

Implementasi Pola Bisnis Etis dan Bermoral Ditinjau dari Sharia Enterprise Theory dalam Sistem Ekonomi Islam Studi pada Penyaluran Csr Oleh Toko Basmalah

Arifah Dwi Agustina^{1*}, May Sani Nirmala Putri Ramli², Sri Wigati³

¹⁻³Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Indonesia

E-mail: arifahdwiagustina24@gmail.com¹, saninirmala649@gmail.com², sriwigati@uinsby.ac.id³

*Penulis Korespondensi: arifahdwiagustina24@gmail.com

Abstract. *This study examines the influence of internal and external factors on students' interest in using e-learning systems through an integrative theoretical framework combining the Technology Acceptance Model (TAM), Theory of Planned Behavior (TPB), and the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). TAM highlights perceived ease of use and perceived usefulness as primary determinants shaping users' attitudes toward adopting technology. TPB complements this perspective by emphasizing the roles of individual attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control in forming behavioral intentions. Meanwhile, UTAUT broadens the analytical framework by incorporating additional determinants, including performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions that support technology utilization. By integrating these three theoretical approaches, this research seeks to develop a more comprehensive explanation of the factors that shape students' acceptance and intention to use e-learning platforms. The study is particularly relevant in the context of higher education, where digital transformation increasingly influences learning methods, student engagement, and academic performance in the modern educational environment.*

Keywords: *Business Ethics; Corporate Social Responsibility; E-Learning Adoption; Sharia Enterprise Theory; Technology Acceptance.*

Abstrak. Studi ini meneliti pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan sistem e-learning melalui kerangka teoretis integratif yang menggabungkan Model Penerimaan Teknologi (TAM), Teori Perilaku Terencana (TPB), dan Teori Terpadu Penerimaan dan Penggunaan Teknologi (UTAUT). TAM menyoroti kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan sebagai penentu utama yang membentuk sikap pengguna terhadap adopsi teknologi. TPB melengkapi perspektif ini dengan menekankan peran sikap individu, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan dalam membentuk niat perilaku. Sementara itu, UTAUT memperluas kerangka analitis dengan memasukkan penentu tambahan, termasuk harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung yang memfasilitasi pemanfaatan teknologi. Dengan mengintegrasikan ketiga pendekatan teoretis ini, penelitian ini berupaya mengembangkan penjelasan yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang membentuk penerimaan dan niat mahasiswa untuk menggunakan platform e-learning. Studi ini sangat relevan dalam konteks pendidikan tinggi, di mana transformasi digital semakin memengaruhi metode pembelajaran, keterlibatan mahasiswa, dan kinerja akademik dalam lingkungan pendidikan modern.

Kata Kunci : Adopsi E-Learning; Etika Bisnis; Penerimaan Teknologi; Tanggung Jawab Sosial Perusahaan; Teori Perusahaan Syariah.

1. PENDAHULUAN

Di era saat ini dimana perekonomian sudah mulai berkembang pesat, seiring dengan bertambahnya kebutuhan manusia. Yang mana manusia juga harus memenuhi kebutuhannya tersebut dan pastinya harus sejalan dengan syariah Islam. Dalam berbisnis, seseorang tidak diperbolehkan untuk menyimpang dari etika yang telah ditetapkan dalam bisnis. Serta menciptakan bisnis yang bermoral yaitu berdampak baik terhadap sekitar, berprinsip keadilan, kebaikan, dan tidak hanya memikirkan keuntungan semata.

Etika bisnis menurut Islam sendiri memiliki makna yang sangat dalam, yakni seperangkat landasan terpenting dalam melaksanakan sebuah kegiatan ekonomi yang sesuai

dengan ajaran Islam. Etika bisnis dalam Islam tidak hanya membahas tentang ketaatan terhadap syariah Islam, melainkan juga nilai moral yang menjunjung tanggung jawab sosial, keadilan, dan kejujuran. Dalam Al Quran juga telah dijelaskan dalam QS Al- Baqarah ayat 195:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Dan infakkanlah (hartamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah. Sungguh, Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik."

Ayat tersebut menjelaskan tentang perintah dari Allah untuk menyalurkan harta milik seseorang di jalan Allah, termasuk aktivitas ekonomi dengan niat untuk kebaikan, tidak hanya berorientasi untuk keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan kemaslahatan umat. Dalam etika bisnis Islam juga menerapkan prinsip anti *riba*, *gharar*, penipuan, serta menekankan pentingnya keterbukaan dan integritas.

