

ANALISIS PEN ERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA TOKO MAHABBATULLAH II KOTA JAMBI

Ermalia Febrian Dira¹, Hansen Rusliani², Aztyara Ismadharliani³
ermaliafebriandira15@gmail.com¹, muhammadhansenrusliani@gmail.com²,
aztyaraisma@uinjambi.ac.id³

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis penerapan Etika Bisnis Islam pada Toko Mahabbatullah II Kota Jambi dan untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam menerapkan Etika Bisnis Islam dan faktor pendukung dalam menerapkan Etika Bisnis Islam. Metode penelitian ini yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai instrument pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum Toko Mahabbatullah II Kota Jambi telah menerapkan Etika Bisnis Islam dalam kegiatan usahanya. Prinsip shiddiq tercermin dalam kejujuran penetapan harga dan penyampaian kondisi barang. Prinsip amanah terlihat dari tanggung jawab pemilik dan karyawan dalam menjaga kepercayaan pelanggan, mengelola modal, serta memenuhi hak karyawan. Prinsip tabligh diwujudkan melalui keterbukaan dalam menyampaikan informasi harga, kualitas, dan ketersediaan stok barang kepada pembeli. Namun, penerapan prinsip fathanah belum sepenuhnya optimal, karena masih terdapat keterbatasan pengetahuan produk pada sebagian pengelola dan karyawan yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Kendala yang dihadapi dalam menerapkan Etika Bisnis Islam meliputi keterbatasan sumber daya manusi, perbedaan tingkat pemahaman karyawan terhadap Etika Bisnis Islam, serta tuntutan pelayanan cepat dari pelanggan. Faktor pendukung dalam menerapkan Etika Bisnis Islam Toko Mahabbatullah II Kota Jambi yaitu faktor tabligh (keterbukaan/transparansi). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa analisis penerapan Etika Bisnis Islam di Toko Mahabbatullah II Kota Jambi telah memberikan dampak positif terhadap kepercayaan dan kepuasan pelanggan, namun masih diperlukan upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia agar penerapannya dapat berjalan lebih optimal.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh, Kendala, Faktor Pendukung, Toko Mahabbatullah II.

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of Islamic Business Ethics at the Mahabbatullah II store in Jambi City and to identify the obstacles encountered in implementing Islamic Business Ethics as well as the supporting factors in implementing Islamic Business Ethics. The research method used is qualitative with a descriptive approach, through interviews, observation, and documentation as data collection instruments. The research results show that, in general, the Mahabbatullah II store has implemented Islamic Business Ethics in its business activities. The principle of shiddiq is reflected in the honesty of pricing and the delivery of goods. The principle of amanah is evident in the responsibility of the owner and employees in maintaining customer trust, managing capital, and fulfilling employee rights. The principle of tabligh is realized through openness in conveying information about prices, quality, and stock availability to buyers. However, the implementation of the fathanah principle is not yet fully optimal, because there is still limited product knowledge among some managers and employees, which affects service quality. Obstacles faced in implementing Islamic Business Ethics include limited human resources, differences in employee understanding of Islamic Business Ethics, and demands for fast service from customers. Supporting factors in implementing Islamic Business Ethics at the Mahabbatullah II store in Jambi City are tabligh (openness/transparency) factors. Thus, it can be concluded that the analysis of the implementation of Islamic Business Ethics at the Mahabbatullah II store has had a positive impact on customer trust and satisfaction, but efforts are still needed to improve the quality of human resources so that its implementation can run more optimally.

Keywords: Islamic Business Ethics, Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh, Obstacles, Supporting

PENDAHULUAN

Setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda-beda dalam menjalankan hidupnya sehari-hari. Oleh karena itu, individu harus berusaha untuk memenuhi kebutuhannya salah satunya dengan menjalankan bisnis. Dalam dunia bisnis, Etika menjadi suatu titik sentral dalam setiap kegiatannya karena bisnis tidak hanya dilakukan berdasarkan perjanjian formal dan saja, tetapi di dalamnya harus didasarkan pada rasa saling percaya. Sehingga rasa saling percaya tidak dapat di bangun tanpa etika, maka dalam melakukan bisnis, Etika bisnis sangat diperlukan untuk mencapai tujuan bisnis yang telah ditentukan.

Etika atau moral merupakan seperangkat hukum yang mengatur perilaku, dan tindakan insan dalam kehidupan sosial. Etika bertindak menjadi pedoman moral yang membantu mengidentifikasi mana tindakan yang dianggap benar dan mana yang keliru. Karena manusia hidup dalam lingkungan sosial, maka diperlukan aturan yang ditaati bersama agar selalu tercipta kehidupan masyarakat yang aman, nyaman, dan harmonis.

Bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk menyediakan barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuangan. Sedangkan Etika adalah komponen pendukung para pelaku bisnis terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Etika di sebut juga sebagai rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat yang akan dapat membimbing dan meningkatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji yang harus dipatuhi dan dijalankan.

Bisnis juga merupakan salah satu komponen dari aktivitas ekonomi dan benar-benar penting perannya di dalam kehidupan manusiawi. Diketahui atau tidak tiap-tiap hari manusia melaksanakan aktivitas bisnis baik menjadi produsen, maupun menjadi konsumen. Menurut Islam, dengan mempertahankan prinsip berdagang secara terus menerus, akan tercapai penghasilan yang sebanding dengan sipenjual dan sipembeli.

