

Analisis Etika Bisnis Islam

Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen

Kasus Pabrik Penggilingan Pabrik Beras Di Desa Sukosari Teluk Dalem
Kecamatan Mataram Baru Kabupaten Lampung Timur)

Oleh:

Royan Rosyadi¹

Anisatunni'mah²

royanrosyadi73@gmail.com

Kepuasan konsumen merupakan kunci penting dalam kesuksesan perusahaan, terutama di tengah persaingan global yang semakin ketat. Dalam industri distribusi, seperti pada produk beras, konsumen menilai kualitas, harga, kemasan, dan pelayanan sebelum memutuskan pembelian. Untuk memenuhi harapan konsumen, perusahaan perlu meningkatkan mutu produk dan pelayanan secara berkelanjutan. Selain itu, penerapan etika bisnis Islam menjadi landasan penting dalam menjalankan aktivitas usaha, yang menekankan nilai keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan kepuasan konsumen, dengan studi kasus pada Pabrik Beras di Desa Sukosari, Kecamatan Mataram Baru, Kabupaten Lampung Timur. Dalam dunia bisnis modern yang penuh persaingan, penerapan nilai-nilai etika Islam seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan amanah menjadi penting untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik pabrik beras telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam secara konsisten. Kejujuran dalam menyampaikan kualitas produk, keadilan dalam penetapan harga, serta sikap ramah dan terbuka dalam pelayanan menjadi landasan utama dalam aktivitas bisnis mereka. Konsumen memberikan respons yang positif terhadap kualitas produk, pelayanan, dan harga yang ditawarkan. Produk beras dinilai bersih, putih, wangi, dan berkualitas baik. Harga beras juga dianggap sesuai dengan mutu yang ditawarkan, bahkan cenderung lebih terjangkau dibandingkan tempat lain. Pelayanan yang diberikan juga dinilai sangat baik, di mana pemilik usaha memperlakukan pelanggan dengan sopan, terbuka, dan komunikatif. Faktor emosional seperti rasa percaya terhadap kejujuran penjual turut memperkuat loyalitas pelanggan. Meskipun terdapat tantangan seperti fluktuasi cuaca, gagal panen, atau minimnya pembeli, pemilik usaha tetap berpegang pada prinsip mencari rezeki halal dan berkah. Penerapan etika bisnis Islam dalam praktik usaha ini tidak hanya meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara pelaku usaha dan pelanggan.

Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam, Kepuasan Konsumen, Pabrik Beras Sukosari, Lampung Timur, Distribusi Beras*

***Analysis of Islamic Business Ethics
In Increasing Consumer Satisfaction***

*The Case of the Rice Milling Factory in Sukosari Village, Teluk Dalem
Mataram Baru District, East Lampung Regency)*

By:

Royan Rosyadi¹

Anisatunni'mah²

royanrosyadi73@gmail.com

Consumer satisfaction is a key to a company's success, especially amidst increasingly fierce global competition. In the distribution industry, such as for rice products, consumers assess quality, price, packaging, and service before making a purchase decision. To meet consumer expectations, companies need to continuously improve product and service quality. In addition, the application of Islamic business ethics is an important foundation in carrying out business activities, which emphasizes the values of fairness, honesty, and responsibility. This study aims to analyze the application of Islamic business ethics in improving consumer satisfaction, with a case study at a rice factory in Sukosari Village, Mataram Baru District, East Lampung Regency. In the modern, competitive business world, the application of Islamic ethical values such as honesty, fairness, responsibility, and trustworthiness is crucial to maintaining consumer trust and satisfaction. This study uses a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques were carried out through interviews, observation, and documentation. The results show that rice factory owners have consistently applied the principles of Islamic business ethics. Honesty in delivering product quality, fairness in pricing, and a friendly and open attitude in service are the main foundations of their business activities. Consumers responded positively to the quality of the products, services, and prices offered. The rice products are considered clean, white, fragrant, and of good quality. The price of the rice is also considered appropriate for the quality offered, even tending to be more affordable compared to other places. The service provided is also considered excellent, where the business owner treats customers politely, openly, and communicatively. Emotional factors such as trust in the seller's honesty also strengthen customer loyalty. Despite challenges such as weather fluctuations, crop failures, or a lack of buyers, the business owner remains adhering to the principle of seeking halal and blessed sustenance. The application of Islamic business ethics in this business practice not only increases customer satisfaction but also builds long-term, mutually beneficial relationships between business actors and customers.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Consumer Satisfaction, Sukosari Rice Factory, East Lampung, Rice Distribution*

