

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Toko roti dengan *brand* besar yang terkenal dengan slogan *daily fresh* selalu menyajikan roti yang mereka jual dalam keadaan *fresh* untuk menjaga kualitas dan kepercayaan pelanggan pada toko mereka. Kualitas dan kepercayaan pelanggan dalam membeli menjadi prioritas utama sehingga setiap hari toko roti *daily fresh* menyediakan roti baru dengan aroma dan rasa yang menggugah selera. Namun, dalam praktiknya, tidak semua roti yang disajikan dapat terjual habis. Sisa roti yang tidak terjual sering kali dibuang, sebuah tindakan yang memicu berbagai reaksi di kalangan masyarakat, terutama dalam era kesadaran sosial yang semakin meningkat.

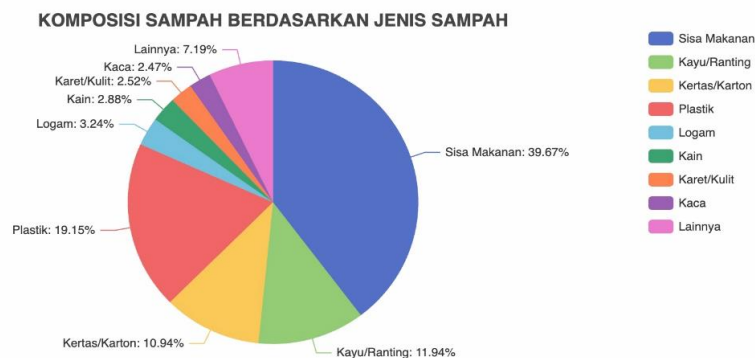
Viralnya sebuah video yang menunjukkan pegawai toko roti membuang sisa roti ke tempat sampah menarik perhatian publik. Respons dari netizen beragam, sebagian menganggap tindakan tersebut sebagai pemborosan, sementara yang lain memahami bahwa hal ini merupakan bagian dari prosedur operasional standar (SOP) yang diterapkan oleh manajemen. Komentar yang muncul mencerminkan kepedulian netizen terhadap masalah kelaparan dan pemborosan makanan, serta menyiratkan bahwa tindakan pembuangan makanan dapat memiliki konsekuensi sosial yang serius.

Penulis melihat *respond* netizen yang beragam sehingga penulis mencari tahu alasan dibalik tindakan yang dilakukan oleh toko tersebut. Sesuai yang dikatakan oleh salah satu mantan karyawan toko roti untuk menanggapi pertanyaan yang diajukan pada aplikasi *Quora* yaitu apa yang dilakukan toko roti (seperti *brea\*\*\*\*\**, *jc\**, dan *dun\*\*\*'* *donu\*\*\**) jika dagangannya tidak habis? Ia pun menjawab, "*hi kebetulan saya kerja di brea\*\*\*\*\* kak, jadi saya coba jawab ya. Roti yang tidak habis dijual pasti langsung dihancurkan dan dibuang. Jadi kita produksi setiap hari. ...*" (*pengguna qoura, mantan kasir. 2021*). Lalu dibalas oleh akun lain "*saya konfirmasi jawaban ini. Saya pernah pulang nonton bioskop ketika mall sudah tutup, ketika turun lewat eskalator melewati*

*brea\*\*\*\*\* saya melihat sendiri semua roti sisa masuk tong sampah” (pengguna Quora, driver go-jek. 2022).*

Dalam konteks bisnis, keputusan untuk membuang sisa makanan layak konsumsi tidak bisa dipandang sebelah mata. Pemilik toko roti tersebut berpendapat bahwa menjual kembali roti yang tidak terjual akan mengurangi kualitas produk dan merusak reputasi *brand*. Selain itu, memberikan diskon atau menyumbangkan roti yang tidak terjual dianggap berisiko, karena dapat memicu kebiasaan masyarakat untuk menunggu harga murah, yang akhirnya berpotensi menurunkan *omset*. Keputusan ini, meskipun mungkin terlihat merugikan secara sosial, diambil untuk menjaga keberlangsungan usaha dan integritas *brand*. Kenyataan ini memperlihatkan sebuah dilema besar bagi pelaku usaha. Manajemen memang memiliki beban untuk menjamin *higienitas* produk dan menjaga citra premium mereka, akan tetapi aturan pemusnahan total seperti ini justru memicu ketidakseimbangan. Ada nilai kemanusiaan dan tanggung jawab sosial yang terabaikan demi mengejar efisiensi bisnis semata.

dengan adanya aturan toko seperti ini tentu toko tersebut termasuk menjadi penyumbang sampah yang ada di Indonesia karena menurut data dari website Indonesia Asri Sampah makanan merupakan sampah dengan presentase tertinggi yang ada di Indonesia.



