

ETIKA BISNIS ISLAM DALAM ERA BISNIS KEKINIAN (STUDI KASUS KEDAI KOPI DISKUUPI SURABAYA)

Sherin Maydiana

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: sherinmaydiana16081194010@mhs.unesa.ac.id

Hendry Cahyono

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email : hendrycahyono@unesa.ac.id

Abstrak

Tren mengkonsumsi kopi pada kalangan muda zaman sekarang sangat berpotensi besar guna meningkatkan jumlah konsumsi kopi di Indonesia. Dengan menjamurnya kedai kopi di berbagai kota menjadi bukti bahwa penikmat kopi semakin meningkat. Salah satu bisnis berbasis kopi yang sedang diminati masyarakat saat ini adalah kedai kopi kekinian. Sebagai pelaku bisnis terutama pelaku bisnis muslim dalam menjalankan bisnisnya seharusnya menerapkan etika bisnis sebagai pengarah perilaku persaingan supaya sesuai dengan norma yang ada dan sesuai dengan yang ditetapkan di Al-Qur'an, hadis dan sumber Islam lainnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif pendekatan studi kasus guna meneliti suatu kasus yang terjadi di tempat dan waktu tertentu. Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan dua narasumber dan dibandingkan pembahasan yang mendalam dengan teori dan studi terdahulu, Diskuupi hanya menerapkan prinsip keseimbangan, kehendak bebas dan kebenaran: kejujuran dan kejujuran, dan tanggung jawab.

Kata Kunci : *prinsip etika bisnis islam, kedai kopi diskoupi surabaya*

Abstract

The tren of consuming coffee among young people today has great potential to increase the amount of coffee consumption in Indonesia. With the proliferation of coffee shops in various cities is proof that coffee lovers are increasing. One of the coffee-based businesses that are in demand today is the current coffee shop. As business people, especially Muslim business people, in conducting their business they should apply business ethics as a driver of competitive behavior so that they are by existing norms and by those stipulated in the Quran, Hadith, and other Islamic sources. This research uses descriptive qualitative case study approach to examine a case that occurs in a certain place and time. The result showed that based on the results of interviews conducted with two sources and compared in-depth discussions with theories and previous studies, Diskuupi only applied the principle of balance, free will, and truth: virtue and honesty, and responsibility.

Keywords: *Islamic business ethics principles, Diskuupi coffee shop Surabaya.*

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini berpengaruh terhadap perilaku gaya hidup masyarakat. Salah satu yang menjadi bagian dari gaya hidup sebagian masyarakat ialah perilaku mengonsumsi kopi. Hal ini yang menjadikan tren mengonsumsi kopi terus meningkat tajam dan secara tidak disadari. Melihat perkembangan tren mengonsumsi kopi, kopi tidak hanya dilihat sebagai minuman orangtua, tetapi juga menjadi tren sendiri sebagai gaya hidup anak muda, contohnya seperti kehidupan sosial mereka. Perilaku berkumpul (nongkrong) menjadi faktor pendukung gaya hidup anak muda saat ini. Tren konsumsi kopi pada kalangan muda zaman sekarang (kaum milenial) sangat berpotensi besar guna meningkatkan jumlah konsumsi kopi di Indonesia. Hal ini diperkuat dengan data dari *Internasional Coffee Organization* (ICO) yang mengatakan bahwa konsumsi kopi di Indonesia meningkat hingga 4,6 juta kemasan 60 kg/lb (60kg) pada 2016-2017 ((ICO), 2017). Rata-rata pertumbuhan konsumsi kopi nasional mencapai sebesar 2,48%.

Penikmat kopi yang semakin meningkat ditandai dengan semakin menjamurnya kedai kopi di berbagai kota salah satunya di kota-kota besar. Menurut Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jawa Timur bahwa perkembangan kafe berbasis kopi meningkat sebesar 16% sampai 18% seiring dengan perkembangan gaya hidup masyarakat perkotaan (Widarti, 2019). Salah satu bisnis kafe berbasis kopi yang sedang diminati masyarakat saat ini adalah kedai kopi berkonsep “*coffee to go*” atau kedai kopi kekinian. Kedai kopi kekinian menjadi peluang usaha besar yang dapat di manfaatkan oleh kaum muda milenial. Dari sudut pandang budaya, kedai kopi kekinian atau kedai kopi berkonsep “*coffee to go*” memiliki fungsi sosial (interaksi sosial) yang menyediakan tempat untuk berbicara ataupun sekedar melepaskan penat bagi konsumen atau pengunjung.

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh IDN Times Jogja melakukan survei terhadap konsumen kedai kopi kekinian dengan hasil 41,7% koresponden mengonsumsi kopi kekinian kurang dari sekitar tiga kali sebulan, 32,1 koresponden mengonsumsi tiga sampai lima kali sebulan, 14% mengonsumsi enam sampai sembilan kali sebulan dan 12,3% mengonsumsi lebih dari sembilan kali sebulan hal ini membuat kedai kopi kekinian mencetak permintaan kopi di Indonesia menjadi semakin meningkat. (Cahya, Arofani, Iqbal, & Suci, 2019).

