



## **ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DI KEDAI MARTABAK ULAMA INDIA (MUI) TELANAIPURA DI KOTA JAMBI**

**Alda Fadilla**

*aldafadilla140@gmail.com*

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

**Efni Anita**

*efnianita@uinjambi.ac.id*

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

**Sri Rahma**

*srirahma@uinjambi.ac.id*

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

*Korespondensi penulis: aldafadilla140@gmail.com*

**Abstract :** *This research aims to analyze the implementation of Islamic business ethics at Martabak Ulama India (MUI) Telanaipura in Jambi City. Islamic business ethics is a set of moral principles derived from Islamic teachings that guide businesses to operate ethically and responsibly. This study employs qualitative methods, including observation, interviews, and document analysis. The collected data are analyzed descriptively. The findings from interviews and observations indicate that Martabak Ulama India (MUI) generally adheres to Islamic business ethics. The implementation of Islamic business ethics at Martabak Ulama India (MUI) is evident in various aspects such as not multiplying prices, honesty in measurement, acknowledging product weaknesses and strengths (*shiddiq*), accountability, providing optimal service, keeping promises (*amanah*), business communication, ability to convey vision and mission, maintaining good relations with business partners (*tabligh*), spiritual intelligence, professionalism, and ability to innovate products (*fathanah*).*

**Keywords:** *Business, Islamic business ethics, Martabak Ulama India (MUI)*

**Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam di Kedai Martabak Ulama India (MUI) Telanaipura di Kota Jambi. Etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip moral yang berasal dari ajaran Islam yang membimbing bisnis untuk beroperasi secara etis dan bertanggung jawab. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, termasuk observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif. Hasil dalam penelitian ini melalui wawancara dan observasi, yaitu bahwasanya Kedai Martabak Ulama India (MUI) pada umumnya telah menerapkan etika bisnis yang berlandaskan ajaran-ajaran Islam. Penerapan etika bisnis Islam Kedai Martabak Ulama India (MUI) terlihat dari tidak melipatgandakan harga, jujur dalam takaran, mengakui kelemahan serta kelebihan produk (*shiddiq*), akuntabilitas, memberikan pelayanan yang optimal, menepati janji (*amanah*), komunikasi bisnis, mampu menyampaikan visi misi, menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis (*tabligh*), kecerdasan spiritual, profesional, kemampuan untuk melakukan inovasi produk (*fathanah*).

**Kata kunci:** *Bisnis, Etika Bisnis Islam, Martabak Ulama India (MUI)*

### **PENDAHULUAN**

Dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial, aktivitas sosial seperti aktivitas ekonomi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan sejak zaman dahulu hingga saat ini. Setiap aspek kegiatan ekonomi mengalami perubahan yang terus-menerus dari tahun ke tahun, baik dalam hal proses transaksi maupun jenis barang yang diperdagangkan, seiring dengan perubahan zaman yang selalu menuju arah yang lebih modern. Salah satu faktor yang menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hal ini terbukti pada tahun 1997, ketika Indonesia mengalami krisis ekonomi yang menyebabkan banyak perusahaan besar mengalami kebangkrutan, bahkan kemungkinan tutupnya perusahaan

tersebut tidak terhindarkan. Namun, UMKM mampu bertahan karena memanfaatkan berbagai sumber daya lokal dan mampu menciptakan lapangan pekerjaan melalui pendirian usaha-usaha baru, sehingga angka pengangguran dapat ditekan. Dengan demikian, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dan keberlangsungannya dapat dijamin dengan menerapkan sistem pengelolaan manajemen yang efektif.

Dalam konteks persaingan dunia usaha di Indonesia, terlihat adanya peningkatan ketatnya persaingan seiring berjalannya waktu, karena setiap perusahaan berupaya untuk memperluas pangsa pasar mereka dan menarik konsumen baru. Semakin banyaknya pesaing, semakin banyak pilihan yang tersedia bagi konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan preferensi mereka. Untuk menghadapi dinamika ini, perusahaan harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan ekspektasi konsumen, baik yang berlaku saat ini maupun di masa mendatang. Sebagian besar usaha kecil selama ini hanya mengandalkan sumber daya yang tersedia dan belum mampu mencapai hasil yang diharapkan. Para pelaku pasar harus memperhatikan perubahan perilaku konsumen dari waktu ke waktu karena perilaku konsumen merupakan proses dinamis yang terjadi pada tingkat individu, kelompok, dan secara terus-menerus berubah seiring waktu.

Persaingan industri telah menjadi unsur tak terhindarkan dalam masyarakat yang semakin maju. Di tengah konteks Indonesia, upaya untuk menciptakan lingkungan industri yang sehat dan adil telah diupayakan oleh negara melalui pengesahan undang-undang yang melarang praktek monopoli dan persaingan industri yang tidak sehat. Salah satu contohnya adalah Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999, yang dikeluarkan pada tanggal 5 Maret 1999 dan mulai berlaku setahun kemudian. Dalam konteks ini, penting untuk diakui bahwa persaingan dalam dunia bisnis adalah fenomena yang alami dan diterima sebagai bagian normal dalam perkembangan industri. Sebagaimana diketahui bahwa keadaan dunia usaha bersifat dinamis, yang selalu mengalami perubahan yang terjadi setiap saat dan adanya keterkaitan antara satu dengan yang lainnya.

Islam adalah agama yang mempunyai aturan dan tatanan sosial yang konkrit, akomodatif dan aplikatif, guna mengatur kehidupan manusia yang dinamis dan sejahtera. Ayat-ayat dalam Al-Qur'an banyak yang memberikan dorongan terhadap perdagangan dan usaha ekonomi. Pemahaman dalam Islam menegaskan bahwa aktivitas perdagangan dan bisnis yang adil serta halal harus dijalankan tanpa hambatan. Hal ini sejalan dengan etika bisnis dalam Islam yang menjamin bahwa setiap individu dapat meraih pendapatan, memenuhi kebutuhan keluarga, dan beramal kebajikan kepada yang membutuhkan. Seperti halnya Islam mengatur berbagai aspek kehidupan lainnya, demikian pula ia memberikan pedoman dalam etika persaingan industri dan bisnis yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Agama ini mengajarkan kewajiban para produsen dan pedagang untuk bertindak dengan adil, jujur, dan amanah demi terciptanya kesejahteraan (falah) serta kehidupan yang harmonis. Prinsip ini menekankan pada aspek kebersamaan, keadilan, kesejahteraan sosial-ekonomi, dan pemenuhan kebutuhan spiritual masyarakat.

Rasulullah saw terkenal sebagai seorang pengusaha yang teguh dalam prinsip-prinsip kejujuran dan keadilan dalam menjalin kesepakatan bisnis. Beliau memiliki reputasi tanpa cela, yang membuat pelanggannya merasa puas dengan layanannya. Keluh kesah para pelanggan tidak pernah menjadi keluhan ketika berbisnis dengan Rasulullah saw, yang senantiasa menjaga janji-janjinya dan mengantarkan pesanan dengan tepat waktu. Kepedulian beliau terhadap tanggung jawab dan integritas dalam bisnis sangat kentara. Pendek kata, Rasulullah menjalankan prinsip-prinsip manajemen bisnis modern seperti kepuasan pelanggan, pelayanan yang istimewa,

efisiensi, dan transparansi. Beliau juga mempraktikkan persaingan sehat dan kompetitif yang diikuti oleh komponen daya saing yang kuat seperti harga yang bersaing, kualitas produk yang unggul, strategi pemasaran yang efektif, serta jaringan kerja yang solid. Semua ini mendorong baik perusahaan yang telah mapan maupun yang baru muncul untuk bersaing memperebutkan pasar dan meraih posisi terdepan di dalamnya.