Etika merupakan seperangkat prinsip yang mengatur tindakan dan perilaku manusia dalam kehidupan sosial maupun profesional, berdasarkan nilai-nilai moral yang berlaku. Dalam dunia bisnis, terutama pada era modern saat ini yang diindikasikan melalui aktivitas dan skala bisnis global yang sangat luas, etika memegang peran penting dalam mengelola dan menjalankan usaha. Etika bertujuan membimbing individu agar dapat bertindak secara bebas namun tetap bertanggung jawab, karena setiap tindakan yang dilakukan lahir dari keputusan pribadi yang disertai alasan yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan.

Etika adalah ajaran ilmu tentang adat kebiasaan yang berkenaan dengan kebiasaan baik atau buruk yang diterima umum mengenai sikap, perbuatan, kewajiban, dan sesuatu komonitas, sementara etika umumnya lebih dikaitkan dengan prinsip-prinsip yang dikembangkan di berbagai wacana etika, atau dalam aturan-aturan yang berlaku bagi suatu profesi.

Penerapan Etika Bisnis Islam dalam proses jual beli perlu adanya kejujuran yang harus ditanamkan dalam setiap diri manusia terutama para penjual, dengan tujuan agar terealisasinya kemakmuran bagi masyarakat di sekitar. Selain itu para pedagang harus memiliki pengetahuan dalam berbasis agar dapat mengetahui bagaimana praktik dalam menjalankan suatu usaha, serta terhindar dari berbagai macam penyimpangan yang tidak diinginkan. Penerapan Etika Bisnis Islam juga berdampak pada aspek finansial sebagaimana dapat dilihat dari kemajuan perusahaan dan prospek bisnisnya yang baik.

Menurut Franz Magnis Suseno etika, dibedakan dari ajaran moral. Ajaran moral langsung mengajarkan bagaimana orang harus hidup, berupa rumusan sistematis terhadap anggapan-anggapan tentang apa yang bernilai serta kewajiban-kewajiban manusia. Sedangkan etika merupakan ilmu tentang nilai-nilai ajaran moral, dalam pengertian yang

sebenarnya berarti filsafat mengenai bidang moral. Jadi, etika merupakan ilmu bukan sebuah ajaran, tapi refleksi sistematis mengenai pendapat-pendapat, dan istilah-istilah moral. Jadi, etika merupakan suatu jenjang dari usaha manusia untuk menyesuaikan tindakan-tindakannya dengan aturan yang berlaku.

Etika bisnis mencerminkan prinsip moral dan standar perilaku dalam menjalankan usaha, yang berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan reputasi usaha. Kepercayaan ini menciptakan loyalitas pelanggan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan dan reputasi usaha.

Islam melarang orang yang bekerja untuk mencari keuntungan dengan cara apapun, seperti menipu, memalsukan, melakukan praktik riba, dan tindakan terlarang lainnya. Dalam dunia kerja juga terdapat konsep akhlak. atau etika bisnis. Setiap pedagang diwajibkan menerapkan prinsip-prinsip moral dalam seluruh aspek kegiatan perdagangannya.

Etika Bisnis dapat dipahami menjadi upaya buat merumuskan serta menerapkan prinsip-prinsip etis dalam hubungan di bidang ekonomi. Etika ini juga menekankan aspek moral pada korelasi antara para pihak yang terlibat pada aktivitas bisnis. Secara menyeluruh, Etika Bisnis mencakup cara mengoperasikan usaha yang melibatkan individu, perusahaan, dan rakyat.

Analisis penerapan Etika Bisnis Islam adalah suatu proses untuk mengkaji, menilai, dan memahami bagaimana prinsip-prinsip Etika Bisnis yang berdasarkan ajaran Islam diterapkan dalam kegiatan usaha atau aktivitas perdagangan. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui apakah praktik bisnis yang dijalankan telah sesuai dengan nilai-nilai syariah seperti kejujuran, keadilan, amanah, tanggung jawab, serta tidak melakukan kecurangan dalam transaksi.

Etika bisnis Islam ialah pedoman akhlak ketika berbisnis yang berlandaskan pada ajaran dan nilai-nilai Islam, sehingga pelaku usaha dapat menjalankan usahanya tanpa rasa khawatir karena telah diyakini sesuai dengan kebaikan dan kebenaran. Etika bisnis Islam bermaksud guna membentuk kerja sama yang harmonis dan sikap saling tolong-menolong antar individu, serta mendorong umat agar menjauhi sifat dengki, permusuhan, dan segala perilaku yang bertentangan dengan ajaran syariat Islam.

Islam melarang orang yang bekerja untuk mencari keuntungan dengan cara apapun, seperti menipu, memalsukan, melakukan praktik riba, dan tindakan terlarang lainnya. Dalam dunia kerja juga terdapat konsep akhlak. atau etika bisnis. Setiap pedagang diwajibkan menerapkan prinsip-prinsip moral dalam seluruh aspek kegiatan perdagangannya.

Seorang pedagang perlu menerapkan Etika Bisnis Islam untuk memperoleh keridhoan Allah SWT. Dalam kegiatan jual beli, memberikan pelayanan yang baik merupakan salah satu aspek penting yang harus diterapkan oleh para pedagang. Dengan pelayanan yang baik, pembeli akan merasa puas. Oleh karena itu, Islam mengajarkan adanya Etika Bisnis dalam setiap transaksi jual beli.