A. Latar Belakang

Kepuasan menurut kamus bahasa Indonesia berasal dari kata puas atau merasa senang (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya) kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Tingkat Kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan sangat kecewa, bila kinerja sesuai harapan maka konsumen akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan sangat puas, harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi dari berbagai media. Konsumen yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik¹

Dalam kehidupan sehari-hari di era globalisasi manusia disibukkan dengan bermacam-macam kegiatan dalam berbagai bidang kehidupan, dan tingkat perkembangan kehidupan manusia yang semakin pesat, padat, dan diiringi oleh semakin pesatnya aktifitas dan mobilitas penduduknya, yang mengakibatkan sarana transportasi merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dan sangat dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari untuk memperlancar dan mempermudah segala aktifitasnya sehingga banyak perusahaan distributor transportasi untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik. Akan tetapi konsumen menemukan banyak sekali perusahaan yang menawarkan produk transportasi dalam setiap kategori dan konsumen memiliki beragam kebutuhan dalam kombinasi model, merek dan kualitas serta harga. Ditengah pilihan yang begitu banyak dapat membuat konsumen cenderung lebih memilih tawaran yang paling sesuai kebutuhan serta harapan mereka disamping itu pelayanan juga memiliki dampak yang besar terhadap kepuasan konsumen.

Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti complain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen, upaya perbaikan ini akan menjadikan konsumen makin loyal kepada perusahaan karena semakin banyak pesaing maka sebuah perusahaan harus lebih unggul dari para pesaingnya dan semakin ketatnya persaingan berdampak pada peningkatan tuntutan konsumen dalam hal pelayanan. Kepuasan konsumen terhadap suatu produk tertentu tergantung pada beberapa faktor yaitu, adanya kesamaan mutu, kualitas, atau pelayanan dari jenis produk pengganti, dan berubahnya tingkat kepuasan yang didapat

¹ M Hamdi HS, S.IP., M. AP. *KEPUASAN KONSUMEN*. Penerbit UIN KHAS Press Februari 2023.h.49

dari produk baru dibanding dengan pengalaman terhadap produk sebelumnya yang pernah dipakai.²

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap beras yaitu kualitas beras, harga beras, tempat penjualan, asal informasi mengenai beras, kualitas visual beras, kemasan beras, dan promosi mengenai beras tersebut. Adapun ciri-ciri mutu beras yang dapat mempengaruhi tingkat kepentingan serta tingkat kepuasan konsumen terhadap beras adalah tekstur nasi yang pulen, warna beras yang putih cerah, dan kebersihan. Konsumen akan mempertimbangkan beberapa atribut yang melekat pada beras sebelum melakukan pembelian beras yang sesuai dengan kepentingannya bagi konsumen sehingga konsumen dapat mencapai kepuasan. Maka dari itu sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui informasi apakah kualitas beras yang diterima konsumen sudah sesuai dengan keinginan konsumen.³

Promosi merupakan hal yang umum dipergunakan sebuah perusahaan untuk membujuk calon pelanggan dan mendorong agar minat pembelian konsumen meningkat terhadap sebuah produk atau jasa. Pada zaman sekarang ini promosi atau iklan dinyatakan sebagai salah satu hal yang membutuhkan perhatian khusus, tiap perusahaan hendaknya memiliki kemampuan dalam pemilihan penyampai pesan dari produk. Tiap perseroan berupaya untuk menarik perhatian dari calon konsumen dengan beberapa metode, contohnya dengan memberikan keterangan mengenai produk yang dijual. Keterangan dari suatu produk juga dapat memberi banyak pengaruh terhadap keputusan pembelian produk yang dilakukan calon konsumen.⁴

