

Analisis Etika Bisnis Islam dalam Kinerja Pedagang Bakso di Kecamatan Belo

Rosdiana, Umar Sagaf, Syarif Hidayatullah

Universitas Muhammadiyah Bima

rosdianamustamin05@gmail.com, umarsagaf72@gmail.com, ink.syarif@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the application of Islamic ethics in meatball stall businesses in the Belo District. The business actors referred to in this research are members of the independent meatball stall business group in the Belo District. This is field research using a qualitative approach with a case study strategy. Data collection techniques include observation, interviews, and direct documentation of the relevant subjects. Data validity was ensured through triangulation. The research findings reveal five principles of Islamic business ethics applied in the meatball stalls in the Belo District. First is the principle of tawhid (unity), in which the quality of the offered products is prioritized, and no prohibited (haram) items are used. Second is the principle of balance, ensuring that the prices offered reflect the actual quality and value of the food being sold. Third, the principle of free will is upheld, promoting transparency and the absence of coercion, while allowing customers the freedom to choose from a variety of meatball menu variations at uniform prices, and allowing employees to propose the most popular menu items. Fourth is the principle of responsibility, ensuring excellent service quality, transparent pricing, and responsible waste management. Fifth is the principle of benevolence, guaranteeing fair and adequate support for all customers and transparency in the ordering and payment processes. The conclusion of this research is that meatball stalls in the Belo District have implemented Islamic principles of buying and selling, both in food processing and service delivery, based on Islamic business ethics.

Keywords: Ethics, Islamic Business, Performance, Meatball Vendors

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika Islam pada usaha warung bakso di Kecamatan Belo. Pelaku usaha yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu anggota kelompok usaha mandiri warung bakso di Kecamatan Belo. Penelitian ini adalah *field research* dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi langsung kepada obyek yang bersangkutan. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan terdapat lima prinsip penerapan etika bisnis Islam pada restoran Warung Bakso di Kecamatan Belo. Pertama adalah prinsip tauhid atau kesatuan, dimana kualitas produk yang ditawarkan diutamakan dan tidak mempraktikkan barang haram lainnya. Kedua, menjamin prinsip keseimbangan dengan memastikan bahwa harga ditawarkan mencerminkan kualitas dan nilai sebenarnya dari makanan yang dijual. Ketiga, menjunjung tinggi prinsip kehendak bebas: transparansi, keadilan, tidak adanya paksaan, perjanjian yang adil dan saling menguntungkan dalam seluruh perjanjian perburuhan. Keempat, menerapkan prinsip tanggung jawab dengan memastikan kualitas layanan prima, penetapan harga yang transparan, dan pengelolaan limbah yang bertanggung jawab. Kelima, menerapkan prinsip

kebijakan dengan memastikan dukungan yang memadai dan adil bagi seluruh pelanggan serta transparansi dalam proses pemesanan dan pembayaran. Kesimpulan dari penelitian in warung bakso di Kecamatan Belo telah menerapkan jual beli menurut syariat Islam, baik dari segi pengolah maupun pelayanan dilakukan berdasarkan pada etika bisnis Islam.

Kata Kunci: Etika, Bisnis Islam, Kinerja, Pedagang Bakso

PENDAHULUAN

Perdagangan merupakan aktivitas yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Sejak zaman dahulu, manusia telah melakukan pertukaran barang dan jasa sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan hidup. Dalam konteks modern, perdagangan berkembang menjadi aktivitas ekonomi yang kompleks dan melibatkan berbagai pihak dengan tujuan utama memperoleh keuntungan. Namun demikian, dalam dunia bisnis dan perdagangan, keuntungan semestinya tidak menjadi satu-satunya tujuan. Nilai-nilai moral dan etika tetap harus menjadi pijakan utama dalam setiap aktivitas perdagangan. Etika dalam perdagangan menjadi fondasi penting dalam membangun hubungan yang adil dan berkelanjutan antara penjual dan pembeli. Dalam Islam, prinsip etika ini sangat ditekankan, sebab bisnis dipandang bukan hanya sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga bagian dari ibadah dan sarana untuk mencapai keberkahan hidup.

Islam memberikan perhatian besar terhadap aktivitas perdagangan yang jujur dan adil. Ajaran Islam melalui Al-Qur'an dan Hadits telah memberikan pedoman yang jelas terkait prinsip-prinsip bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai syariah, seperti larangan riba (QS. Al-Baqarah: 275), larangan mengambil harta orang lain secara batil (QS. An-Nisa: 29), serta anjuran untuk selalu menepati timbangan dan takaran (QS. Al-Muthaffin: 1-3). Tujuan utama dari penerapan etika bisnis Islam bukan hanya untuk mencapai keuntungan duniawi, melainkan juga untuk meraih keberkahan dan ridha Allah SWT. Dalam praktiknya, pedagang yang berpegang pada etika Islam akan berusaha menghindari praktik curang, menjauhi penipuan, dan menjunjung tinggi kejujuran serta keadilan dalam setiap transaksi.

Sayangnya, dalam realitas sehari-hari, tidak semua pedagang mampu menerapkan prinsip-prinsip tersebut secara utuh. Masih banyak ditemukan praktik perdagangan yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, seperti adanya riba, penipuan, kecurangan dalam takaran, penimbunan barang, serta perilaku tidak etis lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam belum sepenuhnya terinternalisasi di kalangan pelaku usaha, termasuk dalam sektor usaha mikro dan kecil. Fenomena ini tentu memerlukan perhatian lebih, mengingat sektor informal juga memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional sekaligus sebagai sarana pendidikan etika bisnis bagi masyarakat luas.

Di tengah meningkatnya persaingan bisnis, sektor usaha kuliner seperti pedagang bakso juga menghadapi tantangan dalam mempertahankan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Bakso sebagai salah satu makanan favorit masyarakat Indonesia, menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat, termasuk

di Kecamatan Belo, Kabupaten Bima. Pedagang bakso di wilayah ini tersebar di lokasi-lokasi strategis seperti pinggir jalan, pasar, dan area publik lainnya. Berdasarkan observasi awal terhadap dua pedagang, yakni Ibu Hamidah dan Ibu Arbiah, diketahui bahwa konsumsi bakso sangat tinggi dengan estimasi 70 hingga 100 konsumen per hari. Popularitas bakso tidak hanya menunjukkan potensi ekonomi yang besar, tetapi juga membuka ruang untuk menerapkan prinsip-prinsip etika Islam dalam praktik usahanya.

