

## **Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Penjualan Makanan di Salah Satu Warung di Sekitar Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**

**M Farid Azizi<sup>1\*</sup>, Masitoh Siagian<sup>2</sup>, M Fiqri Al Hazmi<sup>3</sup>, Nabila Ramadhani Suheri<sup>4</sup>,  
Muhammad Yusuf Siregar<sup>5</sup>**

<sup>1-5</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>[faridazizifarid123@gmail.com](mailto:faridazizifarid123@gmail.com), <sup>2</sup>[masitohsiagian520@gmail.com](mailto:masitohsiagian520@gmail.com), <sup>3</sup>[fiqrialhazmi29@gmail.com](mailto:fiqrialhazmi29@gmail.com),  
<sup>4</sup>[nabilasuheri653@gmail.com](mailto:nabilasuheri653@gmail.com), <sup>5</sup>[yususfm2627@gmail.com](mailto:yususfm2627@gmail.com)

(\* : coresponding author)

**Abstrak**—Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas penjualan makanan pada sebuah warung di sekitar Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi langsung dan wawancara mendalam kepada pemilik warung. Melalui observasi, diperoleh gambaran nyata mengenai kondisi kebersihan, pola pelayanan, proses transaksi, serta cara pemilik mengelola usaha. Wawancara berfungsi untuk menggali alasan pemilik warung dalam menerapkan prinsip kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab dalam aktivitas penjualan sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik warung telah konsisten menjalankan prinsip etika bisnis Islam. Hal ini tercermin dari transparansi harga, ketepatan porsi makanan, kebersihan tempat, serta sikap ramah dalam pelayanan. Praktik tersebut tidak hanya merefleksikan nilai-nilai Islam, tetapi juga mampu membangun kepercayaan konsumen sehingga dapat menopang keberlangsungan usahanya. Penelitian ini menguatkan temuan bahwa etika bisnis Islam dapat diimplementasikan secara sederhana pada tingkat usaha mikro serta memberikan pengaruh positif terhadap relasi antara penjual dan pembeli.

**Kata Kunci:** etika bisnis Islam, warung, Usaha Mikro, penjualan makanan, UIN Sumatera Utara

**Abstract**—This study aims to describe the application of Islamic business ethics in the food sales activities at a food stall around the State Islamic University of North Sumatra (UINSU). A descriptive qualitative approach was used, with data collection techniques consisting of direct observation and in-depth interviews with the stall owner. Through observation, a clear picture was obtained regarding hygiene conditions, service patterns, transaction processes, and how the owner manages the business. The interviews served to explore the owner's reasons for implementing the principles of honesty, trustworthiness, justice, and responsibility in daily sales activities. The results show that the stall owner has consistently applied Islamic business ethics principles. This is reflected in price transparency, accurate food portions, cleanliness of the place, and friendly service. These practices not only reflect Islamic values but are also capable of building consumer trust, thereby supporting the sustainability of the business. This study reinforces the finding that Islamic business ethics can be implemented simply at the micro-enterprise level and exerts a positive influence on the relationship between seller and buyer.

**Keywords:** Islamic business ethics, food stall, micro-enterprise, food sales, UIN Sumatera Utara

### **1. PENDAHULUAN**

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat prinsip moral yang digunakan sebagai pedoman dalam aktivitas ekonomi agar berjalan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Dalam perkembangan ekonomi modern, termasuk sektor kuliner skala kecil seperti warung makan, penerapan etika bisnis Islam menjadi penting untuk memastikan bahwa aktivitas jual beli berlangsung secara adil, jujur, dan tidak merugikan pihak mana pun. Hal ini semakin relevan mengingat meningkatnya kesadaran masyarakat, khususnya mahasiswa, terhadap pentingnya konsumsi makanan yang tidak hanya halal, tetapi juga dikelola dengan prinsip yang mengutamakan kejujuran, kebersihan, serta tanggung jawab moral.