Di era globalisasi ini pula, perusahaan tidak hanya berperan dalam pembangunan ekonomi. Tetapi juga dalam membangun *branding* di mata masyarakat Indonesia, yang sebagian besar masyarakatnya adalah muslim. Dengan itu pemahaman dan penerapan etika bisnis tidak hanya memberikan manfaat pada individu dan perusahaan saja, tetapi juga bagi masyarakat secara keseluruhan serta menciptakan lingkungan bisnis yang yang sehat dan berkelanjutan (Tafana dkk., 2024)

Sedangkan *Sharia Enterprise Theory (SET)* merupakan sebuah teori perusahaan yang di dalamnya juga mencakup nilai-nilai Islam, termasuk *tauhid* atau keesaan, keadilan sosial, dan tanggung jawab sosial yang ditujukan kepada seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*). Teori ini menerapkan bahwa Allah menerapkan bahwa Allah adalah pemilik sumber daya dan merupakan sumber amanah utama, sedangkan para *stakeholder* merupakan amanah dari Allah yang di dalamnya melekat tanggung jawab untuk merealisasikan tujuan yang ditetapkan Allah sebagai pemberi amanah. Dalam *Sharia Enterprise Theory (SET)* aktivitas perusahaan harus dapat memberikan nilai tambha atau *added value* berupa kesejahteraan ekonomi, kesejahteraan mental, dan spiritual bagi para *stakeholder*. Kesejahteraan dapat berupa pendidikan dan kesehatan yang merupakan kebutuhan dasar manusia, yang jika seseorang dapat memenuhi keduanya maka pembangunan ekonomi telah berhasil berjalan. Seiring berkembangnya waktu pembangunan ekonomi juga dapat diukur dengan pertumbuhan ekonomi yang sejalan dengan pemenuhan kebutuhan sosial. Hal tersebut merupakan penerapan SET yang memberikan kedudukan bukan kepada manusia, melainkan kepada Allah sebagai pusat dari segala sesuatu dan tempat kembalinya manusia dan alam semesta (Sri Wahyuni & Muhammad Wahyuddin Abdullah, 2021).

Pola bisnis yang diterapkan berdasarkan *Sharia Enterprise Theory* diharuskan untuk menerapkan akuntabilitas vertikal, dimana Allah ditempatkan sebagai pemilik utama dan pusat pertanggungjawaban. Serta akuntabilitas horizontal yang merupakan tanggung jawab perusahaan meluas kepada seluruh *stakeholder* meliputi nasabah, karyawan, masyarakat, dan lingkungan seperti penyediaan layanan pengaduan di perusahaan, penyaluran zakat, hingga diadakannya kegiatan pelestarian lingkungan. Selain itu konsep amanah juga menjadi salah satu karakteristik yang diunggulkan dalam *Sharia Enterprise Theory*. Yang mana dalam ekonomi Islam konsep amanah dapat membentuk tatanan ekonomi yang adil dan berkelanjutan. Di dalamnya diajarkan nilai-nilai kepercayaan, integritas, dan tanggung jawab dalam mengelola bisnis termasuk aset yang dimiliki oleh perusahaan. Konsep amanah juga memastikan bahwa tindakan yang dilakukan oleh pelaku bisnis tidak merugikan orang lain, melindungi kepentingan masyarakat, dan dapat mempromosikan kesejahteraan masyarakat. Dengan mematuhi konsep amanah tersebut, perekonomian Islam dapat dengan cepat merealisasikan tujuannya yakni menciptakan lingkungan ekonomi yang bermoral, berkeadilan, dan keberlanjutan (Riska Amalia, 2024)

Dalam pola bisnis bermoral dan beretika bedasar *Sharia Enterprise Theory* tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga penerapan bisnis berbasis *maqashid syariah* meliputi menjaga agama (*hifduddin*), menjaga jiwa (*hifdunnafs*), menjaga akal (*hifdul aql*), menjaga keturunan (*hifdunnasl*), dan menjaga harta (*hifdul maal*) yang semata-mata ditujukan untuk kesejahteraan masyarakat. Sama halnya yang terjadi pada *Sharia Enterprise Theory*, yang juga mengedepankan kesejahteraan bagi seluruh pihak yang terkait. Yang dapat digarisbawahi dari keterkaitan tersebut adalah, *Sharia Enterprise Theory* menjadikan *maqashid syariah* sebagai kompas atau penunjuk arah yang etis dalam pengoperasian sebuah bisnis dan memastikan aktivitas ekonomi yang berjalan tidak hanya *profitable*, tetapi juga adil, berkelanjutan, dan terdapat unsur ibadah di dalamnya.