Gambar 1.1

Indonesia asri (komposisi sampah berdasarkan jenis sampah)

<https://images.app.goo.gl/batpx65smaih9ndl9>

Menurut artikel yang dimuat dalam *greenly.earth* lebih dari 30% makanan hilang atau terbuang setiap tahun. Angka ini bahkan lebih mencengangkan, mengingat banyaknya orang yang kelaparan di dunia. Makanan yang terbuang tidak hanya tidak efisien, tetapi juga merupakan masalah keadilan sosial karena semua makanan yang terbuang dapat digunakan untuk melayani hierarki pemulihan makanan dan mencegah makanan yang masih bagus terbuang sia-sia. Sampah makanan global juga berdampak besar terhadap lingkungan karena sampah makanan merupakan sumber emisi gas rumah kaca yang sangat besar dan sumber daya alam yang terbuang sia-sia. Oleh karena itu, mengurangi sampah makanan dan mendorong orang lain untuk menyimpan makanan dengan benar dapat membantu mengurangi emisi gas rumah kaca global, membangun ketahanan pangan, dan mendorong sistem pangan yang sehat. Langkah *daily fresh* yang memusnahkan roti layak konsumsi tanpa melalui proses distribusi sosial ataupun pemanfaatan sekunder lainnya mencerminkan kurangnya kepedulian terhadap standar pengelolaan pangan. Dalam prinsip keberlanjutan, pembuangan sampah secara langsung adalah pilihan paling buruk. Tindakan ini jelas menyalahi urutan hierarki pemulihan makanan yang seharusnya menempatkan penyelamatan pangan untuk manusia di posisi tertinggi sebelum benar-benar menjadi limbah.

Dari perspektif etika bisnis Islam, tindakan pembuangan sisa makanan ini dapat dianalisis melalui teori *masalah mursalah*, yang menekankan pentingnya kemaslahatan umum dan penghindaran kerugian. Teori ini berfungsi sebagai panduan untuk mengevaluasi tindakan berdasarkan manfaatnya bagi masyarakat secara keseluruhan. Dalam operasional bisnis roti, pemilik usaha sering kali menghadapi dilema antara mempertahankan citra *eksklusivitas* merek dengan pilihan redistribusi produk melalui donasi sosial maupun skema penjualan harga miring (*discounted price*) guna mengoptimalkan manajemen surplus pangan. Meskipun pembuangan sisa makanan layak konsumsi mungkin dianggap sebagai langkah strategis untuk

mempertahankan standar kualitas, teori ini mendorong pemilik usaha untuk berpikir lebih jauh tentang dampak sosial dan lingkungan dari keputusan tersebut.

Menurut *masalah mursalah*, tindakan yang diambil harus menghasilkan kemaslahatan yang lebih besar dan mengurangi kerugian. Dalam hal ini, membuang sisa makanan layak konsumsi tidak hanya berisiko bagi reputasi bisnis, tetapi juga berkontribusi pada masalah lingkungan yang lebih besar. Sebaliknya, alternatif seperti mendonasikan sisa makanan atau mengolahnya menjadi produk baru akan menciptakan manfaat sosial yang lebih luas. Tindakan ini tidak hanya mengurangi limbah, tetapi juga memberikan dukungan kepada masyarakat yang membutuhkan, serta menunjukkan komitmen bisnis terhadap tanggung jawab sosial.

Teori ini juga mengingatkan bahwa keberlanjutan bisnis tidak hanya diukur dari keuntungan finansial, tetapi juga dari dampak positif yang dihasilkan untuk masyarakat dan lingkungan. Dengan menerapkan prinsip *masalah mursalah*, pemilik usaha dapat menciptakan strategi bisnis yang lebih berkelanjutan. Misalnya, melibatkan komunitas dalam program donasi makanan dapat meningkatkan citra merek sambil memenuhi tanggung jawab sosial. Hal ini sejalan dengan nilai-nilai etika bisnis Islam, yang mendorong keadilan dan kesejahteraan bagi seluruh anggota masyarakat. Dengan demikian, penerapan teori *masalah mursalah* dalam konteks pengelolaan limbah makanan di toko roti menjadi sangat relevan. Pemilik usaha diharapkan tidak hanya fokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga mempertimbangkan dampak jangka panjang dari setiap keputusan yang diambil. Melalui pendekatan ini, mereka dapat berkontribusi pada kemaslahatan umum, menciptakan sinergi antara keberhasilan bisnis dan tanggung jawab sosial yang lebih besar.

Kata *masalah* sendiri dari segi bahasa berarti manfaat, yaitu sesuatu yang memberi faedah atau guna. Kata ini terambil dari kata *shalaha* yang berarti baik. Kata ini dipakai untuk menunjukkan orang, benda atau keadaan yang

dipandang baik. Dalam alquran, kata ini sering dipakai dalam berbagai derivasinya, seperti *shalih* dan *shalihat* dan lain-lain. Sedangkan kata *mursalah* menurut bahasa berarti terputus atau terlepas. Dengan demikian, *masalah* *mursalah* berarti manfaat yang terlepas. Maksudnya adalah bahwa manfaat atau faedah tersebut tidak disebutkan atau diungkapkan secara langsung dalam *nash* (umar, 2017: 140-141).

Lebih jauh, dalam Islam, etika bisnis tidak hanya berfokus pada pencarian keuntungan, tetapi juga pada tanggung jawab sosial. Prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam, termasuk kejujuran, keadilan, dan kepedulian terhadap sesama, harus diintegrasikan dalam setiap aspek operasional bisnis. Hal ini sejalan dengan ajaran dalam al-Qur'an, seperti dalam q.s. adz-Dzariyat ayat 19 yang menyatakan bahwa harta benda memiliki hak bagi orang miskin, dan dalam Q.S. at-Taubah ayat 24 yang mengingatkan bahwa cinta kepada harta dan kekayaan tidak boleh mengalahkan kecintaan kepada Allah dan rasul-nya. Dalam q.s at taubah ayat 24

قُلْ إِنْ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ رَافَتْكُمْ مَوَاطِنُهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسْكَنٌ تَرْضَوْنَهَا أَحَبُّ إِلَيْكُمْ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرِهِ ۗ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ ﴿٢٤﴾

Artinya: katakanlah (nabi muhammad), "jika bapak-bapakmu, anak-anakmu, saudara-saudaramu, pasangan-pasanganmu, keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, dan perniagaan yang kamu khawatirkan kerugiannya, serta tempat tinggal yang kamu sukai lebih kamu cintai daripada Allah dan rasul-nya dan daripada berjihad di jalan-nya, tunggulah sampai Allah mendatangkan keputusan-nya." Allah tidak memberi petunjuk kepada kaum yang fasik (at-taubah ayat 24).