Dalam batasan inilah yang biasa kita sebut dengan etika. Bisnis merupakan suatu hal yang tidak bisa dihindarkan dari kehidupan manusia, bahkan bisnis adalah suatu kegiatan yang trend dalam kehidupan ekonomi manusia. Dalam dunia bisnis, mestinya pelaku bisnis bisa menerapkan bisnisnya sesuai dengan etika dan norma bisnis. Tujuannya agar si pelaku bisnis dapat melakukan perintah yang diajarkannya dan menjauhi larangan yang dilarangnya sesuai dengan aturan Islam. Dengan diberlakukannya aturan dalam etika berbisnis islam, mengharapkan setiap manusia itu bisa mempunyai pekerjaan halal sehingga rizki yang didapatkannya bisa mendatangkan keberkahan baginya, dan sering terjadi sebuah masalah dalam berbisnis bisa itu kecurangan atau persaingan antara perusahaan satu dengan lainnya dan terkadang sebuah perusahaan itu

² Hari Agung Susanto Narto Irawan Otoluwa , Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Astra Internasional Tbk Honda Cabang Maros, Jurnal Brand, Volume 2 No. 1, Juni 2020

³ Raihan Humaira Putri Rizal *et al* “ Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Beras Premium BULOG Kota Lhokseumawe Di Kecamatan Banda Sakti” Volume 7, Nomor 1, Februari 2022

⁴ Shella Oktaviani *et al* “ Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica” - VOL. 1. NO. 3 (2022)

lebih mementingkan keuntungannya di banding dengan kualitasnya, jadi seharusnya kita bisa menerapkan etika bisnis islam tersebut agar dapat menghasilkan kualitas produk – produk yang bagus sebab jika kita mengeluarkan produk yg bagus maka tidak adanya kekecewaan dalam hati konsumen .⁵

Pada dasarnya tujuan dari menerapkannya sebuah hukum Islam dalam suatu bisnis dan usaha yang terutama tentang adanya perilaku bisnis adalah untuk mendapatkan sebuah keuntungan yang berkah dan mulia agar dapat menjadikan seorang manusia yang mempunyai jiwa keadilan dan kejujuran dalam memenuhi kebutuhan hidup. Pentingnya etika bisnis juga bisa ditemukan di ajaran Islam yang bisa mendorong umat muslim dalam menjalankan kehidupannya yang berkeadilan dan bertanggung jawab. Etika berbisnis dalam Islam juga bisa mengajarkan untuk menghormati perjanjian, saling menjaga komitmen serta bisa memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi dalam bisnis usahanya. Salah satu prinsip utama dari etika bisnis Islam itu sendiri adalah keadilan. Dalam agama Islam, keadilan melibatkan perbuatan yang adil kepada semua pihak yang terlibat atau ikut campur dalam bisnis. Keadilan juga mengandung penghindaran dari penipuan, persaingan yang sehat serta adalah keadilan. Dalam agama Islam keadilan melibatkan perbuatan yang adil semua pihak yang terlibat atau ikut campur dalam bisnis, keadilan juga mengandung penghindaran dari penipuan, persaingan yang sehat serta kemoderatan antara laba dan dampak atau efek dan yang terakhir memberikan hak yang sepadan kepada semua pihak.

Dari penjelasan di atas dapat kita ketahui bagaimana kepuasan seorang konsumen dalam mengambil Keputusan dan juga memberikan peluang agar tidak terjadinya kecurangan atau sebuah masalah negatif kepada orang lain, maka dari itu peneliti tertarik ingin mengetahui kepuasan produk dari yang konsumen beli

B. METODOLOGI

Jenis Penelitian ini menggunakan metode kualitatif Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dan analisis. Deskriptif dalam penelitian kualitatif berarti menggambarkan dan menjabarkan peristiwa, fenomena dan situasi sosial yang diteliti. Analisis berarti memaknai dan menginterpretasikan serta membandingkan data hasil penelitian. Meski mencakup satu kesatuan sistem, pendekatan studi kasus tidak

⁵ Dina Faradisa *et al* “ *Etika Berbisnis Perspektif Ekonomi* “ Islam Volume 2 Nomor 2 Tahun 2023

harus meneliti satu orang atau individu saja, namun bisa dengan beberapa orang atau objek yang memiliki satu kesatuan fokus fenomena yang akan diteliti.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Pabrik Beras Desa Sukosari Kecamatan Mataram Baru Kabupaten Lampung Timur.