Ditengah maraknya kedai kopi kekinian, sebagai pelaku bisnis terutama pelaku bisnis muslim dalam menjalankan bisnisnya seharusnya menerapkan etika bisnis sebagai pengarah perilaku persaingan bisnis supaya sesuai dengan norma yang ada dan sesuai dengan yang ditetapkan di Al-Qur'an, hadis, dan sumber Islam lainnya. Suatu persaingan bisnis dapat dikatakan baik, bila melengkapi seluruh nilai yang ada agar terhindar dari hal yang tidak diinginkan karena masih banyak pelaku bisnis yang tidak menerapkan etika bisnis atau melanggar prinsip etika bisnis khususnya etika bisnis Islam.

Menurut Aziz (2013), etika bisnis Islam merupakan sebuah upaya atau suatu proses guna mengetahui benar dan salah terkait dengan produk, pelayanan perusahaan yang memiliki kepentingan dengan tuntutan perusahaan. Etika bisnis

yang baik dan adil adalah dengan menerapkan hukum dan keadilan secara konsisten dan setia pada prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Semua bentuk kegiatan bisnis wajib dilakukan dengan etika yang telah ditetapkan dalam bisnis Islam seperti tidak melakukan kecurangan dalam berbisnis, riba, dan tindakan yang dilarang oleh Islam. Bisnis merupakan hal terbaik dalam mendapatkan harta yang telah ditetapkan oleh Islam. (Amalia, 2014).

Contoh kasus pelanggaran etika bisnis yang melanggar salah satu prinsip etika bisnis yaitu kasus kekerasan oleh pegawai salah satu kedai kopi yang ada di kota Bandung, Jawa Barat terhadap *driver* ojek online. Saat *driver* tersebut memesan pesanan pelanggan, tetapi pesanan tersebut habis. *Driver* mengkonfirmasi ke pelanggan, dan pelanggan meminta untuk memesan menu lain dengan harga yang lebih murah dari pesanan yang pertama. *Driver* yang tidak bisa mengedit pesanan meminta bantuan kepada pegawai tersebut. Bukan bantuan yang didapatkan tetapi cacian maki dan lemparan susu kemasan sampai bibir *driver* berdarah. Kasus tersebut merupakan salah satu pelanggaran dari prinsip kesatuan etika bisnis Islam. (Dinillah, 2020)

Salah satu kedai kopi khususnya di kota Surabaya yang sedang mengikuti tren yaitu Diskuupi. Kedua pemilik yang merupakan salah satu pelaku usaha muslim yang menjalankan bisnis di bidang industri kafe berbasis kopi kekinian ini menerapkan konsep bisnis kewirausahaan sosial. Kedua pemilik juga memiliki misi sosial seperti pemberdayaan petani dan menyebar value positif pada kaum milenial. Diskuupi juga mengusung tagline “diskusi, aku, kamu dan kopi” yang memiliki tujuan mengajak kaum milenial untuk berkegiatan positif. Diskuupi memberikan diskon untuk mahasiswa yang sedang belajar kelompok dan diskon untuk mahasiswa dengan IPK tertentu. Selain itu Diskuupi memiliki CSR (*Corporate Social Responsibility*) berupa sumbangan bantuan pendidikan dan donasi kegiatan sosial. Diskuupi juga meregulasi zakat mal dan sedekah. Kopi yang disediakan juga berbeda dari kedai kopi yang lainnya yaitu perpaduan kopi susu coklat, kopi susu pisang, kopi susu maccha.

Diskuupi mengincar kaum milenial sebagai konsumen dari bisnisnya. Menurut salah satu pemilik kedai kopi Diskuupi bahwa kaum milenial saat ini ingin serba praktis. Minum kopi dengan berbagai varian rasa yang telah menjadi tren atau gaya hidup mereka. Jika dilihat dari pasar di kota Surabaya sangat prospektif. Dengan jumlah anak muda dan kelas menengah yang terus bertambah. Termasuk mahasiswa di berbagai kampus. Maka dari itulah yang menjadi segmen pasar potensial Diskuupi. Selain itu juga media sosial menjadi faktor pendukung kaum milenial berekspresi dengan menikmati kopi. Sebagai pelaku usaha yang beragam muslim, mengharuskan untuk menerapkan kaedah-kaedah bisnis Islam.

Maka dari itu berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Etika Bisnis Islam Dalam Bisnis Kopi Kekinian (Studi Kasus Kedai Kopi Diskuupi Surabaya)” ingin mengetahui apakah kedai kopi Diskuupi Surabaya telah menerapkan kaedah-kaedah bisnis Islam.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus yang bertujuan untuk meneliti suatu kasus yang terjadi di tempat dan waktu tertentu. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diambil dari subjek penelitian. Data diambil dari hasil wawancara mendalam dengan subjek yang telah dipilih oleh peneliti. Subjek penelitian ini yang dipilih oleh peneliti adalah salah satu *founder* Diskuupi dan salah satu pegawai Diskuupi Surabaya.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara mendalam. Peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam dengan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Wawancara ini dilakukan peneliti secara tidak langsung dengan media *video call* dan via telepon. Dengan wawancara mendalam peneliti dapat menggali informasi dari subjek yang telah dilakukan.