Namun, hingga saat ini, penelitian yang mengkaji penerapan etika bisnis Islam di sektor usaha mikro seperti pedagang bakso masih tergolong minim. Sebagian besar studi lebih berfokus pada sektor formal dan perusahaan besar, padahal sektor informal tidak kalah pentingnya. Pedagang bakso yang sebagian besar berlatar belakang muslim dan melayani mayoritas konsumen muslim, semestinya menjadi contoh dalam menerapkan nilai-nilai Islam dalam usaha mereka. Aspek penting yang perlu diperhatikan adalah kehalalan bahan baku yang digunakan, keadilan dalam harga dan takaran, serta pelayanan yang mencerminkan akhlak mulia, seperti sopan santun, kejujuran, dan tanggung jawab.

Etika bisnis Islam juga relevan untuk dikaji dalam konteks pelayanan konsumen. Pedagang yang beretika akan memberikan pelayanan yang ramah, tulus, dan profesional. Ia tidak hanya menjual produk, tetapi juga menjalin hubungan sosial yang harmonis dengan konsumen. Hal ini sejalan dengan konsep muamalah dalam Islam yang menekankan pentingnya etika dalam interaksi sosial dan ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengeksplorasi sejauh mana pedagang bakso di Kecamatan Belo menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan usaha mereka.

Salah satu aspek menarik yang juga ingin digali dalam penelitian ini adalah bagaimana pedagang bakso memilih dan mengelola bahan baku usahanya. Dalam perspektif Islam, tidak cukup hanya memastikan bahwa bahan tersebut halal secara zat, tetapi juga harus diperoleh secara adil dan tidak merugikan pihak lain. Prinsip kehalalan, keberlanjutan, dan keadilan merupakan bagian tak terpisahkan dari etika bisnis Islam. Pemilihan bahan baku yang baik tidak hanya berdampak pada kualitas produk, tetapi juga pada kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dirumuskan permasalahan utama dalam penelitian ini, yaitu: Bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam praktik usaha pedagang bakso di Kecamatan Belo? Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam bagaimana pedagang bakso di Kecamatan Belo menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam kegiatan usaha mereka, khususnya dalam proses jual beli, pelayanan konsumen, serta pengelolaan bahan baku. Harapannya, hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur etika bisnis Islam di sektor usaha mikro, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dalam membangun bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga berkah secara spiritual.

TINJAUAN LITERATUR

Etika

Bertens, dalam bukunya tentang etika, menguraikan bahwa etika berasal dari bahasa Yunani kuno. Istilah Yunani "*Ethos*" memiliki banyak makna, seperti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, dan cara berpikir (Bertens, 2007). Dalam konteks ini, etika terkait dengan praktik hidup yang bermoral, norma-norma yang mengatur perilaku yang baik, baik pada tingkat individual maupun sosial.

Praktik hidup bermoral ini sering kali diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya dan ditegakkan dalam bentuk aturan atau norma yang dikenal dan dipahami dalam masyarakat. Norma-norma ini mencakup panduan tentang perilaku manusia yang dianggap baik atau buruk, yang bisa berupa perintah yang harus diikuti atau larangan yang harus dihindari (Abdur Rohman, 2024).

Secara terminologi, etika adalah perilaku manusia yang timbul dari kebiasaan dan nilai-nilai moral, yakni suatu kegiatan yang dilakukan secara berulang-ulang sehingga menjadi mudah dilakukan dan tercermin dalam tindakan sehari-hari. Ini berarti pengertian etika secara terminologi adalah penilaian terhadap baik atau buruknya suatu tindakan manusia berdasarkan norma-norma yang dianut oleh masyarakat atau kelompok tertentu. Selain itu, etika menunjukkan adanya keterampilan intelektual dan moral, yaitu kemampuan untuk berargumentasi secara rasional dan kritis serta untuk mempertimbangkan dampaknya terhadap individu dan masyarakat secara luas (Abdur Rohman, 2024).

Etika Bisnis Islam

Teori etika bisnis dalam Islam merujuk pada serangkaian nilai dan norma yang mengatur tindakan dan hubungan antar manusia, menetapkan apa yang dianggap benar dan salah. Istilah etika, yang juga dikenal sebagai moralitas, berasal dari bahasa Yunani "*ethos*" yang mencakup norma, nilai-nilai, pedoman, dan standar perilaku yang dianggap positif (Husein Syahta, 2005). Pada dasarnya bisnis melibatkan identifikasi kebutuhan di masyarakat, penyediaan barang dan layanan yang dibutuhkan, dan usaha untuk mencapai keuntungan melalui transaksi. Ini melibatkan individu atau kelompok dalam menciptakan, berdagang, memperoleh, atau menukar barang atau layanan dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

Etika Bisnis Islam merujuk pada sistem nilai yang mengatur aktivitas ekonomi berdasarkan prinsip-prinsip yang terdapat dalam ajaran Islam, seperti kejujuran, keadilan, transparansi, tanggung jawab, dan kepatuhan terhadap hukum Allah (syariah). Etika ini bertujuan untuk menjaga integritas dalam setiap transaksi bisnis dan mendorong pedagang untuk bertindak secara adil dan bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar (Harahap, 2014).

Menurut Issa Rafiq Beekun aspek-aspek etika bisnis Islam antara lain tauhid (*unity*), berkehendak bebas (*freewill*), adil (keseimbangan), ihsan (*benevolence*) dan tanggung jawab (*responsibility*). Tauhid merupakan dasar filsafat ekonomi Islam sebagai orientasi dasar ilmu ekonomi dan praktik keuangan berparadigma relevan

sesuai nilai logika, etik dan estetik yang ditransformasikan ke dalam tingkah laku ekonomi kemanusiaan. Tauhid merupakan sistem yang dijalankan dalam mengelola kehidupan ini yang berhubungan vertikal dengan tuhan sebagai wujud penyerahan diri manusia secara penuh tanpa syarat di hadapan Tuhan, dimana apa yang menjadikan keinginan, ambisi, serta perbuatannya tunduk pada perhatiannya. Dengan memadukan aspek religius dengan aspek ekonomi, akan menimbulkan perasaan direkam segala aktivitas kehidupannya, ia akan selalu merasa dikontrol. Termasuk dalam aktivitas berekonomi sehingga dalam melakukan aktivitas bisnis serta tidak mudah menyimpang dari ketentuan-Nya. Ini berarti, konsep tauhid memiliki pengaruh yang paling mendalam terhadap diri seorang muslim (Ekarina Katmas, Nur Faizah, 2022).