Karena sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai petani dan, penerapan etika bisnis Islam di Pabrik Beras Desa Sukosari bisa meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini dilakukan dengan memastikan produk berkualitas, proses produksi yang transparan, harga yang jelas, serta pelayanan yang ramah dan jujur. Etika bisnis Islam meningkatkan kepuasan konsumen dengan membangun rasa percaya, dan berdasarkan prinsip utama seperti kejujuran, keadilan, serta amanah. Pedagang wajib benar-benar jujur terhadap produk yang dijual, adil dalam setiap transaksi, serta tidak melakukan penipuan atau tindakan tidak jujur sama sekali. Seperti yg disampaikan pemilik usaha pabrik:

“Menurut saya, berdagang yang baik itu jujur saja, tidak menipu, dan niatnya mencari rezeki yang halal. Tidak perlu bermain-main, yang penting rezeki itu berkah”.⁶

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan narasumber menjelaskan bahwa berdagang menghadapi berbagai tantangan. Kadang tidak ada pembeli, dan terkadang gagal panen yang memengaruhi penjualan. Selain itu, cuaca yang tidak baik juga bisa mengganggu kelancaran usaha hal-hal tersebut adalah bagian dari proses berdagang yang biasa terjadi dan harus diterima dengan sikap sabar.

1.1 Tanggapan Konsumen Terhadap Penerapan Etika Bisnis Islam Oleh Pedagang

Seorang pedagang yang menerapkan prinsip etika bisnis Islam untuk membuat pelanggan lebih senang. Selain itu, para pembeli merasa lebih tenang ketika membeli barang dari penjual yang jujur, seperti tidak mengurangi berat barang, menjaga kualitas barang yang dijual, serta menetapkan harga yang adil.

Kecurangan dalam timbangan masih marak terjadi di kalangan masyarakat Muslim, meskipun jelas melanggar syariat Islam. Praktik ini umumnya dilakukan oleh pedagang kebutuhan pokok seperti beras, gula, tepung, dan minyak, padahal timbangan memiliki peran penting dalam hukum jual beli karena menjamin keadilan dan keabsahan transaksi antara penjual dan pembeli. Di sisi lain, pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam seharusnya mampu meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Kejujuran dalam

⁶ Wawancara dengan pemilik pabrik beras Mbah Inul pada tanggal 25 juni 2025

berdagang, seperti menjaga kualitas, tidak mengurangi timbangan, dan menetapkan harga secara adil, membuat pembeli merasa tenang.

a. Kualitas Produk

Pabrik beras ini memproduksi beras untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya konsumen di sekitarnya. Produk yang disediakan memberi pilihan bagi konsumen dalam memilih beras sesuai kualitas, tekstur, dan tujuan penggunaan. Dengan begitu, mereka dapat menemukan beras yang cocok untuk kebutuhan sehari-hari maupun khusus, sehingga meningkatkan kepuasan dan kenyamanan dalam mengonsumsinya. Kualitas produk sangat berpengaruh pada kemajuan usaha. Konsumen biasanya ingin produk yang sepadan dengan uang yang mereka keluarkan. Namun, masih banyak orang yang mengira bahwa produk mahal pasti bagus.⁷

Dapat disimpulkan bahawa Beras yang dibeli memiliki kualitas yang baik, terutama dalam hal kebersihannya, warna yang putih, dan tekstur yang nyaman. Beras ini mudah dicuci karena hanya sedikit mengandung kotoran, sehingga tidak perlu dicuci terlalu banyak. Setelah dimasak, nasi yang dihasilkan terasa lembut, wangi, dan enak, sehingga cocok untuk makan sehari-hari maupun acara tertentu. Secara keseluruhan, pembeli merasa puas dengan kualitas beras ini. Meskipun sebelumnya pernah mengalami perbedaan pada produk dengan harga lebih rendah, secara umum beras ini sudah memenuhi harapan.