Bisnis dalam perspektif Islam tidak hanya dipandang sebagai sarana mencari keuntungan materi, tetapi juga sebagai bentuk ibadah yang menuntut kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah. Prinsip-prinsip seperti kejujuran (ash-shidq), keadilan (al-'adl), keterbukaan (transparency), amanah, dan larangan merugikan pihak lain (la dharar wa la dhirar) menjadi landasan utama dalam menjalankan usaha. Dengan menerapkan etika bisnis Islam, pelaku usaha tidak hanya mendapatkan keuntungan ekonomi, tetapi juga keberkahan serta kepercayaan dari pelanggan.

Etika Bisnis Islam berperan penting bagi para pembisnis untuk membimbing perilakunya agar tidak menyimpang dari unsur moral dan spiritual dalam mencari nafkah melalui jual beli.

Kota Jambi sebagai salah satu pusat perdagangan di wilayah Sumatera memiliki

beragam toko busana muslim dan perlengkapan ibadah yang bersaing ketat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Jambi tahun 2024, sekitar 85% penduduk Kota Jambi beragama Islam. Tingginya jumlah penduduk muslim ini menciptakan peluang besar bagi perkembangan bisnis busana muslim dan perlengkapan ibadah. Namun, peluang tersebut juga memunculkan persaingan yang ketat, sehingga penerapan etika bisnis menjadi salah satu faktor pembeda yang krusial dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Salah satu pusat perdagangan di Provinsi Jambi memiliki perkembangan sektor ritel yang pesat. Toko Mahabbatullah II yang berdiri sejak tahun 2017 berlokasi di pusat Kota Jambi dan bergerak di bidang penjualan busana muslim, perlengkapan ibadah, serta aksesoris Islami. Toko ini melayani penjualan secara langsung (offline) dan pemesanan melalui media sosial. Dari pengamatan awal, toko ini dikenal memiliki basis pelanggan yang loyal, pelayanan yang ramah, harga yang jelas, serta sistem retur bagi barang cacat. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, amanah, tidak merugikan, dan ihsan tampak diterapkan dalam aktivitas sehari-hari. Hal ini menjadi menarik untuk dianalisis lebih mendalam.

Dalam kegiatan bisnis, etika merupakan aspek penting yang menentukan keberlangsungan usaha dan tingkat kepercayaan konsumen. Dalam perspektif Islam, etika bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi, tetapi menekankan prinsip moral dan nilai-nilai keislaman seperti kejujuran (shiddiq), tanggung jawab (amanah), kecerdasan (fathanah), dan kemampuan menyampaikan informasi secara benar dan transparan (tabligh). Prinsip-prinsip tersebut bertujuan untuk menciptakan kegiatan transaksi yang adil, aman, dan saling menguntungkan antara penjual dan pembeli tanpa adanya unsur penipuan atau ketidakjelasan.

Toko Mahabbatullah II Kota Jambi merupakan salah satu toko yang bergerak dalam penjualan pakaian dan perlengkapan muslim yang banyak dikunjungi oleh konsumen dari berbagai kalangan. Sebagai toko muslim, penerapan etika bisnis Islam diharapkan dapat menjadi ciri khas dalam menjalankan transaksi dan pelayanan kepada pelanggan. Namun dalam praktiknya, penerapan etika bisnis Islam tidak selalu berjalan tanpa hambatan, baik dari sisi perilaku penjual maupun dari respon konsumen.

Berdasarkan observasi awal, terdapat beberapa fenomena yang dapat diteliti lebih lanjut, misalnya terkait ketidakjelasan. Harga yang tidak dicantumkan secara jelas dapat menimbulkan ketidakpastian (gharar) bagi konsumen, sehingga pembeli harus bertanya terlebih dahulu kepada penjual untuk mengetahui harga suatu produk. dan kualitas barang yang terkadang tidak sepenuhnya dipahami oleh konsumen, pelayanan yang belum sepenuhnya optimal, serta keterbukaan informasi terkait stok barang. Selain itu, terdapat pula kendala yang dihadapi pihak toko dalam menerapkan prinsip etika bisnis Islam, seperti kurangnya kemampuan karyawan dalam memberi penjelasan mengenai produk, perbedaan persepsi antara penjual dan pembeli terkait harga dan kualitas barang, serta belum meratanya pemahaman tentang etika bisnis Islam dalam praktik sehari-hari.

Berdasarkan uraian tersebut, muncul beberapa pertanyaan penelitian yang perlu dijawab, berkaitan dengan penerapan prinsip shiddiq, amanah, fathanah, dan tabligh dalam transaksi, kendala penerapan Etika Bisnis Islam, serta faktor pendukung yang memungkinkan penerapan tersebut dapat berjalan lebih baik. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi toko, serta kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu ekonomi Islam khususnya terkait etika bisnis.

Meskipun banyak toko sejenis, di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Beberapa toko mungkin mengabaikan prinsip keadilan harga, transparansi informasi, dan pelayanan yang sama kepada semua pelanggan. Namun, ada pula yang berupaya menerapkannya, misalnya melalui keramahan pelayanan, kesediaan menerima keluhan, dan menjaga hubungan baik dengan konsumen. Toko Mahabbatullah II Kota Jambi sebagai