Dalam Q.S adz-Dzariyat ayat 19

وَيَوْمَ أَمْوَالُهُمْ حَقٌّ لِلْسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ ﴿١٩﴾

Artinya: pada harta benda mereka ada hak bagi orang miskin yang meminta dan yang tidak meminta (Q.S adz-Dzariyat ayat 19).

Dua ayat di atas yaitu q.s at taubah ayat 24 dan Q.S adz-Dzariyat ayat 19 menjadi landasan kuat untuk mengkritik kebijakan *daily fresh*. Rasa takut kehilangan keuntungan materi yang membayangi manajemen (sebagaimana

peringatan dalam Q.S. at-Taubah ayat 24) telah menutupi kewajiban untuk berbagi manfaat. Perusahaan cenderung melupakan bahwa dalam harta atau sisa produksi yang masih bernilai guna, terdapat hak orang lain yang membutuhkan sesuai dengan amanat q.s. adz-dzariyat ayat 19.

Dengan memahami konteks ini, penting untuk mengeksplorasi bagaimana etika bisnis Islam dapat diterapkan dalam pengelolaan sisa makanan, serta bagaimana toko roti dapat berkontribusi pada pengurangan sampah makanan yang semakin menjadi masalah global. Etika bisnis Islam sendiri suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien (Muslich, 2004: 46). Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah. Selain itu, etika bisnis Islam juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja. Jadi dapat dipahami bahwa etika bisnis Islam merupakan seperangkat prinsip atau norma yang diterapkan oleh para pelaku bisnis dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat (al-Qardhawi, 2001: 67).

bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama: (1) target hasil: *profit*-materi dan *benefit*-nonmateri, (2) pertumbuhan, (3) keberlangsungan, (4) keberkahan. Target hasil *profit*-materi dan *benefit*-nonmateri artinya bahwa bisnis tidak hanya untuk mencari *profit* (*qimah madiyah* atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan *benefit* (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya. *Benefit*, yang dimaksudkan tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi

juga dapat bersifat nonmateri. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada *qimah madiyah*. Masih ada tiga orientasi lainnya, yakni *qimah insaniyah*, *qimah khuluqiyah*, dan *qimah ruhiyah*. Dengan *qimah insaniyah*, berarti pengelola berusaha memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial (sedekah), dan bantuan lainnya. *Qimah khuluqiyah*, mengandung pengertian bahwa nilai-nilai akhlak mulia menjadi suatu kemestian yang harus muncul dalam setiap aktivitas bisnis sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang Islami, bukan sekedar hubungan fungsional atau profesional. Sementara itu *qimah ruhiyah* berarti aktivitas dijadikan sebagai media untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt. Pertumbuhan, jika *profit* materi dan *profit* non materi telah diraih, perusahaan harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Upaya peningkatan ini juga harus selalu dalam koridor syariah, bukan menghalalkan segala cara. Keberlangsungan, target yang telah dicapai dengan pertumbuhan setiap tahunnya harus dijaga keberlangsungannya agar perusahaan dapat *exis* dalam kurun waktu yang lama. Keberkahan, semua tujuan yang telah tercapai tidak akan berarti apa-apa jika tidak ada keberkahan di dalamnya. Maka bisnis Islam menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia. Keberkahan ini menjadi bukti bahwa bisnis yang dilakukan oleh pengusaha muslim telah mendapat ridha dari Allah Swt., dan bernilai ibadah (zaroni 2007: 182-183).

penelitian ini dilakukan untuk memberikan perspektif baru mengenai tanggung jawab sosial dan moral yang seharusnya dipikul oleh pelaku bisnis, khususnya dalam mengelola sisa makanan yang masih layak konsumsi. Hadirnya kajian ini bukan sekedar untuk memberikan kritik *teologis* terhadap praktik pemusnahan roti, melainkan bertujuan merumuskan solusi manajemen yang sejalan dengan etika bisnis Islam dan *masalah mursalah*. Melalui pendekatan tersebut, peneliti berharap dapat menciptakan titik temu di mana keberlangsungan bisnis tetap terjaga tanpa mengabaikan nilai

keberkahan serta keadilan bagi masyarakat prasejahtera. Berangkat dari urgensi tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih mendalam dalam sebuah karya ilmiah berjudul **“Penanganan sisa makanan pada toko roti *daily fresh* ditinjau dari etika bisnis Islam”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti paparkan sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan persoalan pokok yaitu: Bagaimana penanganan sisa makanan pada Toko roti berkonsep *Daily fresh* ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

- 1.3.1 Bagaimana praktik penanganan sisa makanan toko roti *daily fresh*?
- 1.3.2 Mengapa toko roti *daily fresh* melakukan tindakan pembuangan sisa makanan?
- 1.3.3 Bagaimana praktik pembuangan sisa makanan ditinjau dari etika bisnis Islam?

## **1.4 Tujuan penelitian**

- 1.4.1 Untuk menganalisis praktik penanganan sisa makanan toko roti *daily fresh*.
- 1.4.2 Untuk menganalisis alasan toko roti *daily fresh* melakukan tindakan pembuangan sisa makanan.
- 1.4.3 Untuk menganalisis praktik pembuangan sisa makanan ditinjau dari etika bisnis Islam.

