

## IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA USAHA MJ FROZEN FOOD & SNACK DI SIDOARJO

Oleh:

Siti Aminah<sup>1</sup>

Novie Andriani Zakariya<sup>2</sup>

UIN Sunan Ampel Surabaya

Alamat: JL. Ahmad Yani No.117, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur (60237).

Korespondensi Penulis: [Amynh7535@gmail.com](mailto:Amynh7535@gmail.com), [novie.andriani@uinsa.ac.id](mailto:novie.andriani@uinsa.ac.id).

**Abstract.** *This study aims to analyze the implementation of Islamic business ethics in MJ Frozen Food & Snack, a micro-enterprise engaged in frozen food products in Sidoarjo Regency. The research uses a qualitative approach with data collected through in-depth interviews, field observations, and documentation. The interview was conducted directly with the business owner on May 25, 2025. The findings reveal that the business has adequately implemented the principles of Islamic business ethics such as honesty (ṣidq), fairness, responsibility (amānah), and attention to halal and thayyib products. The enterprise also shows consistent profitability, although digital promotion strategies remain underutilized. The overall business ethics and practice score was 47 out of 64, placing the business in the “good” category. This study offers practical insights into the importance of integrating Islamic values in MSME management and provides strategic suggestions for marketing and business development. The findings are expected to serve as a reference for other MSME actors in adopting Islamic business principles in their operations.*

**Keywords:** *Digital Promotion, Islamic Business Ethics, MJ Frozen Food, Msmes, Profitability.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi etika bisnis Islam pada usaha MJ Frozen Food & Snack, sebuah UMKM yang bergerak di bidang makanan

Received May 12, 2024; Revised May 21, 2025; May 26, 2025

\*Corresponding author: [Amynh7535@gmail.com](mailto:Amynh7535@gmail.com)

# IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA USAHA MJ FROZEN FOOD & SNACK DI SIDOARJO

beku di Kabupaten Sidoarjo. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan langsung kepada pemilik usaha pada tanggal 25 Mei 2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ini telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam secara cukup baik, seperti kejujuran (*sidq*), keadilan, tanggung jawab (*amānah*), serta perhatian terhadap produk yang halal dan *thayyib*. Selain itu, usaha ini menunjukkan profitabilitas yang stabil dan berkelanjutan, meskipun promosi digital masih belum dimaksimalkan. Skor keseluruhan dalam penilaian etika dan praktik bisnis adalah 47 dari total 64, yang menempatkan usaha dalam kategori “baik”. Penelitian ini memberikan gambaran nyata tentang pentingnya penerapan nilai-nilai syariah dalam pengelolaan UMKM, sekaligus memberikan saran strategis dalam aspek pemasaran dan pengembangan usaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM lain dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam dunia bisnis.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis Islam, MJ *Frozen Food*, Profitabilitas, Promosi Digital, UMKM.

## LATAR BELAKANG

Dalam perspektif Islam, etika bisnis merupakan bagian integral dari ajaran agama yang menekankan pada kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kepedulian sosial dalam seluruh aspek muamalah. Idealnya, setiap pelaku usaha muslim semestinya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya, baik dalam aspek produksi, distribusi, hingga hubungan dengan konsumen dan mitra kerja. Implementasi etika bisnis ini tidak hanya mendatangkan keberkahan, tetapi juga memperkuat kepercayaan konsumen serta membangun reputasi usaha yang berkelanjutan.

Namun, realitanya, banyak pelaku usaha mikro dan kecil di Indonesia, termasuk di daerah Sidoarjo, belum sepenuhnya memahami dan menerapkan etika bisnis Islam secara konsisten. Beberapa pelaku usaha hanya fokus pada keuntungan ekonomi tanpa memperhatikan prinsip-prinsip syariah, seperti kejujuran dalam pemasaran, ketepatan timbangan, keterbukaan informasi produk, atau tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar.

Dari kondisi tersebut, terdapat *Gap* (kesenjangan) antara idealitas konsep etika bisnis Islam dengan praktik nyata yang dilakukan oleh sebagian pelaku usaha di lapangan.

