

## ETIKA BISNIS PADA PEDAGANG UMKM DI KELURAHAN PAYO LEBAR KOTA JAMBI

Fadhilah Febi Yanti<sup>1</sup>, M Nazori Majid<sup>2</sup>, Jevi Saputra<sup>3</sup>

[fadhilahffy@gmail.com](mailto:fadhilahffy@gmail.com)<sup>1</sup>, [nazorimajid@uinjambi.ac.id](mailto:nazorimajid@uinjambi.ac.id)<sup>2</sup>, [jevisaputra@uinjambi.ac.id](mailto:jevisaputra@uinjambi.ac.id)<sup>3</sup>

Universitas Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

### ABSTRAK

Penelitian dilatarbelakangi dari adanya pelaksanaan bisnis yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam pada Pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar Kota Jambi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar Kota Jambi menerapkan etika bisnis yang berlandaskan syariat-syariah Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan penggunaan data primer dan data sekunder sebagai sumber data. Teknik pengumpulan data yaitu dengan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi kepada pedagang UMKM di Kelurahan Payo lebar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar Kota Jambi telah menerapkan etika bisnis Islam sesuai dengan 5 indikator prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan (tauhid/unity) pedagang menanamkan nilai spiritual dengan menyeimbangkan kegiatan berdagang dan beribadah serta tidak melakukan kecurangan, prinsip keseimbangan (nizamiyah/equilibrium) pedagang memiliki standar pembuatan produk dengan takaran dan komposisi isi serta memberikan produk sesuai deskripsi, prinsip kehendak bebas (ikhtiar/free will) pedagang menetapkan harga dengan aspek rasional dan membebaskan konsumen dalam memilih, prinsip tanggung jawab (al- mas'uliyah/responsibility) memperhatikan keamanan kualitas produk, menerima dan bertanggung jawab terhadap keluhan konsumen, dan prinsip kebajikan (ihsan/benevolence) pedagang memberikan bonus dan potongan harga serta mengelola sisa produk dengan bijak. Pedagang UMKM diharapkan mempertahankan dan meningkatkan penerapan etika bisnis Islam, khususnya dalam hal ketepatan waktu ibadah, kejujuran dalam transaksi, serta kepedulian terhadap konsumen dan masyarakat sekitar. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat dilakukan lebih mendalam dengan memperluas lokasi penelitian, menambah jumlah responden, serta mengkaji daerah lain dengan kondisi sosial yang berbeda.

**Kata Kunci:** Etika, Bisnis, Etika Bisnis Islam.

### ABSTRACT

*The research was motivated by the existence of business practices that do not comply with Islamic business ethics among MSME traders in Payo Lebar Village, Jambi City. This study aims to determine whether MSME traders in Payo Lebar Village, Jambi City, apply business ethics based on Islamic sharia. This study uses a qualitative approach using primary and secondary data as data sources. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation of MSME traders in Payo Lebar Village. The results of the study indicate that MSME traders in Payo Lebar Village, Jambi City, have implemented Islamic business ethics in accordance with five indicators of Islamic business ethics principles: the principle of unity (tauhid/unity), where traders instill spiritual values by balancing trading and worship activities and refraining from cheating; the principle of balance (nizamiyah/equilibrium), where traders have product manufacturing standards with measurements and content composition and provide products according to descriptions; the principle of free will (ikhtiar/free will), where traders set prices rationally and give consumers the freedom to choose; the principle of responsibility (al-mas'uliyah/responsibility), where traders pay attention to product safety and quality, accept and take responsibility for consumer complaints; and the principle of benevolence (ihsan/benevolence), where traders provide bonuses and discounts and manage remaining products wisely. MSME traders are expected to maintain and improve the application of Islamic business ethics, particularly in terms of punctuality in worship, honesty in transactions, and concern for consumers and the surrounding community. Future research is expected to be conducted in greater depth by expanding the research location, increasing the number of respondents, and examining other*

*regions with different social conditions.*

**Keywords:** *Ethics, Business, Islamic Business Ethics.*

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran dalam pelaksanaan pertumbuhan pembangunan Indonesia telah mampu menekan dan menurunkan tingkat pengangguran dan kemiskinan dengan menciptakan lapangan pekerjaan. Dalam penyediaan kesempatan kerja yang tersedia UMKM mempunyai peluang yang sangat besar. Kesempatan kerja yang diciptakan oleh sektor UMKM pada setiap unit investasi lebih banyak apabila dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha besar. Dapat dikatakan bahwa UMKM merupakan sektor yang sangat menjanjikan serta memberikan dampak yang begitu besar bagi perekonomian di Kota Jambi. Dalam beberapa kali terjadi krisis ekonomi di Indonesia, UMKM telah teruji dapat menjadi katup pengaman dari dampak akibat krisis. Tetapi, setelah berhasil melewati krisis ekonomi UMKM tetap tidak mengalami perubahan terkait kebijakan yang berarti.<sup>1</sup>

UMKM dibidang kuliner di Kota Jambi sudah dirasakan kemajuannya. Berbagai UMKM yang menjual berbagai jenis makanan dan minuman dapat ditemukan hampir di setiap sudut Kota. Saat ini UMKM tersebut menjadi alternatif bagi masyarakat yang memiliki berbagai kesibukan sehingga tidak mempunyai waktu untuk menyiapkan kebutuhan seperti memasak. Dengan tersedianya berbagai jenis menu makanan, konsumen dapat dengan cermat mempertimbangkan UMKM mana yang kemudian mereka inginkan untuk membeli sesuatu. Oleh karena itu, untuk dapat menarik perhatian konsumen, pedagang UMKM harus memiliki sebuah strategi.<sup>2</sup>

Bisnis memegang peran yang begitu penting di dalam kehidupan manusia dalam aspek ekonomi dan sosial. Manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup membutuhkan harta. Maka semua kebutuhan suatu individu dapat terpenuhi dari usahanya sendiri dalam menjalani bisnis, tanpa adanya bisnis ekonomi masyarakat akan runtuh. Banyak dari masyarakat berlomba-lomba dalam memulai bisnis demi menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya walau diantara orang-orang tersebut tidak sedikit dari mereka menghalalkan berbagai cara untuk mencapai tujuannya.

Menjalankan suatu bisnis pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan sebuah keuntungan. Akan tetapi, segala sesuatu yang dilakukan akan ada pertanggungjawabannya karena dimana saja kondisi kita, kita tetap berada di dalam pengawasan Allah SWT termasuk dalam kegiatan ekonomi yaitu berdagang atau berbisnis. Apabila hal baik yang kita lakukan menghasilkan hal yang baik, pasti akan ada sebuah hadiah (*reward*) yang akan diterima, begitupun sebaliknya jika kita berbuat lalai atau melakukan suatu kesalahan, maka akan mendapat sebuah hukuman (*Punishment*). Mengenai aktivitas dalam bisnis terdapat etika bisnis yang berisi ketentuan terkait dengan apa yang diperbolehkan dan yang dilarang untuk dilakukan dalam menjalankan sebuah bisnis. Maka dari itu sebaiknya setiap usaha sebaiknya menerapkan standar beretika dalam berbisnis.<sup>3</sup>

Di era bisnis saat ini, pelaku usaha semakin menyadari pentingnya penerapan etika dan moral dalam menjalankan usahanya. Langkah ini tidak hanya berfokus tujuan untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga bertujuan membentuk karakter yang jujur dan disiplin

---

<sup>1</sup> Novegya Primandari Ratih et al., *Strategi Pengembangan UMKM* (Yogyakarta: Deepublish, 2023), 16.

<sup>2</sup> Alda Fadilla, Efni Anita, and Sri Rahma, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Di Kedai Martabak Ulama India (Mui) Telanaipura Di Kota Jambi," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 3 (March 2024): 3.

<sup>3</sup> Feby Indriati et al., "Analisis Penerapan Etika Bisnis Pecel Lele Kang Candi," *Majalah Ilmiah Manajemen* 12, no. 2 (2023): 12.

bagi semua pihak yang terlibat.<sup>4</sup> Etika sebagai pedoman yang membantu dan membimbing individu agar mereka melakukan perbuatan yang terpuji serta menegaskan bahwa perilaku yang telah ditetapkan harus dilakukan dengan baik dan benar.<sup>5</sup> Dengan adanya etika akan tercipta batasan-batasan dalam melakukan sesuatu, hal ini diperlukan agar pelaku bisnis tidak terjerumus kedalam sebuah hal yang dapat membuat pelaku bisnis merugikan diri sendiri dan orang lain.

Etika bisnis menurut Patcham *et al* dalam Aris merupakan ajaran yang membedakan antara benar dan salah pada keputusan–keputusan strategis yang diambil oleh pimpinan perusahaan. Dapat dikatakan bahwa etika bisnis dapat dianggap adalah cara-cara yang dipraktekkan saat menjalankan bisnis yang dijalankan perusahaan, yang mengatur manajemen perusahaan dan hubungan dengan stakeholder (beberapa pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan).<sup>6</sup> Tanggung jawab bukan hanya tentang beretika dan bermoral dari pelaku bisnis saja, tapi juga terkait dengan berbagai pihak yang berkaitan harus turut mendukung, sehingga kondisi sebuah bisnis yang sehat, baik, dan bermartabat yang nantinya akan membawa banyak manfaat untuk seluruh masyarakat, bangsa dan negara akan terwujud situasi.<sup>7</sup>

Islam merupakan agama yang memiliki ketentuan serta struktur sosial yang jelas, akomodatif dan diterapkan dalam mengarahkan dan menata kehidupan manusia yang dinamis dan berkesejahteraan. Etika di dalam Islam menganjurkan manusia agar selalu saling berbuat baik dengan tolong-menolong, menjauhi dan mengenyahkannya perasaan iri dan dengki, serta terus bekerjasama untuk berbuat kebaikan.<sup>8</sup> Islam mengatur berbagai aspek kehidupan lainnya, termasuk aspek ekonomi. Ayat-ayat Al-Qur'an mendorong untuk melakukan perdagangan dan usaha yang baik, aturan ini yang disebut sebagai etika dalam menjalankan bisnis. Hal ini selaras dengan yang dikemukakan oleh Muslich dalam Miftahurrahman bahwa etika bisnis Islam merupakan pedoman normatif yang berasal dari syariat Islam yakni Al-Qur'an dan Hadist dan Sunnah Rasul sehingga menjadi pedoman untuk pebisnis melaksanakan dan mengatur bisnis dengan alamiah.<sup>9</sup>

