

PENERAPAN NILAI NILAI ETIKA BISNIS ISLAM PADA USAHA LAUNDRY SYARIAH DI KOTA MEDAN

Sundari¹, Muhammad Zuhirsyan², Hubbul Wathan³, Gatot Teguh Arifyanto⁴
Politeknik Negeri Medan, Suamtera Utara

e-mail: ¹sundarindr509@gmail.com, ²muhammadzuhirsyan@polmed.ac.id,
³hubbulwathan@polmed.ac.id, ⁴gatotteguh@polmed.ac.id

Abstract: *This study aims to analyze the understanding and implementation of Islamic business ethics among Shariah-compliant laundry business owners in Medan City, using a descriptive qualitative approach based on field research. Data were comprehensively collected through observation, documentation, and in-depth interviews with Islamic scholars, business owners, and consumers. The findings indicate that the business owners have a very good understanding of Islamic business ethics and have incorporated these principles into their daily operations. Key practices, including the purification of clothes contaminated with najis (ritual impurities), accuracy and honesty in weighing, and clarity of service contracts (akad), are carried out in accordance with Islamic principles. These practices contribute to consumer satisfaction, a sense of security, and peace of mind. However, in terms of formal compliance, official halal certification from the relevant authority is still in the application process, as part of the business owners' efforts to strengthen their commitment to Shariah-compliant services. Overall, this service-based business model demonstrates the ability to balance material profitability with spiritual values in a consistent and sustainable manner.*

Keyword: *Islamic Business Ethics, Shariah-Compliant Laundry, Medan City.*

Abstrak: Studi ini bertujuan menganalisis pemahaman dan pelaksanaan etika bisnis Islam di kalangan pemilik bisnis laundry yang mematuhi Syariah di Kota Medan, menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berdasarkan penelitian lapangan. Data dikumpulkan secara komprehensif melalui pengamatan, dokumentasi, dan wawancara mendalam dengan ulama Islam, pemilik bisnis, dan konsumen. Temuan menunjukkan bahwa para pemilik bisnis memiliki pemahaman yang sangat baik tentang etika bisnis Islam dan telah mengadopsi prinsip-prinsip ini ke dalam operasi sehari-hari mereka. Praktik utama, termasuk pemurnian pakaian yang terkontaminasi najis (kotoran ritual), ketepatan dan kejujuran dalam penimbangan, serta kejelasan kontrak layanan (akad), dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Praktik-praktik ini berkontribusi pada kepuasan konsumen, rasa aman, dan ketenangan pikiran. Namun, dalam hal kepatuhan formal, sertifikasi halal resmi dari otoritas terkait masih dalam proses pengajuan, sebagai bagian dari upaya pemilik bisnis untuk memperkuat komitmen mereka terhadap layanan yang sesuai dengan Syariah. Secara keseluruhan, model bisnis berbasis pelayanan ini menunjukkan kemampuan untuk menyeimbangkan profitabilitas materi dengan nilai-nilai spiritual secara konsisten dan berkelanjutan.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Laundry Sesuai Syariah, Kota Medan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan perdagangan internasional yang pesat mendorong perubahan pola hidup masyarakat modern menjadi lebih dinamis

serta mengutamakan efisiensi. Pergeseran perilaku ini menuntut sektor usaha jasa untuk terus berinovasi dalam menghadirkan layanan yang cepat, praktis, dan berkualitas guna menunjang mobilitas masyarakat perkotaan. Salah

satu subsektor jasa yang mengalami pertumbuhan akseleratif baik pada tingkat global maupun nasional adalah industri perawatan pakaian (laundry).

Laporan Laundry Service Market Report Scope & Segmentation mencatat nilai pasar jasa laundry global diperkirakan mencapai US\$ 87,53 miliar pada tahun 2026 dengan Compound Annual Growth Rate (CAGR) sebesar 4,6% hingga 2035 (Business Research Insight, 2026). Di Indonesia, khususnya Kota Medan yang berpenduduk mayoritas muslim, dinamika industri ini melahirkan persemaian unit usaha laundry syariah. Inovasi jasa tersebut hadir untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan layanan pencucian yang tidak sekadar bersih secara fisik, tetapi juga memenuhi kaidah thaharah sesuai hukum fikih.