## **1.5 Signifikansi Penelitian**

- 1.5.1 Manfaat akademis (signifikansi *teoretis*) secara *teoretis*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan diskursus hukum ekonomi syariah, khususnya dalam membedah perilaku industri ritel *modern* melalui kacamata etika bisnis Islam. Kajian ini menawarkan pembaruan dalam penerapan prinsip *masalah mursalah*, di mana kemaslahatan tidak hanya dipandang secara sempit untuk internal perusahaan, tetapi diperluas untuk kepentingan sosial

dan lingkungan. Lebih jauh lagi, riset ini memperkuat teori *hifzhul mal* (menjaga harta) dengan memberikan argumentasi bahwa membuang barang yang masih bernilai guna merupakan bentuk pelanggaran terhadap amanah kepemilikan dalam Islam. Selain itu, penggunaan metode netnografi dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan metodologis bagi peneliti selanjutnya dalam menangkap fenomena hukum yang terjadi di ruang digital (seperti *Quora* dan *Tik Tok*) secara ilmiah dan sistematis.

1.5.2 Manfaat praktis, bagi pelaku usaha dan manajemen ritel: penelitian ini hadir sebagai panduan strategis bagi pemilik bisnis untuk keluar dari dilema antara menjaga kualitas dan menghindari pemborosan. Riset ini menawarkan kerangka kerja operasional berupa mekanisme donasi terstruktur yang dilengkapi dengan *liability waiver* (surat pernyataan lepas tanggung jawab hukum). Solusi ini memungkinkan perusahaan untuk tetap menjalankan misi kemanusiaan tanpa harus mengorbankan citra merek premium mereka atau merasa terancam oleh risiko tuntutan hukum dari pihak ketiga.

1.5.3 Bagi instansi pemerintah dan regulator: penelitian ini diharapkan menjadi rujukan strategis dalam merumuskan standar operasional baku dan regulasi mengenai manajemen sisa pangan di sektor ritel. Urgensi ini didasarkan pada fakta bahwa Indonesia menanggung kerugian ekonomi yang fantastis, berkisar antara Rp 213 triliun hingga Rp 551 triliun per tahun, atau setara dengan 4-5% PDB nasional akibat sisa pangan yang terbuang (Kompas, 2025). Mengingat komitmen pemerintah dalam RPJMN 2025-2029 yang menargetkan penyelamatan pangan hingga 5% setiap tahunnya, riset ini memberikan kontribusi nyata dalam bentuk kerangka perlindungan hukum bagi kegiatan donasi pangan. Dengan adanya instrumen hukum seperti surat pernyataan lepas tanggung jawab (*liability waiver*) yang ditawarkan dalam penelitian ini, pemerintah dapat mendorong sektor bisnis untuk lebih aktif

menyalurkan pangan berlebih tanpa rasa cemas akan risiko hukum, sekaligus mendukung tercapainya target *zero waste* dan ketahanan pangan nasional secara sistematis.

- 1.5.4 Bagi masyarakat luas: riset ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat mengenai hak-hak sosial yang melekat pada kelebihan harta atau produk industri. Dengan meningkatnya literasi masyarakat mengenai etika bisnis Islam, diharapkan muncul kontrol sosial yang lebih sehat terhadap praktik industri, sehingga konsumen tidak hanya menilai *brand* dari kualitas produknya saja, tetapi juga dari kontribusi moral dan sosialnya.
- 1.5.5 Bagi institusi akademik: penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dalam memperkaya kajian tematik mengenai *green economy* berbasis syariah di lingkungan perguruan tinggi, serta menjadi bukti bahwa hukum ekonomi syariah mampu menjawab tantangan isu-isu kontemporer seperti *food waste* dan kelestarian lingkungan.

## **1.6 Studi Literatur**

- 1.6.1 Galuh Larasati, **tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik jual beli makanan tanpa mencantumkan harga (studi kasus di tempat wisata grojokan sewu, kecamatan tawangmangu, kabupaten karanganyar)** institut agama Islam negeri (iain) surakarta. Pembahasan ini mencakup analisa mengenai bagaimana praktik tersebut diterapkan, dampaknya terhadap pembeli serta tinjauan etika bisnis terkait dengan transaksi yang berlangsung di lokasi tersebut. Berdasarkan pembahasan tersebut terdapat kesamaan yaitu sama-sama membahas tentang etika bisnis Islam namun yang menjadi pembeda adalah peneliti sebelumnya mengkaji tentang bagaimana praktik jual beli makanan tanpa mencantumkan harga di tempat wisata sedangkan penulis membahas tentang pelanggaran prinsip etika bisnis dalam praktik penanganan sisa makanan.
- 1.6.2 Rifky Arahman, **tinjauan hukum Islam terhadap etika bisnis dalam jual beli roti burger (studi kasus di pinggir jalan daud bereueh**

**deretan simpang lima kota bpenulis Aceh** universitas Islam negeri ar-raniry, bpenulis Aceh. Persamaan antara skripsi penulis dan skripsi yang ditulis oleh rifky arahman terletak pada tema utama yang membahas etika bisnis Islam, di mana keduanya meneliti bagaimana prinsip-prinsip etika tersebut diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari. Selain itu, kedua skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis perilaku pelaku bisnis dan implikasi dari tindakan mereka terhadap konsumen serta keberlangsungan usaha. Keduanya juga mempertimbangkan respon masyarakat terhadap praktik bisnis yang dilakukan, bedanya rifky arahman dengan penelitian lapangan sedangkan penulis netnografi. Serta bagaimana pelanggaran terhadap etika dapat mempengaruhi reputasi dan keberlangsungan usaha. Perbedaan antara skripsi penulis dan skripsi yang ditulis oleh rifky arahman terletak pada fokus penelitian dan objek yang dianalisis, skripsi penulis mengkaji penerapan etika bisnis Islam dalam pengelolaan sisa makanan di toko roti berkonsep *daily fresh*, serta dampaknya terhadap keberlangsungan usaha, sedangkan skripsi rifky berfokus pada etika bisnis Islam dalam jual beli roti burger di pinggir jalan daud bereueh, dengan penekanan pada pelanggaran etika yang terjadi antara pedagang dan pabrik roti.