2. KAJIAN PUSTAKA

Pola Bisnis Etis dan Bermoral

Dilihat dari perannya yang besar dalam pembangunan ekonomi di suatu negara, bisnis merupakan instrumen penting dalam kehidupan masyarakat. Bisnis sendiri telah beroperasi lama yakni sejak empat belas abad yang lalu, tetapi hal tersebut tidak akan terpisah dari problematika bisnis yang kerap dialami oleh para pelaku bisnis. Melihat seiring berkembangnya era, praktik bisnis menjadi semakin terbuka dan berat dalam bersaing. Pemerintah dituntut untuk tidak melakukan intervensi atau campur tangan apapun, meskipun pemerintah memiliki tanggung

jawab untuk menjaga iklim bisnis yang kondusif dengan cara mengatur persaingan secara adil dan hal tersebut termasuk campur tangan pemerintah. Meskipun pemerintah dianggap hadir sebagai penengah bisnis atau sebagai wasit, maka tak heran jika sering dijumpai praktik-praktik bisnis yang menyalahi aturan dan bersinggungan dengan hajat hidup masyarakat luas (Alfaqih, 2017)

Dalam dunia bisnis yang terus berkembang, etika semakin tidak dapat dipisahkan. Etika dan standar bisnis serta regulasi yang mengatur menjadi sangat penting bagi pelaku bisnis untuk kesuksesan bisnis yang dijalaninya. Makna etis dalam berbisnis yakni terdapat manfaat yang dapat dirasakan bagi seluruh pihak. Dan ketika etika menjadi sangat penting dalam bisnis, artinya etika tersebut akan membawa dampak besar pada hubungan bisnis dengan stakeholder.

Di Indonesia dan negara-negara yang setara menunjukkan bahwa dalam menjalankan bisnis lebih mendahulukan pragmatisme atau cara kerja rasional daripada etika karena rantai ekonomi lebih diutamakan daripada pertimbangan lain sehingga mengarah pada penurunan karakter moral. Disaat etika bisnis dilanggar dan tidak disadari oleh pelaku bisnis. Tidak sedikit pula pelaku bisnis di Indonesia yang melakukan hal tersebut dan mendominasi pasar di Indonesia. Selain menguasai pasar juga terdapat motivasi tambahan yang memotivasi para pelaku bisnis untuk melanggar etika bisnis seperti memperluas pasar dan meraup imbalan finansial yang tidak kecil (Andre Alkahfi & M. Nawawi, 2022)

Dalam literasi Islam telah dijelaskan bahwa terdapat hubungan manusia dengan manusia lainnya dalam konteks *mu'amalah*. Dimana dalam sistem ini terdapat adanya usaha untuk mewujudkan tujuan hidup manusia yakni kesejahteraan di dunia dan akhirat. Salah satunya adalah dalam praktek bisnis yang mana keuntunganlah yang sesungguhnya dicari dan tidak pernah lepas dari kejahatan-kejahatan yang ada. Maka etika bisnis penting adanya untuk menghindari dan meminimalisir resiko, baik di dunia maupun akhirat. Etika bisnis dalam Islam merupakan seperangkat perilaku dalam menjalankan bisnis dengan tambahan nilai syariah seperti keadilan, kejujuran, dan kepercayaan. Terdapat pula prinsip yang digunakan dalam etika berbisnis dalam Islam yang meliputi tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, ihsan, dan tanggung jawab (Triwibowo & Adam, 2023)

Sharia Enterprise Theory

Sharia Enterprise Theory adalah teori yang menjelaskan bahwa suatu perusahaan atau entitas bisnis dalam Islam tidak hanya bertanggung jawab kepada pemilik modal, tetapi juga kepada Allah SWT, lingkungan dan masyarakat. Prinsip penting yang mendasari penetapan *Shari'ah Enterprise Theory* adalah bahwa Allah merupakan sumber amanah utama dan

kekayaan yang dimiliki oleh para *stakeholder*. Pemberi amanah bertanggung jawab atas penggunaan dan tujuan sumber daya tersebut.

Ada dua kategori orang yang ikut serta dalam pendistribusian nilai tambah, yaitu orang yang berpartisipasi secara langsung dan orang yang berpartisipasi secara tidak langsung. *Stakeholder* yang tidak mempunyai hubungan langsung dengan bisnis perusahaan disebut sebagai peserta langsung, sedangkan peserta yang tidak memiliki hubungan langsung dengan bisnis perusahaan disebut sebagai peserta tidak langsung (Riska Amalia, 2024).