Hasil pemetaan data sekunder (2026) mengidentifikasi sembilan pelaku usaha laundry berlabel syariah yang beroperasi di Kota Medan, di antaranya Zam Zam Laundry Syariah, Lis Laundry Syariah, dan Laundry Syariah Matsum. Maraknya keberadaan gerai berbasis syariah ini mencerminkan tingginya ekspektasi konsumen terhadap jaminan kepatuhan transaksi muamalah. Kondisi tersebut menjadikan pengujian efektivitas penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam skala operasional harian sebagai isu yang sangat relevan untuk diteliti.

Etika bisnis Islam merupakan konstelasi nilai, norma, dan prinsip moral berbasis Al-Qur'an dan Hadis yang mengarahkan entitas bisnis agar tidak berorientasi pada profit semata, melainkan menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, amanah, dan transparansi (Wazin & Suryanto, 2023). Dalam lanskap bisnis laundry syariah, penegakan nilai etika Islam menjadi fondasi vital untuk menjamin keterbukaan takaran timbangan, kepastian harga, kejelasan akad ijarah, serta pencegahan unsur ketidakpastian (gharar) dalam penanganan pakaian konsumen.

Meskipun kesadaran konseptual mengenai etika muamalah telah dipahami secara umum, integrasi nilai-nilai syariat

dalam ranah operasional teknis kerap kali menghadapi kendala efisiensi manajemen. Standar operasional pencucian yang melibatkan pemisahan najis, pembilasan air mengalir, hingga penimbangan yang presisi menuntut komitmen moral sekaligus pengawasan internal yang konsisten dari pengelola usaha.

Hasil studi pendahuluan melalui wawancara dan observasi awal pada tiga sampel usaha laundry syariah di Kota Medan mengungkapkan adanya keberagaman model operasional harian. Pelaku usaha telah mengupayakan pemisahan pakaian bernajis, pembilasan air mengalir, dan penerbitan nota transaksi. Kendati demikian, masih ditemukan variasi ketegasan SOP dan transparansi informasi, yang mengindikasikan timbulnya ketidaksesuaian (discrepancy) antara klaim norma syariah (self-claim) dengan tata kelola praktis di lapangan.

Penelitian terdahulu oleh Habibi dkk. (2023) di Jombang berfokus pada analisis hukum Islam normatif terhadap keabsahan praktik laundry syariah. Kebaruan (novelty) riset ini terletak pada eksplorasi empiris komprehensif mengenai pemahaman dan pemenuhan nilai-nilai etika bisnis Islam pada tata kelola operasional laundry syariah di wilayah perkotaan heterogen Kota Medan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemahaman pelaku usaha terhadap nilai-nilai etika bisnis Islam dalam menjalankan operasional usaha laundry syariah di Kota Medan. Selain itu, penelitian ini juga diarahkan untuk menguraikan dan menganalisis wujud serta konsistensi penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam pada praktik operasional harian usaha laundry syariah di Kota Medan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Lokasi penelitian berfokus pada tiga gerai usaha laundry syariah di Kota Medan,

yaitu Zam Zam Laundry Syariah (Sutomo Ujung, Medan Timur), Lis Laundry Syariah (Tanjung Mulia, Medan Deli), dan Laundry Syariah Matsum (Amaliun, Medan Area). Subjek penelitian berjumlah 7 informan. Kriteria informan mencakup perwakilan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Provinsi Sumatera Utara/Kota Medan, pakar bidang ekonomi syariah, pelaku usaha laundry syariah serta konsumen pengguna jasa laundry syariah di lokasi penelitian.

Objek penelitian adalah penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam pada usaha laundry syariah di Kota Medan. Data penelitian berupa data kualitatif yang diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari informan melalui wawancara terstruktur dan observasi terhadap aktivitas usaha. Data sekunder berasal dari buku, jurnal ilmiah, internet, dan dokumen relevan yang berkaitan dengan etika bisnis Islam, bisnis syariah, dan usaha laundry syariah.

Teknik pengumpulan data meliputi penelitian lapangan (field research), studi kepustakaan, observasi non-partisipatif, wawancara terstruktur, dokumentasi, dan triangulasi sumber data. Observasi dilakukan untuk mengamati aktivitas operasional dan perilaku pelayanan usaha laundry syariah tanpa keterlibatan peneliti secara langsung. Wawancara terstruktur dilakukan kepada informan yang memenuhi kriteria menggunakan pedoman pertanyaan baku untuk menggali data secara mendalam. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian, sedangkan triangulasi sumber data dilakukan dengan membandingkan data dan menguji kredibilitas informasi dari seluruh kelompok informan.

Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman sebagaimana dijelaskan Sugiyono (2021), yaitu data collection (pengumpulan data), data reduction (reduksi data), data display (penyajian data), serta conclusion drawing/verification (penarikan kesimpulan dan verifikasi). Untuk menganalisis temuan di lapangan, data

dikelompokkan dan dibandingkan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, dan keadilan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman Pelaku Usaha Laundry Syariah di Kota Medan terhadap Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam.

Pemahaman terhadap nilai-nilai etika bisnis Islam merupakan fondasi utama bagi pelaku usaha dalam menjalankan operasional yang akuntabel, transparan, dan berorientasi syariat. Untuk mengukur pemahaman tersebut secara komprehensif, pembahasan ini menyintesis landasan normatif otoritas keagamaan dan pakar, mengorelasikannya dengan tingkat pemahaman para praktisi laundry syariah, mengonfirmasinya melalui temuan observasi empiris di lapangan, serta mengevaluasinya berdasarkan persepsi riil para pengguna jasa. Pembahasan diawali dengan merujuk pada pemikiran Sekretaris Komisi Infokom Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang memaparkan 13 indikator utama (7 indikator etika bisnis Islam, 3 indikator tata kelola usaha jasa, dan 3 indikator spesifik operasional laundry syariah) sebagai acuan baku penilaian kesesuaian norma keislaman di lapangan.

Dalam perspektif MUI, akurasi alat ukur dan penimbangan merupakan instrumen wajib untuk mencegah dosa kecurangan (tathfif), di samping penentuan estimasi waktu penyelesaian yang tepat serta transparansi informasi kondisi awal pakaian guna menghindari unsur ketidakpastian (gharar). Pada aspek standardisasi kualitas layanan, mekanisme pencucian diwajibkan mengacu pada kaidah fikih dengan memanfaatkan air mutlak yang mengalir (thaharah) hingga hilang warna, bau, dan rasanya, serta didukung penggunaan bahan pembersih yang terjamin halal. Hal ini menjadi pilar utama yang membedakan operasional usaha berbasis syariah dengan usaha konvensional.

Sementara itu, pada dimensi tata kelola dan transparansi informasi, perwakilan MUI menegaskan bahwa penyampaian promosi yang tidak sesuai dengan kenyataan lapangan dikategori sebagai tindakan penipuan (*tadlis*) dan *gharar*. Sebaliknya, akuntabilitas administrasi usaha dipandang sebagai manifestasi dari prinsip *itqan* (*profesionalisme*) untuk menjamin kepastian hukum. Pola kemitraan (*syirkah*) diwajibkan berlandaskan asas keadilan tanpa penindasan, sedangkan penetapan harga yang adil (*tsaman al-misl*) harus terbentuk secara rasional berbasis kebiasaan masyarakat (*'urf*). Adapun penerapan budaya pelayanan yang ramah melalui prinsip 3S (*Senyum, Salam, Sapa*) dinilai sebagai bagian dari ibadah *muamalah* yang bernilai *sedekah*.

Dalam konteks pengelolaan usaha jasa, sistem keuangan wajib terbebas dari unsur *MAGHRIB* (*Maisir, Gharar, dan Riba*) agar arus kas yang dikelola memperoleh keberkahan. Pemanfaatan teknologi digital maupun media sosial diperbolehkan selama bertujuan memperluas akses pasar secara jujur, sedangkan pembentukan jejaring bisnis melalui kolaborasi sangat dianjurkan (*mustahabb*) sesuai prinsip *ta'awun*. Pada indikator spesifik operasional, kepatuhan syariah menuntut seluruh aktivitas usaha bernilai ibadah, di mana penyematan label syariah tanpa praktik nyata dikualifikasikan sebagai bentuk pembohongan publik. Adapun akad transaksi ijarah dinyatakan sah secara *mu'athah* dan pembayaran pascabayar dinilai sah selama berlandaskan kerelaan bersama (*'an taradhin*).