Di kawasan sekitar UIN Sumatera Utara, warung makan menjadi salah satu pilihan utama mahasiswa dan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari. Keberadaan warung-warung tersebut tidak hanya berfungsi sebagai penyedia makanan, tetapi juga sebagai pelaku usaha yang memiliki peran dalam menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan etis. Oleh karena itu,

penting untuk mengkaji sejauh mana warung-warung ini menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam proses penjualan makanan, mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, penetapan harga, hingga pelayanan terhadap konsumen.

Permasalahan seperti kurangnya transparansi harga, ketidakjelasan kualitas makanan, praktik penipuan kecil dalam porsi hidangan, ataupun pengabaian aspek kebersihan sering menjadi perhatian dalam sektor kuliner tradisional. Jika tidak diawasi, hal ini dapat menurunkan kualitas pelayanan dan menimbulkan ketidakadilan bagi konsumen. Dalam perspektif Islam, praktik bisnis seperti itu termasuk tindakan yang dilarang karena mengandung unsur gharar (ketidakjelasan) dan tadlis (penipuan).

Berdasarkan alasan tersebut, penelitian mengenai penerapan etika bisnis Islam pada salah satu warung di sekitar UIN SU menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran realitas penerapan prinsip syariah dalam usaha kecil, tetapi juga dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha serupa untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan konsumen. Dengan mengkaji bagaimana warung tersebut menerapkan nilai halal, kejujuran, keadilan, kebersihan, dan menghindari perilaku merugikan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkuat praktik bisnis yang beretika dan berkelanjutan.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan menggambarkan secara langsung penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas penjualan makanan di salah satu warung yang berlokasi di sekitar UIN Sumatera Utara. Pendekatan ini dipilih karena mampu menampilkan keadaan sebenarnya di lapangan melalui data-data yang diperoleh dari interaksi, pengamatan, serta penjelasan langsung dari pemilik warung.

### **1) Lokasi dan Subjek Penelitian**

Penelitian dilakukan di salah satu warung makan yang berada di sekitar lingkungan kampus UIN Sumatera Utara. Pemilik warung menjadi informan utama karena memiliki pemahaman penuh mengenai proses penjualan, pengelolaan usaha, serta penerapan nilai-nilai etika dalam kegiatan sehari-hari.

### **2) Teknik Pengumpulan Data**

Data dikumpulkan melalui dua cara utama:

#### **a. Observasi Lapangan**

Observasi dilakukan dengan melihat langsung aktivitas di warung, termasuk proses penjualan, pelayanan pelanggan, kondisi tempat, kebersihan makanan, serta cara penjual menjalankan transaksi. Selama observasi, peneliti juga mengambil foto untuk memperkuat bukti visual mengenai keadaan warung dan aktivitas yang terjadi.

#### **b. Wawancara Pemilik Warung**

Peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik warung untuk memperoleh informasi yang tidak dapat terlihat hanya melalui observasi. Wawancara mencakup penjelasan tentang pemilihan bahan makanan, cara menjaga kualitas, penerapan prinsip kejujuran, keadilan, serta upaya menjaga kepercayaan pelanggan.

### **3) Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari hasil observasi dan wawancara. Data ini memberikan gambaran langsung mengenai aktivitas penjualan serta cara pemilik warung menerapkan etika bisnis Islam dalam praktik sehari-hari. Selain itu, data diperkuat dengan sumber-sumber pustaka yang relevan agar pembahasan memiliki dasar teoritis yang jelas.

### **4) Teknik Analisis Data**

Analisis dilakukan secara deskriptif dengan cara mengumpulkan data lapangan, mengelompokkan informasi berdasarkan tema, lalu menjelaskan temuan tersebut dalam bentuk narasi. Peneliti menggambarkan kondisi warung, pola interaksi, dan tindakan penjual, kemudian mengaitkannya dengan nilai-nilai etika bisnis Islam seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab.