Teknik uji validitas data dilakukan dengan teknik triangulasi teori. Dengan triangulasi teori, peneliti membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan kedua narasumber dengan teori pada studi terdahulu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Lokasi yang dipilih peneliti yaitu kedai kopi Diskuupi Surabaya. Diskuupi dikelola oleh kedua *founder* yang merupakan pelaku usaha muslim dengan menerapkan konsep bisnis kewirausahaan sosial. Diskuupi memiliki lima cabang di kota Surabaya antara lain Nginden, Dharmawangsa, Tenggilis, Villa Bukit Mas, Dukuh Kupang.

Diskuupi memiliki sebuah *tagline* “diskusi, aku, kamu dan kopi” dengan tujuan mengajak anak-anak muda untuk lebih produktif. Tidak hanya sekedar untuk kumpul dan bersenang-senang tetapi juga mendapatkan *value* yang positif sesuai dengan visi dan misi Diskuupi yaitu untuk menjadi tempat kumpul yang positif yang dapat memicu anak-anak muda untuk lebih produktif dan menjunjung tinggi kebersamaan dan memberdayakan komoditi lokal seperti memberdayakan petani lokal dan memberdayakan sumber daya Indonesia.

Dalam menentukan target pasar, Diskuupi menetapkan berdasarkan data survei yang telah dilakukan sebelum membangun bisnis. Dengan mengambil data rata-rata pengunjung harian. Hasil data yang didapat yaitu usia 16 tahun sampai 40 tahun. Kemudian menentukan data yang paling tinggi yaitu dengan usia 18 tahun sampai 25 tahun.

Praktik Prinsip Kesatuan (*Unity*) Pada Diskuupi Surabaya

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu *founders* dan salah satu pegawai kedai, Diskuupi memberikan waktu bagi karyawan kedai untuk melaksanakan ibadah wajibnya. Hal tersebut sesuai dengan jawaban wawancara yang dilakukan peneliti dengan salah satu *founder* kedai kopi Diskuupi yaitu Wardah Nafisah, sebagai berikut:

“Kita menerapkan pada tim internal kita saja, jadi saya selalu briefing karyawan jangan sampai meninggalkan ibadah terutama yang Islam.”(wawancara dengan Wardah Nafisah, salah satu *founder* Diskuupi. 17 April 2020).

Hal tersebut juga diungkapkan salah satu karyawan Diskuupi dalam wawancaranya Aldhi Kusuma. Beliau mengatakan:

“Selama ini kita bergantian untuk melaksanakan ibadah. Tetapi kalau sholat Jum’at kedai tetap buka dan yang melayani itu pegawai perempuan.” (wawancara dengan Aldhi Kusuma, salah satu karyawan Diskuupi. 19 April 2020).

Prinsip kesatuan dalam pandangan Islam yang telah ditetapkan pada Surat Al Jumuah ayat 10 yang berbunyi :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya :*“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah”*(QS. Al Jumuah 10)

Ayat diatas dapat disimpulkan bahwa sebagai pedagang atau pelaku usaha muslim, apabila telah datang atau tiba waktunya untuk melaksanakan sholat Jum’at maka alangkah baiknya untuk menutup sementara atau memberhentikan transaksi jual beli. Karena Allah SWT melarang pedagang muslim melakukan perdagangan pada saat shalat Jum’at ditunaikan. Transaksi jual beli atau kegiatan berdagang dapat dilakukan setelah shalat Jum’at telah ditunaikan atau telah selesai.

Hal tersebut belum sesuai atau belum diterapkan oleh Diskuupi seperti yang dikatakan oleh Kak Wardah dalam wawancara, sebagai berikut:

“Untuk menutup toko sementara pada saat sholat Jum’at, kita belum menerapkannya. Karena di kondisi saat ini belum ideal, belum ada musholah karena tempatnya kan sudah kecil. Jadi kalau untuk sholat lima waktu Diskuupi hanya menerapkan tim internal saja.” .”(wawancara dengan Wardah Nafisah, salah satu founder Diskuupi. 17 April 2020).

Selain jawaban dari Wardah Nafisah, pernyataan tersebut juga di ungkapkan oleh salah satu pegawai Diskuupi yaitu Aldhi Kusuma. Maka dari itu dapat disimpulkan untuk prinsip kesatuan pada hal ini Diskuupi belum menerapkan prinsip kesatuan untuk menutup toko sementara seperti teori yang ada dan ayat diatas.

