PENERAPAN PRINSIP AMANAH DAN KEJUJURAN DALAM KEGIATAN JUAL BELI OLEH PELAKU UMK DI DESA MLAWANG KECAMATAN KLAKAH KABUPATEN LUMAJANG

SKRIPSI



Oleh:

ALFINNA QURATUL AINI

221105020038

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2026

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

PENERAPAN PRINSIP AMANAH DAN KEJUJURAN DALAM KEGIATAN JUAL BELI OLEH PELAKU UMK DI DESA MLAWANG KECAMATAN KLAKAH KABUPATEN LUMAJANG

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:

ALFINNA QURATUL AINI
221105020038

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2026

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

PENERAPAN PRINSIP AMANAH DAN KEJUJURAN DALAM KEGIATAN JUAL BELI OLEH PELAKU UMK DI DESA MLAWANG KECAMATAN KLAKAH KABUPATEN LUMAJANG

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

ALFINNA QURATUL AINI

221105020038

Disetujui Pembimbing

Hj. MARIYAH ULFAH, M.E.I

NIP. 197709142005012004

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

PENERAPAN PRINSIP AMANAH DAN KEJUJURAN DALAM KEGIATAN JUAL BELI OLEH PELAKU UMK DI DESA MLAWANG KECAMATAN KLAKAH KABUPATEN LUMAJANG

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Rabu

Tanggal: 20 Mei 2026

Tim Penguji

Ketua	Sekretaris
Dr. Nur Ika Maulidah, SE.,M.Ak.	Fatimatuzzahro, S.H.I.,M.SEI.
NIP. 198803012018012001	NIP. 199508262020122007

Anggota:

1. Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.EI ( )
2. Hj. Mariyah Ulfah, M.E.I ( )

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. H. Ubaidillah, M. Ag
NIP. 196812261996031001

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

MOTTO

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (Q.S. an-Nisa (4): 29)[*]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

[*] Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), 65

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, dan atas dukungan dari orang-orang tercinta akhirnya dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Almarhum ayah tercinta Yoyok Ristambulan, terima kasih atas segala kasih sayang, doa, dan pengorbanan yang telah ayah berikan. Meskipun ayah tidak lagi bersama penulis, semangat dan nilai-nilai yang ayah ajarkan akan selalu menjadi penguat langkah penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT menempatkan Ayah di tempat terbaik di sisi-Nya.
2. Pintu surgaku ibunda Suhernah. Terimakasih karena telah mengandungku dan mempertaruhkan nyawamu untukku, terimakasih untuk setiap cucuran keringat, doa, nasehat, cinta dan kasihmu yang selalu menjadi kekuatan untuk selalu bangkit dan melangkah kedepan.
3. Nenek tercintaku Sundari, terima kasih atas doa, kasih sayang, serta segala perjuangan dan pengorbanan nenek yang telah mendukung penulis hingga dapat menempuh pendidikan dengan baik. Semoga pencapaian sederhana ini dapat menjadi kebahagiaan dan kebanggaan bagi nenek.
4. Guru-guru dari TK, SD, MTs, SMK sampai perguruan tinggi S1 ini, serta tak lupa kepada guru ngaji yang telah mengajarkan penulis ilmu agama.
5. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

6. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalamdalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag, MM., CPEM. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Prof. Dr. Drs. H. Ubaidillah, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. Selaku ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Ibu Dr. Sofiah, M.E. Selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Ibu Mariyah Ulfah, M.E.I. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Bapak M. Saiful Anam, S.Ag., M.Ag. Selaku Dosen Penasehat Akademik.
7. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan ilmu pengerahuan serta pengalamnnya selama proses perkuliahan.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

8. Seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan motivasi dukungan, do'a, seta semangat kepada peneliti sampai terselesainya skripsi ini.

Akhirnya tidak ada yang peneliti harapkan kembali kecuali ridho Allah SWT semoga karya tulis ini memberikan manfaat serta barokah bagi peneliti dan para pembaca. Tentunya dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga saran serta arahan dari pembaca sangat diharapkan oleh peneliti dami perbaikan kedepannya.

Jember, 12 Maret 2026

Peneliti

Alfinna Quratul Aini

NIM. 221105020038

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

ABSTRAK

Alfinna Quratul Aini, Hj. Mariyah Ulfah, M.E.I., 2026: *Penerapan Prinsip Amanah dan Kejujuran Dalam Kegiatan Jual Beli Oleh Pelaku UMK Di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang*

Kegiatan jual beli merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang sangat dekat dengan kehidupan masyarakat, khususnya pada sektor usaha mikro dan kecil (UMK). Dalam praktiknya, kegiatan perdagangan tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan semata, tetapi juga perlu dilandasi oleh nilai-nilai etika bisnis yang baik. Dalam perspektif ekonomi Islam, prinsip amanah dan kejujuran menjadi landasan penting yang harus dimiliki oleh setiap pelaku usaha. Kedua prinsip tersebut berperan dalam menciptakan hubungan yang saling percaya antara penjual dan konsumen. Namun demikian, dalam praktik usaha sehari-hari masih terdapat kemungkinan terjadinya perilaku yang kurang mencerminkan sikap amanah dan kejujuran dalam proses transaksi. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana penerapan kedua prinsip tersebut dalam kegiatan jual beli yang dilakukan oleh pelaku usaha di tingkat masyarakat.

Fokus penelitian di dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana penerapan prinsip amanah dalam kegiatan jual beli oleh pelaku UMK di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang?
2. Bagaimana penerapan prinsip kejujuran dalam kegiatan jual beli oleh pelaku UMK di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang?
3. Bagaimana implikasi penerpan prinsip amanah terhadap kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha?
4. Bagaimana implikasi penerpan prinsip kejujuran terhadap kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha?