Shariah Enterprise Theory yang hakekat kepemilikan utamanya berada pada kekuasaan Allah SWT, sementara manusia hanya diberi hak untuk mengelola. Mereka harus mampu mempertanggungjawabkan segala sesuatu yang mereka lakukan kepada Allah secara vertikal dan kemudian dijabarkan lagi ke manusia lain secara horizontal (Asyifa & Abdullah, 2023). Adapun hadist yang menjelaskan tentang kalimat tersebut, yaitu;

رَاعِ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ

Artinya: “Setiap kalian adalah pemimpin dan setiap kalian akan dimintai pertanggungjawaban atas kepemimpinannya.” (HR. Bukhari dan Muslim)

Sharia Enterprise Theory (SET) juga merupakan teori akuntansi dan organisasi bisnis yang dikembangkan berdasarkan prinsip-prinsip Islam (syariah). Teori ini merupakan bagian dari pengembangan pada teori *enterprise* (perusahaan) konvensional, namun difokuskan pada orientasi ke-Tuhanan, keadilan sosial, dan tanggung jawab kepada semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*), termasuk Allah SWT. SET bertujuan untuk menyesuaikan tujuan bisnis dengan nilai-nilai syariah, tidak hanya mengejar keuntungan material, melainkan juga tanggung jawab spiritual dan sosial.

Adapun teori-teori yang digunakan dalam *Sharia Enterprise Theory*, yaitu *Entity Theory* (menitikberatkan pada kepentingan pemilik modal), *Proprietary Theory* (fokus pada individu pemilik perusahaan) dan *Stakeholder Theory* (memperluas cakupan tanggung jawab, namun masih bersifat sekuler).

Banyak entitas syariah yang hanya berfokus pada laba perusahaan yang disajikan dalam laporan keuangan konvensional, dimana berdasarkan pada *Proprietary* dan *Entity Theory* yang mana hanya terfokus pada laba. Jika *Proprietary Theory* dan *Entity Theory* dianggap kurang sesuai dengan tujuan yang dimiliki oleh bisnis Islam, maka yang dianggap mewakili adalah *Enterprise Theory*, karena dalam teori tersebut suatu entitas bukan hanya berfokus pada laba, tapi juga berfokus pada *stakeholder* (Hermawan & Rini, 2018). *Stakeholder* meliputi Tuhan, manusia, dan alam. Tuhan merupakan pihak yang paling tinggi dan menjadi satu-satunya tujuan hidup manusia. Manusia sebagai *Khalifatul fil Ardh* (khalifah di bumi) yang membawa

misi menciptakan dan mendistribusikan kesejahteraan bagi seluruh umat manusia dan alam (Anggraeni, 2019). Adapun ayat yang menjadi dasar dalam *shariah enterprise theory*, yaitu;

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّیْ جَاعِلٌ فِی الْاَرْضِ خَلِیْفَةًۙ

Artinya: “(Ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, “Aku hendak menjadikan khalifah di bumi.”

The Research model or framework is intended to further clarify the essence of the discussion of previous research result and the theoretical basis in the research, including the relationship between influential variables. (Enny Istanti, et al. 2024 : 150)

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam kepenulisan ini yakni studi kepustakaan, dengan menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh informasi deskriptif dan naratif. Dengan metode tersebut dapat ditemukan kesimpulan dari sebuah teks. Dengan artian metode ini bertujuan untuk mengungkap pemikiran yang terbuka dari penulis. Sumber bahan penelitian ini diambil dari data sekunder dan dikumpulkan dari beberapa jurnal-jurnal literasi yang terkait dengan etika bisnis dan *Sharia Enterprise Theory*, serta sumber-sumber dan memperhatikan fenomena atau fakta dalam praktek bisnis yang relevan dengan penelitian ini. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dan disajikan dalam bentuk deskriptif.

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan kualitatif studi kasus untuk menjawab topik yang diangkat yaitu “Penyaluran CSR oleh Toko Basmalah”. Penelitian kualitatif sendiri menerapkan fokus kajian pada makna dan penerapannya dalam kehidupan sosial, dan nantinya akan dihasilkan banyak data dalam proses pengumpulannya. Sedangkan tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk mengungkap keadaan sosial yang sebenarnya terjadi, menjadi sebuah pemahaman yang serupa dengan teori tertentu yakni *Sharia Enterprise Theory*.