Kualitas beras sangat penting untuk kepuasan dan kenyamanan para pembeli. Menurut hasil wawancara, beras dari pabrik ini terlihat bersih, putih, beraroma wangi, dan menghasilkan nasi yang lembut dan enak, sesuai dengan harapan pembeli. Dalam Islam, makanan yang halal dan baik adalah perintah Allah seperti dalam surat al-baqoroh ayat 168 yang berarti makanan harus bersih, sehat, dan berkah.

b. Kualitas Pelayanan

Untuk memahami pandangan konsumen terhadap kualitas produk, peneliti melakukan wawancara dengan 5 orang responden. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui pandangan masyarakat dalam pembelian produk tersebut, serta rasa nyaman dalam mendapatkan produk tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen, peneliti mengajukan pertanyaan, bagaimana pendapat bapak/ibu saudara/i menilai kualitas pelayanan yang diberikan.

⁷ Karim Abdul, KUALITAS PRODUK DAN HARGA MEMPENGARUHI MINAT BELI MASYARAKAT, Tahun 2024 h.4

Dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang ramah, harga yang kompetitif, serta hubungan yang baik dengan pelanggan adalah alasan banyak orang memilih tempat ini untuk berbelanja. Selain itu, harga yang terjangkau dan kualitas barang yang baik membuat para pelanggan merasa puas. Komunikasi yang terbuka juga membuat mereka merasa nyaman dan percaya saat melakukan transaksi.

Pelayanan yang baik sangat penting untuk menjaga kepuasan dan kepercayaan konsumen. Berdasarkan wawancara, konsumen merasa puas karena penjual ramah, jujur, dan jelas. Dalam Al-Qur'an surat Al-Qashash ayat 26, juga dijelaskan bahwa sebaik-baiknya orang yang bekerja adalah yang kuat dan dapat dipercaya. Maka, pelayanan yang jujur dan amanah mencerminkan nilai Islam serta menjadi kunci dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan.

c. Faktor Emosional

Faktor emosional sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Layanan yang ramah, perhatian yang tulus, serta hubungan yang baik dengan pelanggan dapat membuat mereka merasa dihargai dan diperhatikan. Hal ini membantu kepercayaan dan kesetiaan konsumen, sehingga mereka akan pergi berbelanja lagi.

Untuk memahami pandangan konsumen terhadap kualitas produk, peneliti melakukan wawancara dengan 5 orang responden. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui pandangan masyarakat dalam pembelian produk tersebut, serta rasa nyaman dalam mendapatkan produk tersebut. Di sisi lain, ada konsumen yang sangat puas dan tidak pernah merasa kecewa. Mereka merasa produk yang diterima sudah sesuai dengan harapan mereka, baik dalam kualitas maupun pelayanan. Bahkan, mereka tetap senang meskipun ada orang lain yang mungkin memiliki pengalaman berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa rasa puas dari pelanggan bisa berbeda-beda, tergantung pada pengalaman masing-masing.

Kualitas beras sangat berpengaruh terhadap kepuasan pembeli. Berdasarkan hasil wawancara, ada pembeli yang tidak senang karena beras yang dibeli terlihat gelap dan memiliki aroma yang tidak enak. Ketika menghadapi kualitas produk maka, penjual memberikan jaminan kepada konsumen dapat menukar beras yang kurang layak dengan beras yang berkualitas baik. Oleh karena itu, penting bagi pembeli untuk menangani masalah dengan tepat, dan bagi penjual untuk terus menjaga kualitas produk agar kepercayaan konsumen tetap terjaga.

d. Harga Produk

Harga adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam membentuk cara konsumen memandang kualitas produk yang dijual dalam sebuah usaha. Karena itu, pemilik usaha memastikan bahwa kualitas produk yang

dihasilkan benar-benar sesuai dan sebanding dengan harga yang ditentukan.