objek penelitian karena toko tersebut merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang penjualan produk muslim dan telah menjalankan aktivitas bisnis yang berkaitan dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, Toko Mahabbatullah II memiliki jumlah pelanggan yang cukup banyak dan telah beroperasi dalam jangka waktu yang relatif lama sehingga menarik untuk diteliti terkait bagaimana penerapan Etika Bisnis Islam dalam kegiatan usahanya. Pemilihan objek ini juga didasarkan pada kemudahan akses data dan ketersediaan pihak toko untuk memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian. Fenomena inilah yang menarik untuk dianalisis lebih mendalam pada Toko Mahabbatullah II.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Toko Mahabbatullah II Kota Jambi”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif, yaitu metode yang didasarkan di filosofi postpositivisme dan diterapkan guna mengkaji objek dalam keadaan alami. Merupakan, data yang diperoleh bukan berbentuk nomor, melainkan asal dari catatan lapangan, memo, dokumen pribadi, wawancara, serta aneka macam dokumen resmi lainnya. Tujuan primer dari pendekatan kualitatif merupakan buat mengungkap realitas empiris yang tersembunyi di balik suatu fenomena secara mendalam, lebih jelasnya, serta menyeluruh. Oleh sebab itu, pada penelitian ini pendekatan kualitatif digunakan dalam menyesuaikan antara kenyataan empiris di lapangan dengan teori yang ada melalui tipe penelitian deskriptif.

Maksud dari penelitian ini ialah guna menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana penerapan Etika Bisnis Islam di Toko Mahabbatullah II Kota Jambi, serta mengidentifikasi berbagai kendala dan faktor pendukung dalam penerapan Etika Bisnis Islam tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Toko Mahabbatullah II Kota Jambi

a. Shiddiq (Kejujuran)

Kejujuran dalam berusaha adalah pondasi dasar dalam berusaha, karena dengan kejujuran otomatis dapat mempengaruhi sifat-sifat yang lian yang melekat pada manusia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis penerapan Etika Bisnis Islam pada Toko Mahabbatullah II Kota Jambi secara umum berupaya menerapkan prinsip shiddiq (kejujuran) dalam hubungan bisnisnya, yaitu menyampaikan informasi harga dan kualitas barang kepada konsumen secara jujur. Kejujuran merupakan inti dari Etika Bisnis Islam karena transaksi yang adil dan terbuka menghindarkan dari gharar (ketidakjelasan) yang dilarang dalam syariat.

Namun hasil wawancara menunjukkan bahwa pengetahuan karyawan yang mendalam tentang detail barang menyebabkan penjelasan kepada pembeli kadang kurang lengkap. Ini bukan karena niat tidak jujur, tetapi keterbatasan penguasaan produk. Dengan ini, prinsip kejujuran telah diterapkan secara prinsip, namun pelaksanaannya perlu diperkuat melalui pelatihan produk yang lebih baik.

b. Amanah (Dapat dipercaya)

Amanah adalah sikap yang menunjukkan kesediaan seseorang untuk memegang teguh kepercayaan, melaksanakan tugas dan kewajiban secara bertanggung jawab, serta tidak menyalahgunakan wewenang yang diberikan kepadanya.

Amanah menuntut kepercayaan dan tanggung jawab dalam setiap amanah yang diberikan, termasuk tanggung jawab terhadap barang, transaksi, dan komplain. Hasil wawancara pengelola toko menunjukkan pemberian tanggung jawab yang jelas kepada karyawan dalam pelayanan dan transaksi. Namun, dalam praktiknya, respons terhadap

komplain belum sepenuhnya memuaskan. Beberapa karyawan melayani dengan baik, tetapi kemampuan menangani keluhan secara sistematis masih lemah. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip amanah perlu dilakukan pelatihan dengan komunikasi dan prosedur penanganan keluhan.

c. Fathanah (Kecerdasan)

Fathanah merupakan salah satu sifat wajib Rasul yang berarti cerdas, bijaksana, berilmu, serta memiliki kemampuan berpikir yang tajam memahami dan menyelesaikan berbagai persoalan .

Fathanah berkaitan dengan kemampuan mengelola usaha secara cerdas, termasuk penetapan harga sesuai kualitas, penataan stok, dan pelayanan profesional bagi konsumen. Hasil wawancara toko sudah menetapkan harga yang wajar dan menjaga pelayanan ramah, namun sistem pencatatan stok dan pengelolaan produk belum berbasis teknologi atau catatan formal. Hal ini menimbulkan kendala informasi stok yang akurat dan konsisten, terutama saat barang kosong.

d. Tabligh (Menyampaikan/ Transparansi)

Dalam kehidupan sehari-hari, sifat tabligh dapat diwujudkan dengan menyampaikan informasi yang benar, memberikan nasihat yang baik, serta mengajak orang lain kepada kebaikan dan menjauhi keburukan. Dalam konteks Etika Bisnis Islam tabligh tercermin pada sikap pelaku usaha yang terbuka dalam memberikan informasi mengenai stok barang.

Tabligh menekankan keterbukaan dan transparansi informasi kepada konsumen. Hasil wawancara di toko ini, karyawan memberi tahu pembeli jika stok barang kosong dan menyampaikan harga secara langsung. Namun, konsumen melaporkan bahwa penjelasan terkadang terlalu singkat dan tidak menyertakan alasan, alternatif barang, atau estimasi stok baru. Keterbukaan yang kurang komprehensif ini menunjukkan bahwa praktik tabligh sudah berjalan secara formal, namun perlu peningkatan dalam keterampilan komunikasi di ranah pelayanan.