Islam mengajarkan bahwa seseorang tidak diperbolehkan bekerja dengan sesuka hatinya untuk memperoleh suatu keuntungan hingga dapat dengan mudah melakukan kecurangan, riba, bersumpah palsu dan melakukan perilaku tercela lainnya. Maka dari itu Islam mengatur bagaimana cara melaksanakan bisnis bagi para pengusaha dan pedagang dengan baik agar selain mendapatkan keuntungan, kesejahteraan (falah) dan kehidupan yang harmonis, namun juga demi menjaga keseimbangan di kehidupan dunia serta kehidupan di akhirat. Menjalankan aktivitas dalam berbisnis yang tepat dengan mengikuti ketentuan syariat dalam Islam mampu menciptakan suatu ketentraman, kenyamanan dan keamanan dalam melaksanakan suatu usaha dan perusahaan tentu dapat melakukan proses produksi hingga strategi pemasaran yang berlandaskan pada nilai-nilai keislaman.<sup>10</sup>

---

<sup>4</sup> Abdullah Mundir and Tomiyadi, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Kecil Dan Menengah Mikro (UMKM) Di Kabupaten Pasuruan," *Alkasb: Journal of Islamic Economics* 2, no. 2 (Desember 2023): 155.

<sup>5</sup> Dina Faradisa et al., "Etika Berbisnis Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Sahmiyya* 2, no. 2 (2023): 325.

<sup>6</sup> Aris Puji Purwatiningsih, *Buku Ajar Etika Bisnis & CSR* (Jawa Tengah: Penerbit NEM, 2022), 82.

<sup>7</sup> Zaenal Aripin and Rizqi Padma Negara, *Perilaku Bisnis: Etika Bisnis & Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 7.

<sup>8</sup> Widadatur Rahmah and Lukmanul Hakim, "Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Stokis Herba Penawar Al Wahida Indonesia (HPAI) Di Keppo Polagan Galis Pamekasan," *MABNY: Journal of Sharia Management and Bussiness* 2, no. 1 (April 2022): 28.

<sup>9</sup> Miftahurrahmah et al., *Konsep Bisnis Islam* (Solok: Mafy Media Literasi Indonesia, 2023), 100.

<sup>10</sup> Diana Lestari, Masruchin, and Fitri Nur Latifah, "Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Pada UMKM Franchise Pentol Kabul Dalam Meningkatkan Pendapatan," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and*

Etika dalam berbisnis telah dicontohkan oleh Rasulullah seperti Rasulullah selalu bersikap jujur, ramah, adil, dapat dipercaya, cerdas, bertanggung jawab, professional, tidak melakukan penimbunan barang dan tidak bersumpah palsu. Sehingga, dari etika dapat membentuk karakter pedagang yang mampu bersikap jujur kepada konsumen. Etika diimplementasikan pada suatu usaha agar pedagang tidak berbuat sesuatu yang melanggar dari peraturan yang telah ditentukan jadi usaha yang sedang dilakukan mendapat berkah dari Allah SWT.<sup>11</sup> Apabila hal tersebut dilakukan, maka rezeki yang seharusnya didapatkan akan sesuai dengan hal baik yang kita lakukan pula, karena setiap manusia memiliki rezekinya masing-masing begitupun juga dengan usaha. Pada kenyataannya, terdapat UMKM terutama UMKM milik pedagang muslim di Kota Jambi yang belum melaksanakan etika bisnis yang sesuai dengan syariat dalam menjalankan bisnisnya, baik itu pada kegiatan operasional, pembelian, produksi, penjualan atau pertukaran antara barang dan jasa yang mengikutsertakan suatu pihak baik itu orang atau sebuah perusahaan.

Wawancara dengan konsumen yaitu Ibu Amel selaku konsumen dari pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar, Kota Jambi:

*“Kami pernah beli tahu sumedang itu. Produknyo enak lah, pelayanannyo jugo ramah dan cepat jugo, tapi itulah kadang tahunyo keasinan, ado jugo pernah beli tapi pisangnyo ado yang gosong.”*<sup>12</sup>

Wawancara dengan konsumen yaitu Ibu Fitri selaku konsumen dari pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar, Kota Jambi:

*“Sayo pernahlah beli pangsit itu tapi kadang rasanya tu tak enak untuk yang isian tahu samo sosis. Sayo sekarang kalo beli yang isian bihin be.”*<sup>13</sup>

Wawancara dengan konsumen yaitu Bapak Supri selaku konsumen dari pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar, Kota Jambi:

*“Saya pernah beli kebab, produk tu enak lah, hargonyo jugo dak mahal nian. Kalo yang depan alfamart tu enak, tapi sayurnyo idak enak lagi. Kalo yang sebelah bakso tu jugo enak, lumayan mahal lah tapi karno dio pake daging, nah kalo disitu kadang isian produk yang di kasih dak sesuai dengan yang saya pesan.”*<sup>14</sup>

Wawancara dengan konsumen yaitu Bapak Riski selaku konsumen dari pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar, Kota Jambi:

*“Kami sering beli di situ, paling sering beli corn dog, produk jajanannyo enak lah. Pelayanan kadang kurang ramah. Kalo lagi rame yo antri lah kami, tapi cepatlah dapat pesanannyo.”*<sup>15</sup>

Berdasarkan hasil wawancara pada konsumen menunjukkan bahwa pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar, Kota Jambi masih banyak yang belum menerapkan etika bisnis Islam. Dari wawancara tersebut kita dapat melihat pentingnya penerapan etika bisnis Islam, karena etika bisnis dalam Islam selalu menekankan agar menjalankan bisnis dengan jujur agar tidak ada yang dirugikan terutama mengenai kualitas produk yang dijual.

---

*Finance* 5, no. 1 (May 22, 2022): 27.

<sup>11</sup> Rio Jaya Permata and Ulil Albab, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Marketplace,” *Mu’amalatuna Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2024): 21.

<sup>12</sup> Amel, “Wawancara Konsumen Dari Pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar Kota Jambi,” *Direct*, February 28, 2024.

<sup>13</sup> Fitri, “Wawancara Konsumen Dari Pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar Kota Jambi,” *Direct*, February 28, 2024.

<sup>14</sup> Supri, “Wawancara Konsumen Dari Pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar Kota Jambi,” *Direct*, February 28, 2024.

<sup>15</sup> Riski, “Wawancara Konsumen Dari Pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar Kota Jambi,” *Direct*, February 28, 2024.

Dengan menerapkan etika bisnis Islam para konsumen dapat menjadi konsumen tetap, hal ini bisa menjadikan usaha kita berjangka panjang.<sup>16</sup>

Beekun dalam Anwar mengungkapkan bahwa terdapat nilai-nilai etika Islam yang mempengaruhi etika pelaku bisnis yaitu: 1) Kesatuan (*unity*); 2) Keadilan atau Keseimbangan (*equilibrium*); 3) Tanggung jawab (*responsibility*); 4) Kehendak bebas (*free will*); 5) Kebajikan (*Benevolence*).<sup>17</sup> Pendapat Beekun sesuai dengan praktek etika bisnis Islam yang ditegaskan oleh M. Quraish bahwa praktek etika bisnis dalam Islam yaitu eksistensi amal yang mempunyai visi ke depan, kejujuran, keramahmatan, penawaran yang jujur, tidak monopoli, tegas dan adil dalam timbangan dan lain-lain.<sup>18</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Nurmeiny Putri Ramadhany, Havis Aravik dan Choirunnisak mengenai *Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Rozza Bakery Palembang (2023)* yang diterbitkan dalam *JIMPA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, menunjukkan penerapan prinsip etika bisnis Islam terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Rozza Bakery Palembang berdasarkan hasil observasi dan wawancara pada *stakeholder* Rozza Bakery yang meliputi pemilik usaha, karyawan, serta pelanggan telah diterapkan dengan baik.<sup>19</sup> Selain itu terdapat penelitian yang dilakukan oleh Aurelia Zahwa Putri E, A. Tarmizi dan Beid Fitrianova Andriani mengenai *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Keberhasilan Usaha (Studi Pada Usaha Rempyek Ilham Kota Jambi (2023)* yang diterbitkan dalam *Journal of Student Research (JSR)*, menunjukkan bahwa usaha Rempyek Ilham Kota telah menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya, namun terdapat kendala dalam penerapan etika bisnis Islam yaitu menepati janji yang disebabkan oleh kurangnya tenaga kerja di bidang produksi yang menyebabkan keterlambatan pada pengiriman produk kepada konsumen dan kurang teliti dalam memberikan produk kepada konsumen.<sup>20</sup>

## METODOLOGI

Metode penelitian umumnya merupakan cara ilmiah yang dilakukan untuk memperoleh serta mengumpulkan data dengan suatu tujuan atau kepentingan tertentu. Jenis metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian dengan ilmiah yang memiliki sifat deskriptif yaitu menggambarkan tentang permasalahan dan objek yang diteliti dan dalam analisisnya menggunakan pendekatan induktif. Pada penelitian ini difokuskan pada fakta yang terjadi di lapangan.

Pada penelitian kualitatif ini peneliti akan melakukan wawancara atau berdialog dengan pedagang UMKM dan konsumen dari pedagang UMKM untuk mendapatkan data yang kemudian akan menjadi jawaban atas permasalahan yang ada di dalam penelitian ini. Berdasarkan hal tersebut, peneliti mendeskripsikan bagaimana etika bisnis pada pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar Kota Jambi.

---

<sup>16</sup> Adi Martin, Ambok Pangiuk, and Ogi Saputra, "Analisis Perilaku Pedagang Buah Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Di Pasar Buah Simpang Sado Kota Jambi," *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis* 1, no. 4 (October 2023): 123.