Bisnis adalah fondasi ekonomi suatu negara. Praktik bisnis sudah diizinkan sejak awal munculnya Islam, dan hal ini didukung oleh petunjuk-petunjuk Al-Qur'an yang menyatakan kehalalannya, termasuk di antaranya dalam QS. Al-Baqarah ayat 275.

Kemajuan di bidang wisata kuliner di Kota Jambi sudah sangat dirasakan. Hampir di setiap sudut kota, terdapat warung, rumah makan, atau kafe yang menawarkan beragam jajanan atau makanan. Tempat makan menjadi pilihan utama bagi masyarakat ketika mereka tidak memiliki waktu untuk memasak sendiri karena kesibukan. Dengan beragam jenis menu makanan yang tersedia, konsumen mempertimbangkan dengan cermat tempat makan yang akan mereka pilih. Oleh karena itu, setiap tempat makan harus memiliki strategi agar dapat menarik perhatian konsumen ketika ingin membeli makanan.

Perilaku pelaku bisnis kuliner di Jambi kadang-kadang melenceng dari norma-norma etika bisnis, dengan tidak memperhatikan aspek-aspek seperti kejujuran dalam menyampaikan asal usul produk, ketidakramahan terhadap konsumen yang hanya bertanya-tanya, dan ketidakpatuhan terhadap janji. Padahal, Rasulullah telah memberikan contoh tentang bagaimana etika berbisnis yang bersumber dari Al-Qur'an.

Kota Jambi, sebuah kota di Indonesia, juga merupakan ibu kota provinsi Jambi. Sedang mengalami perkembangan, kota ini menunjukkan kemajuan di sektor industri kuliner, baik skala besar maupun kecil, yang diharapkan dapat mendukung program pembangunan dan mendorong lahirnya pengusaha kuliner baru di kota ini. Selain itu, diharapkan juga dapat meningkatkan pendapatan daerah dan pendapatan perkapita masyarakat Jambi. Salah satu usaha kuliner yang diminati oleh masyarakat Jambi adalah Kedai MUI (Martabak Ulama India).

Kedai MUI (Martabak Ulama India) merupakan kedai kuliner yang berlokasi di Jl. Arif Rahman Hakim, Simpang IV Sipin, Telanaipura, Kota Jambi. Meskipun tempatnya sederhana, namun letaknya strategis di tengah perkotaan, sehingga mudah dijangkau oleh konsumen kota. Namun juga terdapat cabang lain yang terdapat di lantai 4 Mall WTC Batanghari yang beralamat di Jl. Sultan Thaha No.17, Ps. Jambi, Kec. Ps. Jambi, Kota Jambi.

Selain itu, dalam era ekonomi syariah yang semakin diperhatikan oleh masyarakat, maka penerapan etika bisnis islam juga menjadi suatu hal yang penting. Dengan demikian, maka analisis penerapan etika bisnis islam di kedai martabak ulama India di kota Jambi menjadi suatu hal yang penting untuk dilakukan.

Kedai MUI tidak hanya menawarkan menu martabak India, tetapi juga menyediakan berbagai menu lain yang populer di kalangan masyarakat Jambi. Meskipun begitu, martabak India tetap menjadi menu andalan mereka. Di kedai ini, harga-harga yang ditawarkan sangat terjangkau sehingga cocok dinikmati oleh berbagai kalangan, terutama anak sekolah dan mahasiswa.

Berdasarkan penelitian sementara bahwa Kedai MUI dari Sembilan etika (akhlak) pemasaran yang menjadi prinsip-prinsip bagi syariah pemasaran yakni yang pertama jika dilihat dari memiliki kepribadian spiritual (takwa), penulis belum dapat mengidentifikasi secara detil namun pada saat waktunya sholat tiba, tidak semua karyawan berhenti sejenak untuk melaksanakan tepat waktu tapi dilaksanakan secara bergantian. Yang kedua, jika dilihat dari etika berperilaku baik dan simpatik (shidiq), semua karyawan terlihat berperilaku baik dalam melayani pelanggan yang datang. Yang ketiga, jika dilihat dari berlaku adil dalam bisnis (al-adl), penulis

melihat bahwa pelanggan diberlakukan dengan adil contohnya dengan melayani semua pelanggan tanpa pandang status, semua pelanggan memiliki hak yang sama. Yang keempat, bersikap melayani dan rendah hati, dalam hal tersebut penulis melihat bahwa semua pelanggan dilayani dengan sesuai urutan pelanggan yang datang lebih dahulu lebih di utamakan.

Yang kelima, menepati janji dan tidak curang, yakni contohnya uang yang diminta untuk dibayarkan sesuai dengan apa yang kita beli. penulis melihat tidak ada kecurangan seperti misalnya semua harga sesuai dengan harga yang telah dituliskan dalam menu. Yang keenam, jujur dan terpercaya (amanah), penulis melihat tidak ada kecurangan seperti misalnya semua harga sesuai dengan harga yang telah dituliskan dalam menu. Yang ketujuh dan kedelapan, tidak suka berburuk sangka (su'uzh-zhan) dan tidak suka menjelek-jelekan (ghibah), penulis melihat bahwa poin ini memiliki kemiripan yang mana karyawan melihat semua pelanggan dengan hak yang sama tanpa melihat status maupun cara berpakaian pelanggan yang kesembilan, tidak melakukan sogok (riswah), selama penelitian sementara peneliti tidak melihat adanya kegiatan sogok menyogok dalam kegiatan jual beli di kedai MUI ini.

Jika dilihat dari unsur-unsur etika bisnis islam yang menjadi pembeda Kedai MUI dengan pesaing bisnis dibidang kuliner yang lainnya bahwa bila dilihat dari unsur produk menggunakan produk dengan mutu yang terbaik dan juga halal tentunya karna sudah memiliki sertifikat halal, berdasarkan lokasinya tidak berada tempat yang dipersenketakan karna memiliki surat izin tempat usaha, berdasarkan unsur sesama manusia disana mempekerjakan pegawai yang sopan, ramah, jujur, dan memberikan pelayanan yang baik, dan juga proses yang dapat kita lihat langsung bahwa disini ada unsur keterbukaan jadi kita dapat melihat langsung apa yang kita beli apakah sesuai atau tidak.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis islam di kedai martabak ulama India di kota Jambi. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan bisnis kuliner, terutama bisnis kedai martabak ulama India di kota Jambi, serta memberikan wawasan baru dalam penerapan etika bisnis islam.

**Tabel 1.1**  
**Volume Penjualan Kedai MUI Pada Tahun 2017 - 2022**

NO	TAHUN	VOLUME PENJUALAN
1.	2017	53,694
2.	2018	54,251
3.	2019	53,898
4.	2020	49,849
5.	2021	52,451
6.	2022	53,332

Sumber: wawancara

Tabel 1.1 menampilkan data penjualan semua produk yang terjual di Kedai MUI (Martabak Ulama India), termasuk makanan dan minuman. Data ini mencatat volume penjualan Kedai MUI dari tahun 2017 hingga tahun 2022. Grafik di bawah ini menggambarkan fluktuasi volume penjualan selama tahun tersebut, menunjukkan adanya ketidakstabilan karena terjadi kenaikan dan penurunan volume penjualan secara bergantian.

