan keseimbangan antara kenaikan tarif dan peningkatan kualitas layanan. Pengunjung merasa bahwa kenaikan tarif tidak diimbangi dengan perbaikan fasilitas yang sepadan. Oleh karena itu, disarankan untuk mengalokasikan sebagian dari pendapatan tambahan ini untuk memperbaiki infrastruktur, seperti kondisi jalan, area parkir, dan fasilitas lainnya.
3. Pengelola objek wisata D'LAS perlu memastikan bahwa setiap kebijakan yang diambil mencerminkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti, keadilan, pertanggungjawaban, dan kesejahteraan bersama.
4. Bagi pengunjung D'LAS, disarankan untuk lebih proaktif dalam mencari informasi sebelum berkunjung. Periksa media sosial resmi D'LAS dan sumber informasi lainnya untuk mengetahui perubahan kebijakan atau tarif terbaru. Pengunjung juga bisa mempertimbangkan

untuk mengunjungi D'LAS di luar periode puncak atau *event* khusus jika ingin menghindari tarif yang lebih tinggi dan lonjakan kendaraan.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Aprianto, Iwan dkk. *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020.
- Azwar, Saifudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Badroen, Faisal dkk. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2012.
- Dahlan, Ahmad, *Pengantar Ekonomi Islam: Kajian Teologis, Epistemologi, dan Empiris*. (Jakarta:Prenada Media, 2019).
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran bumi*. Jakarta: Pennebar Plus, 2012.
- Fahmi, Irham. *Etika Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Fajar, Mukti ND dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007).
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Hasibuan, Abdurrozzaq. *Etika Profesi Profesionalisme Kerja* (Medan: UISU Press, 2017).
- Jazil Thuba dan Nur Hendrasto. *Prinsip & Etika Bisnis Syaria*. Bandung: KNEKS, 2021.
- Malahayatie. *Konsep Etika Bisnis Islam*. Aceh: Sefa Bumi Persada, 2022.
- Muhammad, Abdulkadir. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004.
- Mulyono, Sri. *Etika Bisnis Islam*. Lombok: Alliv Renteng Mandiri, 2021
- Ras Try Astuti, An. *Etika Bisnis Islam*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022.
- Salim dan Erlies Septiana Nurbaini. *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama, 2012.

Sugiyono, Suriasumantri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.

Suhayib, *Studi Akhlak*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2016).

Toriq, Muhammad Nurmadiansyah. *Etika Bisnis Islam Konsep Dan Praktek*. Yogyakarta: Cakrawala Pustaka. 2021.

Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.

Yunia, Ika. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013.

B. Jurnal atau artikel

Ghafur, Abdul. "Etika bisnis dalam perspektif islam." *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 1 (2018). <https://ejournal.unzah.ac.id/index.php/iqtishodiyah/article/view/74> , diakses pada 15 Juli 2024.

Hadis online, [Sunan Baihaqi Kabir 25472 \(carihadis.com\)](http://carihadis.com), diakses pada 12 Oktober 2024

Juliyani, Erly. "Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam". *Jurnal Ummul Qura*, VolVII, No.1, (Maret, 2016). <https://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/qura/article/view/3081>, diakses pada 15 Juli 2024.

Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi Oktober 2023 (Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia), <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/musim> diakses pada 20 April 2024.

Norvadewi. "Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)." *Al-Tijary*, Vol.1, No.1, (Desember, 2015). <https://www.neliti.com/publications/141373/bisnis-dalam-perspektif-islam-telaah-konsep-prinsip-dan-landasan-normatif>, diakses pada 15 Juli 2024.

Permadina Kanah, Arieska dan Novera Herdiani. "Pemilihan teknik sampling berdasarkan perhitungan efisiensi relatif." *Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang* Vol 6, No.2, (November, 2018),

[PEMILIHAN TEKNIK SAMPLING BERDASARKAN PERHITUNGAN EFISIENSI RELATIF | Arieska | Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang \(unimus.ac.id\)](#), diakses pada 19 Juli 2024.

Qur'an Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/> diakses pada 10 Juli 2024.

Rujiansyah, "Etika Bisnis dalam Islam." *Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syari'ah*, Vol. 4, No. 1 (2017). [\(11\) Etika Bisnis Dalam Islam | Sosiawan Siregar - Academia.edu](#), diakses pada 15 Juli 2024.

C. Skripsi

Aziz, Abdul. "Mekanisme Penetapan Harga Di Toko Grosir Alat Tulis Alisa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam ", *Skripsi*. Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2021. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/5551/1/SKRIPSI%20ABDU%20AZIZ%20PDF.pdf>, diakses pada 20 April 2024.

Fakhrudin, Muhammad. "Penetapan Harga Jual Beli Tiket Tarif Lebaran Bus Jurusan Bima Mataram Di Bima Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Skripsi*. Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2018. <https://repositori.uin-alauddin.ac.id/8555/1/Muh.%20Fakhrudin.pdf>, diakses pada 20 April 2024.