- 1.6.3 Lalu Muhammad hudaifi **tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik jual beli roti kadaluarsa di kelurahan jontlak kecamatan praya tengah kabupaten Lombok tengah** universitas Islam negeri (uin) mataram. Keduanya membahas penerapan etika bisnis Islam dalam konteks praktik jual beli, dengan perhatian pada pelanggaran etika yang terjadi. Keduanya menganalisis dampak dari praktik bisnis yang tidak sesuai dengan etika terhadap konsumen dan masyarakat, serta implikasi sosialnya. Terdapat perbedaannya yaitu penulis berfokus pada pengelolaan sisa makanan di toko roti *daily fresh*, sedangkan skripsi lalu muhammad hudaifi meneliti praktik penjualan roti kadaluarsa di

kelurahan jontlak. Penulis menekankan aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial terkait sisa makanan, sementara skripsi hudaifi lebih mengkaji praktik penipuan dalam penjualan produk kadaluarsa

- 1.6.4 Skripsi berjudul **pengelolaan limbah tahu ditinjau dari etika bisnis Islam** oleh shita shahani (2019) merupakan studi kualitatif lapangan yang berlokasi di desa sidodadi, lampung timur. Penelitian ini menganalisis praktik produsen tahu dalam mengelola limbah berdasarkan empat prinsip *fundamental* etika bisnis Islam. Hasil penelitian menunjukkan adanya disparitas yang signifikan dalam pengelolaan limbah: limbah padat (ampas tahu) dikelola dengan baik dan diolah menjadi produk bernilai ekonomi, seperti oncom atau pakan ternak. Namun, limbah cair sebagian besar produsen ditemukan hanya dibuang langsung ke kolam penampungan tanpa adanya pengolahan yang memadai. Praktik pembuangan limbah cair yang tidak bertanggung jawab ini dinilai bertentangan dengan prinsip etika bisnis Islam. Hal ini disebabkan oleh dampak negatif yang ditimbulkan, yaitu berupa polusi, bau tidak sedap, dan pencemaran air sumur yang merugikan masyarakat sekitar, sehingga melanggar prinsip keseimbangan/keadilan dan tanggung jawab. Meskipun penelitian shahani (2019) memberikan landasan teoritis yang kuat mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam isu limbah, terdapat perbedaan mendasar yang menegaskan kontribusi unik skripsi penulis. Penelitian terdahulu ini berfokus pada limbah industri (limbah tahu yang bersifat cair) yang menimbulkan masalah pencemaran lingkungan dalam konteks hubungan produsen-masyarakat. Sebaliknya, skripsi penulis berfokus pada limbah sisa makanan (*food waste*) yang dihasilkan oleh bisnis ritel/toko roti, yang lebih relevan dengan isu *israf* (berlebih-lebihan) dan *tabzir* (pemborosan). Selain itu, skripsi penulis memperluas dimensi analisis syariah dengan mengintegrasikan konsep *masalah mursalah*. Kerangka ini digunakan untuk menilai apakah tindakan membuang sisa makanan,

meskipun atas dasar efisiensi bisnis, dapat dibenarkan dari sudut pandang kemaslahatan publik, sebuah dimensi *fiqh* yang belum dieksplorasi oleh shahani (2019).

1.6.5 Skripsi **etika bisnis Islam dalam pengelolaan limbah peternakan sapi perah** oleh ristanti rahayu puja pratiwi (2022) merupakan studi kualitatif lapangan yang menyoroti masalah lingkungan serius di ponorogo. Penelitian ini menganalisis sikap mayoritas peternak sapi perah yang cenderung abai terhadap pengelolaan limbah kotoran sapi. Limbah tersebut seringkali dibuang langsung ke sungai atau lingkungan sekitar, yang mengakibatkan pencemaran air, bahkan mencemari aliran air di lokasi wisata air terjun pletuk. Dari tinjauan etika bisnis Islam, praktik yang mengutamakan keuntungan ekonomi namun mengabaikan tanggung jawab lingkungan ini bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Pelanggaran utamanya terletak pada prinsip *tauhid* dan keseimbangan (*mizan*), karena peternak menyebabkan kerusakan (*fasad*) di bumi, serta kegagalan dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada masyarakat umum. Penelitian pratiwi (2022) sangat relevan karena sama-sama membahas kasus di mana fokus bisnis pada keuntungan mengarah pada pengabaian pengelolaan limbah yang berdampak negatif dan bertentangan dengan etika bisnis Islam. Namun, terdapat perbedaan fokus yang signifikan. Skripsi pratiwi membahas limbah peternakan (kotoran sapi) dalam industri hulu, yang masalahnya adalah pencemaran lingkungan (polusi). Sementara itu, skripsi penulis membahas limbah sisa makanan (*food waste*) dari bisnis ritel/toko roti, yang masalah utamanya adalah *israf* (pemborosan) dan *tabzir* (menyia-nyiakan harta). Kontribusi utama penulis adalah mengevaluasi alasan pembuangan sisa makanan toko roti *daily fresh* dari perspektif *fiqh masalah mursalah*. Kerangka *masalah mursalah* yang penulis gunakan akan menjadi pembeda utama karena ia menilai suatu tindakan non-*nash* (*mursalah*) dari aspek kemaslahatan umum, sebuah

pendekatan yang belum digunakan oleh pratiwi (2022) dalam analisisnya.