<sup>17</sup> Anwar et al., *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2023), 128.

<sup>18</sup> Iwan Aprianto et al., *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 13.

<sup>19</sup> Nurmeiny Putri Ramadhany, Havis Aravik, and Choirunnisak, "Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Rozza Bakery Palembang," *JIMPA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah* 3, no. 1 (March 2023): 13–26.

<sup>20</sup> Aurelia Zahwa Putri, A Tarmizi, and Beid Fitrianova Andriani, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Keberhasilan Usaha (Studi Pada Usaha Rempyek Ilham Kota Jambi)," *Journal of Student Research (JSR)* 1, no. 5 (September 2023): 343–357.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Etika Bisnis Pada Pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar Kota Jambi

Menjalankan usaha dagang merupakan suatu bentuk usaha masyarakat agar bisa memenuhi kebutuhan hidup yang diharapkan. Selain itu kegiatan ini seharusnya tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan keberkahan duniawi saja, akan tetapi juga sebagai perwujudan dari ketakwaan kepada Allah SWT. Islam memiliki pedoman dalam menentukan hal-hal terkait kegiatan usaha yang terdapat dalam prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu kesatuan (*tauhid/unity*), keseimbangan (*nizamiyah/equilibrium*), kehendak bebas (*ikhtiar/free will*), bertanggung jawab (*al-mas'uliyah/responsibility*) dan kebajikan (*ihsan/benevolence*).

#### 1. Kesatuan (Tauhid/Unity)

Kesatuan atau tauhid adalah segala aspek ekonomi merupakan menetapkan batasan-batasan terhadap aktivitas manusia di dunia, sehingga tercipta keadilan dan keseimbangan. Pemahaman pada prinsip ini adalah meyakini bahwa setiap aktivitas manusia termasuk bisnis harus dilakukan karena Allah SWT sebagai bentuk dari ibadah serta meyakini bahwa segala sesuatu yang berada di bumi hanyalah titipan dari Allah SWT dan kapan saja dapat kembali kepada-Nya. Sebagai pemilik usaha dalam menentukan keputusan harus berdasarkan nilai tauhid agar mendapatkan ridha dari Allah SWT. Pada kegiatan ekonomi apa yang dimiliki saat ini harus dilakukan dengan mengikuti ketentuan syariat Islam yakni dengan kesadaran diri memposisikan usaha yang digeluti sebagai ibadah demi mencari rezeki yang halal tanpa melakukan sebuah kecurangan serta tidak meninggalkan kewajiban dalam agama. Sebagaimana hasil wawancara yang peneliti peroleh bersama Ibu Mariah selaku pedagang dari UMKM Es Dogan Nisa & Nabila:

*“Rezeki itu kan datangnya dari Allah, kita Cuma menjalankannya saja. Saya percaya kalau rezeki itu datang bisa kapan saja, semuanya saya niatkan untuk ibadah, ibadah wajib juga tidak boleh ditinggalkan. Kalau waktunya solatkan biasanya sepi pembeli, ketika itu saya sholat, dagangannya saya tinggal dulu. Saya percaya kalau semuanya pasti dilihat sama Allah, jadi semua kecurangan itu pasti diketahui yang maha kuasa, selain itu juga nanti pembeli jadi kecewa, saya tidak mau kehilangan pembeli. Saya selalu menjajakan dogan yang masih bagus, jika ada pembeli yang minta dipikirkan, saya pilihkan sesuai keinginan dia.”<sup>21</sup>*

Berdasarkan dari wawancara yang telah dilakukan diketahui bahwa Ibu Mariah dalam menjalankan usahanya dengan diniatkan untuk beribadah. Beliau berkeyakinan bahwa berdagang adalah salah satu bentuk ibadah di dunia, dengan itu ketika menjalankan usaha Ibu Mariah yakin bahwa rezeki akan datang sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Saat tiba waktunya untuk menunaikan ibadah, situasi konsumen biasanya relatif sepi, maka Ibu Mariah tidak ragu meninggalkan dagangannya untuk beribadah. Ibu Mariah juga meyakini bahwa setiap perbuatan pasti diawasi oleh Allah SWT, hal ini menjadi landasan moral untuk menjauhi kecurangan demi menjaga kepercayaan pembeli dan melayani pembeli dengan baik.

Keterangan yang hampir sama peneliti temukan ketika mewawancarai Bapak Hamid selaku pedagang dari UMKM Roti Panggang 5.000\_An juga:

*“Berdagang ini ya saya niatkan seperti itu. Saat sedang ramai saya layani pembeli sesuai pesanan mereka, ketika bisa ibadah, dagangan saya titipkan ke toko cece yang dibelakang. Tapi jika tidak ada pembeli, saya langsung berangkat ke masjid. Setelah itu saya kembali berjualan. Saya selalu mencoba tetap taat dan tidak berbuat buruk, saya*

---

<sup>21</sup> Mariah, “Wawancara Pedagang UMKM Es Dogan Nisa & Nabila” *Direct*, September 9, 2025.

*menanamkan pada diri saya kalau segala hal yang saya lakukan itu pasti diketahui oleh yang maha kuasa, saya juga takut dosa, jadi insha allah saya akan selalu bersikap baik dan tidak berbuat sesuatu yang merugikan pembeli dan diri saya sendiri.”<sup>22</sup>*

Berdasarkan temuan dari wawancara di lapangan dapat diketahui bahwa Bapak Hamid menjalankan kegiatan usahanya dengan diniatkan untuk ibadah dan tidak kewajiban ibadah. Ketika waktunya sholat Bapak Hamid jika terdapat pelanggan maka bapak Hamid akan melayani pelanggan, lalu akan menitipkan dagangannya kepada pemilik toko dibelakangnya dan pergi beribadah, jika tidak terdapat pembeli maka Bapak Hamid akan langsung beribadah. Setelah beribadah Bapak Hamid kembali melakukan aktivitas dagangnya dengan baik sehingga tidak merugikan pembeli dan dirinya sendiri, hal ini dilakukan karena Kasadaran religius Bapak Hamid yang juga takut akan dosa mendorong beliau untuk menghindari perbuatan tercela yang dapat merugikan dirinya dan konsumen.

Pernyataan yang tidak jauh berbeda peneliti temukan dalam wawancara bersama Ibu Ardila Ningrum selaku pedagang dari UMKM Eat Moza:

*“Kalo niat itu pasti untuk mencari nafkah. Mencari nafkah itu kan termasuk salah satu ibadah, jadi pasti saya niatkan untuk ibadah. Ibadah di dunia dan akhirat itu menurut saya harus setara, jadi seperti waktunya ibadah satu orang bisa sholat dahulu, karena yang berjaga dua orang, kalau mau izin sholat akan diperbolehkan, apalagi masjidnya tidak jauh, jadi pergi ke masjidnya bisa bergantian. Kalau ibadah sudah sesuai, kami juga sebisa mungkin menerapkan bagaimana Rasulullah berdagang, jadi kami berusaha melayani dengan baik, menjelaskan soal produk ke konsumen dengan sesuai dan insha allah kami amanah.”<sup>23</sup>*

Berdasarkan pernyataan Ibu Ardila diperoleh temuan bahwa usaha yang dilakukan beliau diniatkan untuk beribadah. Ibu Ardila dan rekannya selalu berupaya menyeimbangkan ibadah di dunia dan ibadah di akhirat. Saat waktu sholat tiba keduanya akan bergantian menunaikan ibadah dan berjaga dagangan mereka. Ibu Ardila juga menerangkan bahwa mereka berusaha meneladani etika yang diterapkan Rasulullah dalam berdagang.

Pernyataan dari beberapa pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar mengenai niat berdagang dan ketaatan beribadah serta etika dalam melayani konsumen dengan baik di dibenarkan oleh Ibu Ayu selaku konsumen:

*“Saya jarang beli disini kak karena saya tinggal di Sabak jadi ke Jambi kalau ada kegiatan atau keperluan. Kalau sedang di Jambi, biasanya saya kesini sehabis ashar sampai magrib. Saya kurang begitu tahu tentang ibadah pedagang disini, tapi sewaktu magrib pasti daerah ini sepi. Saya pernah beli martabak waktu magrib tapi penjualnya tidak ada, jadi saya sengaja menunggu karena sebentar lagi mau pulang, ketika penjualnya datang, saya lihat arahnya dari masjid. Hanya begitu saja sepengalaman saya. Selama pengalaman beli jajanan disini saya juga tidak pernah merasa dicurangi, pedagangnya juga ramah dan baik, produk yang pernah saya beli selalu oke”<sup>24</sup>*

Berdasarkan penuturan Ibu Ayu diketahui bahwa meskipun beliau tidak mengetahui dengan pasti tentang bagaimana pelaksanaan ibadah para pedagang. Namun, ditemukan indikasi bahwa pedagang meninggalkan usahanya untuk menunaikan sholat Selain itu, Ibu Ayu juga menyatakan bahwa selama bertransaksi dengan pedagang beliau tidak pernah

---

<sup>22</sup> Hamid, “Wawancara Pedagang UMKM Roti Panggang 5.000\_An” *Direct*, September 9, 2025.

<sup>23</sup> Ardila Ningrum, “Wawancara Pedagang UMKM Eat Moza” *Direct*, October 12, 2025.

<sup>24</sup> Ayu Nilara Ditama, “Wawancara Konsumen Dari Pedagang UMKM Di Kelurahan Payo Lebar” *Direct*, November 11, 2025.

merasa dicurangi. Pedagang juga dinilai ramah dalam melayaninya dan produk yang dibeli selalu dalam kondisi baik.

Dari wawancara dan observasi yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa para pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar dalam menjalankan aktivitas usahanya dengan dilandaskan sebagai ibadah, sehingga selain mencari rezeki para pedagang juga tidak meninggalkan kewajiban ibadahnya. Dari beberapa keterangan terkait pelaksanaan ibadah dari para pedagang, ada pedagang yang langsung meninggalkan dagangannya untuk menunaikan ibadah, kemudian ada pedagang yang melayani pembeli yang sedang membeli dahulu lalu menitipkan dagangannya kepada orang tertentu barulah setelah itu melaksanakan ibadah dan ada pedagang yang ketika waktu ibadah tiba mereka akan melaksanakannya secara bergantian dengan rekan mereka. Para pedagang memiliki kesadaran untuk menghindari kecurangan karena meyakini adanya pengawasan dari Allah SWT serta meneladani etika berdagang Rasulullah.