Etika bisnis dalam perspektif Islam merujuk pada pedoman dan prinsip yang digariskan oleh ajaran Islam yang harus diikuti oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Salah satu dari prinsip etika bisnis Islam, yang berkaitan dengan kejujuran sebagai berikut:

Dalam buku “Etika Bisnis Syariah” (Firdaus et al., 2024). Kejujuran adalah prinsip yang mendasari transparansi dan integritas dalam semua aspek bisnis. Jika kejujuran digunakan sebagai dasar etika menjalankan bisnis akan memberikan dampak yang positif bagi usaha bisnis yang dijalankan dan memberikan keuntungan bagi bisnis tersebut (Nafiuddin, 2018). Dalam etika bisnis Islam, kejujuran tidak hanya tentang tidak berbohong atau menipu, tetapi juga tentang memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada semua pihak terkait. Kejujuran mencakup kewajiban untuk memenuhi janji, menghormati kontrak, dan menjaga kepercayaan yang diberikan oleh pihak lain. Hal ini juga mencakup mengungkapkan konsekuensi dari setiap tindakan atau keputusan bisnis kepada semua *stakeholder* yang terlibat.

Nabi Muhammad SAW selalu dikenal sebagai pedagang yang jujur, sebuah karakteristik yang membuatnya sangat dihormati dan dipercaya dalam dunia perdagangan. Kejujuran adalah salah satu prinsip utama dalam bisnisnya. Sejak usia muda, Nabi Muhammad telah menunjukkan integritasnya dalam berdagang, mendapatkan julukan “Al-Amin” yang berarti “yang dapat dipercaya.” Kejujuran ini tidak hanya menarik banyak pelanggan tetapi juga membangun reputasi yang kuat dan kredibel dalam komunitasnya. Dengan dasar kejujuran ini, Nabi Muhammad mampu membangun hubungan bisnis yang kokoh dan langgeng dengan para pelanggan dan mitranya.

Beliau selalu mengungkapkan kondisi barang dagangannya apa adanya, tidak pernah menipu atau menyembunyikan cacat barang. Jika ada cacat pada barang yang dijualnya, Nabi Muhammad selalu menginformasikannya kepada pelanggan sehingga mereka dapat membuat keputusan yang bijak sebelum membeli (Oktavia, 2021). Sikap ini menunjukkan penghormatan dan kejujuran kepada pelanggan, yang kemudian membuat mereka merasa aman dan percaya untuk bertransaksi dengannya. Dalam bisnis modern, praktik ini sangat penting untuk membangun kepercayaan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggannya.

Salah satu fungsi mendasar dari perdagangan adalah untuk membentuk

kesejahteraan bagi umat manusia secara keseluruhan. Dalam perdagangan Islam, fungsi ini mengarah pada pencapaian kesejahteraan di dunia dan di akhirat, seperti yang diinstruksikan dalam konsep keuangan Islam. Tujuan ekonomi Islam sejalan dengan tujuan hukum Islam (*maqashid syariah*), yaitu mewujudkan kebahagiaan di dunia dan akhirat, serta kehidupan yang baik dan terhormat. Definisi kesejahteraan dalam pandangan Islam ini pada tingkat yang sangat mendasar berbeda dengan definisi kesejahteraan dalam masalah keuangan biasa yang bersifat *mainstream* dan materialistis.

Etika bisnis dalam Islam memiliki peran penting dalam memberikan landasan bagi para pelaku bisnis untuk membangun kode etik berdasarkan ajaran agama, mengatur praktik bisnis, dan mengembangkan metode yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Diskusi mengenai etika bisnis dimulai dengan memperkenalkan konsep dasar tentang apa yang dianggap baik dan benar, sehingga memungkinkan analisis implikasi terhadap dunia bisnis. Penelitian tentang Etika dan Bisnis menguraikan konsep etika bisnis secara luas, memberikan gambaran umum tentang sikap terhadap bisnis, dan memperkenalkan beberapa pendekatan khusus yang membentuk dasar untuk mempertimbangkan masalah etis dalam konteks bisnis (Abdur Rohman, 2024).

Tujuan Etika Bisnis Islam

Akhlaq pertukaran memainkan peran penting dalam melaksanakan latihan pertukaran secara profesional. Oleh karena itu, akhlaq pertukaran Islami memainkan peran penting dalam merencanakan orang-orang yang terlibat dalam pertukaran. Akhlaq pertukaran Islam bertujuan untuk menciptakan kode etik Islam yang mengarahkan, membuat, dan mewujudkan prosedur pertukaran yang sesuai dengan standar yang saleh. Kode etik ini berfungsi sebagai panduan langsung untuk memastikan orang-orang yang terlibat dalam pertukaran dari berbagai bahaya (Zumrotul Latifah, 2024).

Kode etik dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan kewajiban bagi individu pedagang, baik terhadap diri sendiri, sesama komunitas perdagangan, masyarakat, dan terutama pada saat ini Allah SWT.

1. Kode etik digunakan sebagai laporan yang sah yang dapat menyelesaikan masalah tanpa harus menyertakan hukum.
2. Kode etik juga dapat menjadi komitmen utama dalam menyelesaikan berbagai masalah yang terjadi antara individu-individu pedagang dan masyarakat di mana mereka bekerja. Hal ini membuat perbedaan membangun persaudaraan (ukhuwah) dan partisipasi di antara mereka.

Prinsip Etika Bisnis Islam

Menurut (Zumrotul Latifah, 2024) standar moral perdagangan Islam yang harus dijalankan dalam menjalankan kegiatan perdagangan meliputi:

1. Kesatuan (Tauhid)

Konsep tauhid (dimensi vertikal) menyimpulkan bahwa Allah SWT telah menetapkan batas-batas tertentu terhadap aktivitas manusia sebagai khalifah, sehingga dapat memberikan manfaat kepada manusia tanpa

menyakiti hak-hak orang lain. Dengan mengkoordinasikan perspektif ibadah dengan perspektif kehidupan lainnya, seperti masalah keuangan, manusia akan merasa bahwa amalannya terus diamati dan dicatat oleh Allah dalam setiap sudut pandang kehidupannya. Termasuk di dalamnya adalah latihan keuangan, sehingga dalam menjalankan perniagaan, manusia tidak akan mudah tersesat dari aturan-aturan yang telah Allah tetapkan. Dengan demikian, sangat penting untuk memperhatikan akhlak dan didukung oleh tauhid untuk memperluas kesadaran manusia akan naluri kebajikan, baik terhadap individu maupun lingkungannya. Hal ini menyiratkan bahwa konsep tauhid memiliki dampak yang sangat signifikan bagi seorang Muslim.