## **1.7 Kerangka Teori**

### **1.7.1 Pengertian Etika Bisnis Islam**

Dalam buku ini, beekun mendefinisikan etika bisnis Islam sebagai seperangkat prinsip moral yang diambil dari ajaran al-qur'an dan hadis, yang seharusnya menjadi pedoman bagi pelaku bisnis dalam menjalankan aktivitas ekonomi mereka. Etika bisnis Islam tidak hanya berfokus pada penghasilan keuntungan, tetapi juga pada keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Prinsip-prinsip ini mengarahkan pelaku bisnis untuk bertindak dengan integritas dan menghormati hak-hak pihak lain dalam setiap transaksi (beekun,1997). Aziz menjelaskan bahwa etika bisnis Islam berlandaskan pada nilai-nilai moral ajaran Islam yang mengatur interaksi sosial dan ekonomi. Buku ini menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam praktik bisnis. Aziz menyoroti bahwa pelaku bisnis harus mempertimbangkan dampak sosial dari keputusan mereka dan berusaha untuk memberikan manfaat bagi komunitas serta lingkungan sekitar. Dalam pandangan aziz, etika bisnis Islam merupakan jembatan antara keuntungan dan moralitas (azis, 2013). Badroen menguraikan bahwa etika bisnis dalam Islam mencakup prinsip-prinsip yang bersumber dari syariah yang mengatur perilaku individu dalam transaksi bisnis. Dalam bukunya, ia menekankan bahwa etika bisnis tidak hanya berkaitan dengan keuntungan finansial, tetapi juga dengan nilai-nilai seperti keadilan, kejujuran, dan *akuntabilitas*. Badroen mengajak pelaku bisnis untuk menyadari bahwa setiap tindakan mereka memiliki implikasi etis dan sosial, sehingga harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab (Badroen, 2006).

### **1.7.2 Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam**

Faisal badroen (2006) dalam bukunya menguraikan bahwa etika bisnis dalam Islam adalah panduan moral yang bersumber dari syariah, yang

bertujuan untuk mengatur perilaku individu dalam konteks transaksi bisnis. Berikut adalah beberapa poin penting yang dibahas dalam buku tersebut:

#### 1. Prinsip-prinsip syariah

Badroen menekankan bahwa etika bisnis Islam tidak hanya mengatur aspek *legal*, tetapi juga menekankan prinsip moral yang harus dipegang oleh pelaku bisnis. Prinsip-prinsip ini mencakup: keadilan, keadilan merupakan nilai *fundamental* dalam setiap transaksi. Badroen menjelaskan bahwa semua pihak harus diperlakukan secara adil, tanpa adanya eksploitasi atau penipuan. Hal ini termasuk menetapkan harga yang wajar dan tidak memberatkan salah satu pihak. Kejujuran, dalam setiap interaksi bisnis, kejujuran adalah sebuah keharusan. Badroen mengajak pelaku bisnis untuk selalu bersikap transparan dan tidak menyembunyikan informasi penting yang bisa mempengaruhi keputusan pihak lain.

#### 2. Tanggung jawab sosial

Badroen menggarisbawahi pentingnya tanggung jawab sosial dalam praktik bisnis. Pelaku bisnis diharapkan untuk menyadari bahwa kegiatan mereka memiliki dampak yang lebih luas pada masyarakat dan lingkungan. Ini berarti mereka harus berinvestasi dalam keberlanjutan. Bisnis tidak hanya bertujuan untuk menghasilkan keuntungan, tetapi juga harus berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Ini bisa dilakukan melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (csr) yang berdampak positif. Mendukung komunitas, badroen menekankan pentingnya mendukung komunitas lokal melalui kegiatan seperti pelatihan, penyediaan lapangan kerja, atau kegiatan sosial yang bermanfaat.

#### 3. Akuntabilitas

*Akuntabilitas* adalah aspek penting lain dari etika bisnis dalam Islam. Badroen menyatakan bahwa pelaku bisnis harus siap untuk mempertanggungjawabkan setiap tindakan mereka. Ini mencakup: pelaporan yang jujur, pelaku bisnis harus melaporkan keuntungan dan kerugian secara akurat, menghindari praktik manipulasi laporan keuangan.

Tanggung jawab moral, selain tanggung jawab hukum, pelaku bisnis juga harus mempertimbangkan tanggung jawab moral mereka terhadap karyawan, pemangku kepentingan, dan masyarakat umum.

#### 4. Implikasi etis dan sosial

Badroen mengajak pelaku bisnis untuk menyadari bahwa setiap keputusan yang mereka buat memiliki implikasi etis dan sosial yang signifikan. Oleh karena itu, mereka harus mengevaluasi dampak sebelum mengambil keputusan. Pelaku bisnis perlu mengevaluasi dampak dari keputusan tersebut terhadap semua pihak yang terlibat. Menjadi agen perubahan, pelaku bisnis bisa berperan sebagai agen perubahan sosial dengan mengimplementasikan praktek bisnis yang etis dan berkelanjutan, serta mendorong industri lain untuk melakukan hal yang sama.