## KAJIAN TEORITIS

### 1. Pengertian Etika Bisnis Islam

#### a. Pengertian Etika

Kata "etika" memiliki asal-usul dari bahasa Yunani (ethos), yang mencakup makna seperti adat istiadat atau kaidah-kaidah dalam kehidupan manusia. Etika berkaitan dengan pertanyaan mengenai kebenaran atau kesalahan, serta apa yang seharusnya atau tidak seharusnya dilakukan, serta prinsip atau dasar yang seharusnya menjadi pedoman bagi kehidupan dan perilaku manusia. Dalam konsep ini, terdapat kebiasaan-kebiasaan dalam tindakan manusia yang mencakup serangkaian nilai-nilai manusiawi dan budaya yang diwariskan dari generasi ke generasi. Pola-pola perilaku dan tindakan manusia ini kemudian membentuk norma-norma yang diterima bersama oleh suatu kelompok masyarakat tertentu.

b. Pengertian Bisnis

Menurut definisi yang tercantum dalam Kamus Bahasa Indonesia, bisnis merujuk pada kegiatan dagang, komersial, perdagangan, atau bidang usaha secara umum. Menurut Huges dan Kapoor dalam karya Alma Bucharie, bisnis didefinisikan sebagai suatu kegiatan usaha yang terorganisir secara individu dengan tujuan menghasilkan dan memasarkan barang serta jasa untuk memperoleh keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Kegiatan bisnis ini umumnya dilakukan di dalam masyarakat dan dapat terwujud dalam berbagai industri. Seseorang yang terlibat dalam kegiatan bisnis, yang menggunakan modal dan waktu serta siap menanggung risiko, sering disebut sebagai *entrepreneur*. Dalam menjalankan bisnisnya, seorang *entrepreneur* harus dapat menggabungkan empat jenis sumber daya utama, yaitu: bahan atau material, sumber daya manusia, keuangan, dan informasi.

c. Pengertian Etika Bisnis

Etika bisnis merujuk pada cabang ilmu yang memusatkan perhatian pada pertimbangan moral yang meliputi konsep tentang apa yang benar dan salah dalam konteks bisnis. Disiplin ini menitikberatkan pada norma-norma moral yang diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku yang terjadi dalam lingkup bisnis. Standar etika bisnis ini diterapkan dalam kerangka sistem dan struktur organisasi, yang menjadi landasan bagi masyarakat modern dalam memproduksi dan menyediakan barang serta jasa. Kemudian, standar etika ini diadopsi dan diimplementasikan oleh individu-individu yang berada dalam lingkungan organisasi tersebut.

d. Etika Bisnis Islam

Menurut prinsip-prinsip Islam, konsep etika dikenal sebagai akhlak, yang berasal dari bahasa Arab al-akhlak (al-khuluq), yang secara harfiah berarti budi pekerti, tabiat, atau karakter. Dalam Al-Qur'an, disebutkan bahwa "sesungguhnya engkau Muhammad berada di atas budi pekerti yang agung". Oleh karena itu, dalam Islam, etika sering kali diidentifikasi dengan ilmu akhlak, yang merupakan cabang ilmu yang mengkaji tentang keutamaan-keutamaan moral dan bagaimana cara memperolehnya sehingga manusia dapat memperindah diri dengan nilai-nilai tersebut, serta membahas tentang hal-hal yang tercela dan cara untuk menjauhinya agar manusia dapat terhindar dari dampak negatifnya.

Sukses dalam dunia bisnis seringkali dianggap bergantung pada penerapan etika bisnis Islam serta mengikuti contoh dan sifat-sifat yang dicontohkan oleh Rasulullah. Ajaran yang diberikan oleh Nabi Muhammad kepada para pedagang memiliki implikasi penting dalam konteks ini:

1) Jujur (Transparan)

Dari Abu Hurairah ra., Rasulullah SAW bersabda:

*"Dua orang yang melakukan jual beli, masing-masing berhak menentukan pilihan satu sama lain sebelum mereka berpisah."* (HR. Muslim)

2) Menghormati pembeli, Berlaku adil terhadap pembeli

3) Pembeli adalah saudara, Tidak memasang harga terlalu tinggi

- 4) Tidak terlalu berfikir pada keuntungan
- 5) Menghindari jual beli yang tidak dibolehkan syara'
- 6) Tidak menggunakan sumpah (al-Qasm) dalam berdagang
- 7) Menepati janji

Dari Abdullah bin Amr ra., Rasulullah SAW bersabda:

"*Janganlah kalian saling menzalimi.*" (HR. Muslim)

- 8) Tertib administrasi
- 9) Melaksanakan hak Allah yang diwajibkan atas materi

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku etis dalam Islam antara lain:

- 1) Penafsiran hukum (*Legal interpretations*)

Dalam kerangka nilai Islam, budaya, dan standar perilaku, prinsip-prinsip yang diberlakukan berdasarkan pedoman yang tercantum dalam Al-Qur'an, Sunah, dan pandangan ulama terdahulu. Konsep etika dalam Islam memiliki sumber yang berbeda dengan budaya Barat. Islam menekankan pada penghargaan terhadap perempuan, perlakuan yang adil terhadap kelompok minoritas, serta keadilan dalam menafsirkan dan menerapkan hukum. Oleh karena itu, pemahaman dan penafsiran atas hukum Islam memiliki dampak langsung terhadap perilaku etis yang dijunjung dalam masyarakat Muslim.

- 2) Faktor organisasi (*Organizational factors*)

Organisasi memainkan peran kunci dalam membentuk etika di lingkungan kerja. Di dalam sebuah organisasi, norma-norma dan nilai-nilai yang diterapkan oleh departemen, tim, atau keseluruhan organisasi memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku etis individu. Jika perilaku yang tidak etis dianggap dapat diterima atau bahkan diabaikan, hal ini dapat menjadi kebiasaan dan bahkan merangsang praktik-praktik yang tidak etis di antara para karyawan. Beberapa karyawan di perusahaan-perusahaan tertentu mungkin percaya bahwa jika mereka terlibat dalam perilaku yang tidak etis, maka pekerjaan mereka bisa terancam.

- 3) Faktor individu (*individual factors*)

Perilaku etis seseorang sebagai individu terbentuk melalui serangkaian faktor yang meliputi tahap perkembangan moral individu, nilai-nilai moral yang dipeluk secara pribadi, pengaruh dari lingkungan keluarga, jaringan sosial seperti kerabat dan teman-teman, pengalaman pribadi yang telah dialami sebelumnya, serta faktor situasional dan sosial yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

- 4) Tahapan pengembangan moral (*Stage of moral development*)

Manusia mengalami serangkaian perpindahan dari satu tahap ke tahap berikutnya secara bertahap dalam perkembangannya. Proses ini mencakup pengalaman bertahap dalam pengembangan moral, di mana individu melalui serangkaian tahapan untuk mencapai kedewasaan moral secara bertahap.