### **5) Prosedur Penelitian**

Langkah penelitian dimulai dari penentuan lokasi, penyusunan panduan observasi dan wawancara, pelaksanaan pengamatan langsung, dokumentasi foto, pengumpulan jawaban

wawancara, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan temuan dan pembahasan. Proses terakhir adalah menyimpulkan penerapan etika bisnis Islam pada warung yang diteliti.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil

Temuan lapangan memperlihatkan bahwa warung yang beroperasi di sekitar UIN Sumatera Utara telah mengintegrasikan beberapa prinsip pokok etika bisnis Islam dalam aktivitas penjualannya.

Pertama, dalam hal kehalalan, pemilik warung secara rutin memilih bahan makanan dari pemasok yang diyakini aman dan sesuai syariat, sehingga tidak ada keraguan terkait kehalalan produk yang disajikan. Proses pengolahan dilakukan dengan cara yang sederhana namun tetap menjaga kelayakan konsumsi.

Kedua, pada aspek transparansi dan kejujuran, penjual memberikan informasi mengenai menu, harga, dan komposisi makanan dengan jelas. Tidak ditemukan adanya tindakan menipu konsumen ataupun menyembunyikan kekurangan produk.

Ketiga, tata kelola pelayanan memperlihatkan penerapan prinsip keadilan. Pelanggan menerima porsi yang setara, sesuai dengan harga yang dipasang, dan diperlakukan tanpa diskriminasi.

Keempat, standar kebersihan warung tergolong baik. Meja, alat masak, dan area penyajian dibersihkan secara berkala. Terakhir, penjual juga menghindari praktik yang merugikan, seperti menjual makanan yang kualitasnya menurun atau menaikkan harga secara tidak rasional. Secara menyeluruh, data lapangan menunjukkan bahwa prinsip etika bisnis Islam telah dijalankan, meskipun beberapa aspek seperti kebersihan di jam tertentu masih perlu ditingkatkan.



**Gambar 1.** Dokumentasi Tim Peneliti dengan Pemilik dan Karyawan Warung Makanan

#### 3.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada warung tersebut tidak hanya sebatas menjaga kehalalan bahan, tetapi juga mencakup perilaku bisnis yang selaras dengan nilai-nilai syariah. Upaya pemilik untuk memastikan bahan makanan halal sejalan dengan konsep halalan thayyiban, yang mensyaratkan bahwa makanan tidak hanya suci dari unsur haram tetapi juga baik dari sisi kesehatan dan keamanannya.

Transparansi harga dan komposisi menu yang disampaikan penjual mencerminkan penerapan prinsip *sidq*. Kejujuran menjadi fondasi penting dalam transaksi, terutama untuk membangun kepercayaan konsumen—faktor utama dalam keberlanjutan usaha kecil seperti warung makan. Tindakan memberikan porsi yang setara dan pelayanan tanpa pilih kasih merupakan penerapan nyata dari nilai *al-'adl*. Sikap ini penting untuk menghindari ketidakadilan atau kecurangan yang dapat merugikan konsumen.

Konsistensi dalam menjaga kebersihan menunjukkan bahwa penjual memahami bahwa kualitas makanan tidak hanya dinilai dari kehalalan bahan, tetapi juga kebersihan proses pengolahan dan penyajian. Kondisi ini mendukung implementasi prinsip *thayyib*, yaitu makanan yang baik dan layak konsumsi. Selain itu, penjual berusaha menghindari tindakan yang mengandung unsur *gharar* atau *tadlis*, seperti menyembunyikan kondisi makanan yang tidak segar atau memberikan harga yang tidak sesuai.

Dengan demikian, penerapan etika bisnis Islam yang teridentifikasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa warung tersebut menjalankan prinsip-prinsip syariah yang relevan. Namun, konsistensi pelaksanaan, terutama dalam menjaga kebersihan pada waktu tertentu, tetap menjadi area yang dapat ditingkatkan.