2. Keseimbangan

Interaksi antar manusia bisa dikatakan sesuai dengan harkat martabat jika dari hubungan interaksi mampu mengaktualisasikan sifat-sifat mulia Allah SWT dalam kehidupannya, dalam konteks ini manusia mampu berbuat adil pada diri sendiri dan memperlakukan pula orang lain secara adil dalam berinteraksi. Kesempurnaan dalam berbisnis bukan hanya untuk mencari dan memperkaya keuntungan semata sehingga mengabaikan kepentingan orang lain seperti konsumen. Akan tetapi bagaimana menjaga keseimbangan pada setiap pihak yang terlibat agar merasa diperhatikan dan dianggap penting.

3. Kehendak Bebas

Fleksibilitas memainkan peran penting dalam moral perdagangan Islam, tetapi sangat penting untuk menjamin bahwa fleksibilitas ini tidak mencampuri atau menyakiti orang banyak atau orang lain. Dalam Islam, individu diizinkan untuk berkembang dalam pertukaran perdagangan, tetapi tidak diperbolehkan untuk melakukan hal-hal yang dilarang oleh Syariah.

Dalam konsep Islam, pendidikan keuangan seperti pasar dianggap mampu mencapai tujuan dalam pergerakan keuangan tanpa perantara pihak mana pun. Pedoman kehendak bebas memiliki posisi yang sangat penting dalam Islam, karena kesempatan ini bisa jadi merupakan potensi yang diberikan kepada manusia sejak lahir. Meskipun demikian, perlu diingat bahwa fleksibilitas manusia bersifat khusus, sedangkan fleksibilitas tertinggi adalah seperti yang diklaim oleh Allah SWT. Oleh karena itu, umat Islam harus menyadari bahwa dalam segala situasi, kegiatan mereka harus didasarkan pada pengaturan Allah, dan dipandu oleh aturan-aturan dalam hukum Islam seperti yang dicontohkan oleh Nabi.

4. Tanggung Jawab

Dalam Islam, konsep kewajiban mencakup pengukuran yang kompleks, yang menggabungkan kewajiban kepada Allah SWT, kewajiban kepada diri sendiri, dan kewajiban kepada lingkungan dan orang lain di sekitar. Kewajiban ini juga berlaku dalam lingkungan perdagangan. Terlepas dari kenyataan bahwa seorang visioner bisnis telah melakukan kegiatan perdagangan dengan berbagai macam kebebasan, tidak berarti bahwa kewajibannya selesai ketika ia mencapai tujuan yang ditentukan atau

menghasilkan keuntungan. Sebaliknya, semua aktivitas pelaku bisnis harus dipertanggungjawabkan, baik dalam hal menciptakan barang dagangan, membeli dan menawarkan pertukaran, atau dalam membuat perjanjian.

5. Kebajikan

Prinsip Kebenaran ini merujuk pada kejujuran dan kebajikan. Dalam berbisnis, prinsip ini mencakup tingkah laku, sikap, dan niat yang benar, baik dalam proses transaksi atau akad, dalam mengembangkan produk, maupun dalam usaha mendapatkan keuntungan. Prinsip kebajikan menekankan pentingnya menghindari kerugian yang mungkin timbul bagi pihak-pihak yang terlibat dalam kerja sama. Meskipun profitabilitas menjadi tujuan utama bisnis, penting untuk menghargai dan memberikan prioritas kepada pelanggan atau pembeli.

Kinerja Pedagang

Kinerja dalam konteks ini merujuk pada hasil yang dicapai oleh pedagang bakso dari usahanya, baik dalam hal peningkatan penjualan, kepuasan pelanggan, ataupun keberlanjutan usaha. Kinerja ini juga mencakup kualitas produk dan layanan yang diberikan kepada konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja termasuk manajemen, pemasaran, kualitas produk, serta penerapan etika bisnis (Taufik M.A, 2017).

Menurut Rivai (2005:14), kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang/perusahaan secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas. Kinerja pedagang merupakan suatu tujuan usaha yaitu dapat memberikan kepuasan kepada pembeli dan masyarakat yang lain dalam pertukarannya untuk sejumlah laba atau perbandingan antara penghasilan dan biaya menguntungkan (Swastha & Irawan, 2003). Kemudian disimpulkan indikator kinerja pedagang yaitu peningkatan pembeli, peningkatan penjualan dan peningkatan efisiensi. *Purchasing* atau pembelian sinonim dengan *procurement* atau pengadaan barang. Menurut Bodnar dan Hopwood (2001:323), pengadaan barang adalah proses bisnis dalam memilih sumber daya-sumber daya, pemesanan dan perolehan barang atau jasa. Kemudian Menurut Swastha (2004:403), penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Peter (2015) Kualitas sering tidak memuaskan karena pemeliharaan yang buruk dan mandat acuh tak acuh pengelolaan serta masalah-masalah ini akses diperburuk oleh regulasi harga. Serta Menurut Miller and Mainers (2000:261), efisiensi lebih tertumpu pada hubungan antara *output* dan *input*. Mengalokasikan sumber daya dalam proses produksi harus dilakukan secara efektif dan efisien. Hal ini bertujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba di waktu tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha pedagang pasar tradisional menjadi penting untuk diketahui agar dapat memberikan rangsangan bagi faktor pendukung dan mengurangi faktor-faktor penghambat bagi keberhasilan usaha pedagang pasar tradisional (Pradipta1 & Wirawan2, 2016).

Kinerja pedagang dapat diukur berdasarkan beberapa indikator, antara lain:

1. Pendapatan dan Profitabilitas: Sejauh mana pedagang berhasil dalam meningkatkan pendapatan mereka melalui praktik bisnis yang diterapkan.
2. Kepuasan Pelanggan: Penilaian terhadap sejauh mana pedagang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui produk yang dijual dan pelayanan yang diberikan.
3. Keberlanjutan Usaha: Kemampuan pedagang untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya dalam jangka panjang.
4. Etika dalam Transaksi: Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis dalam transaksi sehari-hari, yang dapat mempengaruhi kinerja pedagang dalam hal reputasi dan hubungan dengan pelanggan serta rekan bisnis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang dilakukan di Kecamatan Belo. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk memahami dan menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada warung bakso yang ada di Kecamatan Belo. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya dengan eksperimen) dimana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna pada generalisasi (Sugiyono, 2014).