Adapun praktek lain yaitu tidak adanya diskriminasi baik pada pekerja, penjual dan juga mitra kerja. Salah satu bentuk diskriminasi pada pekerja ialah diskriminasi upah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Wardah Nafisah menjelaskan bahwa Diskuupi belum menerapkan mekanisme bonus atau *reward*, tetapi untuk tim operasional sistem gaji yaitu sistem gaji harian tidak adanya sistem gaji pokok. Menurut beliau, Diskuupi masih mencari mekanisme yang adil dalam memberikan bonus atau *reward* bagi pegawainya karena apabila menerapkan sistem bonus kepada salah satu pegawai hal yang ditakutkan adalah terjadinya tidak adilan bagi pegawai lain. Maka dari itu Diskuupi mencegah hal tersebut. Karena bila ingin memberikan bonus kepada pegawai maka harus ada alasan yang bisa diterima semua orang atau semua *founder* dari Diskuupi.

Sedangkan menurut Aldhi Kusuma selaku salah satu pegawai kedai mengatakan bahwa *reward* yang ada di Diskuupi ialah apabila penjualan melebihi target maka hasil penjualan tersebut akan dibagi dengan pegawai kedai yang lain sesuai dengan jumlah pegawai. Contohnya satu hari satu cup targetnya adalah seharga 1000, jika hari senin penjualan melebihi target sebesar 130 cup, jadi mendapatkan *reward* sebesar 10.000 maka 10.000 inilah yang akan dibagikan kepada pegawai Diskuupi lain sesuai dengan jumlah pegawai di masing-masing cabang.

Praktik Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium*) Pada Diskuupi Surabaya

Berdasarkan hasil wawancara Diskuupi telah menerapkan prinsip keseimbangan. Hal ini dapat dibuktikan dalam proses pembuatan kopi atau minuman yang lainnya pegawai Diskuupi tidak pernah mengurangi atau mencurangi takaran apabila konsumen tidak meminta untuk dikurangi. Diskuupi telah menetapkan *standar recipe* untuk setiap produk dan varian yang dijual. Semua takaran sudah Diskuupi presisikan. Diskuupi juga telah melatih para barista untuk tidak menyalahi standar tersebut. Begitupun pada saat melakukan promosi apabila ada produk baru Diskuupi tidak pernah memaksa pelanggan untuk membeli produk tersebut. Aldhi Kusuma mengatakan bahwa Diskuupi tidak pernah mengurangi takaran apabila pelanggan tidak memintanya.

Dalam penetapan harga per produknya, Diskuupi menggunakan ilmu penetapan harga yang telah ada dalam ilmu manajemen bisnis. Seperti HPP, *supply chain*, ongkos operasional yang lain. Setelah menentukan hasilnya, maka hal yang dilakukan selanjutnya adalah menentukan margin keuntungan berbeda-beda setiap produk. Wardah Nafisah mengatakan bahwa karena mereka menginginkan produk Diskuupi terjangkau tetapi mereka harus menyesuaikan dengan HPP atau modal awal mereka. Apabila dihitung rata-rata dari margin keuntungan mencapai 30% sampai 50%.

Dalam menjalankan kegiatan bisnis, Diskuupi tidak pernah memaksa pelanggan untuk membeli produk mereka. Seperti saat ini Diskuupi mengeluarkan produk terbarunya, dan saat transaksi semua pegawai Diskuupi mempromosikan produk tersebut dengan tidak memaksa pembeli untuk membeli produk tersebut. Hal tersebut diungkapkan oleh Aldhi Kusuma selaku salah satu pegawai Diskuupi bahwa Diskuupi selama menjalankan bisnisnya tidak pernah memaksa pelanggan untuk membeli produk mereka. Apabila ada produk baru maka mereka hanya menawarkan atau mempromosikan bahwa ada produk baru.

Jawaban tersebut juga diungkapkan narasumber lain yaitu Wardah Nafisah yang mengungkapkan bahwa Diskuupi tidak pernah memaksa pelanggan untuk membeli produk mereka. Maka dalam konteks ini Diskuupi telah menerapkan prinsip keseimbangan dalam konteks tidak memaksa pelanggan untuk membeli produk dari Diskuupi.

Praktik Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*) Pada Diskuupi Surabaya

Kopi kekinian telah menjadi tren di dunia bisnis yang menimbulkan banyaknya persaingan. Wardah Nafisah selaku *founder* Diskuupi menyadari hal tersebut. Beliau mengungkapkan strategi Diskuupi dalam menghadapi persaingan dengan menentukan nilai yang berbeda yang menjadikan merek Diskuupi lebih murni dari yang lain. Setelah itu memberikan target yang realistis, Diskuupi tidak

mungkin menginginkan semua orang Surabaya untuk membeli produk Diskuupi, sehingga Diskuupi melakukan segmentasi pasar dengan memfokuskan pada pasar yang diinginkan dengan strategi yang telah mereka tetapkan di awal.