### **3.3 Sintesis Akhir**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disintesis bahwa warung di sekitar UIN Sumatera Utara telah menerapkan etika bisnis Islam dalam lima aspek utama: kehalalan bahan, kejujuran informasi, keadilan layanan, kebersihan lingkungan, dan upaya menghindari transaksi yang merugikan. Praktik-praktik tersebut memperlihatkan bahwa pemilik warung memiliki pemahaman dasar mengenai etika bisnis Islam dan berusaha mengaplikasikannya dalam pengelolaan usaha sehari-hari.

Namun, meskipun penerapan etika tersebut sudah terlihat, masih diperlukan peningkatan kualitas, terutama dalam menjaga kebersihan secara konsisten dan memperkuat mekanisme transparansi informasi agar lebih sistematis. Secara keseluruhan, penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam tidak hanya menghasilkan hubungan yang baik antara penjual dan pembeli, tetapi juga berperan penting dalam menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Dengan demikian, penerapan etika bisnis Islam menjadi instrumen yang efektif untuk meningkatkan kualitas layanan, kepercayaan konsumen, serta reputasi usaha kecil di lingkungan kampus.

Selain temuan yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini juga mengungkap beberapa dinamika yang memengaruhi konsistensi penerapan etika bisnis Islam di warung sekitar UIN Sumatera Utara.

Pertama, faktor pengetahuan dan kesadaran pemilik usaha menjadi penentu penting. Pemilik warung yang memiliki latar belakang keagamaan yang cukup baik cenderung lebih berhati-hati dalam memilih bahan, menetapkan harga, dan melayani konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi etika bisnis Islam dapat berkontribusi signifikan terhadap praktik usaha yang lebih berkualitas.

Kedua, lingkungan persaingan di sekitar kampus juga menjadi faktor yang mendorong penjual untuk menjaga kualitas layanan. Banyaknya warung yang beroperasi berdampingan membuat pemilik berusaha mempertahankan loyalitas pelanggan melalui sikap jujur, harga wajar, serta pelayanan yang ramah. Dengan kata lain, persaingan sehat turut memperkuat penerapan prinsip-prinsip syariah, karena perilaku tidak etis justru dapat merugikan reputasi dan keberlanjutan usaha.

Ketiga, adanya hubungan emosional antara penjual dan pelanggan tetap (terutama mahasiswa) menciptakan bentuk tanggung jawab moral. Penjual merasa perlu memberikan pelayanan terbaik karena adanya interaksi rutin yang membangun rasa saling percaya. Hubungan ini berperan sebagai kontrol sosial yang tidak tertulis, namun efektif dalam menjaga etika transaksi.

Keempat, penelitian juga menemukan bahwa keterbatasan sumber daya sering menjadi tantangan. Pada jam-jam tertentu, terutama saat ramai, kebersihan dan ketelitian dalam pelayanan cenderung menurun. Ini bukan karena ketidakpedulian terhadap etika, tetapi lebih pada keterbatasan tenaga dan waktu. Dengan demikian, peningkatan manajemen operasional, seperti pengaturan jadwal kebersihan atau pembagian tugas yang lebih baik, dapat memperbaiki kekurangan ini.



Kelima, dalam konteks ekonomi kecil, penjual berusaha menghindari unsur riba, zalim, dan gharar meskipun mereka tidak selalu menyebutnya dengan istilah fiqih. Misalnya, mereka menghindari hutang piutang yang berpotensi menimbulkan konflik, memberikan harga tetap tanpa permainan harga tersembunyi, serta tidak mencampur bahan lama dengan yang baru. Hal ini menunjukkan bahwa praktik etika bisnis Islam dapat terwujud secara alami melalui budaya kejujuran dan kehati-hatian dalam berdagang.

Secara keseluruhan, tambahan temuan ini mempertegas bahwa penerapan etika bisnis Islam di warung sekitar kampus bersifat integratif, tidak hanya menjadi aspek religius tetapi juga strategi bisnis yang mendukung keberlanjutan usaha. Etika menjadi modal sosial yang memperkuat hubungan penjual–pembeli, meningkatkan kualitas layanan, dan menjaga stabilitas usaha dalam jangka panjang.