Penelitian terdahulu oleh Muhammad Fadhli menyatakan bahwa penerapan Etika Bisnis Islam dalam bentuk kejujuran keterbukaan informasi produk, serta pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

2. Kendala Yang Dihadapi Toko Mahabbatullah II Dalam Menerapkan Etika Bisnis Islam

Penemuan ini menemukan bahwa meskipun Toko Mahabbatullah II berusaha menerapkan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam, ada beberapa kendala yang mempengaruhi konsistensi penerapannya, baik dari pengelola, karyawan, maupun sistem operasional toko.

a. Keterbatasan Pemahaman Karyawan

Salah satu kendala utama adalah pemahaman karyawan yang belum mendalam tentang detail produk, seperti harga, kualitas dan spesifikasi barang. Hasil wawancara menunjukkan bahwa karyawan kadang kesulitan menjelaskan kualitas barang secara lengkap kepada pembeli, sehingga informasi yang diberikan kurang rinci. Prinsip yang terpengaruh pada prinsip shiddiq (kejujuran) karena informasi yang kurang jelas bisa membuat pembeli merasa kurang mendapat penjelasan yang jujur dan lengkap.

b. Sistem Manajemen dan Pencatatan Sederhana

Toko Mahabbatullah II masih menggunakan sistem pencatatan stok yang manual dan sederhana. Hal ini menyebabkan sulit memastikan ketersediaan barang secara cepat dan beberapa pembeli mendapatkan informasi stok yang tidak akurat. Prinsip yang terpengaruh fathanah karena sistem manajemen yang sederhana mempengaruhi efisiensi pelayanan, dan tabligh karena informasi yang diberikan kadang kurang lengkap.

c. Pelayanan Dan Komunikasi Yang Kurang Optimal

Penelitian juga menemukan bahwa pelayanan karyawan kadang kurang ramah,

kecepatan melayani pembeli lambat, dan komunikasi dengan konsumen tidak terlalu efektif. Prinsip yang terpengaruh adalah fathanah profesionalisme pelayanan belum optimal dan tabligh keterbukaan dan komunikasi informasi tidak maksimal.

d. Penanganan Komplain Yang Belum Konsisten

Beberapa pembeli melaporkan bahwa pomplain mereka tidak selalu ditanggapi dengan cepat. Hal ini menunjukkan adanya kendala dalam implementasi amanah, karyawan belum sepenuhnya tanggung jawab dalam menangani keluhan konsumen. Prinsip yang terpengaruh adalah amanah.

Penelitian terdahulu oleh Yosi Apriliani dan mira purnamasari safar menyatakan bahwa sebagian pelaku usaha telah menerapkan prinsip Etika Bisnis Islam seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab. Namun, terdapat beberapa kendala dalam penerapannya, yaitu kurangnya pemahaman pelaku usaha mengenai konsep Etika Bisnis Islam dan adanya persaingan bisnis yang cukup ketat.

3. Faktor Pendukung Pada Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Toko Mahabbatullah II Kota Jambi

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, terdapat beberapa faktor yang mendukung penerapan Etika Bisnis Islam pada Toko Mahabbatullah II Kota Jambi. Salah satu faktor pendukung utama adalah komitmen pemilik usaha untuk menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Pengelola toko berupaya menanamkan nilai kejujuran, amanah, dan tanggung jawab kepada karyawan dalam menjalankan aktivitas perdagangan serta dalam melayani pelanggan.

Selain itu, kualitas produk yang dijual juga menjadi salah satu faktor pendukung dalam penerapan Etika Bisnis Islam pada Toko Mahabbatullah II Kota Jambi berusaha menyediakan produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Penetapan harga yang wajar serta tidak merugikan konsumen juga menjadi bentuk penerapan prinsip keadilan dalam bisnis.

Dengan adanya faktor-faktor pendukung tersebut, penerapan Etika Bisnis Islam pada Toko Mahabbatullah II Kota Jambi dapat berjalan dengan baik. Hal ini tidak hanya memberikan keuntungan bagi pelaku usaha, tetapi juga menciptakan hubungan yang baik antara penjual dan konsumen serta membawa keberkahan dalam kegiatan ussha.

Penelitian terdahulu oleh Rudila Wati dan Ika Gusriani Dini menyatakan bahwa kesadaran pedagang dalam menjaga kejujuran, adanya nilai-nilai agama yang dianut pedagang, serta keinginan untuk memperoleh kepercayaan dari konsumen.

Selain melakukan wawancara dengan pengelola toko, karyawan, dan pelanggan, peneliti juga melakukan observasi terhadap komentar pelanggan di media sosial yaitu google maps Toko Mahabbatullah II sebagai data pendukung penelitian. Observasi ini dilakukan dengan mengamati komentar dan tanggapan yang disampaikan melalui google maps toko tersebut. Media sosial yaitu google maps digunakan oleh pelanggan sebagai sarana untuk menyampaikan pengalaman berbelanja, baik berupa apresiasi maupun kritik terhadap pelayanan dan kualitas barang. Sebagian besar komentar pelanggan menunjukkan respon positif terhadap harga dan kualitas barang yang ditawarkan. Hal ini mengindikasikan bahwa toko telah berupaya memberikan harga yang sesuai dengan harapan konsumen.

Selain komentar positif, peneliti juga menemukan beberapa komentar yang berisi saran dan kritik dari pelanggan, terutama terkait pelayanan yang kurang ramah, kecepatan dalam melayani pembeli dan cara berkomunikasi kepada pelanggan yang kurang baik. Kritik tersebut menjadi masukan bagi pihak toko untuk melakukan evaluasi dan perbaikan pelayanan dan komunikasi ke depannya. Adanya interaksi antara toko dan konsumen berjalan secara terbuka.