Menurut beliau juga kita memang harus idealis tetapi kita juga harus realistis. Ibaratnya tidak bisa mengharapkan semua populasi di Surabaya untuk membeli kopi di Diskuupi itu merupakan hal yang tidak mungkin untuk menargetkan sebagai tujuan mereka. Beliau juga mengatakan bahwa, beliau dan teman-temannya dalam membangun sebuah bisnis menginginkan bisnis yang bertahan lama meskipun tren kopi kekinian nantinya akan naik turun bahkan sudah tidak diminati masyarakat. Bukan hanya mengikuti tren tetapi menginginkan bisnis mereka terus berdiri. Bahkan beliau mengatakan Diskuupi pada masa depan nantinya merupakan versi murah dari Starbucks.

Kopi kekinian memang sedang menjadi tren. Apabila produk atau kopi kekinian sudah tidak diminati masyarakat hal itu tidak menjadikan Diskuupi berhenti melakukan bisnis mereka karena dari awal *founders* Diskuupi membangun Diskuupi atau membangun sebuah bisnis, mereka mempunyai strategi yang menjadikan bisnis mereka tetapi bertahan lama.

Dalam prakteknya, Diskuupi memiliki cara memperoleh dan memilah kolega bisnis dan menciptakan kepercayaan satu sama lain. Kendala dalam membangun sebuah bisnis ialah cocok dengan kolega. Wardah Nafisah mengatakan bahwa untuk klik atau cocok dengan kolega yaitu dengan sering melakukan diskusi atau *brand storming*. Wardah Nafisah mengatakan bahwa dirinya dan koleganya setiap hari melakukan diskusi. Dalam menciptakan kepercayaan menurut Wardah Nafisah adalah dengan komitmen. Ketika telah memutuskan untuk cocok dengan kolega maka kita harus bekerjasama dengan baik dan membangun komitmen dengan asas kebersamaan.

Praktik Prinsip Tanggungjawab (*Responsibility*) Pada Diskuupi Surabaya

Dalam praktek bisnis salah satu bentuk dari prinsip tanggungjawab ialah menjamin bahan yang digunakan halal. Hal ini diungkapkan oleh kedua narasumber atau kedua informan. Bahan dan proses yang dilakukan oleh Diskuupi selama membuat minuman atau produk mereka menjamin 100% halal. Wardah Nafisah mengatakan halal merupakan salah satu syarat utama dalam membangun sebuah bisnis. Untuk sertifikat halal dari MUI Diskuupi sedang dalam tahap memprosesnya. Dikarenakan Diskuupi masih memiliki beberapa *supply* dari luar sehingga hal tersebut yang membuat proses sedikit lama.

Hal tersebut juga diungkapkan oleh mas Aldhi selaku salah satu pegawai Diskuupi bahwa Diskuupi menggunakan bahan yang halal dan cara dalam membuat produk juga halal.

Bentuk tanggungjawab lain dari etika bisnis Islam ialah meregulasi zakat, infaq dan shadaqah. Dalam praktiknya Diskuupi telah meregulasikan zakat, infaq, shadaqah dari penghasilan atau pendapatan mereka. Diskuupi juga membagikan sembako, masker kain pada saat ini di masa pandemi ini kepada masyarakat dan membagikan masker kepada karyawan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua informan, apabila terdapat salah seorang pegawai yang melanggar SOP yang telah ditetapkan maka tindakan yang diambil adalah melihat tingkat keparahan atau pelanggaran, apabila pelanggaran

yang dilakukan ringan atau kecil maka hanya ditegur saja atau diperingatkan. Tetapi apabila diulangi kembali sampai tiga kali maka yang dilakukan adalah diberikan peringatan keras. Apabila diulangi kembali maka akan diberikan SP (surat peringatan). Maka jika dibandingkan dengan teori prinsip tanggungjawab, Diskuupi dalam konteks ini telah melakukan atau menerapkan prinsip tanggungjawab.

Komplain atau keluhan pelanggan merupakan salah satu hal penting dalam manajemen bisnis. Karena dengan komplain atau keluhan pelanggan dapat dijadikan sistem kontrol bagi pemilik usaha. Seringnya komplain atau keluhan yang diterima, Diskuupi berusaha sebisa mungkin dan setegas mungkin dalam menanggapi dan menampung semua keluhan pelanggan. Salah satu bentuk keluhan pelanggan yang didapat adalah pelanggan memesan produk Diskuupi melalui aplikasi ojek *online*, setelah produk dikirim, pelanggan mendapatkan produk yang tidak sesuai dengan yang dipesan. Maka hal yang dilakukan oleh Diskuupi adalah mengkonfirmasi pesanan sebelumnya dan mengirimkan kembali sesuai dengan produk yang dipesan pelanggan sebelumnya dengan gratis.

Jawaban tersebut juga disampaikan oleh Aldhi Kusuma selaku salah satu pegawai Diskuupi yang mengungkapkan bahwa Diskuupi juga sering mendapatkan dan apabila ada komplain atau keluhan dari konsumen Diskuupi akan melakukan semaksimal mungkin atau berusaha sebaik mungkin dalam menyikapi setiap komplain.