Kualitatif dengan metode studi kasus bertujuan untuk memperjelas dan memahami keberadaan suatu studi kasus secara menyeluruh dan komprehensif, menganalisis perilaku individu atau kelompok secara mendalam serta penyesuaiannya dalam lingkup tertentu. Tujuan lain metode kualitatif studi kasus yaitu untuk mempelajari secara intensif latar belakang terjadinya suatu permasalahan oleh individu, kelompok, lembaga, dan masyarakat secara luas (Assyakurrohim dkk., 2022).

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. Sidogiri Mitra Utama yang merupakan anak perusahaan Kopontren Sidogiri dengan branding Toko Basmalah. Toko Basmalah ini bergerak di bidang sektor riil terbesar di Pulau Jawa dan Kalimantan dengan total 200 cabang

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder dan didukung dengan teknik observasi, yakni memaparkan informasi yang sudah ada dan diperoleh dari sumber lain. Data ini digunakan untuk mendukung analisis dalam suatu penelitian, seperti dengan menggunakan publikasi ilmiah, database, dan lain-lain. Sedangkan observasi sendiri dilakukan dengan pengamatan tentang objek yang diteliti dengan mengambil sejumlah data akurat dari laman milik Kopontren Sidogiri

Populasi dan sampel

Peneliti ingin mengetahui bagaimana penyaluran CSR oleh Toko Basmalah, maka populasinya adalah tim penyalur CSR Toko Basmalah dan masyarakat sekitar yang berhak menerimanya. Sampel yang digunakan adalah masyarakat fakir miskin di sekitarnya.

Analisis Data

Langkah-langkah yang dapat diambil setelah melakukan observasi dan wawancara, adalah menganalisis data yang diperoleh dengan tujuan agar penelitian ini dapat dipahami oleh pembaca dan dapat diinterpretasikan dengan baik. Pada analisis data ini terdapat beberapa metode yang berisi langkah-langkah dalam penganalisisan data. Tahapan-tahapannya adalah sebagai berikut:

- a. Reduksi data dilakukan setelah mendapat data dari observasi yang dilakukan oleh peneliti, dengan menyederhanakan dan memfokuskan pada informasi yang relevan dan signifikan dari hasil observasi.
- b. Penyajian data dilakukan setelah mendapatkan data dari observasi yang telah direduksi, selanjutnya data tersebut diidentifikasi bagaimana penerapannya dalam Penyaluran CSR oleh Toko Basmalah.
- c. Lalu peneliti mengkaji apakah *Corporate Social Responsibility* dapat tersalur dengan baik, ditinjau dari perilaku masyarakat di sekitarnya yang menerima atau merasakan manfaat dari tanggung jawab sosial oleh Toko Basmalah.
- d. Membandingkan praktik penyaluran *Corporate Social Responsibility* oleh Toko Basmalah dengan salah satu komponen *Sharia Enterprise Theory* yaitu adanya hubungan manusia dengan manusia lainnya (hubungan secara vertikal).

- e. Menilai efektifitas strategi yang diterapkan dan bagaimana proses penyaluran *Corporate Social Responsibility* oleh Toko Basmalah.
- f. Menarik kesimpulan dan melakukan sejumlah evaluasi, dengan menganalisis apa saja keadaan yang mewajibkan adanya sebuah kegiatan penyaluran *Corporate Social Responsibility* oleh Toko Basmalah, sehingga dapat memenuhi komponen hubungan vertikal dalam *Sharia Enterprise Theory*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan etika bisnis islam di Toko Basmalah

Etika dalam Bahasa Yunani “Ethos” yang berarti adat istiadat, yang dimaksudkan adalah nilai, ketentuan hidup yang baik, perilaku yang baik secara turun temurun. Sedangkan menurut KBBI etika terbagi atas 3 bagian yakni ilmu tentang sifat baik atau buruk seseorang dalam menjalankan kewajiban, nilai-nilai yang berhubungan dengan akhlak, dan cara seseorang untuk menilai masyarakat. Etika secara umum sering disamakan dengan moral, tetapi moral merupakan landasan dari etika, dalam pemahaman praktis dan normatif (Rahmawati & Sari, 2023). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa etika secara terminologis merupakan ajaran atau ilmu yang menenankan adat kebiasaan yang berkenaan dengan kebiasaan baik atau buruk yang diterima di masyarakat mengenai sikap, perbuatan seseorang, dan lain-lain (Purwanti & Pujawati, 2021).

Bisnis merupakan sebuah kegiatan yang melibatkan pertukaran barang, jasa, atau uang dengan maksud saling menguntungkan atau dapat memberikan manfaat. Bisnis juga dapat diartikan sebagai aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui sebuah proses produksi atau mengolah barang, menyerahkan jasa, dan memperdagangkan sebuah barang. Dan dalam Al-Quran bisnis atau *al tijarah* yang berarti berdagang atau berniaga (Purwanti & Pujawati, 2021).