Landasan normatif tersebut sejalan dengan pandangan Pakar Ekonomi Syariah yang mengonfirmasi krusialnya Standar Operasional Prosedur (SOP) baku pada proses penimbangan, pelarangan keras menyembunyikan cacat awal pakaian, kepastian kondisi *thahir* (*suci*) pada pencucian, serta pengujian faktual atas materi promosi. Pakar memberi penekanan aksentuatif terhadap urgensi penerbitan bukti tertulis (*resi/nota*) pada

akad *mu'athah* guna menjamin kepastian hukum (*legal certainty*) apabila terjadi komplain di kemudian hari. Secara teoritis, pemikiran para ahli tersebut memperkuat argumentasi Mufid (2022) serta Fauzi dkk. (2025) mengenai kesadaran transendental yang menuntut integrasi antara pencapaian profitabilitas materi (*al-falah*) dan tanggung jawab moral berbasis syariah.

Landasan konsepsional ini teraktualisasi pada pemahaman para praktisi, yaitu Pelaku Usaha 1 (*Zam Zam Laundry Syariah*), Pelaku Usaha 2 (*Lis Laundry Syariah*), dan Pelaku Usaha 3 (*Laundry Syariah Matsum*). Para pelaku usaha memahami secara utuh bahwa pembeda esensial usaha mereka terletak pada konformitas prinsip *thaharah* melalui prosedur pemisahan pakaian bernajis dan pembilasan dengan air mengalir sebelum digabung dalam proses umum. Kesadaran menjaga nilai kesucian ini diintegrasikan bersama pemahaman atas pentingnya akurasi penimbangan, transparansi tarif, dan kejujuran akad. Temuan ini memvalidasi hasil penelitian Fitri dkk. (2024) serta Habibi dkk. (2023) bahwa internalisasi nilai kejujuran, amanah, dan ketaatan fikih penyucian berbanding lurus dengan keabsahan *muamalah*.

Meskipun demikian, para pelaku usaha secara jujur mengakui adanya keterbatasan pada aspek kepatuhan formal (*formal compliance*) karena belum mengantongi sertifikasi syariah/halal resmi. Peneliti memberikan analisis kritis bahwa komitmen operasional mandiri (*self-claim*) tidak dapat dijadikan pembenaran atas ketiadaan legalitas formal. Penggunaan atribut "*Syariah*" tanpa verifikasi audit resmi dari lembaga berwenang (*BPJPH dan MUI*) pada dasarnya berpotensi menimbulkan *gharar* informasi bagi masyarakat luas. Pemahaman konsepsional para praktisi terverifikasi melalui observasi langsung peneliti pada ketiga lokasi gerai yang menemukan bukti empiris berupa penempatan instrumen timbangan digital secara terbuka di meja kasir, ketersediaan instalasi air mengalir di area produksi,

serta penayangan daftar harga yang transparan.

Kesesuaian antara indikator pemahaman dan fakta empiris lapangan diperkuat oleh persepsi evaluatif dari kelompok pengguna jasa. Konsumen 1 dan Konsumen 2 mengonfirmasi bahwa pemahaman operasional syariah yang dimiliki pengelola berdampak sangat positif terhadap pemberian layanan yang jujur, transparan, dan terukur. Keberadaan alur operasional syariah yang dipahami dan diterapkan oleh pelaku usaha memberikan kepastian hukum fikih serta rasa tenang bagi konsumen dalam mempercayakan pakaian mereka. Implikasi positif ini selaras dengan temuan Istiqomah dan Nurhidayati (2022) yang membuktikan bahwa penerapan etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepercayaan dan kepuasan konsumen.

Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam dalam Operasional Usaha Laundry Syariah di Kota Medan

Penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam operasional harian merupakan wujud aktualisasi dari pemahaman konseptual yang telah melekat pada pelaku usaha di Kota Medan. Wazin dan Suryanto (2023), dalam artikelnya yang berjudul *Constructing Islamic Law and Islamic Business Ethics for a Sustainable Halal Industry Economy*, menegaskan bahwa penerapan etika Islam wajib tercermin secara empiris melalui kejelasan akad ('an-taradhin), keadilan harga, dan komitmen pelayanan yang humanis guna mendatangkan keberkahan ekonomi secara merata.