Sumber data pada penelitian ini mengandalkan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari informan, dalam hal ini adalah pedagang bakso yang ada di Kecamatan Belo. Data sekunder adalah data yang didapatkan tidak langsung tetapi diperoleh melalui orang atau pihak lain, misalnya dokumen laporan-laporan, buku-buku jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang isinya masih berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

Pengumpulan data dilakukan dengan berbagai teknik, termasuk wawancara mendalam, analisis dokumen, serta pengumpulan data statistik dan literatur pendukung dari artikel ilmiah, buku, dan situs web yang relevan. Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu dua bulan dengan tahapan sistematis untuk menjamin validitas dan reliabilitas data yang diperoleh.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknis analisis deskriptif yaitu cara analisis yang cenderung memakai kata-istilah atau narasi buat menyebutkan kenyataan atau data yang diperoleh. Adapun langkah analisis data ialah: reduksi data, menyajikan data, serta mengurai kesimpulan.

Melalui metodologi ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan oleh pedagang bakso di Kecamatan Belo. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam terkait penerapan etika bisnis Islam bagi para pelaku usaha lebih khusus pedagang bakso di Kecamatan Belo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pengusaha Bakso di Kecamatan Belo

Bakso Ibu Hamidah

Usaha bakso Ibu Hamidah merupakan usaha yang bergerak dalam bidang kuliner, usaha ini dirintis oleh Ibu Hamidah pada tahu 2016. Adapun Lokasi bakso Ibu Hamidah berada di Desa Cenggu RT/RW 01/01 Kecamatan Belo Kabupaten Bima. Dulunya Ibu Hamidah berjualan bakso kuah dengan gerobak tempat terbatas dengan satu menu yaitu bakso biasa. Seiring berjalannya waktu, usaha Bakso Ibu Hamidah mengalami perkembangan sehingga Ibu Hamidah mampu mengembangkan usaha baksonya baik dari segi tempat maupun menu.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Hamidah, (2025) mengatakan:

“Usaha Bakso ini saya dirikan pada tahun 2016 dengan jualan gerobak di pinggir jalan, alhamdulillah seiring dengan berjalannya waktu usaha ini saya kembangkan dengan membuka tempat jualan permanen di kecamatan Belo dengan dua menu baru”

Dalam menentukan harga bakso Ibu Hamidah terlebih dahulu dengan menghitung kebutuhan bahan baku, kemampuan pasar kemudian menentukan harga jual. Adapun harga bakso yang Ibu Hamidah berikan sebesar Rp. 15.000 sampa Rp. 20. 000 per porsinya.

Sebagaimana wawancara yang dilakukan dengan Ibu Hamidah, (2025) mengatakan:

“Dalam menentukan harga jual kami terlebih melakukan peninjauan pasar baik itu harga kebutuhan pokok, kemampuan pasar maupun minat konsumen”

Selanjutnya dalam proses penjualan dan pengolahan bakso Ibu Hamidah mempekerjakan dua karyawan sebagai pelayan sekaligus ikut membantu dalam pengolahan. Bakso Ibu Hamidah beroperasi selama 6 hari dalam satu minggu dan libur pada hari Jumat.

Bakso Ibu Arbiah

Profil usaha bakso berlokasi di Desa Ncera RT 04 RW 01 di Kecamatan Belo kabupaten Bima ini memiliki 2 orang karyawan. Pemilik bakso bernama Ibu Arbiah. Ibu Arbiah membuka warung bakso di lokasi tersebut karena tempatnya sangat strategis dekat dengan jalan raya dan dekat dengan pasar. Tujuan Ibu Arbiah mendirikan warung bakso ini adalah harapannya suatu saat nanti bisa membantu sesama bahkan berharap bisa mengurangi angka pengangguran di Kabupaten Bima. Hal ini diungkapkan oleh Ibu Arbiah, (2025) mengatakan:

“Pendirian bakso ini berawal dari saya yang sebelumnya pernah bekerja di warung bakso lebih kurang dua tahun. Setelah itu saya berinisiatif membuka usaha bakso karena banyak sekali dukungan dari keluarga maupun teman. Adapun tujuan saya mendirikan bakso agar bisa memperbaiki ekonomi dan bisa mempekerjakan orang lain”

Usaha ini juga melayani pemesanan via *offline* (Makan di tempat). Untuk waktu operasional Ibu Arbiah buka warungnya dari jam 09.00 pagi sampai jam 21:00, jika persediaan bakso lebih cepat habis maka tutup toko juga lebih cepat dengan hari Jumat IIbur karena hari Jumat waktunya sangat singkat dan pada hari itu bisa dibilang pembeli sepi. Hal ini dibuktikan dengan wawancara Ibu Arbiah, (2025):

“Kami memberikan karyawan waktu kerja 12 jam dalam 1 hari, dan hari libur pada hari Jumat karena manusia membutuhkan istirahat dan waktu bersama keluarga”

Pemahaman Pedagang Bakso di Kecamatan Belo terhadap Etika Bisnis Islam

Penelitian yang dilakukan berlokasi di Kecamatan Belo. Sumber data utama dalam penelitian ini berasal dari sumber data primer yaitu dua pedagang bakso di Kecamatan Belo. Dalam melakukan pengumpulan data peneliti menggunakan pedoman wawancara. Wawancara dilakukan dengan komunikasi dua arah dan pengisian format wawancara mengenai penerapan dan pemahaman etika bisnis Islam. Berdasarkan hasil wawancara mengenai pemahaman pedagang bakso pada etika bisnis Islam, secara keseluruhan pedagang bakso di Kecamatan Belo memahami tentang etika bisnis Islam. Hal ini di buktikan dengan hasil wawancara kepada narasumber:

“Etika bisnis Islam merupakan pedoman dalam berdagang. Kebetulan kita juga sering membaca tentang bisnis salah satunya cara berbisnis yang baik, jujur dan benar” (Hamidah, 2025).

Selanjutnya wawancara dengan Ibu Arbiah mengatakan;

“Etika bisnis Islam merupakan bisnis yang dilakukan berdasarkan pada ajaran Islam” (Arbiah, 2025).

Berdasarkan dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan pemahaman pedagang bakso di Kecamatan Belo terhadap etika bisnis Islam secara umum sudah memahami.

Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Penjual Bakso di Kecamatan Belo

Beberapa indikator yang dapat dipakai untuk menyatakan bahwa seseorang atau perusahaan telah mengimplementasikan yang dapat dipakai untuk menyatakan bahwa seseorang atau perusahaan telah mengimplementasikan etika bisnis antara lain yaitu persatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan Kebajikan.

a. Persatuan (Tauhid/Kesatuan)

Berdasarkan wawancara lisan dan tertulis dengan Ibu Hamidah dalam penerapan etika bisnis Islam pada penjualan baksunya menerapkan prinsip kesatuan. Hal ini terbukti dengan wawancara,

Wawancara Lisan Ibu Hamidah Mengatakan *“Biasanya dari jam 12.00 WIB sampai jam 13.00 WIB saya beri waktu untuk istirahat sholat, makan bergiliran untuk karyawan karena pada jam-jam tersebut biasanya banyak pelanggannya”* (Hamidah, 2025). Kemudian pada wawancara tertulis Ibu Hamidah mengatakan *“Untuk*

Karyawan kami memberi mereka waktu sholat setiap tiba waktu sholat”

Selain diterapkan kepada karyawan etika bisnis Islam juga diterapkan pada konsumen, sebagaimana hasil wawancara lisan dan tertulis dengan Ibu Hamidah.

“Kami mencoba menanamkan salam ketika masuk di warung serta kami memberikan fasilitas untuk sholat di tempat kami, konsumen dapat menggunakannya untuk kebutuhan beribadah” (Hamidah, 2025).

Selanjutnya berdasarkan wawancara lisan Ibu Arbiah mengatakan *“Menjaga ketepatan shalat bisa mendekatkan diri dengan Sang Pencipta. Sementara manusia hidup di dunia ini selain berusaha mendekatkan diri kepada Sang Pencipta. Jika sudah mendekatkan diri kepada Sang Tuhan, maka segala usaha atau urusan bisa lancar dan berkah”* (Arbiah, 2025).

Selanjutnya wawancara tertulis Ibu Arbiah mengatakan *“Karyawan wajib sholat lima waktu Ketika sudah tiba waktu sholat dan istirahat. Untuk Konsumen juga kami peruntukan tempat sholat untuk beribadah bagi konsumen kami”* (Arbiah, 2025).

Dari hasil wawancara tersebut di atas dapat disimpulkan penerapan etika bisnis Islam terkhusus pada prinsip kesatuan (tauhid) baik Ibu Hamidah maupun Ibu Arbiah sama-sama menekankan kewajiban untuk sholat Ketika sudah tiba waktunya sholat. Penerapan etika bisnis Islam tidak hanya diberlakukan pada karyawan namun juga untuk konsumen.

b. Keseimbangan

Dalam perspektif etika bisnis Islam, prinsip keseimbangan sangat penting untuk diterapkan. Prinsip ini menekankan pentingnya keadilan dan keseimbangan dalam semua aspek bisnis, termasuk harga dan kualitas produk. Dalam konteks ini, Warung Bakso Ibu Hamidah memastikan bahwa harga yang ditawarkan mencerminkan kualitas dan nilai sebenarnya dari makanan yang dijual, sehingga tidak menimbulkan kesan bahwa harga yang murah identik dengan kualitas yang rendah. Adapun Harga yang ditetapkan per porsi sebesar Rp. 15.000 hingga Rp. 20.000. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Hamidah, mengatakan dalam wawancara lisannya:

“Untuk karyawan tetap kami menggajinya bulanan dengan jumlah yang sama sebesar Rp. 1.200.000 dan kami juga memberikan bonus Ketika penjualan lagi banyak” (Hamidah, 2025). Selanjutnya dalam wawancara tertulis sebagai tambahan Ibu Hamidah mengatakan:

“Kami menggaji kariaan dengan jumlah yang sama, kecuali dengan karyawan magang selama 3 bulan dengan pembagian bonus dari keuntungan” (Hamidah, 2025).

Kemudian untuk konsumen dalam prinsip keseimbangan Ibu Hamidah mengatakan *“Kami memberikan harga yang terjangkau, seragam, tidak ada perbedaan antara konsumen baik yang dekat secara emosional maupun tidak”* (Hamidah, 2025).

Ibu Arbiah juga selaku pedagang bakso di kecamatan Belo selalu memperlakukan karyawannya dengan adil. Terbukti dengan pemberian gaji yang selalu tepat waktu kepada karyawan. *“Memberikan gaji tepat waktu adalah kewajiban*

bagi saya karena bisa membuat karyawan senang sekaligus membuat karyawan senang, jika kita membuat hati karyawan senang maka Allah akan membuat hati saya senang” (Arbiah, 2025). Kata Ibu Arbiah dalam wawancara lisan “Selain memberikan gaji karyawannya, juga memberikan bonus kepada karyawan jika keuntungan melebihi target biasanya. Selain itu juga memberikan THR (Tunjangan Hari Raya). Pada awal mempekerjakan karyawan Ibu Arbiah lebih penting menjelaskan nominal gaji terlebih dahulu, karena khawatir karyawannya tidak puas dengan masalah gaji” (Arbiah, 2025).

Kemudian untuk konsumen Ibu Arbiah mengatakan *“Kami memberikan harga yang sama kepada seluruh karyawan” (Arbiah, 2025).*

Berdasarkan wawancara di atas penerapan etika bisnis Islam yang berhubungan dengan prinsip keseimbangan baik Ibu Hamidah maupun Ibu Arbiah menerapkannya dalam bentuk memberikan hak sama diantara karyawan dan konsumen, berupa pemberian gaji untuk karyawan dan penetapan harga yang sama untuk semua konsumen.

c. Kehendak Bebas

Konstruksi pemahaman *free will* dalam konsep ini, tidak berarti bebas memilih atau bertindak sesuai etika atau sebaliknya, namun manusia juga dituntut untuk bisa mengendalikan kehidupannya sendiri. Manusia diberi kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan dan untuk memilih apa pun jalan hidup yang dia inginkan yang paling penting adalah segala sesuatunya berdasarkan aturan dari Allah SWT yang tercantum dalam Al-Qur'an.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Hamidah mengatakan *“Untuk Karyawan kami memberikan hak bebas menggunakan segala fasilitas dalam menunjang pelayanan dalam menjual bakso” (Hamidah, 2025). Selain Ibu Hamidah “Kami memberikan keleluasaan kepada karyawan untuk mengusulkan menu bakso yang biasanya diminati oleh banyak orang” (Hamidah, 2025).*

Dalam penjualan bakso Ibu Hamidah memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih menu dari berbagai macam racikan bakso yang telah disediakan dengan harga yang beragam, sebagaimana wawancara dengan Ibu Hamidah, mengatakan:

“Konsumen berhak menentukan pilihannya berdasarkan seleranya masing-masing. Konsumen bisa menggunakan segala kebutuhan yang berhubungan dengan kebutuhan dalam mengonsumsi bakso seperti bumbu, saus dan kecap” (Hamidah, 2025).