Sedangkan etika bisnis dalam Islam merupakan seperangkat perilaku dalam menjalankan bisnis dengan tambahan nilai syariah seperti keadilan, kejujuran, dan kepercayaan. Tujuan yang akan dicapai tidak hanya sebatas mencari keuntungan duniawi semata, tetapi juga keberkahan dan ridho dari Allah SWT.

Dari studi kasus yang diangkat yakni di Toko Basmalah. Toko Basmalah sendiri merupakan *branding* dari PT. Sidogiri Mitra Utama, salah satu anak perusahaan Kopontren Sidogiri yang bergerak di bidang sektor riil terbesar di Pulau Jawa dan Kalimantan dengan total 200 unit gerai cabang pada 16 kota atau kabupaten di Indonesia pada tahun 2023. Berbeda dengan ritel modern lainnya, Toko Basmalah menerapkan konsep *barakah*, *syariah*, dan

masalah yang disingkat dan digunakan sebagai nama toko ritel ini. Dalam mengemas bisnisnya Toko Basmalah bekerjasama dengan penyerapan UKM seperti pakaian muslim dengan merek Sidogiri dan kebutuhan sehari-hari seperti beras, minyak goreng, dan lain sebagainya dengan merek Santri yang juga merupakan brand lokal milik Pondok Pesantren Sidogiri (Kebendaharaan, 2020)

Prinsip-prinsip yang diterapkan Toko Basmalah sebagai bagian dari Kopontren Sidogiri dan diterapkan dalam seluruh aktivitas usahanya. Berikut merupakan prinsip-prinsipnya:

a. Prinsip tauhid atau keesaan

Tauhid merupakan prinsip yang mencakup keseluruhan aspek, di dalamnya termasuk aspek bidang ekonomi, politik, sosial, dan lain sebagainya. Dalam menjalankan suatu usahapun dapat dengan bebas menggunakan strategi pemasaran asalkan tidak menyalahi aturan, baik aturan yang disyariatkan dalam Islam maupun aturan di negara tertentu. Sebab apapun yang dilakukan manusia pasti akan diketahui oleh Allah SWT. Sebagai insan yang beretika, manusia seharusnya berperilaku sebaik mungkin dalam menjalankan sebuah bisnis seperti tidak menipu, tidak berniat licik, dan tetap menyalurkan tanggung jawab sosial ke pada masyarakat sekitar.

b. Prinsip Keseimbangan

Keseimbangan hidup dalam ekonomi Islam diartikan sebagai tidak adanya kesenjangan dalam pemenuhan kebutuhan dalam seluruh aspek. Selain itu juga dimaknai bahwa tidak ada satu pihak yang merasa dirugikan atau dalam situasi tersebut seluruh pihak diuntungkan dan ridho. Tidak ada kebohongan dalam menjalankan bisnis, transaksi yang terjadi nyata adanya, tidak membedakan ras, suku, dan lain-lain. Tidak lupa pula kejujuran tetapi ditegakkan dalam setiap tindakan dalam menjalankan bisnis.

c. Prinsip kehendak bebas

Dalam etika bisnis, prinsip ini dinilai penting karena setiap individu yang telah melakukan sebuah pekerjaan sesuai potensi dan target yang telah disepakati akan bebas mendapatkan sebagai haknya. Tetapi setelah haknya diterima, manusia tidak boleh lupa akan kewajibannya untuk menyalurkan zakat, infaq, dan shadaqah sebagai penyeimbang dan menjadikan keberkahan atas rezekinya.

d. Tanggung jawab

Dalam seluruh aktivitas bisnis tidak hanya berhenti pada perolehan keuntungan, tetapi perlu ada pertanggungjawaban atas apa yang dilakukan dalam kegiatan bisnis tersebut. Manusia sebagai *khalifah fil ardh*, dipercayai untuk mengelola sumber daya dari Allah dan diwujudkan dalam masalah secara maksimal dan mencegah adanya kerusakan

pada bumi. Untuk mewujudkan nilai khalifah ini, Allah memberikan hak penguasaan kepemilikan berupa kebebasan berkerasi dalam mengemban amanah tersebut. Serta seorang khalifah harus bertanggung jawab atas perilaku ekonomi dengan cara yang benar, bertanggung jawab atas mewujudkan masalah secara maksimal, dan bertanggung jawab atas perbaikan kesejahteraan setiap individu (Badriyah, 2020).