Untuk memahami pandangan konsumen terhadap kualitas produk, peneliti melakukan wawancara dengan 5 orang responden. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui masyarakat dalam pembelian produk tersebut, serta rasa nyaman dalam mendapatkan produk tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen, peneliti mengajukan pertanyaan, kepada bapak/ibu saudara/i apakah harga beras saat ini sudah sesuai dengan kualitasnya?

Berikut adalah hasil wawancara yang telah diperoleh:

“Menurut saya, kualitas beras yang dijual di toko itu sudah cukup baik, terlebih lagi karena harganya tidak terlalu mahal. Jika dibandingkan dengan toko lain, harganya lebih murah tetapi kualitasnya tetap bagus. Memang, harga beras di sini sesuai dengan kualitasnya. Memang, harga dan kualitas beras bisa berbeda-beda tergantung mereknya biasanya kalau merknya lebih baik, harganya juga lebih mahal”.⁸

Harga beras dianggap oleh konsumen sudah sesuai dengan kualitasnya. Mereka merasa puas karena mendapatkan barang yang baik dengan harga yang tidak terlalu mahal. Dalam agama Islam, menjaga kejujuran dalam menentukan harga sangat penting. Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Isra' ayat 35 yang mewajibkan untuk menakar dan menimbang dengan adil. Dengan harga yang adil, maka kepercayaan dan kepuasan pelanggan akan terjaga.

Dapat disimpulkan bahwa pemilik pabrik sudah menerapkan prinsip kejujuran, keadilan, dan amanah dalam berdagang. Hal ini terlihat dari komitmennya untuk menjaga kualitas produk, menetapkan harga yang adil, serta memberikan pelayanan yang ramah dan terbuka. Pemilik usaha menyatakan bahwa berdagang yang baik menurut Islam adalah dengan jujur, tidak menipu, dan niat mencari rezeki yang halal dan berkah. Kejujuran dalam hal ini tidak hanya menyangkut transaksi secara langsung, tetapi juga mencakup menjaga kualitas barang, menghindari segala bentuk kecurangan, termasuk dalam hal mengurangi timbangan, tidak menyembunyikan cacat barang dan bersikap adil dalam bertransaksi.

⁸ Wawancara, Siti Tsanawiyah, Siti Fatimah, Mesnaton, Nurul Elia, Wulan Oktaviani Sari, Pada Tanggal 2 juni 2025

D. KESIMPULAN

Penerapan etika bisnis Islam seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab telah dijalankan dengan baik oleh para pelaku usaha, terutama dalam kegiatan jual beli beras. Mereka menjaga kualitas produk, memberikan harga yang jelas, dan tidak melakukan kecurangan. Meski menghadapi tantangan seperti cuaca yang tidak menentu, gagal panen, dan kurangnya pembeli, para pedagang tetap sabar dan berpegang pada prinsip mencari penghasilan yang halal dan berkah. Konsumen memberikan respons positif terhadap mutu beras yang dijual, yang dinilai bersih, wangi, dan berkualitas baik. Selain itu, pelayanan yang diberikan seperti sikap ramah, komunikasi yang baik, dan kejujuran membuat konsumen merasa nyaman dan dihargai. Meskipun ada sedikit kekecewaan dari sebagian konsumen terkait kualitas yang tidak selalu konsisten, secara umum mereka tetap merasa puas karena harga dianggap sesuai dengan mutu produk. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara etika bisnis, kualitas produk, dan pelayanan yang baik menjadi kunci keberhasilan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Quddus, Terj. Bi Rosm Ustmani, Kudus: CV. Mubarakatan Thoyyibah, 2023.

Hidayat Asep, *et al*, “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Pedagang Menurut Perspektif Islam di Pasar Cendrawasih Kota Metro*”, Vol.2, No.2 Mei 2023.

Anita Rahmah Citra, S.E.” *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda Idk 2 Medan*”, Vol. 12 No. 2 Desember 2020.

Faradisa Dina *et al* “ *Etika Berbisnis Perspektif Ekonomi* “ Islam Volume 2 Nomor 2 Tahun 2023.

Putri Maulidiah Eka *et al* ”*Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan*”, Volume 2, Nomor 3, Maret 2023.