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan penerapan prinsip amanah dalam kegiatan jua beli yang dilakukan oleh pelaku UMK di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang
2. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan penerapan prinsip kejujuran dalam kegiatan jua beli yang dilakukan oleh pelaku UMK di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang
3. Untuk menganalisis implikasi penerapan prinsip amanah terhadap kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha UMK di Desa Mlawang Kecataman Klakah Kabupaten Lumajang.
4. Untuk menganalisis implikasi penerapan prinsip kejujuran terhadap kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha UMK di Desa Mlawang Kecataman Klakah Kabupaten Lumajang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Data diperoleh secara langsung dari sumber utama melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah pelaku usaha mikro dan kecil yang menjalankan usaha di Desa Mlawang, seperti pemilik toko sembako dan usaha laundry. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk memastikan keabsahan data,

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber sehingga informasi yang diperoleh dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha mikro dan kecil di Desa Mlawang telah berupaya menerapkan prinsip amanah dan kejujuran dalam menjalankan kegiatan jual beli. Hal tersebut terlihat dari sikap tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, menyampaikan informasi produk atau jasa secara jelas, serta menjaga kepercayaan pelanggan. Penerapan nilai amanah dan kejujuran tersebut juga memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan usaha, karena mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan pelanggan.

Kata Kunci: amanah, kejujuran, jual beli, usaha mikro dan kecil, ekonomi Islam.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI ..... **iii**
MOTTO ..... **iv**
PERSEMBAHAN ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
ABSTRAK ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Konteks Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 8
C. Tujuan Penelitian 9
D. Manfaat Penelitian 9
E. Definisi Istilah 11
F. Sistematika Pembahasan 15
BAB II KAJIAN PUSTAKA **17**
A. Penelitian Terdahulu 17
B. Kajian Teori 24
1. Teori Kejujuran 25
2. Teori Amanah 29
3. Teori Jual Beli Barang 33
4. Teori Jua Beli Jasa 34
BAB III METODE PENELITIAN **38**
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 38
B. Lokasi Penelitian 39
C. Subyek Penelitian 40

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

D. Teknik Pengumpulan Data 43
E. Analisis Data 45
F. Keabsahan Data 47
G. Tahap-tahap Penelitian 48
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA 50
A. Gambaran Obyek Penelitian 50
B. Penyajian Data dan Analisis 66
C. Pembahasan Temuan 94
BAB V PENUTUP 124
A. Kesimpulan 124
B. Saran 125
DAFTAR PUSTAKA 127
LAMPIRAN-LAMPIRAN
Lampiran 1: Matriks Penelitian
Lampiran 2: Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
Lampiran 3: Pedoman Penelitian
Lampiran 4: Surat Izin Penelitian
Lampiran 5: Surat Keterangan Selesai Penelitian
Lampiran 6: Jurnal Kegiatan Penelitian
Lampiran 7: Dokumentasi Penelitian
Lampiran 8: Surat Keterangan Lulus Plagiasi
Lampiran 9: Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi
Lampiran 10: Biodata Penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Desa Mlawang 6
1.2 Data Kriteria UMKM 13
2.1 Penelitian Terdahulu 22
3.1 Identitas Informan Penelitian.....42
4.1 Identitas Pemilik Usaha UMK Toko Sembako dan Laundry 63
4.2 Analisis Penerapan Prinsip Amanah dan Kejujuran pada UMK 103
4.3 Kesesuaian Teori dan Praktik di Lapangan 122

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

DAFTAR GAMBAR

4.1 Toko Sembako 50
4.2 Peta lokasi penelitian 56
4.3 Jasa Laundry 57
4.4 Peta lokasi penelitian 62

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

BAB I
PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kegiatan jual beli merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan ekonomi masyarakat dan berlangsung secara berkelanjutan, khususnya pada skala usaha kecil di tingkat lokal. Dalam perspektif Islam, aktivitas jual beli termasuk dalam ruang lingkup muamalah yang diperbolehkan dan memiliki nilai ibadah apabila dijalankan sesuai dengan ketentuan syariat. Oleh karena itu, praktik ekonomi tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan nilai-nilai moral dan etika sebagai pedoman dalam bertransaksi.[1]

Salah satu nilai utama dalam etika bisnis Islam adalah prinsip amanah. Amanah mengandung makna tanggung jawab dan sikap dapat dipercaya dalam menjalankan suatu aktivitas, termasuk kegiatan usaha. Dalam praktik jual beli, amanah tercermin melalui perilaku pelaku usaha dalam menjaga kualitas barang atau jasa, menepati kesepakatan dengan konsumen, serta menghindari tindakan yang dapat merugikan pihak lain. Selain itu, prinsip kejujuran juga menjadi fondasi penting karena berkaitan dengan keterbukaan dalam menyampaikan informasi yang sesuai dengan kondisi sebenarnya dari barang atau jasa yang diperdagangkan.[2]

[1] Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), 3-5.
[2] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN Maliki Press, 2012), 85-90.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Usaha Mikro dan Kecil (UMK) merupakan sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam menopang perekonomian masyarakat, terutama di wilayah pedesaan. UMK umumnya dikelola oleh perorangan atau keluarga dengan skala usaha terbatas, namun memiliki kontribusi nyata dalam menyediakan lapangan kerja dan memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar. Pemilihan Usaha Mikro dan Kecil (UMK) dalam penelitian ini dilandasi oleh pertimbangan bahwa sektor tersebut merupakan bentuk usaha yang paling banyak dijumpai dalam aktivitas ekonomi masyarakat, terutama di lingkungan pedesaan. UMK pada umumnya melibatkan hubungan yang bersifat langsung antara pelaku usaha dan konsumen, sehingga proses transaksi berlangsung secara personal. Kondisi ini memungkinkan nilai-nilai etika, seperti amanah dan kejujuran, dapat terlihat dan dianalisis secara lebih konkret dalam praktik jual beli sehari-hari. Di samping itu, UMK memiliki posisi yang strategis dalam struktur perekonomian nasional karena berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan serta mendorong pemerataan kesejahteraan masyarakat. Meskipun demikian, dalam praktiknya masih terdapat keterbatasan pada sebagian pelaku UMK, baik dalam memahami maupun menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam secara menyeluruh. Oleh sebab itu, kajian mengenai penerapan amanah dan kejujuran pada UMK menjadi relevan untuk mengetahui sejauh mana nilai-nilai tersebut benar-benar diwujudkan dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan, UMK diklasifikasikan berdasarkan kepemilikan modal dan hasil

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

penjualan tahunan, sehingga memiliki karakteristik yang berbeda dengan usaha menengah maupun usaha besar.[3]

Penelitian ini difokuskan pada usaha toko sembako dan jasa laundry karena kedua jenis usaha tersebut memiliki karakteristik transaksi yang melibatkan interaksi langsung dan berkelanjutan dengan konsumen. Pada usaha toko sembako, aktivitas jual beli berlangsung hampir setiap hari untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat, sehingga hubungan antara penjual dan pembeli terbentuk secara intens dan terus-menerus. Sementara itu, pada usaha laundry terdapat unsur kepercayaan yang cukup kuat karena konsumen menitipkan pakaian atau barang pribadi kepada pelaku usaha untuk dikelola dan dijaga dengan baik. Kondisi tersebut menjadikan penerapan sikap amanah dan kejujuran lebih mudah diamati dalam praktik usaha sehari-hari.