Kemudian dari hasil wawancara dengan Ibu Arbiah mengatakan *“Untuk konsumen kami memberikan kebebasan dalam memanfaatkan fasilitas sesuai dengan aturan dan kebutuhan mulai dari pemilihan menu hingga penggunaan fasilitas lain. Kami juga memberikan kebebasan untuk konsumen memberikan saran lewat kotak saran yang berbungaan dengan pelayanan” (Arbiah, 2025).*

Selanjutnya untuk karyawan Ibu Arbiah mengatakan, *“Untuk pelayanan*

sepenuhnya kami memberikan kebebasan kepada karyawan dengan mengacu pada aturan kerja di warung dengan memperhatikan adab dan etika pada konsumen” (Arbiah, 2025).

Berdasarkan pada hasil wawancara di atas, penerapan etika bisnis Islam pada warung bakso Ibu Hamidah dan Ibu Arbiah dalam prinsip kehendak bebas sepenuhnya memberikan kebebasan kepada karyawan dan konsumen dalam menggunakan fasilitas warung bakso dengan mengacu pada aturan dengan memperhatikan etika dan adab.

d. Tanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab dalam etika bisnis Islam menekankan pada kewajiban individu dan perusahaan dalam menjalankan bisnis yang jujur, adil dan bertanggung jawab. Rumah Makan bakso Ibu Hamidah menunjukkan profesionalisme dalam melayani pelanggan sebagai bentuk tanggung jawab untuk memastikan kepuasan mereka. Hal ini ditunjukkan dalam wawancara lisan kepada pemilik warung yang mengatakan bahwa,

“Tanggung jawab ini termasuk menetapkan harga untuk semua menu, sesuai dengan yang tertera pada banner, sehingga memudahkan pelanggan dalam memesan” (Hamidah, 2025). Rumah Makan Bakso Ibu Hamidah menanamkan sikap tanggung jawab kepada seluruh karyawan untuk membersihkan Kembali sampah serta sisa makanan agar menciptakan suasana yang bersih dan nyaman bagi pelanggan, seperti dalam hasil wawancara tertulis, mengatakan *“Karyawan bertanggung jawab dalam membersihkan Kembali sisa limbah makanan, menata Kembali meja tamu dan mengganti bakso apabila salah dalam memberikan menu”* (Hamidah, 2025).

Selain menekankan sikap tanggung jawab pada warung bakso Ibu Hamidah juga tidak mengabaikan bentuk tanggung jawab kepada konsumen, sebagaimana dalam wawancara Ibu Hamidah mengatakan;

“Kami memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan konsumen bertanggung jawab dalam memenuhi kewajibannya sebagai konsumen untuk membayar hasil pesanannya” (Hamidah, 2025).

Senada dengan Ibu Hamidah, Ibu Arbiah mengungkapkan dalam wawancara lisan *“salah satu bentuk tanggung jawab yang diterapkan dalam warung bakso yaitu sangat teliti dalam memilih daging yang benar-benar segar dan dijamin halal. Hal ini dibuktikan dengan pengamatan dalam produksi bakso yang Ibu Arbiah buat, saya memilih bahan-bahan yang berkualitas baik, tidak asal-asalan, mulai dari bumbu, sambal, hingga pentolnya. Ini merupakan bentuk tanggung jawab kami sebagai penjual untuk memberikan pelayanan yang berkualitas”* (Arbiah, 2025).

Selain itu *“Karyawan bertanggung jawab atas segala menu dari kebutuhan mulai pemesanan hingga transaksi”* (Arbiah, 2025). Sementara itu kewajiban konsumen adalah membayar sesuai pesanan.

Berdasarkan hasil wawancara di atas penerapan etika bisnis Islam baik Ibu Hamidah maupun Ibu Arabia menekankan pada sikap tanggung jawab kepada karyawan, konsumen dan dirinya.

e. Kebajikan

Prinsip kebenaran ini menjamin bahwa semua pihak yang terlibat dalam bisnis menerima manfaat yang adil dan berkelanjutan, serta menjaga integritas dan kepercayaan dalam hubungan bisnis.

Pemilik Rumah Makan Bakso Ibu Hamidah mengatakan bahwa pelayanan yang baik selalu diutamakan sebagaimana wawancara lisan *“Praktik ini tercermin dalam layanan yang ramah dan tanpa diskriminasi terhadap pelanggan, pesanan dan pembayaran disederhanakan dengan pelanggan langsung memesan dan membayar di kasir. Daftar menu dipajang di etalase depan rumah makan, memudahkan pelanggan memilih dan mengetahui ketersediaan produk. Memberikan sumbangan kepada yang membutuhkan dianggap sebagai kewajiban moral bagi semua individu”* (Hamidah, 2025). Lanjutnya pada wawancara tertulis salah satu sifat Kebajikan yang diterapkan kepada karyawannya yaitu *“Kami menjunjung tinggi kejujuran karyawan dalam memberikan informasi mengenai bakso”* (Hamidah, 2025).

Prinsip kebajikan atau kebenaran dalam etika bisnis Islam menekankan pentingnya integritas, keadilan, dan komitmen untuk melakukan yang terbaik bagi semua pihak yang terlibat. Rumah Makan Bakso Ibu Hamidah menerapkan prinsip ini dengan memastikan semua pelanggan dilayani dengan baik dan adil, serta transparansi dalam proses pemesanan dan pembayaran. Selain itu, dengan menyisihkan sebagian pendapatan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan, mereka menunjukkan tanggung jawab sosial dan kepedulian terhadap sesama, yang merupakan inti dari prinsip kebajikan dalam Islam. Ini tidak hanya meningkatkan reputasi bisnis tetapi juga memperkuat hubungan dengan komunitas lokal, menciptakan lingkungan yang lebih harmonis dan sejahtera.