Secara keseluruhan, hasil observasi terhadap media sosial yaitu google maps Toko

Mahabbatullah II menunjukkan bahwa praktik usaha yang dijalankan telah mencerminkan penerapan Etika Bisnis Islam, khususnya prinsip fathanah (kecerdasan serta kebijaksanaan dalam merespons kebutuhan pelanggan) dan tabligh (keterbukaan dalam menyampaikan informasi). Observasi ini memperkuat hasil wawancara yang telah dilakukan bahwa penerapan Etika Bisnis Islam di Toko Mahabbatullah II dirasakan langsung oleh konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan Etika Bisnis Islam di Toko Mahabbatullah II Kota Jambi telah dilaksanakan secara nyata, meskipun masih menghadapi beberapa kendala yang memengaruhi konsistensi penerapannya. Prinsip-prinsip yang menjadi fokus penelitian, yaitu Shiddiq (Kejujuran), Amanah (Dapat dipercaya/tanggung jawab), Fathanah (Kecerdasan/Profesionalisme), dan Tabligh (Keterbukaan /Transparansi), diterapkan dalam berbagai aspek operasional toko, mulai dari transaksi jual beli, pelayanan pelanggan, hingga pengelolaan stok barang.

1. Prinsip Shiddiq tercermin dari kejujuran pengelola dan karyawan dalam menyampaikan harga serta kondisi barang kepada pembeli. Meski demikian, keterbatasan pemahaman karyawan terkait kualitas produk menyebabkan informasi yang diberikan tidak selalu lengkap, sehingga konsumen kadang merasa kurang memperoleh penjelasan yang memadai. Hal ini menunjukkan bahwa niat jujur saja tidak cukup, perlu didukung dengan pemahaman produk yang memadai.
2. Prinsip Amanah terlihat dari pemberian tanggung jawab oleh pengelola kepada karyawan dalam mengelola stok, menangani transaksi, serta melayani pelanggan. Namun, penanganan komplain belum selalu optimal dan konsisten, sehingga tanggung jawab karyawan dalam praktik masih perlu diperkuat melalui pelatihan dan prosedur standar.
3. Prinsip Fathanah menunjukkan usaha toko dalam menetapkan harga yang wajar, pelayanan yang ramah, serta pengelolaan barang secara efisien. Demikian, sistem pencatatan stok masih sederhana dan manual, sehingga memengaruhi efisiensi operasional dan akurasi informasi yang diterima pembeli.
4. Prinsip Tabligh terlihat dari upaya pengelola dan karyawan menyampaikan informasi terkait ketersediaan barang secara terbuka. Meski demikian, beberapa konsumen melaporkan bahwa penjelasan terkadang terlalu singkat atau tidak lengkap, sehingga tingkat transparansi informasi masih perlu ditingkatkan.
 - 1) Selain itu, faktor pendukung penerapan etika bisnis Islam di toko ini meliputi komitmen pengelola, dukungan karyawan, dan respons positif dari pembeli.
 - 2) Sementara kendala yang ditemukan adalah keterbatasan pemahaman karyawan, komunikasi yang kurang optimal tentang ketidakjelasan harga barang, dan penanganan komplain yang belum konsisten. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan Etika Bisnis Islam di Toko Mahabbatullah II telah berjalan, namun perlu perbaikan dan penguatan pada aspek manajemen, pelatihan karyawan, dan komunikasi agar prinsip-prinsip etika dapat dijalankan secara optimal dan berkelanjutan.

Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut :

1) Implikasi Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini memberikan gambaran konkret mengenai prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam (Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh) dapat diterapkan pada usaha ritel skala kecil menengah dan menunjukkan bahwa penerapan Etika Bisnis Islam tidak hanya berkaitan dengan niat baik, tetapi juga kemampuan operasional, profesionalisme, dan komunikasi yang efektif, serta memberikan dasar bagi

pengembangan penelitian lebih lanjut terkait pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan, dan profesionalisme karyawan.

2) Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai penerapan etika bisnis Islam, maka dapat diketahui bahwa terdapat beberapa implikasi praktis yang dapat diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari, khususnya pada Toko Mahabbatullah II Kota Jambi.

Implikasi praktis tersebut menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga memberikan dampak nyata dalam aktivitas bisnis. Pertama, penerapan sifat siddiq (jujur) mengharuskan pelaku usaha untuk selalu memberikan informasi yang benar kepada konsumen, baik mengenai harga, kualitas, maupun kondisi barang, sehingga dapat menghindari terjadinya kecurangan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Kedua, sifat amanah menuntut pelaku usaha untuk menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik, tidak mengurangi timbangan, serta memastikan barang yang dijual sesuai dengan yang dijanjikan. Ketiga, sifat tabligh mengimplikasikan pentingnya keterbukaan informasi dalam transaksi, seperti menjelaskan detail produk secara jelas dan tidak menutupi kekurangan barang, sehingga tercipta komunikasi yang transparan antara penjual dan pembeli. Keempat, sifat fathanah mendorong pelaku usaha untuk memiliki kemampuan manajerial yang baik, mampu mengambil keputusan yang tepat, serta mengelola usaha secara profesional agar bisnis dapat berkembang secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi para pedagang terutama di Toko Mahabbatullah II Kota Jambi agar membenahi diri sehubungan dengan Etika Bisnis Islam dalam berdagang. Dengan penerapan Etika Bisnis Islam yang benar diharapkan keberkahan dan kenyamanan pembeli tercipta.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, penulis memberikan beberapa saran pada pengelola toko dan karyawan untuk selalu menerapkan Etika Bisnis Islam dalam berdagang.

Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan kajian lebih mendalam persepsi konsumen terhadap pelayanan etis untuk melihat efek Etika Bisnis Islam terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan dan penelitian lanjutan bisa menggunakan metode kuantitatif atau campuran untuk mendapatkan data lebih luas dan generalisasi yang kuat.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Departemen Agama RI. Al-Qur'an dan Tafsirnya (Edisi Yang Disempurnakan), (Jakarta: Lentera Abadi, 2010).

Qur'an Surah At-Taubah: ayat 119.

BUKU:

A. Darussalam. Etika Bisnis dalam Perspektif Hadis, (Cet 1 Alauddin Universitas Press, 2011).

A. Sonny Keraf. Etika Bisnis Membangun Citra Bisnis sebagai Profesi Luhur, (Yogyakarta: Kanisius, 1991).

A. Sonny Keraf. Etika Bisnis, (Yogyakarta: Kanisius, 1998).

Abdullah, Yatimin. Studi Akhlak dalam Perspektif Al-Qur'an. (Jakarta: Amzah, 2007).

Agusriandi. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang di Pasar Pamenang Kabupaten Merangin Jambi", Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen, Vol. 1. No. 4, (2023).

Agustina Mutia. "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Pedagang di Pasar Tradisional Kelurahan Sengeti", Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis, Vol. 2. No. 1, hal. 119, (2024).

Ahmad Ghulami Adyan Danar Saputra, dkk. "Penerapan Etika Bisnis Islam pada Jasa Barbershop

- di Kabupaten Magelang”. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Dan Kewirausahaan*, Vol 3. No. 3, (2023).
- Ali Hasan. *Manajemen Bisnis*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009).
- Ali, A. J. *Perspektif Islam Tentang Manajemen dan Organisasi*, (Cheltenham: Edward Elgar, 2009).
- Ambok Pangiuk. “Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Penggunaan Timbangan Sembako Dalam Jual Beli (Studi Kasus di pasar Mendahara Ilir, Tanjabtim)”. *Journal of Islamic Economics and Business*. Vol 4. No.1, (2019).
- Andi Prastowo. *Kolektif Data Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Diva Press, 2010).
- Antonio, M. Syafii. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001)
- Antonio, M. Syafii. *Ensiklopedia Leadership dan Manajemen Muhammad SAW*, (Jakarta: Tazkia Publishing, 2008).
- Antonio, M. Syafii. *Muhammad SAW: The Super Leader Super Manager*, (Jakarta: Tazkia Publishing, 2007).
- Antonio, M. Syafii. *Panduan Praktis Syariah*, (Jakarta: Tazkia Institute, 2010).
- Antonio, Muhammad Syafii. *Ensiklopedia PROLM (Prophetic Leadership & Management Wisdom): Amanah Personal Capital*, (Jakarta: Tazkia Publishing, 2013).
- Apriliani, Y., dan Safar, M. P. “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Membangun Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada UMKM, El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 5, No. 1, (2023).
- Aztyara Ismadharliani. “Penerapan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Toko Baju Zifa Desa Tarikan, Kumpeh Ulu), *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, Vol. 2. No. 1, (2024).
- Beid Fitrianova Andriani. “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Keberhasilan Usaha (Studi Pada Usaha Rempeyek Ilham Kota Jambi)”, *Jurnal of Student Research (JSR)*, Vol. 1. No. 5, (2023).
- Chapra, M. U. *Islam dan Tantangan Ekonomi*, (Leicester: Yayasan Islam, 1992).
- Darmawati. “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam: Eksplorasi Prinsip Etis Al-Qur’an dan Sunnah,” *Jurnal Pemikiran Hukum Islam*. Vol 11. No. 1, (2013).
- Efni Anita. “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam di Kedai Martabak Ulama India (MUI) Telanaipura di Kota Jambi”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 2. No. 3, (2024).
- Eja Armaz Hadi. “Etika Produksi Islami: Masalah dan Maksimalisasi Keuntungan”, *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 8. No. 1, (2020).
- Eri Nofriza, dkk, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja UMKM Batik Khas Jambi” *Jurnal Icons Islamic Economis Journal*. Vol. 3. No. 1, (2025).
- Erly Juliyanti, “Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Ummu Qura*. Vol. 8 No. 1 (Maret 2016).
- Fadhli, Muhammad. “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Perdagangan Muslim”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.7. No. 2, (2021).
- G.W.I Awal Habibah. “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha Fashion Muslim di Desa Pulau Mentaro Kabupaten Muaro Jambi”, *Jurnal Visi Manajemen*, Vol. 11. No. 1. (2025).
- Habriyanto. “Analisis Etika Berkonsumsi Pada Makanan dan Minuman (Studi Mahasiswa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi), *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, Vol. 2. No. 1, (2024).
- Hadi, R. *Etika Bisnis Islam di Dunia Modern*, (Jakarta: Kencana, 2020).
- Hansen Rusliani, dkk. “Pengelolaan Limbah Tahu Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Desa Kasang Puduk Kecamatan Kumpeh Ulu Kabupaten Muaro Jambi)”, *Jurnal Pendidikan Tambusai*. Vol. 9. No. 1, (2025).
- Hendi Suhendi. *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).
- Ika Yunia Fauzi. *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Kencana, Prenadamedia Group, 2013).
- Inka Sri Yunara, Nazori, dan Nurfitri Martaliah. “Moralitas Tindakan Ekonomi Pedagang Pasar Kamis Sungai Manau Kabupaten Merangin Provinsi Jambi”, *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah*. Vol. 1. No. 3, (2023).
- Juliyani, E. “Etika Bisnis dalam Perspektif Islam”. *Jurnal Ummul Quro*. Vol 7. No.1 (2016).