Selain itu, pemilihan toko sembako dan jasa laundry juga didasarkan pada pertimbangan bahwa kedua jenis usaha tersebut memiliki bentuk pelayanan dan karakter transaksi yang berbeda dibandingkan usaha mikro lainnya di Desa Mlawang. Toko sembako bergerak dalam bidang penjualan barang kebutuhan sehari-hari yang berkaitan dengan keterbukaan harga, kualitas barang, serta transaksi hutang piutang antara penjual dan pembeli. Adapun usaha laundry lebih berfokus pada pelayanan jasa yang menuntut tanggung jawab terhadap barang milik konsumen, ketepatan waktu penyelesaian, serta kualitas pelayanan. Perbedaan karakteristik tersebut dinilai

[3] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; lihat juga Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan UMKM.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

mampu memberikan gambaran yang lebih beragam mengenai penerapan prinsip amanah dan kejujuran dalam kegiatan usaha mikro dan kecil.[4]

Sementara itu, jenis usaha lain seperti warung makan, bengkel, maupun jasa servis tidak dijadikan objek utama penelitian karena dinilai memiliki karakter transaksi yang berbeda dan tidak seluruhnya menunjukkan hubungan kepercayaan secara berkelanjutan antara pelaku usaha dan konsumen. Di samping itu, toko sembako dan laundry dianggap lebih relevan dengan fokus penelitian karena kedua usaha tersebut memperlihatkan praktik interaksi ekonomi yang lebih intens dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.

Pemilihan Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang sebagai lokasi penelitian juga didasarkan pada beberapa pertimbangan. Desa tersebut memiliki perkembangan usaha mikro dan kecil yang cukup aktif serta didominasi oleh usaha yang berkaitan langsung dengan kebutuhan masyarakat. Keberadaan toko sembako dan jasa laundry di lingkungan desa menunjukkan adanya aktivitas ekonomi yang berjalan secara terus-menerus dan melibatkan hubungan sosial yang cukup dekat antara pelaku usaha dan konsumen. Kondisi tersebut memberikan peluang bagi peneliti untuk memperoleh data yang lebih mendalam mengenai penerapan prinsip amanah dan kejujuran dalam praktik jual beli.[5]

[4] Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2014), 112-118

[5] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN Maliki Press, 2012), 89-91

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Selain itu, masyarakat di Desa Mlawang masih mempertahankan pola hubungan sosial yang relatif erat sehingga aspek kepercayaan dalam kegiatan ekonomi memiliki peranan yang cukup penting. Situasi tersebut menjadikan Desa Mlawang dinilai sesuai sebagai lokasi penelitian karena memungkinkan peneliti untuk mengamati secara langsung bagaimana nilai-nilai etika bisnis Islam diterapkan dalam aktivitas usaha sehari-hari oleh pelaku UMK.[6]

Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang, merupakan wilayah yang memiliki perkembangan UMK yang cukup beragam, khususnya pada jenis usaha toko sembako dan jasa laundry. Kedua jenis usaha ini melibatkan transaksi langsung dengan konsumen, sehingga penerapan prinsip amanah dan kejujuran dapat diamati secara nyata dalam aktivitas jual beli sehari-hari. Meskipun demikian, dalam praktiknya masih terdapat indikasi belum optimalnya penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam oleh sebagian pelaku UMK. Fenomena ini menunjukkan perlunya kajian yang lebih mendalam mengenai penerapan prinsip amanah dan kejujuran dalam kegiatan jual beli UMK di wilayah tersebut.[7]

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana nilai-nilai etika bisnis Islam benar-benar dijalankan dalam realitas kegiatan jual beli. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengembangan kajian ekonomi Islam, terutama pada aspek implementatif di tingkat usaha mikro dan kecil.

[6] Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 145-147

[7] Rusdun Kamil Ramadhan dan Abdur Rohman, "Implementasi Etika Bisnis Islam pada UMKM," Jurnal Bisnis Syariah 3, no. 1 (2024): 40–55.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Tabel 1.1
Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Desa Mlawang

No.	Jenis Usaha	Jumlah
1.	Toko Sembako	8
2.	Usaha Laundry	5
3.	Warung Makan	10
4.	Usaha Jasa Lain (jasa jahit, bengkel, servis HP, barbershop)	7
5.	**Total**	**30**

Sumber: Data hasil observasi peneliti di Desa Mlawang, 2026[8]

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Mlawang menunjukkan variasi yang cukup beragam pada setiap jenis usaha. Warung makan menjadi jenis usaha dengan jumlah paling banyak, yaitu sebanyak 10 unit, diikuti oleh toko sembako sebanyak 8 unit. Sementara itu, usaha jasa lainnya berjumlah 7 unit dan usaha laundry memiliki jumlah paling sedikit, yaitu sebanyak 5 unit.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sektor usaha yang berkaitan dengan kebutuhan konsumsi harian masyarakat cenderung lebih berkembang dibandingkan dengan jenis usaha lainnya. Warung makan dan toko sembako menjadi pilihan utama karena memiliki tingkat permintaan

[8] Data diperoleh dari hasil observasi dan pendataan langsung oleh peneliti terhadap pelaku UMKM di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang, tahun 2026.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

yang relatif stabil serta berkaitan langsung dengan kebutuhan pokok masyarakat.

Di sisi lain, jumlah usaha laundry yang lebih sedikit mengindikasikan bahwa jenis usaha ini masih memiliki peluang untuk berkembang. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap jasa yang bersifat praktis, terutama bagi individu yang memiliki keterbatasan waktu dalam mengelola pekerjaan rumah tangga.