Khairina. "Dampak Peringatan Hari-Hari Besar Islam Dalam Pemenuhan Jual Beli Bahan Pokok Terhadap Kebutuhan Masyarakat Di Pasar Induk Lambaro Aceh Besar", *Skripsi*. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2023. <https://repository.arraniry.ac.id/id/eprint/31847/>, diakses pada 20 April 2024.

Larasati, Galuh. *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli Makanan Tanpa Mencantumkan Harga*, skripsi (Surakarta:IAIN Surakarta,2020). [SKRIPSI FINAL GALUH.pdf \(iain-surakarta.ac.id\)](#), diakses pada 11 Juli 2024

Sarmila. "Analisis Hukum Ekonomi Islam Terhadap Kenaikan Harga Barang Komoditi Di Bulan Ramadan", *Skripsi*. Tanrutedeng: IAIN Parepare, 2021.

<https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/2838/1/16.2200.049.pdf>,

diakses pada 20 April 2024.

Varidhotul Islamiyah, Via. “Strategi Penetapan Harga Dalam Perspektif Etika
Bisnis “Islam”, *Skripsi*. Metro: IAIN Metro, 2017.

<https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/2611/>, diakses pada 20
April 2024.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran I : Pedoman wawancara

A. Pertanyaan wawancara kepada pengelola

1. Apa alasan utama di balik keputusan untuk menaikkan tarif parkir di D'LAS Serang?
2. Berapa besar kenaikan tarif parkir yang diberlakukan, dan untuk jenis kendaraan apa saja?
3. Kapan kenaikan tarif parkir ini mulai diberlakukan?
4. Bagaimana proses pengambilan keputusan untuk menaikkan tarif parkir ini?
5. Bagaimana reaksi pengunjung terhadap kenaikan tarif parkir ini?
6. Apakah kenaikan tarif parkir ini akan diikuti dengan peningkatan fasilitas atau layanan parkir?
7. Bagaimana cara mensosialisasikan kenaikan tarif parkir ini kepada masyarakat?
8. Bagaimana memastikan bahwa kenaikan tarif parkir tidak memberikan beban tambahan yang berlebihan bagi pengunjung?
9. Apakah rencana untuk mengevaluasi dampak dari kenaikan tarif parkir ini di masa mendatang?

B. Pertanyaan wawancara kepada pengunjung

1. Apakah Anda mengetahui adanya kenaikan tarif parkir di D'LAS Serang?
Jika ya, bagaimana Anda mengetahuinya?
2. Menurut Anda, apakah kenaikan tarif parkir di D'LAS Serang wajar?
Mengapa?
3. Bagaimana tanggapan Anda mengenai kenaikan tarif parkir ini?
4. Apakah kenaikan tarif parkir mempengaruhi keputusan Anda untuk mengunjungi D'LAS Serang?
5. Menurut Anda, apakah fasilitas parkir di D'LAS Serang sudah sesuai dengan tarif yang baru?
6. Apakah Anda merasa ada peningkatan kualitas layanan parkir setelah kenaikan tarif?
7. Apakah Anda merasa pihak pengelola sudah cukup transparan dalam menginformasikan kenaikan tarif parkir?
8. Bagaimana dampak kenaikan tarif parkir ini terhadap anggaran wisata Anda?
9. Apakah Anda memiliki saran untuk pengelola D'LAS Serang terkait kebijakan tarif parkir?

Lampiran II : Dokumentasi wawancara

A. Dokumentasi wawancara dengan Direktur dan pengelola D’LAS







DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Tita Nurul Fitriana
2. NIM : 2017301013
3. Tempat, Tanggal Lahir : Purbalingga, 12 November 2001
4. Alamat : Desa Maribaya RT 01 RW 03, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Purbalingga
5. Telepon : 083865342407
6. Nama Ayah : Tarsudin
7. Nama Ibu : Kasri

B. Riwayat pendidikan

1. . Pendidikan Formal
 - a. TK/RA, tahun lulus : RA Diponegoro Krangean, 2008
 - b. SD/MI, tahun lulus : MI Negeri Krangean, 2014
 - c. SMP/MTS, tahun lulus : SMP Negeri 1 Bobotsari, 2017
 - d. SMA/SMK, tahun lulus : SMA Negeri I Bobotsari, 2020
 - e. SI, tahun masuk : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2020
2. Pendidikan Non-Formal
 - a. Pondok Pesantren Modern Elfira I Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi1.

1. Anggota Karang Taruna Desa Maribaya
2. Divisi Sosial Masyarakat Organisasi Mahasiswa Daerah “Forum Mahasiswa Purbalingga Perwira”

Purwokerto, 26 September 2024



Tita Nurul Fitriana
NIM.2017301013