#### Prinsip etika bisnis Islam menurut rafik issa beekun (1997)

##### 1. Prinsip moral

Etika bisnis Islam berakar pada nilai-nilai moral yang diambil dari ajaran al-qur'an dan hadis. Nilai-nilai ini mengatur perilaku individu dalam konteks bisnis, mencakup kejujuran, pelaku bisnis diharapkan untuk selalu jujur dalam semua transaksi. Kejujuran membangun kepercayaan dan kredibilitas di pasar. Keadilan, setiap transaksi harus dilakukan dengan adil, tanpa merugikan pihak lain. Ini mencakup penghindaran praktik penipuan dan penetapan harga yang wajar. Tanggung jawab sosial, pelaku bisnis harus mempertimbangkan dampak sosial dari keputusan mereka. Tanggung jawab ini mencakup kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dan perlindungan lingkungan.

##### 2. Keadilan

Keadilan merupakan pilar utama dalam etika bisnis Islam. Beekun menekankan bahwa: transaksi yang adil, setiap transaksi harus dilakukan secara adil. Ini berarti menghindari segala bentuk eksploitasi dan memastikan bahwa semua pihak mendapatkan hak mereka. Penetapan

harga yang wajar, pelaku bisnis harus menetapkan harga yang adil dan tidak menipu konsumen. Praktik penipuan dalam penetapan harga sangat dilarang.

### 3. Transparansi

Transparansi dalam praktik bisnis adalah hal yang sangat penting. Hal ini mencakup: keterbukaan informasi, pelaku bisnis harus terbuka dalam memberikan informasi yang relevan kepada konsumen dan pemangku kepentingan. Ini membantu membangun dan mempertahankan kepercayaan. Komunikasi yang jelas, informasi tentang produk, layanan, dan risiko harus disampaikan dengan jelas, sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang tepat.

### 4. Tanggung jawab sosial

Tanggung jawab sosial adalah aspek penting dalam etika bisnis Islam. Pelaku bisnis harus: mempertimbangkan dampak sosial, setiap keputusan bisnis harus dievaluasi tidak hanya dari segi keuntungan finansial, tetapi juga dampak sosial dan lingkungan. Kontribusi terhadap masyarakat, bisnis harus berperan aktif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, misalnya melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (csr).

### 5. Integritas

Integritas adalah nilai kunci dalam etika bisnis Islam. Pelaku bisnis diharapkan untuk: bertindak dengan integritas, menjaga etika yang tinggi dan menghormati hak-hak orang lain. Ini menciptakan reputasi yang baik dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan mitra. *Akuntabilitas*, pelaku bisnis harus siap untuk mempertanggungjawabkan tindakan mereka dan siap menerima konsekuensi dari keputusan yang diambil.

Secara keseluruhan, etika bisnis Islam menurut rafik issa beekun adalah pedoman moral yang mengatur perilaku pelaku bisnis dengan fokus pada kejujuran, keadilan, transparansi, tanggung jawab sosial, dan integritas. Prinsip-prinsip ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil

dan bertanggung jawab, yang tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

## **1.8 Metode Penelitian**

### **1.8.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini kualitatif dengan metode pendekatan netnografi. Netnografi adalah metode penelitian kualitatif dan menghadirkan pendekatan baru etnografi yang mempelajari budaya dan komunitas online melalui *cmc* (*computer-mediated communication*) yakni komunikasi yang dilakukan antar 2 orang atau lebih melalui perangkat teknologi. Kozinets menjelaskan bahwa penelitian etnografi terkini berfokus pada hal seperti facebook, twitter, instagram, pinterest. Metode netnografi tidak hanya berkuat dengan kata-kata saja namun juga gambar, files suara, dan artefak digital lainnya. Metode ini membutuhkan interpretasi komunikasi manusia yang dilakukan melalui teknologi baru (kozinets, 2015: 35, ulfah, 2025:11).

Penelitian ini menggunakan metode netnografi, yaitu prosedur penelitian kualitatif yang diadaptasi dari etnografi untuk meneliti fenomena budaya dan praktik sosial di ruang digital. Dalam konteks ini, peneliti melakukan kajian mendalam terhadap narasi, testimoni, dan diskursus yang dibagikan oleh para *partisipan digital* internal (mantan karyawan) serta individu yang memiliki akses informasi langsung dari lingkaran dalam perusahaan (*insider's circle*) di berbagai *platform* digital seperti *Quora* dan *Tik Tok*. Penggunaan netnografi memungkinkan peneliti untuk membedah praktik budaya perusahaan terkait pengelolaan sisa produk secara *naturalistik*, guna memperoleh data yang jujur dan autentik yang sering kali sulit diakses melalui saluran birokrasi formal perusahaan

Dalam penelitian ini, netnografi digunakan untuk memahami realita operasional perusahaan ritel melalui analisis mendalam terhadap konten video *Tik Tok* dan diskusi digital. Metode ini dipilih karena data utama terkait penanganan sisa makanan tersedia secara terbuka di ruang siber atau sosial media, yang dalam riset ini bertindak sebagai sumber informasi sosial

sekaligus bahan analisis hukum. Fokus utama penelitian adalah menjaring fakta lapangan dari berbagai pihak, termasuk narasumber yang memberikan keterangannya di *platform* digital. Melalui teknik kajian pasif, peneliti mengidentifikasi tema dan narasi yang muncul guna menangkap sudut pandang individu-individu terkait secara autentik. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan wawasan yang menyeluruh mengenai bagaimana praktik operasional industri tersebut dipahami dan dinilai berdasarkan prinsip etika bisnis Islam di tengah dinamika informasi publik saat ini.