#### **4. KESIMPULAN**

Penelitian mengenai penerapan etika bisnis Islam pada salah satu warung di sekitar UIN Sumatera Utara menunjukkan bahwa pemilik warung telah berusaha menjalankan aktivitas penjualan sesuai dengan nilai-nilai dasar yang diajarkan dalam Islam. Hasil observasi dan wawancara memperlihatkan bahwa kejujuran dalam memberikan informasi, menjaga kebersihan, memberikan pelayanan yang baik, serta memastikan keadilan dalam penentuan harga dan porsi menjadi bagian dari praktik yang dijalankan setiap hari.

Hasil pengamatan di lokasi menunjukkan bahwa warung menjaga kualitas makanan melalui kebersihan tempat dan peralatan, serta memastikan bahan yang digunakan layak konsumsi. Pemilik warung juga melayani pelanggan dengan sikap yang ramah dan terbuka sehingga menciptakan hubungan yang baik dengan pembeli. Proses transaksi dilakukan secara transparan tanpa ada unsur penipuan, sehingga kepercayaan konsumen tetap terjaga.

Wawancara dengan pemilik warung menguatkan temuan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam menjadi dasar dalam menjalankan usaha, meskipun dilakukan secara sederhana. Pemilik warung berupaya menjaga nama baik usaha dengan memberikan porsi sesuai, tidak menaikkan harga secara tidak wajar, dan selalu mengutamakan tanggung jawab dalam setiap aktivitas penjualan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dapat dilakukan secara nyata dalam usaha kecil seperti warung, bahkan tanpa konsep manajerial yang kompleks. Nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan kebersihan terbukti dapat diterapkan dalam kegiatan penjualan sehari-hari. Praktik ini bukan hanya menjaga keberkahan usaha, tetapi juga membantu meningkatkan kepercayaan pelanggan serta menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan bermanfaat bagi masyarakat sekitar.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pemilik dan karyawan warung yang bersedia menjadi subjek penelitian. Kerelaan Bapak/Ibu untuk berbagi waktu, pengetahuan, dan pengalaman telah menjadi kunci utama terlaksananya penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama proses penelitian hingga penyusunan laporan ini.

#### **REFERENCES**

- Affiff, A. (2020). *Etika bisnis Islam: Prinsip dan implementasi dalam kegiatan ekonomi*. Kencana.
- Al-Qardhawi, Y. (2019). *Halal dan haram dalam Islam*. Pustaka Al-Kautsar.
- Antonio, M. S. (2019). *Pengantar ekonomi Islam*. Rajawali Pers.
- Aziz, M., & Rahmawati, S. (2021). Penerapan prinsip halal-thayyib dalam usaha kuliner skala kecil. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 8(2), 145–158.
- Fauzi, A. (2020). Etika bisnis Islam dalam aktivitas perdagangan makanan di lingkungan kampus. *Jurnal Sosial dan Ekonomi Islam*, 5(1), 55–66.
- Hidayat, R., & Lubis, M. (2019). Transparansi dan kejujuran dalam praktik usaha mikro menurut perspektif syariah. *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 4(3), 210–223.
- Lubis, R., & Harahap, D. (2022). Analisis implementasi etika bisnis Islam pada UMKM kuliner. *Jurnal Studi Syariah dan Ekonomi*, 10(1), 87–98.

- Rahman, F. (2021). Gharar dan tadlis dalam transaksi bisnis modern: Telaah pada konteks UMKM. *Jurnal Muamalah Kontemporer*, 7(2), 99–114.
- Rosyadi, I., & Ningsih, L. (2020). Keadilan dan perlindungan konsumen dalam bisnis kuliner berdasarkan syariah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 6(1), 33–48.
- Suharto, U. (2018). *Bisnis Islami: Konsep, prinsip, dan praktik*. Alfabeta.