- 5) Lingkungan (*The environment*)

Faktor-faktor yang memengaruhi lingkungan ini meliputi berbagai regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah dalam bentuk undang-undang dan peraturan, serta norma-norma sosial dan nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat. Semua elemen ini berperan dalam membentuk dinamika lingkungan dan memengaruhi perilaku serta interaksi antarindividu dan institusi dalam masyarakat.

- 6) Manajer (*The manager*)

Manajer ditandai dengan kepribadian yang unik dan karakteristik perilaku yang spesifik dalam menjalankan tugas-tugasnya. Faktor-faktor seperti kebutuhan personal, pengaruh dari

lingkungan keluarga, serta latar belakang agama, semuanya turut membentuk kerangka penilaian dan pengambilan keputusan bagi seorang manajer.

Adapun juga faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya tindakan tidak etis pada diri pelaku bisnis Muslim antara lain:

- 1) Tahapan pembentukan moral (*stage of moral development*)  
Anak-anak yang belum mencapai masa pubertas, yang merupakan masa transisi menuju kedewasaan, cenderung memiliki tingkat pertanggungjawaban yang rendah terhadap perilaku mereka karena mereka masih dalam proses pembentukan jiwa yang belum matang.
- 2) Nilai pribadi dan kepribadian (*personal value and personality*)  
Seseorang yang memprioritaskan serta menegaskan pentingnya kejujuran dalam kehidupan akan memperlihatkan perilaku yang berbeda dibandingkan dengan individu yang tidak menghargai atau mengabaikan hak-hak orang lain.
- 3) Pengaruh keluarga (*family influence*)  
Dalam ajaran Islam, orang tua cenderung menemukan lebih mudah untuk mengajarkan kepada anak-anak mereka perbedaan antara apa yang dianggap halal (dibenarkan) dan apa yang dianggap haram (dilarang), daripada mengajarkan kepada mereka aturan-aturan dan prinsip-prinsip perilaku yang baik serta cara-cara melaksanakan atau mengamalkannya.
- 4) Pengaruh rekan atau teman sebaya (*peer influence*)  
Ajaran Islam mendorong individu, termasuk orang tua, untuk melakukan seleksi dengan cermat dalam memilih teman sejawat karena pengaruh mereka memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk perilaku.
- 5) Pengalaman hidup (*life experiences*)  
Melaksanakan ibadah haji, sebagai suatu peristiwa yang sangat penting, memiliki efek positif yang signifikan terhadap perilaku individu.
- 6) Faktor-faktor situasi (*situational factors*)  
Kadang-kadang, seseorang bisa terdorong untuk berperilaku tidak etis oleh situasi yang mereka hadapi, mencari jalan keluar dari masalah atau konflik yang mereka hadapi. Dalam ajaran Islam, bohong dapat diterima jika memenuhi tiga kondisi tertentu. Pertama, dalam situasi perang di mana kebohongan dapat dianggap sebagai strategi perlindungan atau perangkap bagi musuh. Kedua, untuk memecahkan masalah atau menghindari konflik yang mungkin timbul, sehingga kebohongan bisa dipertimbangkan sebagai langkah untuk menjaga kedamaian atau mengatasi hambatan yang dihadapi. Dan ketiga, dalam konteks hubungan suami istri di mana kebohongan dapat dianggap sebagai cara untuk mempererat hubungan atau menjaga keharmonisan rumah tangga, baik oleh suami atau istri.
- 7) Faktor-faktor sosial (*societal factors*)  
Dalam konteks nilai-nilai yang dianut dalam budaya Islam, terdapat tuntutan bagi para pelaku bisnis untuk menunjukkan kepedulian yang lebih besar terhadap kebutuhan orang lain. Mereka diharapkan untuk memprioritaskan kepentingan umum dalam proses berpikir dan pengambilan keputusan, daripada hanya memikirkan kepentingan pribadi mereka sendiri.

## 2. Tujuan Etika Bisnis Islam.

Inti utama dari usaha bisnis adalah upaya untuk menciptakan pelanggan dengan tujuan yang bermakna, yaitu meraih ridha Allah. Hal ini mencerminkan keyakinan masyarakat bahwa dunia usaha memiliki kapasitas untuk memberikan pelayanan yang berkelanjutan dan sejalan dengan prinsip-prinsip syariat Islam, serta memenuhi kebutuhan dengan cara yang etis dan baik. Ini menggarisbawahi pentingnya menjalankan bisnis dengan

penuh integritas dan kesadaran akan tanggung jawab sosial, seiring dengan prinsip-prinsip agama yang dianut.

### 3. Pentingnya Etika Bisnis Islam.

Pengusaha yang menjalankan usahanya dengan landasan keagamaan akan menyadari bahwa praktik bisnis yang berdasarkan pada etika memberikan kepuasan, baik dalam kehidupan dunia maupun di kehidupan akhirat. Dalam ranah bisnis, etika Islam memiliki beragam tujuan yang penting dan relevan. yaitu:

- a. Etika Bisnis Islam menitikberatkan pada upaya untuk menyelaraskan kepentingan suatu perusahaan, yang meliputi pencapaian laba, dengan prinsip-prinsip moralitas yang dipegang teguh.
- b. Peran Etika Bisnis Islam tidak hanya terbatas pada memberikan pengertian bahwa bisnis dan etika tidak dapat dipisahkan, tetapi juga dalam mengubah kesadaran masyarakat terhadap dunia bisnis dengan menyampaikan pesan bahwa aspek-etika dalam berbisnis adalah suatu keharusan yang tidak dapat diabaikan.

Menuru Yusuf Qardhawi, Islam mempuntai etika dalam berdagang (berbisnis), yaitu:

- a. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
- b. Bersikap benar, amanah, dan jujur, Menegakan keadilan dan mengharamkan bunga.
- c. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.
- d. Menegakan toleransi dan persaudaraan.
- e. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.

### 4. Prinsip Etika Bisnis Islam.

Salah satu prinsip dalam dunia bisnis yang diamalkan oleh Rasulullah Saw adalah prinsip keadilan dan kejujuran yang selalu dijunjung tinggi. Dalam konteks ini, bisnis yang adil dan jujur adalah bisnis yang tidak melakukan penindasan atau kecurangan terhadap pihak lain, dan sebaliknya. Kunci utama kesuksesan dalam bisnis, menurut ajaran Islam, terletak pada penerapan etika yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dalam setiap aspek bisnisnya. Rasulullah Saw mengemban dan mencontohkan empat faktor yang menjadi ciri khas dirinya, yang juga menjadi landasan keberkahan dalam menjalankan bisnis. Faktor-faktor ini merupakan contoh teladan yang dapat diikuti oleh para pelaku bisnis untuk memastikan bahwa bisnis yang mereka jalankan selaras dengan nilai-nilai etika Islam. Dengan demikian, faktor-faktor ini menjadi indikator penting dari etika bisnis Islam yang harus dipegang teguh, berikut indikatornya adalah:

- a. Shiddiq ( jujur), Amanah ( dapat dipercaya)
- b. Tabligh ( komunikatif), Fathanah (cerdas)

## METODE PENELITIAN

### A. Metode dan Jenis Penelitian

Penelitian ini diterapkan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode ini melibatkan proses observasi dan wawancara untuk menggambarkan dengan tepat dan mendalam tentang aspek yang diteliti.