Praktik Prinsip Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran Pada Diskuupi Surabaya

Dalam prakteknya, Diskuupi memiliki prinsip dalam melayani pelanggan yaitu dengan pelayanan yang rama, menyenangkan. Diskuupi menerapkan sistem poin sebagai bentuk *reward* atau hadiah bagi pelanggan. Pada saat proses transaksi dilakukan pegawai akan menanyakan nama, alamat email, nomor telepon pelanggan. Diskuupi telah merencanakan yang akan dilakukan misalnya apabila musim liburan Diskuupi akan membuat sebuah undian sebagai hadiah untuk pelanggan yang telah mengumpulkan poin sebanyak-banyaknya atau ketika ulang tahun Diskuupi, akan ada hadiah liburan bagi dua *customer* yang memiliki point paling banyak dengan destinasi yang berbeda-beda.

Dari penjelasan diatas juga diungkapkan oleh Aldhi Kusuma bahwa Diskuupi menerapkan sistem poin dan konsumen saat melakukan transaksi selalu di minta data diri seperti nama, email dan nomor telepon. Dengan demikian dalam konteks ini data yang diterima oleh penulis valid karena jawaban dari sesi wawancara dengan kedua narasumber sama.

Diskuupi juga memberikan informasi yang detail seperti mempromosikan produk baru kepada pelanggan. Apabila ada pelanggan yang bertanya apa saja komposisi dari minuman yang konsumen pesan maka Diskuupi akan memberikan informasi tersebut. Saat ini Diskuupi mengeluarkan produk barunya dan pada saat transaksi produk, maka Aldhi Kusuma dan pegawai kedai yang lain akan memberikan informasi produk secara detail. Wardah Nafisah menjelaskan mereka membuat nama yang jelas untuk setiap produknya bukan nama yang asal atau aneh tetapi membuat nama sesuai dengan produk. Contoh kopi susu pisang, dari

produk itu sudah cukup membantu *customer* untuk memahami dan menyesuaikan ekspektasi *customer* terhadap produk yang akan diterima atau di pesan.

Penjelasan diatas juga sesuai dengan jawaban dari Aldhi Kusuma bahwa pegawai Diskuupi memberikan informasi kepada pelanggan apabila pelanggan menanyakan tentang produk Diskuupi. Dalam konteks ini Diskuupi telah menerapkan prinsip kebenaran: kebajikan dan kejujuran untuk memberikan informasi detail mengenai produk kepada pelanggan dan data yang diperoleh penulis valid dikarenakan kedua narasumber memberikan jawaban yang sama.

Analisis Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Diskuupi Surabaya

Prinsip Kesatuan

Merupakan refleksi konsep *tauhid* yang menyesuaikan seluruh aspek kehidupan muslim pada bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keutuhan yang seragam. Dalam prinsip kesatuan, Islam menerapkan agama, ekonomi dan sosial yang disatukan demi menjadi kesatuan. Seperti yang dijelaskan dalam Surat Al Jum'ah ayat sepuluh tentang pelaku usaha muslim, apabila telah tiba waktunya untuk melaksanakan sholat Jum'at maka alangkah baiknya untuk menutup sementara toko atau memberhentikan transaksi jual beli.

Dalam konteks ini Diskuupi belum menerapkannya. Karena menurut hasil wawancara kedua narasumber memiliki jawaban yang sama yaitu Diskuupi tidak menutup toko dan tetap menjalankan transaksi jual beli atau kegiatan berdagang. Saat sholat Jum'at dilaksanakan Diskuupi mengganti pegawai untuk berjaga. Tetapi untuk sholat lima waktu pegawai Diskuupi bergantian untuk melaksanakan kewajiban mereka sebagai umat muslim.

Praktik bisnis lainnya dalam prinsip kesatuan yaitu tidak adanya diskriminasi baik pada pekerja, penjual dan juga mitra kerja lainnya. Salah satu bentuk diskriminasi pada pekerja ialah diskriminasi upah. Dalam praktik ini Diskuupi telah menerapkan prinsip kesatuan yaitu memberikan *reward* kepada pegawai hal ini sesuai dengan hasil jawaban wawancara dengan kedua narasumber.

Prinsip Keseimbangan

Didalam dunia kerja dan dalam dunia bisnis, Islam mewajibkan umatnya untuk bersikap adil, termasuk seseorang yang tidak disukai umatnya (Aziz, 2013). Dalam praktik bisnis, prinsip keseimbangan terdiri dari tidak adanya kecurangan dalam takaran dan timbangan. Dalam hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan kedua narasumber, data yang didapatkan penulis telah valid karena jawaban kedua narasumber sama. Yaitu Diskuupi memiliki *standar recipe* untuk setiap varian produk, yang dijual dan disediakan. Sehingga Diskuupi bisa mengupayakan setiap produk dan setiap varian memiliki standar yang setara. Bahkan barista Diskuupi pun sebelumnya sudah diberikan *training* untuk pembuatan produk Diskuupi. Diskuupi tidak akan mengurangi takaran apabila pelanggan tidak memintanya.