At-Tirmidzi Imam, Sunan at-Tirmidzi, Vol. 3, (Cet. II; Mesir: Syirkah Maktabah wa Mathba'ah al-Bab Al-Halabi, 1975), hl.507.

Susanto AgungHari *et al*,”*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Astra Internasional Tbk Honda Cabang Maros*”, Jurnal Brand, Volume 2 No. 1, Juni 2020.

”Hadits keutamaan bekerja dengan baik sungguh sungguh dan profesional”<https://iqra.republika.co.id/berita/sj9hlz430> (Diakses 26 Agustus 2025 pukul 14.30).

”*Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Serba Ada Matahari DI Pondok Gede Plaza Kota Bekasi*”<https://www.academia.edu/122520672> (Di akses 27 Agustus 2025 jam 20:30).

”*Etikadan+kejujuran+dalam+bisnis+adalah+kunci+keberkahan+dan+kepuasan+pelanggan%E2%80%9D*.
[https://www.gogle.com/search?q=\(HR.Tirmidzi\)](https://www.gogle.com/search?q=(HR.Tirmidzi)) (Di akses 26 Agustus 2025 jam 14:30).

Imam Maghudi Muhammad, *et al* “*Prinsip Kejujuran Dalam Usaha: Menelaah Materi tentang Prinsip Kejujuran dalam Usaha*” Volume 1, Nomor 12, Januari, 2024.

Heni Julaika Putri, *et al*” *Metode Pengumpulan Data Kualitatif*” Volume 9 Nomor 2 Tahun 2025 Halaman 13074-13086.

Karim Abdul,”*Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*”,Tahun 2024 hl.4.

Waruwu Marini Magister Administrasi Pendidikan, Universitas Kristen Satya Wacana, Pendekatan Penelitian Pendidikan “ *Metode Penelitian Kualitatif, dan metode penelitian kombinasi(mixed method)*”, volume 1 tahun 2023.

Waruwu Marini Magister Administrasi Pendidikan, Universitas Kristen Satya Wacana , Pendekatan Penelitian Pendidikan “ *Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*” , Volume 7 Nomor 1 Tahun 2023, Halaman 2896-2910.

Faleta Mini *et al* ”*Analisis Perspektif Hukum Ekonomi Islam Terhadap Pengurangan Timbangan Pedagang Ikan Di Pasar Tradisional KM 5 Palembang (Studi Kasus Pedagang Ikan Pasar KM 5 Palembang)*”vol 3 no 2 september 2023.

Hamdi Muhammad HS, S.IP., M. AP. “*Kepuasan Konsumen*”. Penerbit UIN KHAS Press Februari 2023.

Azzahra Muthia *et al*”*Gharar Konsep Memahami dalam Fiqih: Definisi dan Implikasinya dalam Transaksi*” Volume. 1, No. 4, Desember 2024.hal.145-153.

Ramadhany Putri Nurmeiny *et al* “*Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Rozza Bakery Palembang*” vol.3 no.1 edisi maret 2023.

A'yunin Indah Nurfaizah, Okta Piana Sari Delta , “*Hukum Kecurangan Timbangan Bagi Pedagang Terhadap Konsep Jual Beli Dalam Islam* “Vol. 2, No. 2, Tahun 2024, hal.131-142.

Qurratulaini Intan, “*Nilai Kejujuran dan Amanah dalam Ekonomi dan Bisnis Islam*” Vol.5 Nomor 1 (2024).

Raihan Humaira Putri Rizal *et al* “ *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Beras Premium BULOG Kota Lhokseumawe Di Kecamatan Banda Sakti*” Volume 7, Nomor 1, Februari 2022.

Try Astuti An Ras.”*Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*”. IAIN Parepare Nusantara Press I, Januari 2022, hal.3.

Hidayat Muhammad Syahrul , Qomarul Huda Qomarul “*Konsep Fairness Dalam Etika Bisnis Islam: Kajian Literatur Terhadap Praktik Distribusi Dan Keadilan Ekonomi*” Volume 1 Nomor 2, hal. 17-31.

Tafana Aura, Andika Bayu *et al.*”*Etika Bisnis Islam*” Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen Vol.1, No.4 Desember 2024.