### 1.8.2 Sumber Data

Penelitian ini mengelompokkan sumber informasi ke dalam dua kategori, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh peneliti melalui kajian teks digital di ruang siber atau media sosial. Sumber utama data ini berasal dari konten video *Tik Tok* pada akun @makassar\_info, @danielchtarigan, @meong\_mpus1, @bryanjohnston\_, dan @gardapangan\_, serta rangkaian diskusi pada aplikasi *Quora* dan *Tik Tok*. Data tersebut mencakup berbagai informasi dari narasumber yang memiliki kaitan dengan operasional perusahaan ritel, mulai dari individu dengan pengalaman kerja maupun magang, hingga pandangan masyarakat mengenai praktik penanganan sisa makanan. Peneliti menggunakan data dari *platform* digital ini karena mampu merekam keterangan langsung dari pihak terkait serta respons publik secara spontan saat isu tersebut muncul.

Sementara itu, data sekunder digunakan sebagai informasi pendukung untuk memperkuat analisis. Data ini bersumber dari pemberitaan di berbagai portal media sosial, baik skala lokal maupun internasional, yang membahas permasalahan serupa. Selain itu, peneliti juga merujuk pada literatur ilmiah seperti jurnal, buku, dan dokumen regulasi terkait etika bisnis Islam. Kehadiran sumber sekunder ini berfungsi untuk memberikan landasan teori yang kuat serta membantu peneliti memahami fenomena pengelolaan sisa makanan dari sudut pandang kebijakan dan persepsi media secara lebih luas.

### 1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa langkah. Pertama, peneliti mengumpulkan video *Tik Tok* yang relevan, khususnya yang menampilkan komentar netizen terkait isu pembuangan makanan sisa oleh toko roti. Selanjutnya, peneliti menganalisis artikel berita dari berbagai media yang membahas fenomena tersebut, serta mencari informasi dari *platform* lain yang relevan untuk mendapatkan sudut pandang netizen. Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk menggali persepsi dan reaksi netizen terhadap isu pembuangan makanan yang terjadi. Netizen yang dimaksud adalah mereka yang mengakses dan menggunakan jaringan internet.

Dalam dokumentasi data mencakup beberapa langkah penting. Peneliti mencatat sumber data dengan mencantumkan nama *platform* dan menyimpan url video *Tik Tok* serta artikel berita yang dianalisis. Tangkapan layar dari komentar yang relevan diambil, dan teks penting disimpan dalam dokumen terpisah, lengkap dengan tanggal dan waktu pengambilan data. Metadata, seperti identitas pengguna dan jumlah interaksi, dicatat untuk analisis lebih lanjut. Deskripsi konteks sosial juga diberikan untuk memperjelas latar belakang isu. Semua data disimpan dalam folder terstruktur dan *dibackup* untuk memastikan keabsahan dan transparansi hasil penelitian.

### 1.8.4 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan pendekatan kualitatif yang mencakup beberapa langkah penting. Analisis konten dilakukan dengan menganalisis video *Tik Tok* dan artikel berita untuk mengidentifikasi tema-tema yang berkaitan dengan etika bisnis Islam dan praktik pembuangan sisa makanan. Peneliti menggali narasi yang muncul, termasuk argumen yang mendukung dan menentang praktik tersebut, serta dampaknya terhadap keberlanjutan usaha. Selanjutnya, koding tematik digunakan untuk mengkategorikan data yang dikumpulkan ke dalam tema-tema utama, seperti "etika dalam bisnis," "pembuangan sisa makanan," dan

"keberlanjutan usaha." proses ini membantu peneliti untuk mengorganisir data dan mengidentifikasi pola yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam tahap evaluasi kesesuaian etika, peneliti menganalisis hubungan antara praktik pembuangan sisa makanan dan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, termasuk tanggung jawab sosial, keadilan, dan keberlanjutan.

Mengingat fokus penelitian ini terletak pada fenomena di ruang siber, peneliti tidak menggunakan metode wawancara konvensional. Sebagai alternatif, peneliti menerapkan eksplorasi diskusi digital melalui *platform Quora* dan *Tik Tok* guna memperoleh perspektif yang lebih autentik. Langkah ini memungkinkan peneliti untuk menjangkau perspektif mendalam dari berbagai pihak, termasuk informasi dari narasumber yang memiliki pengalaman internal mengenai prosedur operasional perusahaan. Seluruh data tersebut kemudian dianalisis untuk merumuskan sebuah kesimpulan hukum mengenai kesesuaian praktik operasional industri ritel tersebut dengan prinsip etika bisnis Islam.

Pada tahap verifikasi, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber data digital dengan membandingkan berbagai narasi serta testimoni dari para *partisipan digital* internal maupun individu yang memiliki relasi personal dengan para pekerja, pihak manajemen, serta staf operasional terkait pada *platform* yang berbeda (seperti *Quora* dan *Tik Tok*). Temuan tersebut kemudian disinkronisasikan dengan data pendukung dari berbagai artikel media massa serta publikasi literatur terkait guna memperoleh objektivitas informasi. Penerapan metodologi netnografi ini memungkinkan peneliti memperoleh data primer digital yang autentik dan transparan tanpa terkendala hambatan birokrasi, sehingga dinamika budaya internal perusahaan dapat dipahami secara mendalam melalui rekam jejak digital yang ditinggalkan oleh para *partisipan digital* yang memiliki akses informasi langsung di lapangan.