## **2. Keseimbangan (Nizamiyah/Equilibrium)**

Keseimbangan dalam menjalankan kegiatan usaha bagi pemilik usaha adalah dengan menerapkan keadilan untuk konsumen. Keseimbangan atau keadilan merupakan komponen yang penting untuk diterapkan dalam aktivitas usaha. Mengamalkan keadilan dalam pelayanan konsumen dapat meningkatkan kepercayaan konsumen kepada usaha yang dijalani sehingga konsumen akan membeli lagi dan menjadi pelanggan. Penerapan konsep keseimbangan yang dilakukan oleh pemilik usaha adalah bersikap adil kepada konsumen dengan tidak membedakan pelayanan untuk setiap konsumen dan tidak berbuat curang atau menipu konsumen mengenai takaran produk. Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan dari wawancara bersama Ibu Yumelda selaku pedagang dari UMKM Jolly Potter menyatakan hasil bahwa:

*“Takaran produk ini sudah ada SOPnya, untuk menakarnya bubuk minumannya kami gunakan alat yang sudah ada. Takaran sendok gula, air dan es batunya juga begitu. Kami selalu memastikan bahwa takaran sesuai jadi rasa minuman selalu sama dan sesuai. Saya juga memastikan tidak ada yang tertinggal di blender ketika produk dipindahkan ke gelas cup, jadi pembeli akan mendapat produk yang sesuai dari saya.”<sup>25</sup>*

Mengacu pada pernyataan dari wawancara yang dilakukan diketahui bahwa produk yang dijual Ibu Yumelda ditakar menggunakan alat yang sesuai dengan SOP (standar operasional prosedur) sehingga rasa dan banyaknya produk yang diberikan kepada konsumen sama. Ibu Yumelda juga memastikan bahwa pembeli mendapatkan haknya dengan utuh.

Hal yang berbeda didapatkan oleh peneliti dalam wawancara bersama Bapak Afri Kurniansyah selaku pedagang dari UMKM Kebab Saffana:

*“Kami tidak ada takaran tapi kami memiliki standar pembuatan produk, semua produk dijual ada penyesuaian harganya. Untuk burger itu sesuai harga kalau pakai daging harganya 15.000, yang pakai nugget ayam harganya 12.000. Kebab begitu juga yang pakai sosis kecil 10.000, kalau sosis besar 12.000 dan yang pakai daging 15.000. Semua produk disajikan ke pembeli sesuai dengan keinginan mereka dan isianya juga lengkap sesuai dengan gambarannya, jadi sebagai pedagang kami untung, konsumen juga tidak rugi.”<sup>26</sup>*

Wawancara yang peneliti lakukan terhadap Bapak Afri menerangkan bahwa meskipun tidak memiliki alat takaran khusus, UMKM Kebab Saffana memiliki standar untuk pembuatan produk. Satuan burger dan kebab yang dijual olehnya memiliki variasi

---

<sup>25</sup> Yumelda, “Wawancara Pedagang UMKM Jolly Potter” *Direct*, October 12, 2025.

<sup>26</sup> Afri Kurniansyah, “Wawancara Pedagang UMKM Kebab Saffana” *Direct*, October 12, 2025.

dengan harga yang juga berbeda sesuai dengan bahan dan isian yang digunakan. Bapak Afri juga menyajikan produk lengkap sesuai dengan deskripsi visual produk yang ditampilkan sehingga tidak menimbulkan kesenjangan antara ekspektasi dan realita bagi konsumen.

Wawancara selanjutnya peneliti lakukan bersama Bapak Nur Arifin selaku pedagang dari UMKM Bakso Malang menyatakan bahwa:

*“Harga bakso ini satu porsi 15.000 sudah dapat bakso urat yang besar, bakso yang kecil 4, tahu isi bakso dan kerupuk pangsit Malang. Kalau yang pakai telur harganya jadi 18.000. Harga bakso ini tergolong mahal tapi sesuai harga pasarannya bakso Malang, jadi biasanya ketika ada pembeli yang bertanya saya jelaskan dulu agar tidak ada perasaan berat hati atau merasa ditipu saat membayar.”<sup>27</sup>*

Hasil wawancara yang diperoleh peneliti bersama Bapak Nur Arifin mendapatkan temuan bahwa Produk bakso yang dijual oleh Bapak Arifin menetapkan komposisi isi dalam satu porsi, perbedaan komposisi isi bakso maka juga terdapat perbedaan harga. Bapak Arifin juga transparan dalam menjelaskan tentang produknya kepada pembeli karena harga yang tergolong cukup mahal, hal ini agar tidak terjadi kesalahpahaman yang membuat pembeli merasa dirugikan atau tertipu.

Keterangan dari pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar tentang ketepatan takaran, porsi dan kesesuaian kondisi produk diperkuat oleh hasil wawancara dengan Saudari Nabila selaku Konsumen:

*“Bagi saya banyak isian produk sudah sesuai, seperti beli es teh ini, isinya sampai penuh. Dan menurut saya rasanya juga sudah pas di lidah saya. Makanan dan minum di pedagang lain yang pernah saya beli juga kualitasnya sangat bagus. Saya sering tanya ke pedagang soal produknya, penjelasan mereka lumayan membantu. Saya suka beli di pedagang di sini, kapan lagi dapat porsi yang cukup mengenyangkan.”<sup>28</sup>*

Berdasarkan pengakuan Saudari Nabila, produk yang dibeli oleh beliau sesuai baik dari segi takaran, porsi dan kualitas. Isi minuman dianggap penuh dan rasa sesuai selera. Dikatakan juga bahwa pedagang cukup informatif saat memberikan penjelasan terkait produk ketika ditanyakan. Saudari Nabila merasa puas karena porsi yang diberikan oleh pedagang dinilai cukup mengenyangkan.

Berdasarkan hasil dari wawancara dan observasi yang diterangkan peneliti di atas dapat disimpulkan bahwa pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar dalam proses pembuatan dan penyediaan produknya kepada konsumen menggunakan sebuah alat takar atau standar produksi untuk menjaga konsistensi rasa dan banyaknya isi produk agar tetap sama. Selain itu, terdapat pedagang yang tidak memerlukan alat takaran melainkan menentukan komposisi dari isi produknya dengan menyesuaikan harga. Para pedagang juga bersedia menjelaskan informasi terkait produknya secara jelas. Cara yang diterapkan para pedagang ini adalah suatu usaha mereka dalam bersikap adil dan membangun kepercayaan konsumen.

### **3. Kehendak Bebas (Ikhtiar/Free will)**

Manusia memiliki kehendak bebas dalam membuat setiap keputusan di dalam hidupnya, namun keputusan tersebut harus sesuai dengan syariat Islam. Penerapan kehendak bebas dalam aktivitas usaha merupakan suatu hak yang diberikan kepada pemilik usaha mengenai usaha apa yang ingin dijalani dan menentukan konsep usaha, serta memberikan hak kebebasan bagi konsumen untuk memilih produk yang diinginkan. Hasil

---

<sup>27</sup> Nur Arifin, Wawancara Pedagang UMKM Bakso Malang” *Direct*, September 9, 2025.

<sup>28</sup> Nabila Noviani Paula, “Wawancara Konsumen Dari Pedagang Di Kelurahan Payo Lebar” *Direct*, November 11, 2025.

yang peneliti peroleh dari wawancara dengan Ibu Wita Hartati selaku pedagang dari UMKM Es Buah Segar Ghafi mengungkapkan bahwa:

*“Harga jual produk saya sesuai dengan harga pasar, kalau tidak pembeli mungkin akan pindah membeli ke pedagang lain yang mungkin lebih murah, jadi saya putuskan memang menggunakan harga pasaran saja. Produk saya menyediakan banyak varian, jadi pembeli dibebaskan pilih sendiri mana yang mereka sukai, selernya mereka kan berbeda-beda. Misalnya stoknya habis biasanya ditawari yang lain, kalau tidak mau maka akan saya tidak memaksa.”<sup>29</sup>*

Dari wawancara bersama Ibu Wita yang dilakukan oleh peneliti mengungkapkan bahwa beliau menetapkan harga jual dengan mempertimbangkan kondisi pasar dan persaingan usaha. Ibu Wita melakukan hal tersebut dengan rasional agar tetap kompetitif. Ibu Wita juga membebaskan konsumen dalam memilih produk yang diinginkan dan disukai. Jika produk yang diinginkan pembeli habis maka Ibu Wita akan menawarkan alternatif lain kepada konsumen, namun apabila konsumen tidak mau maka Ibu Wita tidak akan memaksa.

Hasil yang tidak jauh berbeda diungkapkan oleh Bapak Indra selaku pedagang dari UMKM Khansa Fried Chicken di:

*“Harga jual ayam ini sesuai dengan modal. Kalau harga ayam di pasar naik pasti harga jual naik. Tapi, naiknya itu ketika harga ayam itu meningkat dalam waktu yang lama. Harga ayam ini dimulai dari harga 10.000 sampai 13.000. Saya tidak melebihi terlalu banyak keuntungan dari harga jual agar terjangkau oleh pembeli, beberapa yang menjual ayam juga menetapkan harga yang sama jadi disebut mengikuti harga pasaran juga bisa. Setiap penjualan produk tergantung konsumen ingin bagian ayam yang mana, bagian paha atau yang lainnya. Jika produk yang diinginkan pembeli habis, maka saya tidak akan memaksa pembeli membeli bagian ayam yang lain.”<sup>30</sup>*

Hasil wawancara menunjukkan bahwa dalam menjalani aktivitas usahanya Bapak Indra menetapkan harga jual berdasarkan pertimbangan besarnya modal dan fluktuasi harga bahan baku. Kenaikan harga bahan dalam jangka waktu tertentu dapat menjadi faktor dalam penyesuaian harga. Selain itu, harga jual yang ditetapkan oleh Bapak Indra tetap mempertimbangkan daya beli konsumen serta kondisi persaingan di sekitar lokasi usaha. Diterangkan juga bahwa Bapak Indra selalu memberikan kebebasan kepada para pembeli untuk menentukan pilihan dan memesan bagian ayam yang mana. Dan tidak ada tindakan pemaksaan kepada pembeli untuk beralih ke bagian produk lain bila produk yang diinginkan pembeli telah habis terjual habis.