Praktik bisnis lainnya dalam prinsip keseimbangan yaitu penetapan harga dengan adil atau berdasarkan mekanisme pasar yang normal atau dengan ilmu manajemen bisnis (Nawatmi, 2010). Berdasarkan hasil wawancara dengan Wardah Nafisah, beliau mengatakan bahwa dalam menentukan harga Diskuupi menggunakan ilmu manajemen bisnis dalam penetapan harga seperti HPP, supply chain, ongkos operasional yang dikeluarkan. Setiap produk margin keuntungan

pun berbeda-beda jika di rata-rata margin keuntungan 30%- 50%. Selain itu dalam prinsip keseimbangan, pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya tidak boleh memaksa pelanggan untuk membeli produk (Nawatmi, 2010).

Berdasarkan hasil wawancara, data yang didapatkan oleh penulis valid karena jawaban dari kedua narasumber sama. Yaitu Diskuupi hanya menawarkan produk baru yang mereka punya dan apabila pelanggan tidak berminat maka Diskuupi tidak akan memaksa pelanggan untuk membeli produk mereka.

Prinsip Kehendak Bebas

Dalam praktek bisnis prinsip kehendak bebas mengarah ke kerja sama. Apabila terdapat persaingan dalam bisnis, maka persaingan tersebut dalam bentuk kebaikan atau menyikapinya dengan berbuat kebaikan (Nawatmi, 2010). Dalam hal ini menurut Wardah Nafisah dalam menyikapi persaingan Diskuupi memiliki strategi sendiri yaitu dengan menentukan nilai yang membedakan *brand* Diskuupi menjadi lebih murni dari pada yang lainnya. Lalu memberikan target yang realistis, Diskuupi tidak mungkin menginginkan semua orang Surabaya untuk membeli produk Diskuupi, sehingga Diskuupi melakukan segmentasi pasar mereka bahwa Diskuupi ingin untuk fokus pada pasar yang sesuai dengan langkah-langkah yang diinginkan.

Dalam praktek bisnis lainnya prinsip kehendak bebas dalam melakukan sebuah perjanjian, tetapi bukan kebebasan tanpa batas. Perjanjian yang dilakukan tidak boleh melanggar syariat (Jubaedi, Sobari, & Gustiawati, 2018). Dalam hal ini Diskuupi memiliki cara untuk memperoleh dan memilah kolega bisnis dan menciptakan kepercayaan satu sama lain yaitu dengan komitmen. Maka dalam konteks ini Diskuupi telah menerapkan prinsip kehendak bebas dengan menepati perjanjian atau menepati kontrak baik dengan kolega bisnis maupun dengan pegawai.

Prinsip Tanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab ini berkaitan erat dengan prinsip kehendak bebas. Seseorang yang memiliki kebebasan tanpa batas dalam artian seseorang yang memiliki kebebasan yang luas. Kebebasan seseorang mustahil untuk tidak menuntut pertanggungjawaban atas suatu yang dilakukan (Aziz, 2013).

Dalam praktik bisnis salah satu bentuk dari prinsip tanggungjawab ialah menjamin bahan yang digunakan halal. Berdasarkan jawaban dari kedua narasumber, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa Diskuupi telah melakukan tanggung jawab dalam bahan, proses yang digunakan untuk membuat produk 100% halal. Tetapi untuk sertifikat halal dari MUI masih dalam proses yang belum diterima oleh Diskuupi. Halal merupakan syarat utama bagi Diskuupi dalam menjalankan bisnis mereka.

Sebagai pelaku usaha muslim dianjurkan untuk menyisihkan sebagian dari penghasilan atau pendapatan yang diterima untuk meregulasikan zakat, infaq, shadaqah. Karena hakikatnya harta yang mereka terima adalah amanah dari Allah SWT yang harus mereka jaga dan hak dari orang lain yang harus mereka bagikan (Jubaedi, Sobari, & Gustiawati, 2018). Dalam praktik ini penulis mendapatkan dua jawaban yang berbeda dari kedua narasumber. Wardah Nafisah mengatakan bahwa Diskuupi meregulasikan zakat, infaq dan shadaqah juga melakukan donasi, membagikan sembako dan masker kain kepada masyarakat dan pegawai. Aldhi

Kusuma sebagai salah satu pegawai kedai kopi Diskuupi Surabaya yang mengatakan hal yang sama. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh penulis valid.

Menyikapi komplain atau keluhan pelanggan merupakan salah satu bentuk dari prinsip tanggung jawab dari pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya. Dalam bisnis, sebuah pertanggungjawaban dilakukan dari sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontal yaitu masyarakat. Dalam konteks horizontal yaitu masyarakat atau para pelanggan untuk memnuhi keadilan, kebenaran dan juga kehendak bebas maka adanya pertanggungjawaban dalam tindakan. Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua narasumber penulis mendapatkan hasil data yang valid karena jawaban kedua narasumber sama. Yaitu sebaik mungkin, sebijak mungkin Diskuupi menanggapi keluhan pelanggan, kritik pelanggan karena keluhan pelanggan dan kritik menjadikan sistem kontrol bagi *founder* Diskuupi.