JURNAL:

- Khairil Umuri dan Azharsyah Ibrahim. "Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut tinjauan Etika Bisnis Islam". Jurnal Iqtisaduna. Vol 6. No. 2 Ed. Desember (2020).
- Kusaeri, Ahmad. Aqidah Akhlak, (Semarang: Toha Putra, 2008).
- M Gladion Diego Hermika Putra, Arsa, dkk. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pasar Tradisional Merlung", Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah. Vol. 1. No. 6, (2023).
- Mareta Elesia Putri, dkk. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang di Pasar Pamenang Kabupaten Merangin Jambi". Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen. Vol 1. No. 4. (2023).
- Maulana Yusuf. "Etika Islam dalam Ranah Politik: Respons dan Tinjauan Kritis Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah Provinsi Jambi terhadap Penyelenggaraan Pilkada Langsung (2005-2015)", Jurnal Etika Islam Ranah Politik. Vol. 10. No. 1, hal. 143. (2017).
- Muhammad Subhan, dkk. "Prospek Usaha Pembuatan Batu Bata Dalam Kesejahteraan Karyawan Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pengusaha Batu Bata di Desa Lingkarnago Kelurahan Sungai Bengkal Kabupaten Tebo), Jurnal Sainss Student Research. Vol. 1. No. 2, (2023).
- Muslich. Etika Bisnis Islam, (Jakarta: Ekonisia, 2004).
- Nor Jannah dan Aziz Akbar. "Dilema Transparansi Harga: Analisis Implementasi Akad Murabahah dan Mitigasi Risiko Gharar pada UMKM Busana Muslim, Jurnal Dalwa Islamic Economic Studies. Vol. 4. No. 2, (2025).
- Norvadewi. Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif), (Al-Tijary, 2015).
- Ogi Saputra. "Analisis Perilaku Pedagang Buah dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Pasar Buah Simpang Sado Kota Jambi", Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis, Vol. 1. No. 4, (2023).
- Putri Apria Ningsih, dkk. "Penerapan Sistem Bagi Hasil Budidaya Madu Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam di Desa Rantau Karya Kecamatan Geragai Kabupaten Tanjabtim. Vol. 2. No. 1, hal. 567, (2024).
- Qardhawi, Yusuf. Norma-norma Etika Ekonomi Islam, (Jakarta: Gema Insani Press, 1993).
- Rafidah. "Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah", Jurnal Nalar Fiqh. Vol. 10. No. 2. (2023).
- Ratna Wijayanti, Daniar Paramita, dkk. Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3, (Yogyakarta, 2021).
- Rika Dwi Ayu Parmitasari. Pengantar Bisnis, (Makassar: Alauddin University Press, (2013).
- Rio Jaya Permata, dkk. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Market Place", Jurnal Ekonomi Syariah. Vol 7. No. 1, (2024).
- Rosidin. Pendidikan Agama Islam, (Yogyakarta: Deepublish, 2019).
- Simorangkir. ETIKA: Bisnis Jabatan dan Perbankan, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003).
- Siti Nurhaliza dan Abdur Rohman. "Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada UMKM "Zaramuthir" Di Kamal Bangkalan". Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Islam. Vol 7. No. 2, (2024).
- Sofyan S Harahap. Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam, (Jakarta: Salemba Empat, 2011).
- Sugiyono. Memahami Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2010).
- Sugiyono. Metode Kuantitatif Kuantitati, (Bandung: Alfabeta, 2012).
- Sugiyono. Metode Penelitian Kombinasi, (Mixed Methods, Bandung: Alfabeta, 2015).
- Sugiyono. Metode Penelitian Kombinasi, (Mixed Methods, Bandung: Alfabeta, 2015).
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D, (Bandung, Alfabeta: 2019).
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, (Bandung, Alfabeta: 2019).
- Usdeldi. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Ayam Potong di Pasar Angso Duo Kota Jambi" Jurnal Ekonomi Syariah. Vol. 3. No. 1, (2023).
- Velasquez, Manual G. Etika Bisnis: Konsep dan Kasus. (New Jersey: Pearson, 2005).
- Victor Diawantara. "Pengaruh Kompetensi Karyawan, Etika Bisnis Islam Terhadap Kualitas Pelayanan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kecamatan Rimbo Bujang Kab. Tebo Provinsi Jambi", Jurnal of Student Research (JSR), Vol. 1. No. 5, (2023).
- Wati, R., dan Dini, I.G. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam melakukan Transaksi di Pasar Tradisional", Jurnal Dinamika Manajemen Sosial Ekonomi, Vol. 4, No. 1, (2024)

Yusuf Qardhawi. Norma Dan Etika Ekonomi Islam. (Jakarta: Gema Insani, 1997).

Wawancara :

Wawancara dengan ibu Lia, Pengelola di Toko Mahabbatullah II Kota Jambi.

Wawancara dengan Habibi, Salah satu Karyawan di Toko Mahabbatullah II Kota Jambi.

Wawancara dengan Irma, Salah satu karyawan di Toko Mahabbatullah II Kota Jambi.

Wawancara dengan Rani, Salah satu Karyawan di Toko Mahabbatullah II Kota Jambi.

Wawancara dengan Dinda, Salah satu pembeli di Toko Mahabbatullah II Kota Jambi.

Wawancara dengan Laila, Salah satu pembeli di Toko Mahabbatullah II Kota Jambi.

Wawancara dengan ibu martini, Salah satu pembeli di Toko Mahabbatullah II Kota Jambi.