Implementasi SET dalam Penyaluran CSR

CSR merupakan komitmen usaha agar bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan komunitas luas (Nayenggita dkk., 2019). CSR adalah bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan di mana perusahaan beroperasi. CSR tidak hanya berkaitan dengan kegiatan amal, tetapi juga melibatkan strategi berkelanjutan untuk pembangunan ekonomi dan sosial. Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, perusahaan, dan komunitas masyarakat setempat yang bersifat aktif dan dinamis.

Sharia Enterprise Theory (SET) adalah pendekatan yang menggabungkan tujuan sosial dan ekonomi. Dalam konteks CSR, SET menekankan pada model pemberdayaan masyarakat, bukan sekedar bantuan sesaat. Fokusnya adalah pada penciptaan nilai bersama (shared value), pemberdayaan ekonomi, dan keberlanjutan sosial. Implementasi CSR dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu Al-adl.

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kedzaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak- kontrak serta perjanjian bisnis (Irawan & Muarifah, 2020).

Implementasi SET dalam penyaluran CSR dapat dilakukan melalui pendekatan berikut:

- a. Pendekatan Kewirausahaan Sosial: Menyalurkan dana CSR untuk membangun usaha kecil masyarakat.
- b. Partnership dan Kolaborasi: Melibatkan masyarakat sebagai mitra aktif.
- c. Kemandirian Ekonomi: CSR bukan hanya memberi, tapi membangun kapasitas ekonomi masyarakat.
- d. Sistem Berbasis Komunitas: CSR dikelola oleh entitas lokal yang memahami kebutuhan spesifik masyarakat.

Toko Basmalah adalah salah satu jenis brand bisnis minimarket koperasi syariah yang berasal dari Pondok Pesantren Sidogiri pada tahun 1961 M (Farhan, 2024). Salah satu tujuan Basmalah adalah mendukung ekonomi umat, terutama kalangan pesantren dan masyarakat

sekitar. Basmalah beroperasi di berbagai wilayah dan melibatkan banyak agen masyarakat dalam model bisnisnya.

Toko Basmalah melakukan penyaluran CSR dengan ciri khas pesantren yang mengakar pada nilai-nilai keislaman dan keberdayaan umat. Penyaluran CSR tidak dilakukan secara transaksional, tetapi melalui:

- 1) Model Kemitraan Ritel: Mengangkat toko-toko kecil (warung) milik warga menjadi mitra Basmalah.
- 2) Distribusi Produk dan Pelatihan: Memberikan pelatihan manajemen ritel kepada mitra, serta suplai barang dengan harga lebih kompetitif.
- 3) Reinvestasi Keuntungan Sosial: Keuntungan dari Basmalah digunakan kembali untuk pengembangan pesantren dan masyarakat sekitar.

Dampak Implementasi terhadap Masyarakat dan Lingkungan

Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) di Toko Basmalah Sidogiri telah melaksanakan kewajibannya sebagai sebuah perusahaan yang memiliki dampak terhadap masyarakat sekitar. Pelaksanaan kewajibannya yaitu melaksanakan beberapa program antara lain program peduli pendidikan, peduli kesehatan, peduli lingkungan dan kemanusiaan, peduli ekonomi Program yang telah dijalankan mencapai keberhasilan dengan presentasi keberhasilan 90% untuk seluruh program dan telah sesuai dengan amanatkan oleh PERDA Pasuruan Nomor 14 Tahun 2015 Tentang TJSL/CSR (Nasyiah dkk., 2022).

Dari sisi sosial, masyarakat sekitar merasakan langsung manfaat dari berbagai program CSR yang dijalankan. Kegiatan seperti pembagian sembako kepada kaum dhuafa, santunan anak yatim, serta beasiswa pendidikan untuk anak-anak dari keluarga kurang mampu menjadi bukti konkret bahwa Basmalah Sidogiri berkomitmen meningkatkan kesejahteraan sosial. Bantuan tersebut tidak hanya meringankan beban ekonomi masyarakat, tetapi juga memberikan harapan dan motivasi bagi keluarga penerima manfaat untuk menjalani kehidupan yang lebih baik (Zikwan, 2020).

Dampak lainnya yang tak kalah penting adalah pada aspek lingkungan. Toko Swalayan Basmalah secara aktif mengedukasi pelanggan dan masyarakat sekitar untuk menjaga kebersihan dan mengurangi penggunaan plastik sekali pakai. Dalam operasional toko, pengelolaan sampah dilakukan dengan tertib dan sesuai prosedur yang ramah lingkungan.