Jika dilihat dari keseluruhan data, keberadaan UMKM di Desa Mlawang menunjukkan adanya aktivitas ekonomi masyarakat yang cukup dinamis. Variasi jenis usaha yang ada mencerminkan upaya masyarakat dalam memenuhi kebutuhan ekonomi secara mandiri. Selain itu, kondisi ini juga memperlihatkan adanya potensi pengembangan usaha, baik melalui peningkatan kualitas layanan maupun diversifikasi jenis usaha yang dijalankan.

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel tersebut, informasi mengenai jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Mlawang diperoleh melalui pengamatan langsung yang dilakukan selama proses penelitian berlangsung. Peneliti mengidentifikasi berbagai jenis usaha yang berada di lingkungan sekitar lokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran mengenai aktivitas ekonomi masyarakat.

Selain itu, data yang diperoleh juga didukung oleh keterangan dari pelaku usaha serta masyarakat setempat yang memberikan informasi tambahan terkait keberadaan dan jenis usaha yang ada. Dengan demikian,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

data yang disajikan tidak hanya bersumber dari hasil pengamatan, tetapi juga diperkuat oleh informasi lapangan yang relevan.

Melalui pendekatan tersebut, tabel ini mampu memberikan gambaran umum mengenai kondisi UMKM di Desa Mlawang. Data yang ditampilkan digunakan sebagai dasar untuk memahami variasi jenis usaha serta sebagai pendukung dalam menganalisis dinamika kegiatan ekonomi masyarakat di wilayah penelitian.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam pendekatan kualitatif disusun berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan pada beberapa pokok permasalahan utama sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan prinsip amanah dalam kegiatan jual beli oleh pelaku UMK di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang?
2. Bagaimana penerapan prinsip kejujuran dalam kegiatan jual beli oleh pelaku UMK di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang?
3. Bagaimana implikasi penerpan prinsip amanah terhadap kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha?
4. Bagaimana implikasi penerpan prinsip kejujuran terhadap kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian disusun berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan sehingga keduanya saling berkaitan. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan penerapan prinsip amanah dalam kegiatan jua beli yang dilakukan oleh pelaku UMK di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang
2. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan penerapan prinsip kejujuran dalam kegiatan jua beli yang dilakukan oleh pelaku UMK di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang
3. Untuk menganalisis implikasi penerapan prinsip amanah terhadap kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha UMK di Desa Mlawang Kecataman Klakah Kabupaten Lumajang.
4. Untuk menganalisis implikasi penerapan prinsip kejujuran terhadap kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha UMK di Desa Mlawang Kecataman Klakah Kabupaten Lumajang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi dalam bentuk temuan empiris, tetapi juga memiliki nilai guna baik secara konseptual maupun praktis. Melalui analisis terhadap prinsip amanah dan kejujuran dalam kegiatan jual beli pada pelaku UMK, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai praktik etika bisnis Islam di tingkat usaha mikro dan kecil. Oleh

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

karena itu, manfaat penelitian ini dapat dilihat dari dua aspek utama, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoretis

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan, khususnya dalam bidang ekonomi Islam dan etika bisnis Islam, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas penerapan prinsip amanah dan kejujuran dalam kegiatan ekonomi masyarakat.

2. Manfaat Praktis

   1) Bagi Peneliti

      Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman serta memperluas pemahaman peneliti dalam melakukan penelitian ilmiah, khususnya yang berkaitan dengan penerapan prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas ekonomi di tingkat masyarakat.

   2) Bagi Akademis

      Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan pertimbangan akademis dalam pengembangan kajian ekonomi Islam, terutama yang berkaitan dengan etika bisnis dan praktik UMK di masyarakat.

   3) Bagi Pelaku UMK

      Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMK di Desa Mlawang, Kecamatan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Klakah, Kabupaten Lumajang dalam mengevaluasi praktik jual beli yang dilakukan, khususnya terkait penerapan prinsip amanah dan kejujuran. Hasil penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya etika bisnis Islam dalam membangun kepercayaan konsumen serta menjaga keberlanjutan usaha.

E. Definisi Istilah

Untuk menghindari terjadinya perbedaan pemahaman dalam menafsirkan istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan penjelasan terhadap beberapa istilah utama yang berkaitan langsung dengan fokus penelitian. Adapun definisi istilah yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Amanah

   Amanah dalam penelitian ini dimaknai sebagai sikap tanggung jawab dan dapat dipercaya yang dimiliki oleh pelaku UMK dalam menjalankan kegiatan usaha. Sikap amanah tercermin melalui perilaku pelaku usaha dalam menjaga kualitas barang yang diperjualbelikan, memenuhi kesepakatan yang telah dibuat dengan konsumen, serta menghindari segala bentuk tindakan yang dapat merugikan pihak lain, sesuai dengan nilai-nilai yang diajarkan dalam Islam.[9]

[9] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN Maliki Press, 2012), 34–35.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

2. Kejujuran

Kejujuran adalah sikap keterbukaan dan kesesuaian antara apa yang disampaikan oleh pelaku UMK dengan kondisi barang atau jasa yang sebenarnya. Dalam konteks penelitian ini, kejujuran mencakup kejelasan informasi mengenai kualitas, harga, takaran, serta proses transaksi, sehingga konsumen memperoleh gambaran yang benar sebelum melakukan pembelian.[10]

3. Jual Beli

Jual beli merupakan aktivitas pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli yang dilakukan berdasarkan kesepakatan bersama untuk memenuhi kebutuhan masing-masing pihak. Dalam penelitian ini, jual beli dipahami sebagai kegiatan ekonomi yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga harus dijalankan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.[11]

4. Usaha Mikro dan Kecil (UMK)

Usaha Mikro dan Kecil (UMK) merupakan kegiatan usaha produktif yang dijalankan oleh orang perorangan atau badan usaha perorangan dengan skala usaha yang terbatas serta dikelola secara mandiri sebagai sumber penghidupan utama bagi pelaku usaha.[12] Dalam penelitian ini, UMK dipahami sebagai usaha toko sembako dan jasa

[10] Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, terjemahan Didin Hafidhuddin (Jakarta: Robbani Press, 2001), 152.
[11] Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, Jilid 5 (Damaskus: Dār al-Fikr, 1989), 330.
[12] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Pasal 1 angka 1 dan angka 2.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

laundry yang melakukan kegiatan jual beli secara langsung dengan konsumen di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang.