### B. Lokasi dan Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah Kedai Martabak Ulama India, sejalan dengan judul yang dibahas oleh penulis, yaitu analisis penerapan strategi *marketing* syariah bisnis Kedai Martabak Ulama India (studi kasus pada usaha Kedai Martabak Ulama India kota jambi) yang berlokasi di kota Jambi.



### **C. Jenis dan Sumber Penelitian**

Data primer ini diambil melalui dua metode utama, yaitu observasi dan wawancara secara langsung dengan berbagai pihak terkait seperti pemilik, manajer yang bertanggung jawab, karyawan, serta konsumen yang berinteraksi dengan Kedai Martabak Ulama India.

Data sekunder ini meliputi berbagai informasi dari studi pustaka, dokumen, jurnal penelitian sebelumnya, dan literatur lain yang relevan dengan fokus penelitian ini.

### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

#### **1. Penerapan Etika Bisnis Islam Di Kedai Martabak Ulama India**

##### **a. Ditinjau dari sifat Shiddiq**

Sikap jujur yang diterapkan Kedai MUI meliputi :

##### **1) Tidak melipatgandakan harga**

Konsep harga yang diterapkan oleh restoran ini telah menarik banyak perhatian dari para konsumen, sehingga jumlah pengunjung yang datang ke restoran tersebut meningkat baik untuk makan bersama keluarga maupun teman. Keberhasilan ini disebabkan oleh ketersediaan harga yang terjangkau bagi semua kalangan di Kedai MUI, yang menjadi salah satu nilai tambah dari strategi manajemen yang diterapkan oleh restoran tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Reza, seorang konsumen yang sering mengunjungi Kedai MUI, ternyata harga yang ditetapkan oleh Kedai MUI sejalan dengan kualitas rasa makanan yang disajikan. Hal ini disebabkan karena restoran tersebut tidak mengorbankan kualitas atau takaran rasa makanan yang diberikan kepada konsumen. Selain itu, Reza juga menyatakan bahwa restoran ini tidak membedakan kualitas pelayanan, artinya, meskipun seseorang memesan paket dengan harga paling murah, namun jika mereka datang lebih awal, mereka akan dilayani lebih dulu daripada pelanggan lain yang datang kemudian.

Prinsip ini mencerminkan ajaran Rasulullah SAW yang selalu menekankan pentingnya menetapkan harga barang sesuai dengan nilai yang terkandung di dalamnya. Lebih lanjut, penetapan harga juga harus memperhatikan harga pasar yang berlaku serta mematuhi norma-norma yang berlaku di wilayah tertentu. Rasulullah SAW mengajarkan agar harga suatu barang tidak boleh dipatok sembarangan, melainkan harus memperhatikan nilai intrinsik dari barang tersebut. Selain itu, harga yang ditetapkan juga harus mencerminkan kondisi pasar saat itu serta mengikuti praktik yang sudah umum di suatu daerah atau komunitas tertentu.

##### **2) Jujur dalam takaran**

Dalam konteks ini, Kedai MUI selalu menempatkan kualitas produk mereka, baik itu makanan maupun minuman, sebagai prioritas utama dalam pelayanan kepada konsumen. Meskipun menawarkan paket atau produk dengan harga yang terjangkau, Kedai MUI tetap memastikan bahwa takaran dan kualitas rasa dari produk tersebut tetap terjaga dengan baik, tanpa mengorbankan kualitasnya.

Demikian pula dengan paket lainnya, prinsip utama Kedai MUI adalah memprioritaskan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, meskipun saat ini Kedai MUI menjadi salah satu tempat yang paling ramai dikunjungi oleh konsumen, kualitas dan mutu makanan tidak akan pernah dikompromikan sedikit pun.

##### **3) Mengakui kelemahan dan kelebihan produk**

Kedai MUI selalu menegaskan kejujuran dalam bisnisnya dengan memberikan informasi yang transparan kepada konsumen mengenai kualitas produk yang mereka

tawarkan serta mengutamakan kebenaran dalam menyampaikan informasi terkait produk tersebut. Bukti dari komitmen ini terlihat dari paket snack seperti nugget + kentang (nantang), nugget + sosis (narasis), dan kentang + sosis (tangsi) yang menjadi pilihan utama mahasiswa sebagai camilan saat berkumpul bersama. Meskipun demikian, restoran Kedai MUI juga memiliki kekurangan dalam fasilitas yang mereka tawarkan. Hal ini diakui langsung oleh restoran tersebut bahwa mereka belum menyediakan fasilitas seperti Wifi Id dan fasilitas nonton bareng yang umumnya tersedia di restoran-restoran lainnya.

Dari kesimpulan yang dapat diambil, terlihat bahwa restoran ini dengan jujur menyampaikan informasi secara terbuka mengenai kelebihan dan kekurangan Kedai MUI, tanpa menyembunyikan apapun. Pendekatan ini sesuai dengan prinsip etika bisnis dalam Islam yang mengamanahkan untuk mengakui baik kelemahan maupun kelebihan produk secara transparan.

b. Ditinjau dari sifat Amanah

Sikap Amanah yang diterapkan Kedai MUI meliputi :

1) Akuntabilitas

Setiap hari, Kedai MUI secara rutin melakukan pencatatan dan pembukuan atas hasil penjualannya. Praktik ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang jelas mengenai jumlah keuntungan atau kerugian yang dialami restoran pada setiap hari tertentu. Informasi yang terkumpul dari pencatatan tersebut kemudian menjadi bahan evaluasi yang penting bagi manajer saat melakukan rapat singkat (briving) setelah selesainya aktivitas kerja.

Akuntabilitas memiliki tujuan sebagai instrumen untuk memberikan pertanggungjawaban manajer Kedai MUI kepada berbagai pihak, termasuk pemilik, investor, dan pemerintah. Prinsip akuntabilitas ini menandakan amanah yang diberikan oleh bendahara kepada manajer, dan selanjutnya, manajer mengemban tanggung jawab tersebut kepada pemilik restoran. Dengan kata lain, akuntabilitas mencerminkan kewajiban manajer dalam memberikan laporan dan pertanggungjawaban yang jelas terkait dengan kinerja dan pengelolaan Kedai MUI, baik kepada pihak internal seperti pemilik, maupun pihak eksternal seperti investor dan pemerintah.

2) Memberikan Pelayanan yang Optimal

Kedai MUI memiliki filosofi bahwa konsumen dianggap sebagai raja dan diprioritaskan dalam upaya untuk memastikan kepuasan mereka. Filosofi ini tercermin dalam berbagai aspek pelayanan, termasuk pelayanan yang ramah, responsif, terjangkau, serta penuh dengan senyuman dan kecekatan.

Pelayanan yang optimal dapat terlihat dari momen kedatangan konsumen ke restoran, di mana mereka disambut dengan hangat di pintu masuk, dan ketika tiba di meja makan, pelayan restoran dengan cepat menawarkan menu dengan sopan dan lembut, serta senyum yang tulus. Kedai MUI konsisten dalam memberikan pelayanan yang merata kepada semua konsumen tanpa membedakan, di mana setiap individu dihargai dan diperlakukan dengan hormat, sopan, ramah, dan senyum.