Upaya ini memberikan contoh nyata tentang pentingnya menjaga kelestarian alam, sekaligus menciptakan budaya sadar lingkungan di tengah masyarakat (Khoiruddin dkk., 2020)

5. KESIMPULAN

Studi ini menyimpulkan bahwa integrasi TAM, TPB, dan UTAUT memberikan pendekatan yang kuat dalam memahami perilaku adopsi e-learning oleh mahasiswa. Persepsi kegunaan dan kemudahan dari TAM berperan penting dalam membentuk sikap positif terhadap penggunaan sistem. TPB menegaskan bahwa niat perilaku dipengaruhi tidak hanya oleh sikap pribadi, tetapi juga oleh tekanan sosial dan keyakinan akan kemampuan diri. Sementara UTAUT memperkaya pemahaman dengan menambahkan aspek dukungan eksternal dan sosial yang signifikan. Secara keseluruhan, pendekatan gabungan ini menunjukkan bahwa baik faktor personal maupun lingkungan secara bersama-sama memengaruhi minat dan intensi penggunaan e-learning. Temuan ini dapat menjadi dasar strategis bagi institusi pendidikan dalam merancang dan mengimplementasikan sistem e-learning yang lebih efektif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaqiih, A. (2017). Prinsip-prinsip praktik bisnis dalam Islam bagi pelaku usaha Muslim. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 24(3), 448–466. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol24.iss3.art6>
- Andre Alkahfi, M., & Nawawi, Z. M. (2022). Peran etika bisnis dalam perusahaan bisnis di era globalisasi. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 1(2), 75–88. <https://doi.org/10.47467/manbiz.v1i2.1675>
- Anggraeni, W. A. (2019). Social performance pada perbankan syariah Indonesia: Sharia enterprise theory perspective. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 18(2), 100–108. <https://doi.org/10.52434/jwe.v18i2.515>
- Assyakurrohim, D., Ikham, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Asyifa, Z., & Abdullah, M. W. (2023). Syariah enterprise theory (SET): Tinjauan konsep dan implikasinya pada lembaga Sedekah Jumat Pekan, 2(1).
- Badriyah, A. (2020). *[Skripsi sarjana, Institut Agama Islam Negeri Jember]*.
- Farhan. (2024). *Pengaruh Islamic branding dan religiusitas terhadap keputusan pembelian pada swalayan Basmalah cabang Sidogiri* [Skripsi].
- Hermawan, S., & Rini, R. W. (2018). Pengelolaan dana zakat, infaq, dan shadaqah perspektif Syariah enterprise theory. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 1(1), 12–24. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v1i1.1974>

- Irawan, F., & Muarifah, E. (2020). Analisis penerapan CSR dalam perspektif Sharia enterprise theory.
- Istanti, E., et al. (2024). Service design performance based on consumer preferences. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1(3), 142–160. <https://doi.org/10.61132/ijems.v1i3.131>
- Kebendaharaan. (2020). *PT Sidogiri Mitra Utama*.
- Khoiruddin, M., Munir, M., & Rokhim, A. (2020). Pengaruh motivasi kerja terhadap kepuasan karyawan pada Toko Basmalah di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Hukum Islam*.
- Nasyiah, I., & Ibadillah, M. A. (2022). *Implementasi peraturan daerah Pasuruan Nomor 14 Tahun 2015 tentang corporate social responsibility dalam tinjauan mashlahah (Studi di Toko Basmallah Sidogiri Pasuruan)* [Skripsi].
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik corporate social responsibility (CSR) di Indonesia. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23119>
- Purwanti, N., & Pujawati, A. (2021). *Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi e-commerce (Studi pada penjual pengguna media sosial Instagram)*.
- Rahmawati, A., & Sari, S. T. (2023). *Penerapan etika bisnis Islam pada masyarakat modern*.
- Riska Amalia, L. B. (2024). *Integrasi konsep amanah dalam Shariah enterprise theory: Tinjauan literatur komprehensif*.
- Sri Wahyuni, & Abdullah, M. W. (2021). Akuntabilitas berbasis Syariah enterprise theory dalam mewujudkan ekonomi sustainable. *BALANCA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1), 41–54. <https://doi.org/10.35905/balanca.v3i01.1986>
- Tafana, A., Andika, B., Fahira, M., & Siregar, F. (2024). *Etika bisnis Islam*, 1.
- Triwibowo, A., & Adam, M. A. (2023). *Etika bisnis Islam dalam praktek bisnis di era digital ekonomi*.
- Zikwan, M. (2020). *Dampak perkembangan pasar modern di lingkungan pasar tradisional di Mimbo Situbondo*.