5. Kriteria Usaha Mikro Kecil (UMK)

Penetapan kriteria Usaha Mikro dan Usaha Kecil mengacu pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, khususnya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Tabel 1.2
Data Kriteria UMKM

Kriteria	Usaha Mikro	Usaha Kecil
Modal Usaha	Maksimal Rp. 50 juta	Rp. 50 juta - Rp. 500 juta
Penjualan Tahunan	Maksima Rp. 300 juta	Rp. 300 juta - Rp. 2.5 miliar

Sumber: UU No. 20 Tahun 2008

Berdasarkan ketentuan tersebut, Usaha Mikro merupakan usaha yang memiliki jumlah kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) di luar tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki nilai penjualan tahunan paling tinggi sebesar Rp300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).[13]

Sementara itu, Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan tidak menjadi bagian, baik secara langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar. Usaha

[13] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Pasal 6 ayat (1).

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) hingga paling banyak Rp500.000.000,- (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan Rp2.500.000.000,- (dua miliar lima ratus juta rupiah).[14]

Dalam penelitian ini, kriteria UMK digunakan sebagai batasan untuk menentukan objek penelitian, sehingga usaha yang diteliti benar-benar sesuai dengan klasifikasi usaha mikro dan kecil sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

6. Pelaku UMK

Pelaku UMK adalah individu atau pihak yang memiliki, mengelola, dan menjalankan usaha mikro dan kecil secara langsung serta bertanggung jawab terhadap seluruh aktivitas usaha yang dilakukan. Dalam konteks penelitian ini, pelaku UMK merupakan subjek utama yang terlibat langsung dalam proses transaksi jual beli dan berinteraksi dengan konsumen dalam kegiatan usaha sehari-hari.[15]

7. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai moral, norma, dan prinsip perilaku yang bersumber dari ajaran Islam dan dijadikan pedoman dalam menjalankan kegiatan usaha. Etika ini menekankan

[14] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Pasal 6 ayat (2).
[15] Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2014), 45–47.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

bahwa aktivitas bisnis tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga harus dilandasi oleh nilai-nilai keislaman, seperti amanah dan kejujuran, agar tercipta keadilan serta kemaslahatan bagi seluruh pihak yang terlibat. Dalam penelitian ini, etika bisnis Islam dipahami sebagai landasan perilaku pelaku UMK dalam menjalankan transaksi jual beli secara bertanggung jawab dan sesuai dengan prinsip syariah.[16]

8. Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen adalah keyakinan dan penilaian positif yang dimiliki oleh konsumen terhadap pelaku usaha berdasarkan pengalaman mereka dalam bertransaksi. Kepercayaan tersebut terbentuk melalui konsistensi pelaku usaha dalam bersikap jujur, bertanggung jawab, serta memenuhi kesepakatan dan harapan konsumen dalam kegiatan jual beli. Dalam penelitian ini, kepercayaan konsumen dipahami sebagai hasil dari penerapan prinsip amanah dan kejujuran oleh pelaku UMK dalam aktivitas usahanya.[17]

F. Sistematika Pembahasan

Pembahasan yang sistematis menguraikan alur pembahasan dari bab pertama hingga bab terakhir. Berikut sistematika pembahasan dari penelitian ini:

BAB I : Pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

[16] Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), 1–5.
[17] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2016), 153–155.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

BAB II : Kajian Pustaka, memuat penelitian terdahulu yang relevan serta kajian teori yang berkaitan dengan prinsip amanah, kejujuran, dan kegiatan jual beli dalam perspektif ekonomi Islam.

BAB III : Metode Penelitian, menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta keabsahan data.

BAB IV : Penyajian Data dan Analisis, berisi hasil penelitian yang diperoleh di lapangan, meliputi penyajian data serta analisis mengenai penerapan prinsip amanah dan kejujuran dalam kegiatan jual beli oleh pelaku usaha mikro dan kecil.

BAB V : Penutup, berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang diberikan oleh peneliti.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, peneliti meninjau sejumlah penelitian yang memiliki keterkaitan dengan topik yang sedang diteliti. Tujuan dari kajian ini adalah untuk memastikan keaslian dan keabsahan penelitian yang akan dilakukan serta menempatkannya dalam konteks kajian ilmiah yang relevan.

1. Khairiyah dan Juliana 2025, melakukan penelitian mengenai peran etika bisnis Islam dalam membangun kepercayaan konsumen pada usaha kecil berbasis syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan nilai kejujuran, amanah, dan tanggung jawab secara konsisten mampu meningkatkan tingkat kepercayaan serta loyalitas konsumen.[18] Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokus kajian etika bisnis Islam dan kepercayaan konsumen pada UMK. Adapun perbedaannya terdapat pada objek penelitian, di mana penelitian tersebut meneliti usaha kecil berbasis syariah formal, sedangkan penelitian penulis berfokus pada toko sembako dan jasa laundry.
2. Rahayu 2025, meneliti pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap pengembangan usaha mikro dan kecil. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelaku usaha yang menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam secara berkelanjutan cenderung memiliki usaha yang lebih stabil dan

[18] Khairiyah dan Juliana, "*Peran Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen terhadap Usaha Kecil Berbasis Syariah*," **Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam**, Vol. 10, No. 1 (2025): 45–60.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

berkembang.[19] Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada kajian etika bisnis Islam pada UMK, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian, karena penelitian Rahayu lebih menekankan aspek pengembangan usaha.

3. Ashari, dkk. 2025, mengkaji konsep etika bisnis dalam perspektif ekonomi mikro Islam dengan menyoroti pentingnya keseimbangan antara tujuan ekonomi dan nilai-nilai moral Islam. Penelitian ini menegaskan bahwa etika bisnis Islam berperan sebagai landasan utama bagi pelaku usaha mikro dalam menjaga keadilan dan keberlanjutan usaha.[20] Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terdapat pada penggunaan perspektif ekonomi Islam, sedangkan perbedaannya terletak pada pendekatan penelitian yang bersifat konseptual.
4. Rusdun Kamil Ramadhan dan Abdur Rohman 2024, meneliti penerapan etika bisnis Islam pada usaha mikro dan kecil di sektor kuliner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip amanah dan kejujuran telah diterapkan oleh sebagian besar pelaku usaha, meskipun masih dijumpai kendala berupa persaingan usaha dan keterbatasan pemahaman etika bisnis Islam.[21] Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokus kajian etika bisnis Islam pada UMK, sedangkan perbedaannya terdapat pada jenis usaha dan lokasi penelitian.