Hal ini menunjukkan perlunya kajian empiris terhadap pelaksanaan etika bisnis Islam secara langsung pada unit usaha, khususnya UMKM yang berpotensi besar untuk berkembang namun belum banyak tersentuh pembinaan syariah.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya mendorong transformasi nilai-nilai etis Islam ke dalam praktik bisnis sehari-hari, guna membentuk iklim usaha yang lebih adil, berintegritas, dan membawa manfaat bagi masyarakat. Jika tidak segera direspons, maka praktik usaha yang menyimpang dari nilai-nilai Islam akan terus berkembang dan dapat merugikan konsumen, mitra kerja, bahkan pelaku usaha itu sendiri dalam jangka panjang.

Sebagai solusi awal, perlu dilakukan penelitian kualitatif yang mendalam untuk mengidentifikasi bagaimana pelaku usaha menerapkan etika bisnis Islam secara aktual, tantangan yang dihadapi, serta bentuk-bentuk nilai syariah yang sudah atau belum diterapkan.

Penelitian ini memilih objek usaha MJ *Frozen Food & Snack* di Sidoarjo, yang merupakan salah satu pelaku UMKM di bidang makanan beku dan camilan, sebagai studi kasus. Usaha ini menjadi menarik untuk diteliti karena dijalankan oleh seorang muslim dan telah berkembang secara lokal, namun belum diketahui sejauh mana nilai-nilai etika bisnis Islam diimplementasikan.

Manfaat penelitian ini secara praktis adalah memberikan gambaran nyata bagi pelaku usaha lainnya tentang penerapan etika bisnis Islam, serta rekomendasi perbaikan untuk MJ *Frozen Food & Snack* dalam meningkatkan keberkahan dan keberlanjutan usahanya. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian ilmu ekonomi Islam, khususnya dalam ranah implementasi etika bisnis pada sektor UMKM.

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi akademisi, mahasiswa, maupun praktisi dalam memahami hubungan antara prinsip syariah dan praktik bisnis riil, serta sebagai dasar bagi pengembangan model pembinaan UMKM berbasis etika Islam.

Penelitian ini menjadi penting untuk menjawab kebutuhan akan praktik bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan duniawi, tetapi juga bernilai akhirat. Dengan mengkaji implementasi etika bisnis Islam pada MJ *Frozen Food & Snack* di Sidoarjo, diharapkan tercipta model usaha yang tidak hanya menguntungkan secara

# IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA USAHA MJ FROZEN FOOD & SNACK DI SIDOARJO

ekonomi, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai moral dan spiritual Islam yang *rahmatan lil 'alamin*.

## KAJIAN TEORITIS

### Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam menurut Rahayu E (2025) didasarkan pada lima prinsip utama yakni tauhid (keesaan Tuhan), keadilan, kebebasan berkehendak (ikhtiar), tanggung jawab, dan kejujuran (siddiq). Prinsip-prinsip ini membentuk landasan moral dalam aktivitas ekonomi, termasuk dalam praktik UMKM. Penerapan prinsip-prinsip ini dapat meningkatkan kinerja usaha secara signifikan.

### Etika Bisnis Islam dan Profitabilitas UMKM

Menurut Siti Amelia, Muhammad Iqbal Fasa, & Suharto. (2022) bahwasanya Implementasi etika bisnis Islam yang mencakup aspek produksi dan distribusi berkontribusi positif terhadap profitabilitas UMKM. Dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam operasional bisnis, UMKM dapat mencapai keuntungan yang berkelanjutan.

### Etika Bisnis Islam dalam Era Digital

Menurut Luthfy, D. R., & Mukhlas, O. S. (2023) bahwasanya , Di era ekonomi digital, etika bisnis Islam tetap relevan dan penting. Pendampingan UMKM berbasis etika bisnis Islam dapat meningkatkan transparansi keuangan, kepercayaan konsumen, dan keberlanjutan usaha. Integrasi nilai-nilai Islam dengan teknologi digital mendukung pengembangan UMKM yang berkelanjutan.

### Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Reputasi Usaha

Menurut Rizky, R. O., & Rohman, A. (2024). Penerapan etika bisnis Islam dapat membentuk reputasi usaha yang positif. Dalam studi kasus UMKM Jajanan Mbah Yuli, penerapan prinsip-prinsip Islam meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat hubungan antara penjual dan pembeli.

### Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Promosi Digital

Menurut J., Permata, S., Ridwan, H., & Abidin, Z. (n.d.) 2024 Dalam jurnalnya disebutkan bahwa, Pelaku UMKM di Sinjai yang menerapkan etika bisnis Islam dalam promosi melalui digital marketing mengalami peningkatan pendapatan dan kepercayaan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai Islam dalam strategi pemasaran digital dapat memberikan hasil yang positif.

Kajian teoritis ini menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis Islam memiliki dampak positif terhadap kinerja, profitabilitas, dan reputasi UMKM. Dalam konteks *MJ Frozen Food & Snack* di Sidoarjo, penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus, untuk menggali praktik etika bisnis Islam dalam usaha *MJ Frozen Food & Snack* secara mendalam dan kontekstual. Penelitian dilakukan di usaha *MJ Frozen Food & Snack*, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Subjek penelitian adalah pemilik usaha, karena memiliki peran sentral dalam pengelolaan dan penerapan nilai etika Islam.

Tiga teknik utama Pengumpulan data digunakan:

1. Wawancara mendalam dengan pemilik usaha.
2. Observasi partisipatif terhadap aktivitas bisnis dan lingkungan usaha.
3. Dokumentasi berupa foto, label produk, dan konten promosi digital.

Instrumen dalam Penelitian Instrumen utama adalah peneliti sendiri, dibantu dengan panduan wawancara, lembar observasi, dan catatan lapangan. Analisis data dilakukan dengan Menggunakan analisis tematik melalui tiga tahap:

1. Reduksi data
2. Penyajian data
3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilakukan terhadap usaha *MJ Frozen Food & Snack*, sebuah usaha mikro yang bergerak di bidang makanan beku rumahan yang berlokasi di Jalan Jatisari 3 RT 07 RW 06, Desa Pepelegi, Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo. Wawancara dan observasi lapangan dilaksanakan secara langsung pada tanggal 25 Mei 2025 dengan

# IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA USAHA MJ FROZEN FOOD & SNACK DI SIDOARJO

narasumber utama sekaligus pemilik usaha. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali pemahaman mendalam terkait praktik etika bisnis Islam, profitabilitas, promosi digital, serta reputasi usaha.

## Awal Mula Berdirinya Usaha

Usaha ini berawal dari inisiatif tiga rekan kerja yang pada awalnya sekadar mencoba berdagang secara sampingan. Motivasi utama mereka adalah untuk menambah penghasilan dan memanfaatkan peluang pasar makanan beku yang semakin berkembang. Seiring waktu, usaha ini berkembang secara mandiri dan berkelanjutan hingga tetap eksis sejak pertama kali berdiri pada tahun 2018.

## Implementasi Etika Bisnis Islam

Hasil wawancara menunjukkan bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam telah diterapkan secara konsisten. Pemilik usaha menunjukkan komitmen terhadap prinsip kejujuran (*ṣidq*), keadilan, tanggung jawab (*amānah*), serta perhatian pada aspek halal dan *thayyib* dalam seluruh proses produksi hingga penjualan. Produk-produk yang dijual memiliki informasi yang lengkap terkait bahan, komposisi, dan label, yang menunjukkan adanya transparansi dalam bisnis.

## Observasi Lapangan

Dari hasil observasi, ditemukan bahwa tempat usaha dalam kondisi bersih dan tertata, menunjukkan kepedulian terhadap nilai kebersihan dan kenyamanan, sebagaimana dianjurkan dalam prinsip etika bisnis Islam. Pemilik usaha juga memperlihatkan sikap terbuka dan antusias dalam menjawab pertanyaan wawancara, serta jawaban yang diberikan konsisten dengan kenyataan yang diamati.

## Profitabilitas dan Pengelolaan Usaha

Secara profitabilitas, usaha ini telah menunjukkan hasil yang stabil dan menguntungkan secara rutin. Strategi efisiensi dalam pengelolaan bahan baku dan produksi diterapkan dengan tetap menjaga kualitas produk. Menariknya, pemilik usaha menyampaikan bahwa keberpihakan pada nilai-nilai Islam justru memperkuat kepercayaan pelanggan dan menjadi faktor pendukung dalam keberlangsungan usaha.