Pada indikator akurasi timbangan dan standardisasi kualitas layanan, Pelaku Usaha 1 (Zam Zam Laundry Syariah), Pelaku Usaha 2 (Lis Laundry Syariah), dan Pelaku Usaha 3 (Laundry Syariah Matsum) konsisten memastikan layar timbangan digital di titik nol sebelum digunakan serta memisahkan baju bernajis di ember khusus untuk dibilas air mengalir. Observasi peneliti menemukan

bukti fisik berupa posisi timbangan terbuka di meja kasir, ember bernajis, kran air mengalir, dan gelas takar detergen. Konsumen 1 dan Konsumen 2 membenarkan keakuratan timbangan yang dapat dipantau langsung serta mengapresiasi kebersihan dan kerapian cucian. Praktik menjaga kualitas dan kejujuran transaksi ini sejalan dengan temuan Siti Nurhaliza dan Abdur Rohman (2024) bahwa penerapan etika bisnis Islam secara praktis mampu membangun kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Pada indikator transparansi promosi, akuntabilitas administrasi, dan kemitraan, ketiga pelaku usaha secara terbuka mempromosikan layanan sesuai kenyataan, mencatat transaksi secara tertib dalam pembukuan/POS, melunasi nota supplier tepat waktu, dan menyediakan kartu member stempel gratis cuci. Observasi peneliti memperlihatkan edukasi alur thaharah yang jujur pada spanduk, sistem pencatatan komputerisasi, serta arsip nota fisik. Konsumen 1 dan Konsumen 2 mengonfirmasi bahwa penjelasan keunggulan layanan disampaikan secara apa adanya, bukti resi selalu diberikan, dan ketersediaan kartu poin sangat menguntungkan. Penerapan ini relevan dengan temuan Fitri Hayati dkk. (2025) yang menegaskan bahwa transparansi informasi dan kejelasan transaksi merupakan pilar utama keberkahan muamalah.

Sementara pada indikator penetapan harga yang adil dan pelayanan humanis, ketiga pelaku usaha menempelkan papan daftar tarif berukuran besar di dinding area pelayanan, mengonfirmasi biaya tambahan pakaian berbahan khusus di awal, serta membekali karyawan dengan pelatihan 3S (Senyum, Sapa, Salam). Peneliti mengamati kasir selalu menyambut konsumen dengan ramah dan komunikatif. Konsumen 1 dan Konsumen 2 menilai tarif yang ditetapkan sangat adil sesuai standar pasar, transparan, serta mengapresiasi kesigapan staf kasir dalam memproses pesanan maupun layanan antar-jemput.

Pada penerapan indikator tata kelola usaha dan karakteristik operasional syariah, ketiga pelaku usaha mengelola arus kas secara efisien, memanfaatkan platform digital (WhatsApp dan Instagram) untuk pemasaran, mengikat kemitraan dengan kost/distributor, serta menerapkan SOP thaharah dan kejelasan akad ijarah. Peneliti membuktikan adanya buku pembukuan, media promosi online, poster alur penyucian, serta pengoperasian satu drum mesin cuci khusus per nota pelanggan. Konsumen 1 dan Konsumen 2 merasa yakin karena mendapatkan kepastian hukum fikih dan bukti visual pemisahan wadah najis. Keberhasilan ini memperkuat temuan Mirzah Ikmaliah dkk. (2026) serta Miftahqul Mauliddia Rokhmawati dkk. (2026) mengenai integrasi etika bisnis Islam dan tata kelola digital dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Berdasarkan temuan komprehensif di lapangan, peneliti memberikan analisis kritis bahwa praktik operasional harian ketiga pelaku usaha laundry syariah di Kota Medan pada dasarnya telah memenuhi kepatuhan syariah secara substantif (substantive sharia compliance). Nilai etika bisnis Islam, kaidah fikih thaharah, kejelasan akad ijarah, transparansi timbangan, dan akuntabilitas transaksi secara teknis empiris benar-benar direalisasikan. Hal ini terbukti mampu meningkatkan kinerja dan kepercayaan konsumen, sejalan dengan riset Divva Anggara Putra dkk. (2026) yang menemukan bahwa penerapan etika bisnis Islam berpengaruh positif terhadap kinerja operasional UMKM.

Namun demikian, peneliti menegaskan terdapat celah mendasar pada aspek kepatuhan syariah secara formal (formal sharia compliance) karena ketiga pelaku usaha belum mengantongi legalitas sertifikasi halal/syariah resmi. Dalam tata kelola hukum ekonomi syariah, kepatuhan substantif tidak serta-merta meniadakan pentingnya kepatuhan formal sebagai instrumen perlindungan konsumen dan jaminan kepastian hukum (legal

certainty). Pelabelan "Syariah" berbasis self-claim tanpa audit resmi lembaga berwenang (BPJPH dan MUI) berpotensi memicu gharar informasi publik.