[19] Rahayu, "*Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Pengembangan Usaha Mikro dan Kecil*," **Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah**, Vol. 9, No. 1 (2025): 21–35.
[20] Ashari, dkk., "*Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Mikro Islam*," **Jurnal Kajian Ekonomi Islam**, Vol. 8, No. 2 (2025): 88–102.
[21] Rusdun Kamil Ramadhan dan Abdur Rohman, "*Implementasi Etika Bisnis Islam pada Usaha Mikro dan Kecil Sektor Kuliner*," **Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia**, Vol. 7, No. 2 (2024): 112–128.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

5. Abrori dan Sakinah 2024, membahas penerapan etika bisnis Islam dalam praktik usaha mikro di Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha pada umumnya telah memahami konsep etika bisnis Islam, namun penerapannya dalam kegiatan usaha sehari-hari belum sepenuhnya konsisten.[22] Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada kajian etika bisnis Islam pada usaha mikro dan kecil, sementara perbedaannya terdapat pada cakupan penelitian yang berskala nasional.
6. Putri, dkk. 2024, mengkaji penerapan nilai amanah pada usaha mikro dan kecil serta pengaruhnya terhadap tingkat kepercayaan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai amanah memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.[23] Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada pembahasan nilai amanah dalam praktik usaha UMK.
7. Syahfitri, Jannah, dan Syahriza 2024, menganalisis peran etika bisnis Islam dalam mendukung perkembangan usaha mikro dan kecil. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dapat meningkatkan citra usaha serta memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen.[24] Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokus kajian etika bisnis Islam pada UMK, sedangkan

[22] Abrori dan Sakinah, "*Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Praktik Usaha Mikro di Indonesia*," **Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam**, Vol. 6, No. 1 (2024): 55–70.
[23] Putri, dkk., "*Penerapan Nilai Amanah dalam Usaha Mikro dan Kecil terhadap Kepercayaan Konsumen*," **Jurnal Etika dan Bisnis Islam**, Vol. 6, No. 2 (2024): 90–105.
[24] Syahfitri, Jannah, dan Syahriza, "*Etika Bisnis Islam dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil,"* **Jurnal Ekonomi Mikro Syariah,** Vol. 5, No. 2 (2024): 66–81.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

perbedaannya terdapat pada pembahasan tambahan terkait aspek pembiayaan usaha.

8. Mutiara, dkk. 2024, meneliti implementasi etika bisnis Islam pada usaha mikro dan kecil di sektor perdagangan dan jasa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam berkontribusi dalam menciptakan persaingan usaha yang sehat serta meningkatkan kepercayaan konsumen.[25] Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada sektor usaha yang dikaji, sedangkan perbedaannya terdapat pada konteks wilayah penelitian.
9. Mundir dan Tomiyadi 2023, mengkaji penerapan etika bisnis Islam dalam praktik transaksi jual beli pada usaha kecil. Penelitian ini menyimpulkan bahwa nilai kejujuran dan keadilan merupakan faktor penting dalam menjaga kepercayaan konsumen.[26] Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada kajian etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli UMK.
10. Annisa Mutia Hasna 2022, menegaskan bahwa etika bisnis Islam memiliki peran penting sebagai fondasi keberlanjutan usaha mikro dan kecil. Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan nilai amanah dan kejujuran mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat daya saing usaha.[27] Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak

[25] Mutiara, dkk., "*Implementasi Etika Bisnis Islam pada Usaha Mikro dan Kecil Sektor Perdagangan dan Jasa*," **Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah**, Vol. 5, No. 1 (2024): 30–45.
[26] Mundir dan Tomiyadi, "*Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Usaha Kecil*," **Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah**, Vol. 4, No. 2 (2023): 101–116.
[27] Annisa Mutia Hasna, "*Etika Bisnis Islam sebagai Fondasi Keberlanjutan Usaha Mikro dan Kecil*," **Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam**, Vol. 3, No. 1 (2022): 15–29.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

pada fokus kajian etika bisnis Islam pada UMK, sedangkan perbedaannya terdapat pada pendekatan penelitian yang bersifat konseptual.

Berdasarkan uraian terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang membahas etika bisnis Islam pada usaha mikro dan kecil (UMK), dapat disimpulkan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan yang meliputi fokus kajian, pendekatan penelitian, serta objek dan konteks usaha yang diteliti oleh masing-masing peneliti. Persamaan penelitian-penelitian tersebut terletak pada penekanan terhadap penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam, seperti kejujuran dan amanah, dalam aktivitas usaha mikro dan kecil, sedangkan perbedaannya tampak pada jenis usaha, lokasi penelitian, serta metode yang digunakan. Untuk menyajikan perbandingan tersebut secara lebih sistematis dan mudah dipahami, maka hasil telaah terhadap penelitian terdahulu dirangkum dan disajikan secara ringkas, jelas, dan terstruktur dalam bentuk tabel sebagai berikut.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Khairiyah dan Juliana, 2025, Peran Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen terhadap Usaha Kecil Berbasis Syariah	Kedua penelitian sama-sama mengkaji penerapan etika bisnis Islam pada usaha mikro dan kecil sebagai dasar pembentukan kepercayaan konsumen melalui nilai kejujuran dan amanah.	Penelitian ini berfokus pada usaha kecil berbasis syariah formal, sedangkan penelitian penulis meneliti UMK non-formal di wilayah pedesaan.
2	Rahayu, 2025, Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Pengembangan Usaha Mikro dan Kecil	Sama-sama menempatkan etika bisnis Islam sebagai pedoman perilaku pelaku usaha mikro dan kecil.	Penelitian ini menitikberatkan pada pengembangan usaha, sedangkan penelitian penulis fokus pada penerapan etika dalam transaksi jual beli.
3	Ashari, dkk., 2025, Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Mikro Islam	Kedua penelitian menggunakan perspektif ekonomi Islam dalam membahas perilaku usaha mikro dan kecil.	Penelitian ini bersifat teoritis, sedangkan penelitian penulis menggunakan pendekatan empiris lapangan.
4	Rusdun Kamil Ramadhan dan Abdur Rohman, 2024, Implementasi Etika Bisnis Islam pada Usaha Mikro dan Kecil Sektor Kuliner	Sama-sama membahas etika bisnis Islam pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK), khususnya yang berkaitan dengan prinsip amanah dan kejujuran dalam kegiatan usaha.	Penelitian ini fokus pada sektor kuliner, sedangkan penelitian penulis pada toko sembako dan jasa laundry.
5	Abrori dan Sakinah, 2024, Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Praktik Usaha Mikro di Indonesia	Keduanya mengkaji penerapan etika bisnis Islam dalam praktik usaha mikro.	Penelitian ini berskala nasional, sedangkan penelitian penulis fokus pada satu desa.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