Wawancara dengan Ibu Cucu Heriyanti selaku pedagang dari UMKM Tahu Sumedang dan Pisang Kipas Kang Dudung juga menyatakan hasil yang searah:

*“Harga jual ini sesuai harga pasar ya, satu buah itu 700 rupiah. Harga ini pernah naik ketika harga bahannya naik. Harga bahan selalu naik dan turun jadi agar tidak kemahalan kita pertimbangkan harga jual pasaran, jika tidak terlalu merugikan. Maka, setelah itu tetap kembali lagi ke harga pasar. Produk saya ada 3 jenis, tahu sumedang, tahu isi pedas dan pisang kipas. Pembeli saya bebaskan mau beli apa, pembelian produk ini juga bisa di campur sesuai bagaimana keinginan si pembeli, misalnya mau beli 10.000 tapi dicampur gitu bisa.”<sup>31</sup>*

Berdasarkan wawancara yang diperoleh dari Ibu Cucu mendapatkan hasil bahwa Ibu Cucu dalam menetapkan harga produknya disesuaikan dengan kondisi pasar kondisi pasar

<sup>29</sup> Wita Hartati, “Wawancara Pedagang UMKM Es Buah Segar Ghafi” *Direct*, September 9, 2025.

<sup>30</sup> Cucu Heriyanti, “Wawancara Pedagang UMKM Tahu Sumedang dan Pisang Kipas Kang Dudung” *Direct*, October 12, 2025.

<sup>31</sup> Indra, “Wawancara Pedagang UMKM Khansa Fried Chicken” *Direct*, September 9, 2025.

dan harga bahan baku. Ibu Cucu juga melakukan penyesuaian harga secara fleksibel agar tidak terjadi kerugian, disamping itu beliau tetap memperhatikan keterjangkauan kemampuan bagi konsumen. Ibu Cucu juga membebaskan konsumen dalam memilih produk yang ingin dibeli. Selain itu, beliau juga memperbolehkan konsumen memesan jenis produk dengan mengkombinasikan semua jenis produk yang tersedia.

Wawancara bersama Saudari Awal selaku konsumen mendukung hasil wawancara peneliti bersama para pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar terkait penyesuaian harga produk dan kebebasan bagi konsumen untuk memilih:

*“Kalau menurut saya untuk produk yang didapatkan dengan harga jajanan disini sesuai, apalagi harganya termasuk ramah di kantong pelajar seperti saya. Pedagang juga memiliki produk yang bervariasi, kalau saya bingung pernah ditawarkan produknya tapi tidak termasuk memaksa, jadi misalnya saya tertarik nanti akan saya beli.”<sup>32</sup>*

Berdasarkan pernyataan Saudari Awal diketahui bahwa harga produk yang dijual pedagang dinilai sesuai dengan kualitas produk yang diperoleh. Beliau mengatakan bahwa harga produk relatif terjangkau, terutama bagi kalangan pelajar. Selain itu, Saudari Awal juga menyatakan bahwa dalam proses transaksi tidak terdapat unsur pemaksaan dari pedagang, sehingga keputusan pembelian tetap berada pada konsumen.

Berdasarkan Wawancara dan Observasi yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa tidak semua pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar Kota Jambi menetapkan harga sesuai dengan besarnya modal, kondisi pasar, serta daya beli konsumen. Selain itu, ditemukan juga bahwa para pedagang UMKM memberikan kebebasan bagi konsumen dalam memilih dan memesan produk yang mereka inginkan. Para pedagang juga memberikan penawaran alternatif tanpa unsur pemaksaan apabila produk tertentu tidak tersedia, maka dari itu keputusan akhir terkait pembelian produk tetap berada pada konsumen. Tindakan tersebut menunjukkan adanya keseimbangan antara hak konsumen dan hak pedagang selaku pelaku usaha dalam transaksi.

#### **4. Tanggung Jawab (al-Mas’uliyah/Responsibility)**

Melaksanakan kegiatan usaha tentu memiliki beberapa situasi yang tidak terduga. Islam menetapkan setiap sesuatu yang diputuskan dan dilakukan oleh manusia memiliki hukum dan harus dipertanggung jawabkan. Dalam menjalankan usaha pemilik dari suatu usaha memiliki kewajiban untuk melayani dan menyediakan produk yang aman dan layak di konsumsi serta sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen, apabila terjadi suatu masalah maka pemilik usaha harus bertanggung jawab terhadap hak konsumen.

Wawancara yang peneliti peroleh bersama Bapak Surnili selaku pedagang dari UMKM Roti Bakar Lia Group mengungkapkan hasil bahwa:

*“Saya selalu mengecek produk dan pelengkap serta topingnya dengan baik. Tanggal Kadaluwarsa dan logo halalnya saya perhatikan, untuk seperti roti yang tidak ada logo halal saya yakin aman. Kalau misalnya ada komplain tentang produk, saya terima dengan baik lalu bertanya solusi yang diinginkan pembeli. Beberapa di sini yang pernah komplain itu karena menerima pesanan yang salah. Kalau begitu, ada minta diganti produknya ya ganti. Kalau mau kembalian uang saya kembalikan langsung cash. Dari yang sudah pernah pembeli banyak yang minta ganti produk, tapi kebanyakan juga tidak minta ganti produk dan kembalian uang, hanya menyampaikan komplainnya saja.”<sup>33</sup>*

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada Bapak Surnili mengungkapkan bahwa dalam menjalankan usahanya beliau begitu memperhatikan label

---

<sup>32</sup> Zahwa Aulia Putri, “Wawancara Konsumen Dari Pedagang UMKM Di Kelurahan Payo Lebar” *Direct*, November 11, 2025.

<sup>33</sup> Surnili, “Wawancara Pedagang UMKM Roti Bakar Lia Group” *Direct*, September 9, 2025.

halal dan masa berlaku bahan-bahan produksi sehingga semua produk dan pelengkapannya aman dan halal di konsumsi. Bila terdapat konsumen yang menyampaikan keluhan terkait produknya, Bapak Surnili akan terbuka dan bersedia bertanggung jawab. Apabila terjadi kesalahan dalam pesanan, maka akan diberikan produk pengganti sesuai dengan keinginan konsumen. Kemudian jika terdapat konsumen yang menginginkan pengembalian uang maka akan diberikan langsung secara tunai. Meski demikian, kebanyakan dari konsumen tersebut hanya menyampaikan keluhannya saja tanpa meminta kompensasi.

Pandangan serupa ditemukan peneliti saat melakukan wawancara bersama bapak Sahlan selaku Pedagang dari UMKM Ahlan Siomay:

*“Siomay dan bumbu kacangnya saya buat sendiri jadi setiap beli bahan semuanya diperhatikan. Kalau yang kemasan diliat expired sama kehalalannya seperti tepung, tapioka, kecap, dan saus. Kalau kuah kacangnya, kacangnya dibeli yang kiloan. Kalau sayurnya itu setiap hari beli jadi selalu berganti perhari. Saya selalu mengecek bahwa rasa dan kualitas produk saya bagus dengan mencicipi dahulu produk saya sebelum di jual. Kebanyakan yang komplain dari pembeli itu soal kuah kacang, saus atau kecapnya, kalau mereka merasa kurang langsung saya ditambahi. Ada juga komplain itu karena salah buatin pesanan, orang tu komplain tadi tidak pakai sayur jadi kami ganti produk yang sesuai kemauan pembeli.”<sup>34</sup>*

Pengakuan Bapak Sahlan terkait produknya sangat baik. Beliau mengaku memproduksi siomay dan kuah kacangnya sendiri dengan memperhatikan kualitas dan keamanan dari bahan baku pembuatan produk serta bahan pelengkap. Beliau selalu mengecek tanggal kadaluwarsa dan label halal dari bahan kemasan seperti tepung, tapioka, kecap dan saus. Sedangkan sayur dibeli setiap hari. Selain itu Bapak Sahlan juga melakukan pengecekan terkait rasa dan kelayakan produknya dengan mencicipi terlebih dahulu produknya sebelum diperjual belikan. Bila terdapat keluhan dari konsumen umumnya mengenai kurangnya pemberian kuah kacang, saus dan kecap, sebagai solusi Bapak Sahlan langsung menambahkan sesuai yang diminta oleh konsumen. Apabila terjadi kesalahan dalam pemberian pesanan, Bapak Sahlan langsung mengganti dengan produk baru yang sesuai keinginan konsumen.

Temuan hampir sama peneliti temukan dari Bapak Wawan selaku Pedagang UMKM Bubur Kacang Ijo dan Ketan Hitam mengatakan bahwa:

*“Kacang ini saya beli yang kiloan karena ini tumbuhan jadi insha allah tidak ada yang aneh, saya memilih kacang yang kualitasnya bagus karena jika kacang itu tidak bagus maka ketika dimasak kacang tersebut akan pecah. Pembeli sendiri bisa melihatnya kan saat mereka beli, jadi saya betul-betul awas dalam pemilihannya. Begitu juga dengan ketan hitamnya. Bahan lainnya seperti santan selalu menggunakan santan dari kelapa yang sudah di parut. Kalau gula selalu beli yang kemasan satu kilogram, di kemasan itu bisa dilihat expired sama logo halalnya. Setelah buburnya jadi itu biasanya dicicipi dulu sebelum dibawa ke lokasi dagang ini jadi saya tahu apa yang harus ditambah ke dalam bubur atau bubur itu layak konsumsi atau tidak. Jika ada komplain, menurut saya komplain itu akan membuat usaha kita maju, jadi untuk kedepannya kualitas bubur ini bisa diperbaiki menjadi lebih baik lagi. Kalau ada yang komplain itu biasanya saya ganti barang. Kebanyakan kasus itu setelah kemasan plastik diikat dengan karet lalu tiba-tiba pecah. Ini pernah terjadi ya, ada bubur yang pecah sendiri setelah diikat atau ketika sudah pergi dengan motornya, pembeli itu kembali lagi dan bilang “mang pecah”,*

---

<sup>34</sup> Sahlan, “Wawancara Pedagang UMKM Ahlan Siomay Bandung” *Direct*, October 28, 2025.