Prinsip-prinsip ini sejalan dengan etika bisnis yang dianjurkan oleh Rasulullah, di mana beliau mengajarkan kepada para pelaku bisnis untuk bersikap murah hati dalam setiap transaksi, selalu tersenyum, dan menerima tamu dengan ramah. Sebagaimana sesuai dengan hadist Imam Bukhari dan Ibnu Maja yang artinya :

Dari Jabir bin Abdullah bahwa Rasulullah Saw bersabda : *“semoga Allah merahmati seseorang hamba yang toleran apabila menjual, toleran bila membeli, dan toleran bila menagih “* (HR.Bukhari dan Ibnu Majja).

Apapun dan bagaimanapun bentuk pelayanan yang diberikan semuanya itu dilakukan untuk menarik minat konsumen dan membuat konsumen merasa nyaman.

3) Menepati Janji

Berdasarkan data yang dikumpulkan, Kedai MUI terbukti memenuhi komitmennya baik kepada karyawan maupun konsumen. Keandalan ini terwujud dalam pembayaran gaji karyawan yang selalu tepat waktu, bahkan tidak pernah terlambat, serta pemberian bonus kepada semua karyawan ketika restoran berhasil mencapai omset yang ditargetkan dalam satu bulan.

Dalam hal pelayanan kepada konsumen, Kedai MUI menawarkan berbagai keuntungan, seperti potongan harga bagi pembelian online melalui aplikasi Go-Jek, serta pemberian air mineral gratis bagi konsumen yang mengonsumsi produk di tempat. Meskipun demikian, promosi penjualan tidak dilakukan setiap hari. Selain itu, kepatuhan dalam memenuhi janji terlihat dari waktu tunggu maksimal 30 menit untuk penyajian makanan kepada konsumen, yang membuat restoran ini menjadi pilihan yang nyaman untuk makan bersama keluarga.

Sikap ini juga mencerminkan prinsip-prinsip ajaran Islam, di mana menjunjung tinggi komitmen dan kepercayaan merupakan salah satu nilai moral dan spiritual yang penting bagi umat Muslim. Sebagaimana firman Allah Swt Q.S Al-Maidah: 1 artinya :

*“Hai orang-orang yang beriman penuhilah akad-akad itu “*

c. Ditinjau dari sifat Tabligh

Sikap Tabligh yang diterapkan Kedai MUI meliputi :

1) Komunikasi Bisnis

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Fitra, seorang peneliti, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam menjalankan proses komunikasi dengan konsumennya, karyawan di Kedai MUI secara konsisten mengaplikasikan penggunaan bahasa yang santun, halus, sopan, dan selalu mengekspresikan rasa terima kasih. Kedai MUI memprioritaskan aspek ini dengan memberikan penekanan kepada seluruh karyawannya untuk menjaga tutur kata mereka, yang artinya, setiap karyawan di Kedai MUI diinstruksikan secara tegas untuk tidak menggunakan kata-kata kasar saat berinteraksi dengan konsumen, meskipun terkadang konsumen yang dilayani mungkin berbicara dengan banyak kata atau memiliki sifat cerewet.

Menurut Erik, seorang konsumen Kedai MUI, dalam hasil wawancara, ia menyatakan bahwa pelayanan dari karyawan Kedai MUI terasa ramah. Ia mengamati bahwa tidak ada karyawan yang terlihat tidak senang atau tidak bersahabat dalam melayani konsumen. Erik juga mencatat bahwa karyawan tersebut menunjukkan etika yang baik dalam berpakaian, meskipun mereka mengenakan jilbab panjang. Namun, hal ini tidak mengganggu kemampuan mereka dalam berkomunikasi dengan konsumen. Sebaliknya, Erik melihat bahwa hal tersebut menambah kesan elegan pada karyawan tersebut dan membuat mereka sulit digoda oleh konsumen yang kurang beradab.

Prinsip ini mencerminkan contoh yang diberikan oleh Rasulullah Saw, di mana beliau memberikan teladan kepada umat manusia, terutama kepada pelaku bisnis, untuk mengendalikan ucapan mereka. Rasulullah Saw hanya berbicara jika diperlukan, tidak gemar menggossip atau menyebarkan rumor tentang orang lain. Beliau juga memastikan

bahwa ucapannya tidak mengandung kata-kata yang kasar atau bernada tinggi. Dalam konteks komunikasi bisnis, hal yang paling penting adalah bahwa pelaku bisnis harus menggunakan bahasa yang sopan, tidak menyakitkan, dan yang terutama, mudah dimengerti serta diterima oleh akal sehat.

2) Menyampaikan visi dan misi restoran

Kedai MUI menegaskan visi dan misi mereka yang sejalan dengan prinsip-prinsip bisnis Islam. Visi Kedai MUI adalah untuk menjadi tujuan utama dalam industri kuliner dan menjadi pemimpin dalam menyediakan produk yang halal dan berkualitas dalam segala aspek, termasuk produk, harga, pelayanan, dan fasilitas restoran. Misi utama mereka adalah untuk memperkuat citra merek Kedai MUI dengan mengembangkan strategi-strategi dan gagasan inovatif. Selain itu, mereka berkomitmen untuk meningkatkan pengalaman bersantap yang tak terlupakan dengan terus menyediakan produk, layanan, dan fasilitas restoran yang unggul, yang selaras dengan perkembangan dan preferensi konsumen yang terus berubah. Dengan demikian, Kedai MUI berusaha untuk menjadi pemimpin dalam industri kuliner yang mengutamakan kualitas dan nilai-nilai Islam dalam setiap aspek operasional mereka.

Dalam upaya mencapai visi dan misi, Kedai MUI menjalankan prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini tercermin dari kegiatan yang dilakukan oleh para karyawan Kedai MUI, di mana mereka mengadakan pengajian mingguan pada malam Sabtu dengan mengundang penceramah untuk memberikan ceramah agama kepada para hadirin. Pengajian ini terbuka bagi siapa pun yang beragama Islam. Setelah pengajian, dilakukan pula shalat berjamaah yang dapat diikuti oleh siapa saja yang ingin bergabung. Dengan menyelenggarakan kegiatan pengajian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pendengar dalam meningkatkan pemahaman agama mereka. Selain itu, pada waktu-waktu tertentu, Kedai MUI juga melakukan pembagian makanan, baik berupa produk yang dijual di kedai maupun nasi bungkus, kepada orang-orang yang membutuhkan. Hal ini dilakukan sebagai wujud sedekah dan sebagai ungkapan rasa syukur kepada Allah SWT.

3) Menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis (silaturahmi)

Kedai MUI menekankan pentingnya bentuk silaturahmi antara manajemen dan karyawannya dalam bentuk kerja tim, serta mendorong diskusi terbuka ketika menghadapi masalah. Selain itu, perusahaan juga memberikan Tunjangan Hari Raya (THR) kepada karyawan saat menjelang Hari Raya sebagai bentuk penghargaan dan dukungan kepada mereka.

Kedai MUI menjalankan bentuk silaturahmi dengan mitra bisnisnya melalui beberapa cara. Pertama, mereka memastikan adanya komunikasi yang baik dengan konsumen mereka. Selain itu, mereka juga memberikan diskon kepada konsumen sebagai bentuk apresiasi. Selain itu, untuk meningkatkan rasa terima kasih kepada konsumen dan karyawan, mereka memberikan paket makanan gratis kepada yang sedang berulang tahun pada hari itu.