6	Putri, dkk., 2024, Penerapan Nilai Amanah dalam Usaha Mikro dan Kecil terhadap Kepercayaan Konsumen	Sama-sama menyoroti nilai amanah dan kejujuran dalam aktivitas UMK.	Penelitian ini bersifat umum, sedangkan penelitian penulis menekankan konteks sosial pedesaan.
7	Syahfitri, Jannah, dan Syahriza, 2024, Etika Bisnis Islam dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil	Kedua penelitian membahas peran etika bisnis Islam dalam UMK.	Penelitian ini mengaitkan etika dengan pembiayaan usaha, sedangkan penelitian penulis tidak.
8	Mutiara, dkk., 2024, Implementasi Etika Bisnis Islam pada Usaha Mikro dan Kecil Sektor Perdagangan dan Jasa	Sama-sama membahas etika bisnis Islam pada UMK sektor perdagangan dan jasa.	Perbedaan terletak pada lokasi dan karakteristik wilayah penelitian.
9	Mundir dan Tomiyadi, 2023, Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Usaha Kecil	Keduanya mengkaji etika bisnis Islam dalam transaksi usaha kecil.	Penelitian ini dilakukan di wilayah perkotaan, sedangkan penelitian penulis di pedesaan.
10	Annisa Mutia Hasna, 2022, Etika Bisnis Islam sebagai Fondasi Keberlanjutan Usaha Mikro dan Kecil	Sama-sama membahas etika bisnis Islam sebagai dasar keberlanjutan UMK.	Penelitian ini bersifat konseptual, sedangkan penelitian penulis berbasis data lapangan.

Sumber: Diolah dari penelitian terdahulu tahun 2026

Berdasarkan pemetaan penelitian terdahulu yang telah disajikan dalam tabel sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penelitian-penelitian yang telah dilakukan memiliki sejumlah titik temu sekaligus perbedaan dengan penelitian yang sedang dikembangkan oleh penulis. Kesamaan utama tampak pada fokus kajian yang sama-sama menempatkan etika bisnis Islam sebagai landasan normatif dalam aktivitas usaha mikro dan kecil (UMK), khususnya pada penerapan nilai kejujuran, amanah, dan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

tanggung jawab dalam praktik usaha. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu juga menegaskan bahwa penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen serta mendukung keberlangsungan usaha mikro dan kecil.

Adapun perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada aspek ruang lingkup, objek, dan pendekatan penelitian. Penelitian-penelitian sebelumnya umumnya menelaah etika bisnis Islam dari sisi konseptual, pengembangan usaha, atau sektor usaha tertentu dengan lokasi yang beragam, baik di wilayah perkotaan maupun dalam konteks usaha berbasis syariah formal. Sementara itu, penelitian ini secara khusus memusatkan perhatian pada praktik prinsip amanah dan kejujuran dalam kegiatan/ jual beli UMKM di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang, dengan pendekatan kualitatif lapangan dan penekanan pada praktik transaksi sehari-hari pelaku usaha. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu melengkapi dan memperkaya kajian sebelumnya melalui sudut pandang yang lebih spesifik dan kontekstual.

B. Kajian Teori

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teori yaitu sebagai berikut:

Menurut Muhammad Djakfar, untuk memperoleh keberkahan dalam aktivitas bisnis, pelaku usaha perlu memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah diajarkan dalam Islam. Prinsip-prinsip tersebut menjadi pedoman

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

agar kegiatan bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi, tetapi juga memperhatikan nilai moral dan tanggung jawab sosial.[28]

1. Teori Kejujuran

Menurut Havis Aravik dkk., jujur merupakan kesesuaian antara keyakinan, sikap, ucapan, dan perilaku dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam aktivitas bisnis. Kejujuran menjadi sikap penting yang harus diterapkan dalam setiap proses bisnis tanpa adanya unsur penipuan sedikit pun. Kejujuran juga menjadi dasar utama dalam menjalankan usaha karena berkaitan erat dengan amanah. Seorang pelaku usaha dituntut untuk mampu menjaga hak Allah, hak orang lain, dan hak dirinya sendiri dalam kegiatan bisnis. Selain itu, kejujuran menjadi pusat dari manajemen yang efektif karena dapat menghindarkan seseorang dari penyalahgunaan tanggung jawab maupun sumber daya yang telah dipercayakan kepadanya.[29]

Menurut Havis Aravik dkk., dalam Islam kejujuran termasuk syarat mendasar dalam menjalankan kegiatan bisnis. Usaha tidak akan berjalan dengan baik apabila pemilik maupun karyawan tidak memiliki sikap jujur dalam memproduksi, menjual barang, maupun memperoleh keuntungan. Prinsip kejujuran dalam bisnis dapat diwujudkan melalui sikap tidak menyembunyikan cacat barang, tidak melakukan penipuan dalam

[28] Nandang Ihwanudin dkk., *Etika Bisnis dalam Islam (Teori dan Aplikasi)* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022), 146

[29] Havis Aravik, Syarifah Gustiawati Mukri, dan Rizqon Halal Syah Aji, *Pengantar Bisnis Islam: Mengenal Kajian Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2023), 86-87

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

transaksi, tidak melakukan gharar, tidak mengambil riba, serta tidak menggunakan sumpah palsu agar barang dagangan cepat terjual. Dari penerapan sikap jujur tersebut akan tumbuh rasa percaya antara penjual dan pembeli maupun antara penyedia jasa dan pengguna jasa.[30]

a. Jujur dalam Takaran (*Quantity*)

Kejujuran merupakan sikap yang harus diterapkan dalam setiap kegiatan bisnis tanpa disertai unsur penipuan sedikit pun. Dalam praktik perdagangan, sikap jujur dapat diwujudkan melalui ketepatan dalam menakar, menimbang, maupun menghitung barang yang diperjualbelikan. Islam memberikan peringatan keras kepada pelaku usaha yang melakukan kecurangan dalam timbangan dan takaran sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah Swt.:

وَيْلٌ لِلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَو وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya: "Celakalah bagi orang-orang yang curang dalam takaran dan timbangan, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka meminta dipenuhi, tetapi ketika menakar atau menimbang untuk orang lain mereka mengurangi." (QS. Al-Mutaffifin: 1-3).