Prinsip Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Prinsip kebenaran meliputi kebajikan dan kejujuran yaitu niat, sikap dari berbagai proses yang baik dan benar seperti proses transaksi, bentuk pelayanan. Berdasarkan jawaban dari kedua narasumber, penulis menarik kesimpulan bahwa Diskuupi telah menerapkan prinsip kebenaran: kebajikan dan kejujuran dalam memberikan pelayanan dengan sikap yang ramah, menyenangkan. Diskuupi juga memberikan sistem poin untuk konsumen saat melakukan transaksi seperti mencatat data diri nama, email dan nomor telepon pelanggan. Dari kedua jawaban narasumber yang sama maka penulis menarik kesimpulan bahwa data yang didapatkan valid.

Dalam praktik bisnis prinsip ini pelaku usaha dianjurkan untuk mengatakan dengan jujur mengenai kualitas produk, informasi detail mengenai produk tanpa menutupinya. Berdasarkan hasil wawancara, penulis mendapatkan data yang valid yaitu kedua jawaban narasumber mengatakan bahwa Diskuupi memberikan informasi yang detail kepada pelanggan. Jika ada pelanggan yang kurang mengerti mengenai komposisi produk maka pegawai akan memberikan informasi detail produk. Dalam praktik ini penulis menyimpulkan bahwa Diskuupi telah menerapkan prinsip kebenaran: kebajikan dan kejujuran.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat diperoleh kesimpulan bahwa kedai kopi Diskuupi hanya menerapkan tiga prinsip etika bisnis Islam yaitu terdiri dari prinsip keseimbangan, prinsip kebenaran : kebajikan dan kejujuran dan prinsip tanggungjawab. Untuk prinsip kesatuan kedai kopi Diskuupi belum sesuai dengan teori dan ayat Al- Jumuah ayat sepuluh karena tidak menutup toko sementara atau memberhentikan kegiatan jual beli untuk sementara pada saat shalat Jum'at dilaksanakan.

Maka saran yang dapat diberikan oleh penulis untuk kedai kopi Diskuupi yaitu menyesuaikan dengan prinsip etika bisnis Islam yang ada pada teori ataupun ayat dan hadis yang telah ditetapkan. Adapun saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini dan mendapatkan informasi mengenai etika bisnis Islam dan prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Diskuupi. Dikarenakan penelitian ini merupakan studi awal dari sebuah penelitian sehingga

hanya memberikan gambaran atas fenomena yang ingin dijawab dalam penelitian ini. Dikarenakan keterbatasan kondisi yang mengakibatkan terhambatnya observasi lapangan.

5. REFERENSI

- Al-Qur'an dan Terjemahannya Kementerian Agama Republik Indonesia (ICO), I. C. (2017, 07 03). *databoks.katadata*. Diambil kembali dari [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/03/berapa-konsumsi-kopi-indonesia):
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/03/berapa-konsumsi-kopi-indonesia>
- Widarti, P. (2019, 10 01). *Surabaya.bisnis*. Diambil kembali dari [Surabaya.bisnis.com](https://surabaya.bisnis.com/read/20191001/531/1154444/pertumbuhan-kafe-berbasis-kopi-jatim-mencapai-18-persen-setahun):
<https://surabaya.bisnis.com/read/20191001/531/1154444/pertumbuhan-kafe-berbasis-kopi-jatim-mencapai-18-persen-setahun>
- Cahya, P., Arofani, P., Iqbal, R., & Suci, D. (2019, September 25). *https://jogja.idntimes.com/news/indonesia/putriana-cahya/tren-kopi-susu-kekinian-regional-jogja*. (F. Sintasari, Editor) Diambil kembali dari IDN Times Jogja: <http://www.jogja.idntimes.com>
- Dinillah, M. (2020, January 28). *detikNews*. Diambil kembali dari [detik.com](https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-4876293/emak-emak-driver-ojol-di-bandung-diduga-dianiaya-pegawai-kedai-kopi):
<https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-4876293/emak-emak-driver-ojol-di-bandung-diduga-dianiaya-pegawai-kedai-kopi>
- Fajaruddin, A., & Hania, B. T. (2018, June 1). Business System Analysis Based On Multi Level Marketing in The Perspective of Islamic Business Ethics (Case Study: PT. Veritra Sentosa International). *Islamic Economic Journal*, 4, 26.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Nawatmi, S. (2010, April). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Fokus Ekonomi*, 9, 50-58.
- Jubaedi, Sobari, A., & Gustiawati, S. (2018, June). Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Universitas IBN Khaldun Bogor). *Jurnal Ekonomi Islam*, 9, 151-172.
- Alfaqiih, A. (2017, July). Prinsip-Prinsip Praktik Bisnis dalam Islam bagi Pelaku Usaha Muslim. *Jurnal hukum IUS QUIA IUSTUM*, 24, 448-466.
- Amalia, F. (2014, Januari). Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 6, 116-125.