Tindakan tersebut tidak melanggar etika bisnis Islam karena merupakan ekspresi rasa terima kasih kepada konsumen dan karyawan. Ini sesuai dengan ajaran Rasulullah dalam menjalin hubungan bisnis, yang menekankan pentingnya memperlakukan bawahan dengan baik, menghargai mereka, dan menjalin hubungan yang baik dengan siapa pun.

d. Ditinjau dari sifat Fathanah

Sikap Fathanah yang diterapkan Kedai MUI meliputi :

1) Kecerdasan Spiritual

Salah satu bentuk kecerdasan spiritual yang diterapkan oleh Kedai MUI adalah dengan memberikan waktu khusus secara bergantian kepada karyawan untuk melaksanakan sholat wajib. Selain itu, saat briefing akhir, karyawan diberikan kesempatan untuk menyatakan apakah mereka telah melaksanakan sholat wajib pada hari itu atau tidak. Pendekatan ini dilakukan karena dianggap bahwa sholat tidak hanya sebagai kewajiban, tetapi juga sebagai suatu kebutuhan yang penting. Manajemen Kedai MUI percaya bahwa setelah melaksanakan sholat wajib, karyawan akan merasa lebih tenang dan dapat bekerja dengan lebih optimal.

2) Profesional

Bentuk profesionalisme yang diwujudkan oleh Kedai MUI terutama menitikberatkan pada kinerja karyawan mereka. Kedai MUI memiliki standar operasional prosedur (SOP) restoran yang harus dipatuhi oleh semua karyawan mereka. Jika ada karyawan yang melakukan kesalahan besar dan melanggar SOP restoran, maka mereka akan diberikan sanksi yang tegas. Di samping itu, karyawan Kedai MUI diharapkan untuk bekerja dengan sungguh-sungguh dan mampu bekerja secara tim. Sebagai contoh, bagi karyawan yang bekerja di bagian dapur, diwajibkan untuk mengetahui standar rasa makanan dan minuman yang akan disajikan.

Selain itu, bentuk profesionalisme lainnya terlihat dalam penerapan aturan yang berlaku untuk semua karyawan. Mereka ditekankan untuk hadir 15 menit sebelum jadwal masuk kerja atau paling tidak tepat waktu sesuai dengan jam kerja yang ditentukan. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan disiplin karyawan dalam menjalankan tugasnya di Kedai MUI. Jika ada karyawan yang terlambat, manajer restoran akan langsung menanyakan alasan keterlambatan tersebut. Aturan ini berlaku sama untuk semua karyawan di Kedai MUI.

3) Kemampuan untuk melakukan inovasi

Kedai MUI secara konsisten memperkenalkan berbagai inovasi yang sesuai dengan perkembangan zaman, tidak hanya dalam hal variasi menu makanan dan minuman, tetapi juga dalam suasana restoran secara keseluruhan. Tujuan dari upaya ini adalah untuk menciptakan pengalaman yang memikat bagi para konsumen, sehingga mereka yang telah mengunjungi Kedai MUI akan merasa tertarik untuk kembali ke restoran tersebut di masa depan. Dengan terus memperbarui dan meningkatkan kualitas layanan serta suasana, Kedai MUI berupaya mempertahankan dan meningkatkan daya tariknya di mata pelanggan.

Inovasi menu yang dilakukan Kedai MUI tidak pernah bertentangan dengan etika bisnis Islam, hal ini dapat disimpulkan bahwa inovasi yang dilakukan memberikan manfaat, dan tidak tergolong dalam barang haram.

## **2. Kasus Pelanggaran Etika Bisnis Di Kedai Martabak Ulama India**

Berdasarkan wawancara dari pemilik dan para karyawan yang ada di Kedai MUI dapat disimpulkan bahwa pelanggaran yang sering terjadi di Kedai MUI adalah mengenai kebersihan yang di permasalahkan, namun para karyawan dan juga pemilik Kedai MUI telah berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik bagi para pelanggannya dengan cara memperketat SOP yang sesuai, mengawasi dan mengontrol para karyawan secara berkala, meminta masukan dan saran dari pelanggan.

Wawancara yang didapat dari para pelanggan pun menyatakan kepuasannya terhadap pelayanan yang di dapatkan dari para karyawan Kedai MUI, dapat disimpulkan bahwa pelanggan

mendapatkan kenyamanan dengan para karyawan yang bersikap ramah dan pelayanan yang baik. Harga yang diberikan juga sangat terjangkau oleh banyak kalangan, meskipun harga yang ditetapkan murah tetapi mereka tetap memberikan produk yang berkualitas, mereka tidak hanya sekedar mencari keuntungan semata.

Dengan melaksanakan bisnis yang sesuai dengan etika bisnis islam, Kedai MUI ini mendapatkan pelanggan-pelanggan yang selalu berkunjung kembali untuk membeli produk yang mereka jual. Tidak hanya karna harganya yang murah tetapi juga rasa yang enak. Pelayanan yang mereka berikan juga patut diberi apresiasi karna pelayanan yang ramah dan tidak pilih kasih.

### **3. Pemahaman Dan Kesadaran Karyawan Dan Manajemen Kedai Martabak Ulama India**

Berdasarkan paparan diatas dapat ditemukan tentang pemahaman pemilik dan para karyawan Kedai MUI tentang etika bisnis dalam Islam:

- a. Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, baik pemilik maupun karyawan Kedai MUI telah memiliki pemahaman yang kuat akan etika bisnis dalam perspektif Islam. Secara umum, karyawan di Kedai MUI memiliki kesadaran akan pentingnya prinsip-prinsip etika bisnis Islam, dan mereka mampu membedakan antara perilaku yang benar dan yang tidak tepat. Mereka menunjukkan komitmen terhadap pelayanan pelanggan dengan memberikan yang terbaik menurut pandangan mereka sendiri, dengan sikap ramah dan sopan.
- b. Dari uraian data yang disajikan, penulis menganalisis bahwa baik pemilik maupun karyawan di Kedai MUI umumnya telah memahami pentingnya integritas dalam proses transaksi jual-beli mereka. Mereka mempraktikkan prinsip kejujuran dan keadilan bukan semata-mata untuk mencari keuntungan semata, tetapi sebagai bagian dari keyakinan mereka dalam menjalankan etika bisnis Islam. Mereka meyakini bahwa kejujuran merupakan landasan utama dalam mencari rezeki, dan keyakinan bahwa rezeki sudah ditentukan oleh Allah memberi mereka semangat untuk terus berusaha.
- c. Dari data yang disajikan, terlihat bahwa baik pemilik maupun karyawan Kedai MUI telah menyadari bahwa menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas perdagangan mereka dapat membawa keuntungan yang signifikan. Mereka berupaya menjalankan prinsip-prinsip tersebut dalam praktik bisnis mereka dengan harapan mendapatkan berkah dan ridho dari Allah dalam usaha mereka.

### **4. Perbandingan Penelitian**

Dalam konteks perbandingan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan kesesuaian penelitian peneliti dengan penelitian-penelitian sebelumnya, ada beberapa poin yang dapat dibahas:

- A. Konsistensi temuan : Menyoroti kesamaan atau konsistensi temuan dalam penelitian yang diteliti dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Misalnya, jika penelitian sebelumnya menunjukkan adanya dampak positif dari penerapan atau pemahaman tentang etika bisnis islam terhadap tingkat kepuasan konsumen maupun tingkat keuntungan yang didapat, dan berdasarkan temuan peneliti juga mengonfirmasi hal yang sama, ini memperkuat argumentasi peneliti bahwa penelitian sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya.
- B. Metode penelitian : Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif yang mana metode ini serupa dengan metode-metode yang digunakan oleh peneliti lain berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya.