Kemudian hasil wawancara dengan lisan dengan Ibu Arbiah mengatakan bahwa implementasi nilai kejujuran dalam penjualan baksonya salah satunya berhubungan dengan penggunaan daging sapi yang benar-benar segar dan proses pembuatannya tidak menggunakan bahan pengawet seperti Borax serta menjunjung tinggi kejujuran pada karyawan *“Karyawan harus jujur dalam memberikan harga, berperilaku baik dan sopan dalam melayani konsumen”* (Arbiah, 2025). *“Selain itu Ibu Arbiah juga menekankan kepada konsumen untuk berlaku baik dalam menggunakan segala fasilitas di warung bakso”* (Arbiah, 2025).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang bakso di kecamatan Belo baik Ibu Hamidah maupun Ibu Arbiah dalam pelayanannya selalu memperhatikan etika dan adab dalam melakukan bisnis sesuai dengan anjuran bisnis Islam. Adapun prinsip bisnis Islam yang diterapkan oleh penjual bakso di Kecamatan Belo adalah, prinsip kesatuan, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab dan prinsip Kebajikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penerapan etika bisnis pada Rumah Makan Bakso di Kecamatan Belo mencakup lima prinsip sesuai dengan ajaran Islam. Pertama, prinsip

Tauhid/kesatuan, dengan adanya tauhid dalam ajaran Islam maka pemilik warung bakso di Kecamatan Belo baik Ibu Hamidah maupun Ibu Arbiah menerapkan etika bisnis islami dengan memberikan karyawannya waktu sholat pada waktu sholat.

Kedua, menetapkan prinsip keseimbangan dengan memastikan bahwa harga yang ditawarkan mencerminkan kualitas dan nilai sebenarnya dari makanan yang dijual untuk menghindari praktik penipuan atau eksploitasi harga. Ini juga termasuk memberikan harga yang wajar dan adil, serta memberikan informasi yang jelas tentang komposisi dan asal-usul bahan makanan, sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang informasional dan cerdas saat membeli.

Ketiga, prinsip kehendak bebas yaitu dengan menjunjung tinggi transparansi dan keadilan dalam setiap perjanjian kerja, memiliki kesepakatan yang adil dan saling menguntungkan tanpa adanya paksaan atau manipulasi. Hal ini juga meliputi pemberian upah yang layak kepada karyawan dan memastikan kondisi kerja yang adil dan aman, serta kebebasan bagi konsumen dalam menentukan pilihannya.

Keempat, mempraktikkan prinsip tanggung jawab dengan memastikan kualitas layanan yang baik, harga yang transparan, serta pengelolaan limbah yang bertanggung jawab, termasuk menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan sekitar. Prinsip ini menekankan pentingnya memberikan pelayanan yang ramah dan responsif terhadap pelanggan.

Kelima, menerapkan prinsip kebajikan dengan memastikan semua pelanggan dilayani dengan baik dan adil, serta menjamin transparansi dalam proses pemesanan dan pembayaran, sehingga tercipta rasa kepercayaan dan kepuasan di antara pelanggan. Selain itu prinsip kebenaran ini menjamin bahwa semua pihak yang terlibat dalam bisnis menerima manfaat yang adil dan berkelanjutan, serta menjaga integritas dan kepercayaan dalam hubungan bisnis.

Hasil Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang berfokus penelitiannya pada persoalan Bisnis halal. Bagi warung bakso di kecamatan Belo lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan kenyamanan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul azis. (2011). *etika bisnis islam*.

Al-Qur'an, Terjemahan Departemen Agama Republik Indonesia, 2012

A. Kadir, *Hukum Bisnis Syari'ah Dalam Alquran*, Jakarta: Amzah, 2010

Abdul Kadir. (2010). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Dividen pada Perusahaan Credit Agencies Go Public di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*.

AMRIANI, A. (2022). *ANALISIS USAHA PRODUKSI BAKSO DALAM PRESPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Desa Banarjoyo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)*.

Bertens. *Etika*. Jakarta: Grammedia Pustaka Utama, 2007

- Cholid Narbuko dan Abu Ahmad, *Metodologi Penelitian* (Jakarta:PT Bumi aksara, 2009)
- Darmawan, Demi. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Dinda Dwi Amalia, Syihabudin, M. F. (2024). No Title. : : *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(3), 1968–1969.
- Ekarina Katmas, Nur Faizah, A. W. (2022). PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 23(1), 26–27.
- Fatimah, F. (2023). *Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Rumput Laut Dalam Meningkatkan Produksi Di Desa Kaliuda Kecamatan Pahunga Lodu. 3*, 5545–5562.
- Firdaus, A., Husain, S. P., & Soelistya, D. (2024). *Etika Bisnis Syariah*.
- Harahap. (2014). factors influencibg employees performance: a study on the islamic banks in indonesia. *International Journal of Business*.
- Harhap. (2018). No Title. *Islamics Businnes and Economics*.
- Harnisah. (2022). *Anslisis penerapan etika bisnis islam (studi kasus pada pelaku wirausaha usaha muda di kecamatan rasanae barat kota bima)*.
- Hermiati, R. F. and T. (2010). “Entrepreneurial Skills and Characteristics Analysis on the Graduates of the Department of Administrative Sciences. *FISIP Universitas Indonesia*, 17(3), 262–275.
- Hulaimi, A., Sahri, S., & Huzaini, M. (2017). Etika bisnis Islam dan dampaknya terhadap kesejahteraan pedagang sapi. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 1(2), 17–32.
- Mulyana, D. (2016). *The rationalities of migration management: Control and subversion in an Indonesia-based counter-smuggling campaign*.
- Nafiuddin. (2018). *Etika Bisnis Syariah*.
- Oktavia. (2021). *ETIKA BISNIS SYARIAH*.
- Pradipta1, A. A. G. P., & Wirawan2, I. G. P. N. (2016). PENGARUH REVITALISASI PASAR TRADISIONAL DAN SUMBER DAYA PEDAGANG TERHADAP KINERJA PEDAGANG PASAR DI KOTA DENPASAR. *E-JURNAL EKONOMI PEMBANGUNANUNIVERSITAS UDAYANA*, 5(4), 463–464.
- Rohman, Abdur. 2024. Implementasi Etika Bisnis Islam pada Rumah Makan Kikil dan Bakso Barokah “Mbah Rip” di Daerah Baureno Bojonegoro. *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur Volume 3, Nomor 1, Juni 2024*.
- Setiawan. (2021). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Dan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota Langsa”. *Jurnal Samudra*

Ekonomika. Universitas Samudra.

Sugiyono. (2018). *metode kuantitatif, kualitatif, R&D.*

Sugiyono. (2020). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, D&R.*

Taufik M.A (2017). Upaya membangun customer engagement melalui media sosial Instagram. *Journal of Entrepreneurship, M. and I. a. (2017). Upaya membangun customer engagement melalui media sosial Instagram. Journal of Entrepreneurship, Management and Industry.*

Yosi Apriliani, M. P. S. (2024). ANALISIS PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA UMKM DI TELUKJAMBE KABUPATEN KARAWANG. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 104–105.

Zumrotul lotifah, (2024). Analisis Etika Bisnis Islam dalam Kinerja Pedagang Bakso Mercon Pak Fadelun di Bangkalan. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(3), 69–70.