Oleh karena itu, operasional laundry di Kota Medan idealnya menyelaraskan antara kesadaran praktik operasional (kepatuhan substantif) dengan pemenuhan legalitas administratif (kepatuhan formal) demi mewujudkan tatanan industri halal yang utuh dan akuntabel.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data wawancara yang telah dilakukan dan mengacu pada rumusan masalah serta tujuan penelitian, maka kesimpulan dari skripsi berjudul "Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam pada Usaha Laundry Syariah di Kota Medan" dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pemahaman pelaku usaha laundry syariah di Kota Medan terhadap nilai-nilai etika bisnis Islam masih berfokus pada ranah operasional praktis. Para pelaku usaha telah memahami pentingnya mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam pelayanan harian guna menghindari praktik penipuan (*tadlis*) dan ketidakjelasan (*gharar*). Namun, pemahaman terkait perlunya penyelarasan standar secara formal masih terbatas, di mana para pelaku usaha belum sepenuhnya menyadari pentingnya kepemilikan sertifikasi halal resmi bagi usaha yang mengusung label syariah. Sebagian besar pelaku usaha menganggap bahwa menjalankan praktik penyucian yang sesuai dengan kaidah Islam di lapangan sudah cukup, tanpa menyadari bahwa penggunaan label syariah secara mandiri tanpa sertifikasi resmi idealnya memerlukan pengabsahan standar agar selaras dengan tanggung jawab etis dan profesionalitas usaha.
2. Penerapan nilai-nilai etika bisnis

Islam pada usaha laundry syariah di Kota Medan menunjukkan bahwa kepatuhan syariah secara substantif telah terlaksana melalui praktik operasional pelayanan harian yang selaras dengan pandangan MUI serta prinsip ekonomi syariah, sehingga mampu memberikan ketenangan batin (*tuma'ninah*) bagi konsumen. Namun, kesempurnaan kepatuhan syariah secara kelembagaan belum sepenuhnya terpenuhi karena seluruh pelaku usaha belum memiliki sertifikasi halal resmi. Penggunaan label syariah secara mandiri (*self-claim*) tanpa pendampingan sertifikasi formal mencerminkan adanya keterbatasan dalam pemenuhan komitmen moral dan standar keabsahan publik, sehingga integritas operasional bisnis ini belum memperoleh pengakuan formal yang utuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzi, M. A. N., Sos, S., Habibah, S. M., Machrus, A., & SI, M. *Etika Bisnis Islam: Konteks Teori Dan Praktik. Penerbit Adab.*
- Fitri, E. R., Zahara, A. E., & Hafidz, A. P. (2024). *Analisis Etika Bisnis Islam Industri Jasa Laundry Di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi*. EBISMAN eBisnis Manajemen, 2(1), 131–146.
- Hayati, F., Fikri, T. A., Yahman, Q. N., Anggina, I. A., & Fadilah, C. (2025). *Implementasi Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli pada Pasar Tuasan Kota Medan*. SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business, 8(1), 136-143.
- Ikmaliyah, M., Pratami, A., & Parianto, P. (2026). *Hubungan Digital Marketing dan Pemahaman Etika Bisnis Islam dengan Minat Berwirausaha Generasi Z di Kelurahan Harjosari II Kecamatan Medan Amplas*. Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen, 5(2), 335–352.
- Istiqomah, N. K. (2022). *Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Pada Rumah Laundry*. (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Mufid, M. (2022). *Maqashid Ekonomi Syariah Tujuan dan Aplikasi*. Empatdua Media.
- Nurhaliza, S., & Rohman, A. (2024). *Analisis penerapan prinsip etika bisnis Islam pada UMKM*. Iqtisodina, 7(2), 129–135.
- Putra, D. A., Pangiuk, A., Nofriza, E., & Fitrianova, B. (2026). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Umkm Batik Khas Jambi*. Icons: Islamic Economics Journal, 3(1).
- Rokhmawati, M. M., Ramadhan, A. F. S., & Hakim, A. L. (2026). *Tinjauan Sistematis Tentang Penerapan Prinsip Etika Bisnis Pada Umkm Di Digitalisasi*. Jeb17: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 11(01), 63-70.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umam, S. U., & Nadlifah, U. (2023). *Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Usaha Jasa Laundry Berlabel Syariah di Desa Banjardowo Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang*. TIJAROTANA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah, 4(01).
- Wazin, & Suryanto, T. (2023). *Constructing Islamic law and Islamic business ethics for a sustainable halal industry economy*. Manchester Journal of Transnational Islamic Law & Practice, 19(1), 123–145.