Konsep dan teori yang digunakan : berdasarkan dalam penelitian ini dan melihat dari penelitian-penelitian sebelumnya yang serupa, penelitian ini menggunakan teori ataupun prinsip yang sama

ataupun mirip secara garis besar. Meskipun ada perbedaan dari beberapa teori maupun prinsip yang digunakan tetapi jika di teliti lebih lanjut secara garis besar sama atau relevan dengan penelitian-penelitian yang serupa.

### KESIMPULAN

1. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan di Kedai MUI mencakup berbagai aspek, seperti tidak melakukan peningkatan harga yang tidak semestinya, menjaga kejujuran dalam pengukuran produk, mengakui kelebihan dan kelemahan produk, bertanggung jawab secara akuntabel, memberikan pelayanan optimal kepada pelanggan, mematuhi janji-janji yang dibuat, menjalin komunikasi yang baik dalam konteks bisnis, menyampaikan visi dan misi restoran, menjaga hubungan baik dengan mitra bisnis, serta menunjukkan kecerdasan spiritual dan profesional dalam berinovasi. Tindakan ini mencerminkan komitmen Kedai MUI dalam menerapkan etika bisnis Islam yang sesuai dengan karakteristik yang diajarkan oleh Rasulullah Saw.
2. Ketika terjadi kesalahan atau pelanggaran yang dilakukan oleh karyawan, Kedai MUI mengatasi hal tersebut dengan pendekatan yang profesional. Para karyawan berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik kepada setiap pelanggan dengan maksud untuk memperoleh kepercayaan mereka. Dengan demikian, pelanggan merasa nyaman dan diharapkan memiliki kepercayaan untuk kembali berbelanja di Kedai MUI.
3. Dari perumusan masalah yang ada, dapat disimpulkan bahwa Kedai MUI telah mengimplementasikan etika bisnis secara umum, dan sesuai dengan ajaran etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Rasulullah Saw dalam menjalankan usahanya. Hal ini menunjukkan komitmen Kedai MUI dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai etika Islam yang diajarkan.

### DAFTAR PUSTAKA

#### A. BUKU

- Arijanto, Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Rajawali pers, 2020.
- Buchari, Alma. "Pengantar Bisnis, Penerbit Alfabeta." Bandung, 2015.
- Chang, William, and O F M Cap. *Etika Dan Etiket Bisnis*. PT Kanisius, 2016.
- Fahmi, Abu. "Dkk. 2014." *HRD Syariah Teori dan Implemtasi*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama (n.d.).
- Jusmaliani, M E. *Pengelolaan Sumber Daya Insani*. Bumi Aksara, 2023.
- Mardani, Dalam. "Hukum Bisnis Syariah." *Jakarta: Kencana Prenada Media Group* (2014).
- Widyastuti, Sri. *Implementasi Etika Islam Dalam Dunia Bisnis*. IRDH Book Publisher, 2019.
- Zamzam, H. Fakhry, and Havis Aravik. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Deepublish, 2020.

#### B. JURNAL

- Anggraini, Mayang, Novi Mubyarto, Efni Anita, and Munsarida Munsarida. "Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Pondok CIK Roza Kelurahan The Hok." *Manajemen Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2023): 25–37.
- Djakfar, Muhammad. *Agama, Etika, Dan Ekonomi: Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah*. UIN-Maliki Press, 2014.
- Gusriyana, Lucky, Sissah Sissah, and Efni Anita. "Pengaruh Permodalan Dan Teknologi Terhadap Produktivitas Usaha UMKM Di Bidang Kerajinan Tangan Kecamatan Jelutung." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* 3, no. 3 (2023): 272–284.
- Habriyanto, Habriyanto, Sri Rahma, and Gusti Shatrialdi. "ANALISIS PENGELOLAAN DANA WAKAF DI MASJID AGUNG AL-FALAH KOTA JAMBI DALAM TINJAUAN KONSEP WAKAF PRODUKTIF." *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi* 3, no. 2 (2023): 152–166.

- Haris, Rafidah, and Mila Dewi Lasika. "Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan Islami Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Outlet Rabbani Di Kota Jambi." *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research* 3, no. 2 (2019): 57–80.
- Martaliah, Nurfitri, Sri Rezeki, and Efni Anita. "ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN RINGAN IMPOR (STUDI KASUS: MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI)." *Nusantara Hasana Journal* 2, no. 3 (2022): 331–341.
- Purdianawati, Anis, and Rafidah Rafidah. "PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI RISIKO, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA E-COMMERCE SHOPEE." *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 2, no. 5 (2023): 1879–1888.
- Prameswary, Titan Nia, and Sri Abidah Suryaningsih. "Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Di Lazizaa Chicken & Pizza Kedungturi Sidoarjo." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 3, no. 3 (2020): 54–66.
- Rafidah, Rafidah, Rabiyyatul Alawiyah, and Muliyyana Muliyyana. "PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA." *JURNAL ECONOMINA* 1, no. 1 (2022): 49–62.
- Rahma, Sri, and Muhammad Yaasiin Raya. "TINJAUAN HUKUM EKONOMI ISLAM TERHADAP PRAKTIK TANAM BULU MATA PALSU (EYELASH EXTENTION) STUDI KASUS DI SALON RIANTY LINA KECAMATAN SAPE KABUPATEN BIMA." *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah* (2023).
- Saifullah, Muhammad. "Etika bisnis Islami dalam praktek bisnis Rasulullah." *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 19, no. 1 (2011): 127-156.
- Sholihah, Hani. "Islamic Business Ethics In The Maqasid Al-Shari'ah Perspective." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 4, no. 2 (2020): 324–335.
- Silviyah, Nur Manna, and Novieati Dwi Lestari. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM." *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2022): 96–112.
- Susilo, Adib, Nurdianawati Irwani Abdullah, and Nor Azizan Che Embi. "Islamic Business Ethics as Customer Retention Factors in Islamic Bank: An Exploratory Factor Analysis." *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2022): 1–10.
- Syahputri, Tyas Fariha, and Sri Abidah Suryaningsih. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Kedurus Surabaya." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2022): 146–159.

### C. KARYA ILMIAH

- AHMAS MULIADI, EES150577, Subhan Subhan, and Muhsin Ruslan. "KONSISTENSI PEMASARAN BERBASIS KUALITAS DALAM PERSAINGAN PENJUALAN KOPI YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KOPI (STUDY KASUS GHONA COFFE)." UIN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI, 2019.
- Izzati, Sidqi Amalia. "Penerapan Etika Bisnis Islam Di Boombu Hot Resto Tegal." *Skripsi-Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang* (2015).
- Rachman, Soviadi Nor. "Analisis Pengaruh Keunggulan Produk, Reputasi Perusahaan Dan Asosiasi Merek Terhadap KESuksesan Produk Baru Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Outlet Penjualan Produk Telkomflexi Di Semarang)." program Pascasarjana Universitas Diponegoro, 2006.
- Rohmah, Siti. "Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Di Hotel Madani Syariah Yogyakarta." UIN SUNAN KALIJAGA, 2014.