*akhirnya saya ganti barang yang baru saja, setelah buburnya diganti yang baru pembeli itu memberikan uang lagi tapi tetap saya tolak dan ikhlaskan.”<sup>35</sup>*

Berdasarkan wawancara bersama Bapak Wawan menyatakan dalam berdagang beliau selalu selektif memilih kualitas bahan baku terutama pada produk kiloan yang tidak memiliki merk. Beliau juga dengan cermat memeriksa tanggal kadaluwarsa dan label halal untuk bahan produk berkemasan yang memiliki merk. Setelah proses produksi selesai, bubur yang siap dijual tersebut kembali dicicipi oleh Bapak Wawan untuk mengetahui apakah rasa produk telah sesuai dan layak di konsumsi. Bila ada komplain yang datang dari konsume, Bapak Wawan menjadikan komplain tersebut sebagai evaluasi untuk meningkatkan kualitas usaha. Hal yang beberapa kali terjadi adalah ketika kemasan bubur yang pecah setelah diikat dan dibawa konsumen. Begitu konsumen mengeluhkan kejadian ini, Bapak Wawan bersedia bertanggung jawab dengan mengganti produk yang baru tanpa meminta pembayaran tambahan, meskipun konsumen bersedia membayar kembali.

Keterangan wawancara bersama pedagang UMKM di Kelurahan Payo lebar tentang keamanan dan kelayakan produk serta bagaimana tanggapan dari konsumen selaras dengan pengakuan dari Ibu Siti selaku konsumen:

*“Menurut saya aman saja dan beberapa layak di konsumsi. Pedagang disini sepenghlihat saya kebanyakan buat produknya di tempat mereka jualan, tapi kalau yang seperti bakso, siomay atau yang lainnya saya tidak tahu. Saya rasa aman itu karena kebanyakan yang saya beli rasanya tidak aneh tapi ada beberapa yang kurang, sesuai harga lah. Yang saya ingat waktu itu saya dapat yang tidak sesuai pesanan, saya bilang saja ke pedagang setelah itu diganti sama yang bener-bener sesuai pesanan saya. Kalau untuk yang kurang itu biasanya saya memilih tidak membeli di pedagang itu lagi.”<sup>36</sup>*

Berdasarkan pengakuan Ibu Siti Badriah bahwa produk yang diterima dari pedagang dinilai cukup aman dan layak untuk dikonsumsi. Menurut beliau sebagian besar pedagang memproduksi produk secara langsung di tempat berjualan sehingga prosesnya dapat disaksikan langsung oleh konsumen. Dari segi rasa, produk dinilai baik, meskipun terdapat beberapa produk yang kurang sesuai dengan selera. Ibu Siti Badriah juga pernah menerima pesanan yang tidak sesuai, namun setelah menyampaikan keluhan kepada pedagang, pedagang dengan tanggap segera mengganti produk tersebut sesuai dengan pesanan.

Berdasarkan hasil dari wawancara dan observasi yang telah diterangkan oleh peneliti diatas dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan aktivitas usaha pedagang UMKM Kelurahan Payo Lebar Kota Jambi memperhatikan keamanan dan kehalalan dari bahan baku produksi produk, Para pedagang juga menerima dengan baik segala keluhan konsumennya dan bersedia untuk bertanggung jawab apabila konsumen meminta ganti produk atau meminta kembali uang yang telah dibayarkan. Para pedagang tidak ingin merusak kepercayaan konsumen sehingga konsumen tidak merasa menyesal telah membeli dan akan kembali lagi membeli di masa yang akan datang.

## **5. Kebajikan (Ihsan/Benevolence)**

Manusia diperintahkan untuk senantiasa berbuat baik kepada semua makhluk hidup. Menjalankan aktivitas usaha tidak lepas dari prinsip kebajikan yang telah ditetapkan oleh syariat Islam. Pelaku usaha harus memperhatikan dan perilaku yang baik dalam menghadapi konsumen dengan memastikan konsumen mendapatkan pelayanan yang baik sehingga konsumen merasa puas dan sejahtera. Prinsip kebajikan dalam usaha mengarahkan pelaku usaha untuk memberikan pelayanan yang baik, tidak berbuat

---

<sup>35</sup> Wawan, “Wawancara Pedagang UMKM Bubur Kacang Ijo dan Ketan Hitam” *Direct*, October 28, 2025.

<sup>36</sup> Siti Badriah, “Wawancara Konsumen Dari Pedagang Di Kelurahan Payo Lebar” *Direct*, November 11, 2025.

kecurangan, memperhatikan dan menjaga kualitas produk dan berbuat baik diluar kegiatan usaha.

Wawancara yang peneliti lakukan bersama Bapak Pasha selaku pedagang UMKM Es Teh Rakyat menyatakan bahwa:

*“Kalau bonus itu iya dikasih untuk pembeli yang membeli es 5 gelas es varian apapun, bonusnya itu es teh satu gelas cup ya. Kalau es teh tidak habis dalam sehari langsung kita buang, besoknya dibuat yang baru lagi sehingga pembeli mendapatkan produk yang segar. Untuk jus jeruk, jeruknya itu biasanya tahan 3 hari, saya biasanya beli ketika jeruk masih hijau karena jeruk itu akan menguning sendiri ketika di masa penyimpanan. Nanti yang sudah kuning itu dikeluarkan dan dijual, kalau yang sudah lembut sekali dan tidak bagus lagi akan disingkirkan dan dibuang.”<sup>37</sup>*

Berdasarkan pernyataan dari wawancara yang dilakukan diketahui bahwa Bapak Pasha menerapkan bentuk kebijakan memberikan bonus berupa es teh 1 gelas cup kepada konsumen dengan syarat tertentu. Beliau juga menjaga kualitas produk dengan tidak menjual minuman yang telah melewati batas kesegaran dengan membuang teh yang tidak habis kemudian membuat teh yang baru pada penjualan besok harinya. Sedangkan, produk es jeruk, jeruk yang dibeli oleh Bapak Pasha pada dasarnya masih muda dan berwarna kehijauan tetapi jeruk itu akan matang secara alami dalam masa penyimpanan. Jeruk yang telah matang dan masih dalam kondisi bagus ketika dibutuhkan stok bila jeruk yang tersedia untuk dijual telah habis atau disingkirkan karena tidak bagus lagi.

Saudari Naila selaku pedagang UMKM Mochintah menerangkan hal yang berbeda kepada peneliti:

*“Tidak, saya tidak memberikan bonus produk, berapa mereka beli segitulah produk yang mereka dapat, yang sudah kenal atau langganan juga begitu, tetapi kami memberikan diskon harga. Harga satu mochi ini ada yang 6.000 ada juga yang 7.000, kalau beli 3 mochi yang manapun atau lebih dari 3 nanti saya kasih diskon harga, misalnya beli 3 mochi varian tiramisu harganya didiskon jadi 16.000. Jika mochi tidak habis, Mochi ini tahannya sampai 3 hari. Jadi kalau tidak habis saya masukkan ke dalam chest, chest itu mirip freezer, kalau tidak dimasukkan kesana mochinya menjadi lembek atau pecah, jika sudah begitu tidak bisa lagi dijual. Kalau sudah 3 hari, malamnya langsung saya eksekusi, biasanya kami membagikan mochi ke beberapa orang sekitar, kalau ada teman yang mau makan bisa dimakan, tapi kalau tidak ada yang mau sisa mochi itu langsung dibuang karena tidak bisa dijual dan di konsumsi lagi di esok harinya.”<sup>38</sup>*

Temuan berbeda dari Saudari Naila menyatakan bahwa beliau tidak memberikan bonus dalam pembelian jumlah besar atau kepada pelanggan tetap. Namun, Saudari Naila memberikan potongan harga (discount) kepada konsumen yang membeli 3 buah mochi atau lebih dengan varian yang sama atau berbeda. Mochi yang dijual oleh beliau memiliki masa waktu hingga 3 hari sebelum menjadi produk yang tidak layak di konsumsi. Untuk menjaga kualitas mochi, Saudari Naila memasukkan mochi ke dalam chest freezer agar tidak twenadi kerusakan atau perubahan tekstur pada mochi. Menurut keterangan Saudari Naila pada hari ketiga setelah jam penjualan mochi masih bisa dikonsumsi, beliau akan membagikan mochi kepada masyarakat sekitar atau rekan yang menginginkannya. Jika masih bersisa dan tidak ada yang ingin memakan maka akan langsung dibuang.

Wawancara selanjutnya bersama Saudari Aulia Putri Hernita sebagai pedagang UMKM Sushi Panda mengungkapkan hasil yang hampir sama:

---

<sup>37</sup> Pasha, “Wawancara Pedagang UMKM Es Teh Rakyat” *Direct*, October 28, 2025.

<sup>38</sup> Naila, “Wawancara Pedagang UMKM Mochintah” *Direct*, October 28, 2025.