## **Promosi dan Reputasi Usaha**

Dalam aspek digital *marketing*, *MJ Frozen Food* telah memanfaatkan media sosial dan platform digital lain meskipun belum optimal. Promosi dilakukan dengan memperhatikan prinsip kejujuran dan menghindari unsur penipuan atau ekspektasi berlebihan (*gharar*). Reputasi usaha dinilai baik oleh pelanggan dan masyarakat sekitar, dengan testimoni positif yang mendukung citra usaha. Selain itu, pemilik usaha juga aktif dalam kegiatan sosial di lingkungan sekitar, seperti mengikuti event bazar, Pasar Kaget, dan lainnya menunjukkan kontribusi nyata dalam peran sosial.

## **Skor Penilaian Etika dan Praktik Bisnis**

Berdasarkan skoring terhadap empat aspek utama (etika bisnis Islam, profitabilitas, promosi digital, dan reputasi usaha), total skor yang diperoleh adalah 47 dari 64 poin. Hasil ini menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis Islam berada dalam kategori "Baik", dengan potensi peningkatan khususnya dalam pemanfaatan media digital dan penguatan strategi promosi.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa *MJ Frozen Food & Snack* telah menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam kegiatan operasionalnya secara baik, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, terutama dalam penguatan promosi digital dan perluasan jangkauan pasar. Usaha ini juga menunjukkan keseimbangan antara etika dan profitabilitas, serta memiliki komitmen terhadap produk yang halal dan berkualitas.

Untuk pengembangan usaha *MJ Frozen Food & Snack*, disarankan agar promosi digital ditingkatkan dengan konten visual yang lebih menarik, seperti video pendek dan testimoni pelanggan. Pemilik usaha juga dapat mempertimbangkan merekrut tenaga kerja guna menunjang kapasitas produksi dan pelayanan. Selain itu, strategi pemasaran berbasis komunitas dan konsumen loyal perlu dibangun untuk memperluas jaringan pasar. Pengembangan program loyalitas pelanggan juga dianjurkan sebagai bentuk apresiasi dan upaya mempertahankan pelanggan jangka panjang..

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

# IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA USAHA MJ FROZEN FOOD & SNACK DI SIDOARJO

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada *Owner MJ Frozen Food & Snack* atas waktu, informasi, dan kerja samanya selama proses wawancara dan observasi berlangsung. Semoga usaha yang dijalankan terus berkembang dan senantiasa diberkahi oleh Allah SWT. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada seluruh pihak yang turut membantu terlaksananya penelitian ini.

## DAFTAR REFERENSI

- Ekonomi dan Bisnis, J., Permata, S., Ridwan, H., & Abidin, Z. (2024). *Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Pelaku UMKM dalam Promosi Melalui Digital Marketing di Sinjai*. *A Dz Dzahab*, Vol. 9(1). <http://journal>
- Katmas, E., Faizah, N., & Wulandari, A. (2022). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 23(1), 22–35. <https://doi.org/10.36769/asy.v23i1.212>
- Luthfy, D. R., & Mukhlas, O. S. (2023). Etika Bisnis Islam dalam Ekonomi Digital: Model Pendampingan UMKM yang Berkelanjutan di Jawa Barat. *ISLAMICA*, 8(2), 52–62. <https://doi.org/10.59908/islamica.v8i2.140>
- Rahayu, E. (2025). Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Optimalisasi Pengembangan UMKM. *Jurnal Al-Istishna*, 1(2), 76–88. <https://doi.org/10.58326/jai.v1i2.271>
- Rizky, R. O., & Rohman, A. (2024). Analisis Peran Etika Bisnis Islam dalam Membentuk Reputasi Usaha pada UMKM Jajanan Mbah Yuli. *Paraduta: Jurnal Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(2), 46–51. <https://doi.org/10.56630/paraduta.v2i2.625>
- Siti Amelia, Muhammad Iqbal Fasa, & Suharto. (2022). Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi dan Distribusi pada UMKM terhadap Profitabilitas dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), 305–313. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i4.729>