*“Kalau misalnya pelanggan biasanya saya ingat dan saya berikan bonus, tambahan topping itu biasanya di saya ada penambahan harga, tapi kalau pelanggan itu mau tambahan topping juga saya kasih gratis. Saya juga kasih diskon kalau di hari tertentu dan sudah malam masih ada sisa, misalnya ada satu porsi itu harganya 20.000, kalau beli 2 porsi itu jadi 40.000, biasanya kalau didiskon jadi 35.000. Ketahanan sushi ini bisa 2 hari ya, kalau satu hari tidak habis bisa di masukkan ke kulkas lalu besoknya bisa dikukus untuk dipanasi lagi. Misalnya hari kedua itu tidak habis masih bisa dimakan, biasanya kalau sudah di rumah pun masih ada pembeli yang pesan. Kalau masih tidak habis biasanya dibagikan ke tetangga.”<sup>39</sup>*

Hasil yang diungkapkan oleh Saudari Aulia ditemukan bahwa beliau bisa mengingat siapa saja yang menjadi pelanggan dan sering membeli produknya. Saudari Aulia akan memberikan bonus serta tambahan topping gratis, meskipun secara umum penambahan topping dikenakan biaya. Selanjutnya hari tertentu, khususnya ketika sudah malam Saudari Aulia juga memberika potongan harga (discount) kepada konsumen yang membeli dalam jumlah yang telah ditentukan. Sushi tidak habis dengan sehari, maka Saudari Aulia akan memasukkan sushi ke dalam kulkas dan dipanaskan kembali dengan cara dikukus. Apabila hari kedua sushi juga tidak habis terjual dan masih layak dikonsumsi, beliau akan membagikan sushi tersebut kepada tetangga.

Pernyataan terkait tindakan kebajikan yang ditemukan dari pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar didukung oleh keterangan dari Saudari Shifa selaku konsumen:

*“Saya pernah dapat bonus, waktu itu saya beli minuman tiba-tiba penjualnya ngasih satu lagi, kata penjualnya itu bonus. Saya kurang tahu karena apa saya bisa dapat bonus. Selama membeli produk disini, produk yang saya beli disini bagus dan penjualnya kalo ditanya dan kasin info soal dagangannya ramah-ramah. Pernah waktu itu saya beli kebab varian sosis, penjualnya bilang sayurinya tidak dipakai karena sudah tidak bagus, saya setuju saja.”<sup>40</sup>*

Berdasarkan yang disampaikan Saudari Shifa bahwa beliau pernah menerima bonus dari pedagang. Menurutnya, kualitas produk yang pernah dibeli selama ini tergolong baik dan pedagang memberikan informasi tentang produk dengan sikap yang ramah. Saudari Shifa juga mengungkapkan bahwa pernah diberitahukan oleh pedagang mengenai produk kebab yang beliau beli tidak menggunakan sayur karena kondisinya sudah tidak layak. Hal tersebut menunjukkan adanya keterbukaan dalam penyampaian kondisi produk kepada konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di atas dapat disimpulkan bahwa pedagang UMKM Kelurahan Payo Lebar Kota Jambi memberikan bonus dan potongan harga (discount) bagi konsumen yang membeli produk dalam jumlah banyak, adapula pedagang yang memberikan bonus jika konsumen tersebut termasuk kedalam kategori pelanggan. Pedagang UMKM dalam mengelola produk yang masih tersisa menggunakan berbagai macam cara. Sebagian pedagang tertentu akan membagikan produk sisa yang masih layak kepada orang-orang sekitar, ada pula pedagang yang menyimpan kembali produk ke dalam chest freezer dan kulkas sehingga produk memiliki ketahanan lebih lama dan bisa dikonsumsi serta dijual lagi dan terdapat pula pedagang tertentu yang membuang produk atau bahan yang sudah tidak layak untuk diolah dan dikonsumsi demi menjaga kepercayaan dan kesehatan konsumen.

---

<sup>39</sup> Aulia Putri Hernita, “Wawancara Pedagang UMKM Sushi Pada” *Direct*, October 28, 2025.

<sup>40</sup> Shifa Maridiarani, “Wawancara Konsumen Dari Pedagang Di Kelurahan Payo Lebar” *Direct*, November 11, 2025.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai penerapan etika bisnis pada pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar Kota Jambi maka dapat disimpulkan bahwa para pedagang telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam dengan cukup baik. Penerapan ini terlihat dalam hal berikut:

### 1. Kesatuan (Tauhid/ Unity)

Pedagang UMKM menjalankan usaha dengan niat beribadah kepada Allah SWT serta mencari keberkahan rezeki. Kesadaran spiritual ini menjadi dorongan bagi pedagang dalam menghindari kecurangan, menjaga kejujuran, serta tetap melaksanakan kewajiban ibadah meskipun belum optimal karena sebagian pedagang memiliki kendala waktu ketika ingin menunaikan ibadah karena harus menjaga dagangan, namun mereka tetap berusaha tidak meninggalkan kewajiban agama.

### 2. Keseimbangan (Nizamiyah/ Equilibrium)

Pedagang UMKM telah berusaha menjaga keseimbangan dan bersikap adil dalam transaksi dengan memberikan takaran, porsi dan tampilan atau kondisi produk yang sesuai, serta tidak berlaku curang yang dapat merugikan bagi konsumen. Hal ini menunjukkan pedagang UMKM memiliki kesadaran untuk berlaku keadilan, pemenuhan hak konsumen serta menghindari ketimpangan.

### 3. Kehendak Bebas (Ikhtiar/ Free Will)

Pedagang UMKM memiliki kebebasan dalam mengatur bagaimana konsep usahanya, bagaimana menetapkan harga dan menyesuaikannya dengan daya beli konsumen membuktikan bahwa pedagang menerapkan prinsip kehendak bebas disertai dengan tanggung jawab. Para pedagang juga memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk sesuai keinginan tanpa adanya paksaan dan memenuhi permintaan khusus dari konsumen.

### 4. Tanggung Jawab (al- Mas'uliyah/ Responsibility)

Para pedagang UMKM menunjukkan sikap tanggung jawab dengan memperhatikan keamanan, kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Perhatian terhadap tanggal kedaluwarsa, kehalalan bahan, serta kesiapan menerima dan menyelesaikan keluhan konsumen baik penggantian produk yang tidak sesuai atau mengembalikan uang.

### 5. Kebajikan (Ihsan/ Benevolence)

Pedagang UMKM sebagian besar memberikan bonus atau potongan harga (discount) kepada pembeli sesuai dengan ketentuan tertentu. Para pedagang telah berupaya mengelola sisa produk dengan bijak seperti membagikan yang masih layak kepada masyarakat, menjaga kualitas bahan atau produk agar tetap layak konsumsi dan membuang produk yang tidak layak.

## **REFERENCES**

### **AL-QUR'AN**

Agama RI, Departemen. TIKRAR: Al-Qur'an Hafalan Tajwid & Terjemahan. Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2021.

### **BUKU**

Amelia, Tina. *Regulasi Dan Konsep Dasar Dalam Hukum Dagang*. Bogor: PT. Karya Ilmu Bermanfaat, 2023.

Andriani, Jeni, Yuliati, and Rochayati Febriarhamadhini. *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan UMKM*. Indramayu: Penerbit Adab, 2022.

Anwar, Erniyati, Abd Mubaraq, Zaenal Aripin, Nuruddin Subhan, Usep Deden Suherman, Achmad, Novi Puspitasari, Fakhtur Rohman Albanjari, and Dewi Citra. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2023.

Aprianto, Iwan, M Andriansyah, Muhammad Qodri, Mashudi Hariyanto. *Etika & Konsep*

- Manajemen Bisnis Islam. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Arafah, Muh. Etika Pelaku Bisnis Islam. Banyumas: Wawasan Ilmu, 2022.
- Aravik, Havis, Syarifah Gustiawati, and Rizqon Halal Syah Aji. Pengantar Bisnis Islam. Jakarta: Kencana, 2023.
- Aripin, Zaenal and Rizqi Padma Negara. Perilaku Bisnis: Etika Bisnis & Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- Azis Muthalib, Dzulfikri, Sardjana Orba Manullang, Fatma Sarie, Nur Cahyadi, Khasanah, Sri Umiatun Andayani, Laurensius Dihe Sanga, Abdul Munim, Rachmawati, Novaria, Yuli Purbaningsih. Etika Bisnis. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2023.
- Echdar, Saban and Maryadi. Business Ethics and Entrepreneurship. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Fahmi, Irham. Manajemen Strategi: Teori Dan Aplikasi. Bandung: CV. Alfabet, 2017.
- Haleluddin, and Hengki Wijaya. Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktek. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019.
- Hasanah, Nuramalia, Saparuddin Muhtar, and Indah Muliasari. Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020.
- Hery. Kewirausahaan. Jakarta: PT Grasindo, 2017.
- Irfansyah, and Salahuddin. Hukum Dagang. Yogyakarta: Ruang Karya, 2023.
- Juliani, and Syahbudin. Prinsip Dan Aplikasi Metode Penelitian Kualitatif: Kajian Teori Dan Praktik. Medan: Merdeka Kreasi Group, 2025.
- Majid, Abdul. Analisis Data Penelitian Kualitatif. Makassar: Penerbit Aksara Timur, 2017.
- Marzuki, Dian Saputra, Muh. Yusri Abadi, Suci Rahmadani, Muhammad Al Fajrin, Rima Eka Julianti, Arvina Pebrianti, and Afiihah. Analisis Kepatuhan Penggunaan Masker Dalam Pencegahan Covid-19 Pada Pedagang Pasar Tradisional Di Provinsi Sulawesi Selatan. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2021.
- Miftahurrahmah, Luthfiana Basyirah, Osrita Hapsara, Siti Hamidah and Mahrída. Konsep Bisnis Islam. Solok: Mafy Media Literasi Indonesia, 2023.
- Nurlinda. Dinamika UMKM: Permasalahan, Potensi Dan Strategi. Yogyakarta: Cahaya Harapan, 2024.
- Pangiuk, Ambok. Etika Bisnis Islam Kontemporer. Malang: CV Maknawi, 2022.
- Panji. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif & Penerapannya. Yogyakarta: Anak Indah Indonesia, 2025.
- Primandari, Ratih Novegya, Nazipawati, Munajat, Lindawati and Enda Kartika Sari. Strategi Pengembangan UMKM. Yogyakarta: Deepublish, 2023.
- Puji, Purwatiningsih Aris. Buku Ajar Etika Bisnis & CSR. Jawa Tengah: Penerbit NEM, 2022.
- Purwanto, Anim. Konsep Dasar Penelitian Kualitatif: Teori Dan Contoh Praktis. NTB: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia, 2022.
- Ramadhan, Muhammad. Metode Penelitian. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN), 2021.
- Rukin. Metodologi Penelitian Kualitatif. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021.
- Sihotang, Kasdin. Etika Profesi Akuntansi: Teori Dan Kasus. Yogyakarta: PT. Kanisius, 2019.
- Syamsiyah, Nur and Yudhistira Ardana. Kewirausahaan Syariah. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2022.
- Widiyanto. BMT: Praktik Dan Kasus. Depok: Pt. RajaGrafindo Persada, 2021.
- Wijaya, Hengki. Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi. Sulawesi Selatan: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2018.
- Zamzam, Fakhry and Havis Aravik. Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan. Yogyakarta: Deepublish, 2020.

## **JURNAL**

- Agasi, Alfyyah, Desi Isnaini, and Andi Cahyono. "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Kegiatan Ekonomi (Studi Pada Usaha Depot Air Minum Pondok Pesantren Pancasila Bengkulu)." *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* 10, no. 2 (December 2025): 598–611.
- Aldo, Rudi, Agustina Mutia, and Nazori Muhammad. "Implementation of Islamic Business Ethics in Small and Medium Micro Enterprises (MSMEs) in Jambi City." *Journal of Management*

- and Business Innovations 4, no. 2 (2022): 90–98.
- Fadilla, Alda, Efni Anita, and Sri Rahma. “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Di Kedai Martabak Ulama India (MUI) Telanaipura Di Kota Jambi.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 3 (March 2024): 1-16.
- Faradisa, Dina, Karima Tamara, Husni Awali, and Rinda Asyuti. “Etika Berbisnis Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Sahmiyya* 2, no. 2 (2023): 322–331.
- Hanafi, Imam Noor, and Ahmad Ma’rif. “Implementation of Islamic Business Ethics and Customer Loyalty: Practices in Nongkojajar Pasuruan Traditional Market.” *Turath: Interdisciplinary Journal of Economics* 1, no. 1 (June 2024): 90–104.
- Indriati, Feby, Serli Lestari, Debi Septiani, Dendi Irawan, and Dewa. “Analisis Penerapan Etika Bisnis Pecel Lele Kang Candi.” *Majalah Ilmiah Manajemen* 12, no. 2 (2023): 11–18.
- Lestari, Diana, Masruchin, and Fitri Nur Latifah. “Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Pada UMKM Franchise Pentol Kabul Dalam Meningkatkan Pendapatan.” *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance* 5, no. 1 (May 22, 2022): 216–229.
- Martin, Adi, Ambok Pangiuk, and Ogi Saputra. “Analisis Perilaku Pedagang Buah Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Di Pasar Buah Simpang Sado Kota Jambi.” *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis* 1, no. 4 (October 2023): 118-134.
- Mestriani, Lilis, Srianti Permata, Salfianur, Zaenal Abidin, and Ramli Satria. “Tinjauan Etika Bisnis Pada Pakaian Bekas Di Pasar Kalattae Kecamatan Kahu Kabupaten Kone.” *Adz Dzahab: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 9, no. 2 (2024): 274–286.
- Mundir, Abdillah, and Tomiyadi. “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Kecil Dan Menengah Mikro (UMKM) Di Kabupaten Pasuruan.” *Alkasb: Journal of Islamic Economics* 2, no. 2 (Desember 2023): 154–165.
- Novriasyah, Bayu, Poppy Febrina, Debi Septiani, M Imril Septiani, and Annisya Putri. “Implementasi Empat Prinsip Etika Bisnis Pada Kcharis Jaya Tenun.” *Majalah Ilmiah Manajemen* 12, no. 2 (2023): 19–25.
- Permata, Rio Jaya, and Ulil Albab. “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Marketplace.” *Mu’amalatuna Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2024): 17–27.
- Putri, Aurelia Zahwa, A Tarmizi, and Beid Fitrianova Andriani. “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Keberhasilan Usaha (Studi Pada Usaha Rempyek Ilham Kota Jambi).” *Journal of Student Research (JSR)* 1, no. 5 (September 2023): 343–357.
- Putri Ramadhany, Nurmeiny, Havis Aravik, and Choirunnisak. “Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Rozza Bakery Palembang.” *JIMPA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah* 3, no. 1 (March 2023): 13–26.
- Rahmah, Widadatur, and Lukmanul Hakim. “Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Stokis Herba Penawar Al Wahida Indonesia (HPAI) Di Keppo Polagan Galis Pamekasan.” *MABNY: Journal of Sharia Management and Bussiness* 2, no. 1 (April 2022): 27–36.
- Safitri, Ani Monika, and Andi Martina Kamaruddin. “Implementasi Etika Bisnis Islam Dan Etika Lingkungan Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Ikan Di Pasar Segiri Samarinda.” *JESM: Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman* 2, no. 2 (2023): 118–127.
- Samantha, Natasha, and Norman Rosyida. “Analisis Implementasi Prinsip Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Muslim (Studi Pada Pasar Tradisional Porong Kabupaten Sidoarjo).” *JCA: Jurnal Cakrawala Akademika* 1, no. 2 (August 2024): 87–103.
- Sudarsono. “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Kudus.” *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law* 5, no. 2 (2022): 274–291.
- 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 (June 15, 2022): 146–159.
- Ustanti, Mira, and Lukluil Muqnan. “Implementation Of Islamic Business Ethics On The Behavior Of Traditional Market Traders In Kalibaru District, Banyuwangi Regency.” *BICEMBA: Bengkulu International Seminar on Economics, Management, Business, and Accounting* 2

(2024): 245–258.

### **WAWANCARA**

Afri Kurniansyah, “Wawancara Pedagang UMKM Kebab Saffana” Direct, September 9, 2025.

Amel, “Wawancara Konsumen Dari Pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar Kota Jambi,” Direct, February 28, 2024.

Ardila Ningrum, “Wawancara Pedagang UMKM Eat Moza” Direct, October 12, 2025.

Aulia Putri Hernita, “Wawancara Pedagang UMKM Sushi Pada” Direct, October 28, 2025.

Ayu Nilara Ditama, “Wawancara Konsumen Dari Pedagang UMKM Di Kelurahan Payo Lebar” Direct, November 11, 2025.

Cucu Heriyanti, “Wawancara Pedagang UMKM Tahu Sumedang dan Pisang Kipas Kang Dudung” Direct, October 12, 2025.

Fitri, “Wawancara Konsumen Dari Pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar Kota Jambi,” Direct, February 28, 2024.

Hamid, “Wawancara Pedagang UMKM Roti Panggang 5.000\_An” Direct, September 9, 2025.

Indra, “Wawancara Pedagang UMKM Khansa Fried Chicken” Direct, September 9, 2025.

Mariah, “Wawancara Pedagang UMKM Es Dogan” Direct, October 9, 2025.

Nabila Noviani Paula, “Wawancara Konsumen Dari Pedagang Di Kelurahan Payo Lebar” Direct, November 11, 2025.

Naila, “Wawancara Pedagang UMKM Mochintah” Direct, October 28, 2025.

Nur Arifin, Wawancara Pedagang UMKM Bakso Malang” Direct, September 9, 2025.

Pasha, “Wawancara Pedagang UMKM Es Teh Rakyat” Direct, October 28, 2025.

Riski, “Wawancara Konsumen Dari Pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar Kota Jambi,” Direct, February 28, 2024.

Sahlan, “Wawancara Pedagang UMKM Ahlan Siomay Bandung” Direct, October, 28 2025.

Shifa Maridiarani , “Wawancara Konsumen Dari Pedagang Di Kelurahan Payo Lebar” Direct, November 11, 2025.

Siti Badriah, “Wawancara Konsumen Dari Pedagang Di Kelurahan Payo Lebar” Direct, November 11, 2025.

Supri, “Wawancara Konsumen Dari Pedagang UMKM di Kelurahan Payo Lebar Kota Jambi,” Direct, February 28, 2024.

Surnili, “Wawancara Pedagang UMKM Roti Bakar Lia Group” Direct, September 9, 2025.

Wawan, “Wawancara Pedagang UMKM Bubur Kacang Ijo dan Ketan Hitam” Direct, October, 28 2025.

Wita Hartati, “Wawancara Pedagang UMKM Es Buah Segar Ghafi” Direct, September 9, 2025.

Yumelda, “Wawancara Pedagang UMKM Jolly Potter” Direct, October 12, 2025.

Zahwa Aulia Putri, “Wawancara Konsumen Dari Pedagang UMKM Di Kelurahan Payo Lebar” Direct, November 11, 2025.

### **INTERNET/WEBSITE/BLOG/SURAT KABAR ONLINE**

BPS Provinsi Jambi. “Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) 2023,” Organization. BPS Provinsi Jambi, March 14, 2014. Accessed Februari 21, 2024. <https://jambi.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjEzMSMy/jumlah-usaha-mikro-kecil-dan-menengah.html>.

Dinas Tenaga Kerja Koperasi Dan UKM Kota Jambi. “Data Statistik Sektorial jumlah UMKM Per Kecamatan,” Organization. BPS Kota Jambi, 03 November 2025. Accessed November 22, 2025. <https://kotajambisatu.jambikota.go.id/data-statistik-sektorial-jumlah-umkm-per-kecamatan>.

BPS Kota Jambi. “Kecamatan Jelutung Dalam Angka 2025,” Organization. BPS Kota Jambi, September 2025. Accessed December 21, 2025. [https://bappeda.jambikota.go.id/file/download/kota\\_jambi\\_dalam\\_angka\\_2025\\_1740717915.pdf&ved=2ahUKEwjIteDm6NqSAXVv4TgGHRSeARwQFnoECE0QAQ&usg=AOvVaw1vreArhTo2FHFjbhqSru\\_Y](https://bappeda.jambikota.go.id/file/download/kota_jambi_dalam_angka_2025_1740717915.pdf&ved=2ahUKEwjIteDm6NqSAXVv4TgGHRSeARwQFnoECE0QAQ&usg=AOvVaw1vreArhTo2FHFjbhqSru_Y).