[30] Havis Aravik, Syarifah Gustiawati Mukri, dan Rizqon Halal Syah Aji, *Pengantar Bisnis Islam: Mengenal Kajian Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2023), 86

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Ayat tersebut menunjukkan bahwa kejujuran memiliki hubungan yang erat dengan kepercayaan dalam kegiatan bisnis. Kepercayaan menjadi dasar penting dalam membangun hubungan antara penjual dan pembeli. Oleh sebab itu, pelaku usaha dituntut untuk bersikap adil dan jujur kepada konsumen, termasuk dalam penggunaan timbangan yang tidak merugikan pihak lain. Dengan adanya sikap jujur, rasa percaya konsumen terhadap pelaku usaha akan terbentuk dengan sendirinya.[31]

b. Menjual Barang yang Berkualitas (*Quality*)

Salah satu bentuk pelanggaran etika dalam perdagangan adalah tidak adanya keterbukaan mengenai kualitas barang yang dijual. Tindakan menyembunyikan cacat barang menunjukkan kurangnya tanggung jawab moral dalam menjalankan usaha. Padahal dalam bisnis Islam, pelaku usaha tidak hanya dituntut memperoleh keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan norma hukum, etika, dan kepentingan masyarakat.[32]

Menyembunyikan kualitas barang dapat dikategorikan sebagai bentuk kecurangan yang merugikan konsumen. Selain bertentangan dengan prinsip keadilan, tindakan tersebut juga dapat menyebabkan hilangnya kepercayaan pelanggan terhadap pelaku usaha. Oleh karena itu, keterbukaan mengenai kualitas barang menjadi salah satu bentuk penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas perdagangan.

c. Larangan Menggunakan Sumpah Berlebihan (*Al-Qasm*)

[31] Ibid., hlm. 146

[32] Ibid., hlm. 147

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Dalam praktik perdagangan sering ditemukan pedagang yang terlalu mudah menggunakan sumpah untuk meyakinkan pembeli mengenai kualitas barang dagangannya. Perilaku tersebut dilakukan agar konsumen tertarik membeli barang yang ditawarkan. Akan tetapi, Islam tidak membenarkan penggunaan sumpah secara berlebihan dalam aktivitas bisnis karena dapat menghilangkan nilai keberkahan dalam usaha.[33]

Pelaku usaha seharusnya lebih mengedepankan kejujuran dan kualitas pelayanan dibandingkan menggunakan sumpah untuk menarik perhatian pembeli. Dengan demikian, hubungan antara penjual dan konsumen dapat terjalin atas dasar rasa percaya, bukan karena adanya manipulasi.

2. Teori Amanah

Amanah berarti tanggung jawab. Tanggung jawab sosial merupakan bagian dari etika bisnis yang menekankan pentingnya memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan serta memperhatikan hak dan kewajiban konsumen dalam kegiatan usaha.[34] Konsep ini sejalan dengan firman Allah Swt. dalam Q.S. Al-An'am ayat 164:

قُلْ أَغَيْرَ اللهِ أَبْغِي رَبًّا وَهُوَ رَبُّ كُلِّ شَيْءٍ ۚ وَلَا تَكْسِبُ كُلُّ نَفْسٍ إِلَّا عَلَيْهَا ۚ وَلَا تَزِرُ

وَازِرَةٌ وِزْرَ أُخْرَىٰ ۚ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّكُمْ مَرْجِعُكُمْ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ

[33] Ibid., hlm. 148

[34] Abdul Aziz dkk., *Etika Bisnis Islam: Teori & Penerapan* (Indramayu: PT. Adab Indonesia, 2024), 21-22

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Artinya: “Katakanlah (Nabi Muhammad), ‘Apakah aku akan mencari tuhan selain Allah, padahal Dia Tuhan bagi segala sesuatu? Setiap orang hanya bertanggung jawab atas perbuatannya sendiri dan seseorang tidak akan memikul dosa orang lain. Kemudian kepada Tuhanmulah kamu kembali, lalu Dia akan memberitahukan kepadamu apa yang dahulu kamu perselisihkan.’” (QS. Al-An’am: 164).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa setiap manusia memiliki tanggung jawab atas perbuatan yang dilakukannya, termasuk dalam aktivitas bisnis. Dalam perspektif Islam, kegiatan usaha tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga harus dijalankan sesuai dengan ketentuan syariat serta memperhatikan hak-hak pihak lain. Oleh sebab itu, pelaku usaha dituntut untuk bersikap bertanggung jawab kepada konsumen maupun lingkungan sekitarnya karena dalam kegiatan bisnis terdapat hubungan saling membutuhkan antara pelaku usaha dan masyarakat.[35]

Tanggung jawab sosial juga dipahami sebagai bentuk kepedulian individu maupun perusahaan terhadap kondisi sosial dan lingkungan melalui berbagai tindakan yang memberikan manfaat bagi masyarakat. Saat ini, konsep tanggung jawab sosial menjadi perhatian penting karena masyarakat dan konsumen tidak hanya menilai keuntungan suatu usaha, tetapi juga memperhatikan dampaknya terhadap lingkungan dan

[35] Ibid., hlm. 21

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

kesejahteraan sosial.[36] Bentuk tanggung jawab sosial dapat diwujudkan melalui pelestarian lingkungan, penerapan etika kerja yang baik, kegiatan sosial, maupun pemberian dukungan kepada masyarakat sekitar.

Dalam praktiknya, tanggung jawab sosial dapat dilakukan dengan membantu pengembangan usaha kecil dan menengah melalui pelatihan dan pendampingan, mendukung penggunaan energi ramah lingkungan, serta menjalankan kegiatan usaha yang memperhatikan keberlanjutan lingkungan. Hal tersebut menunjukkan bahwa bisnis tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan, melainkan juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan keberlangsungan lingkungan di sekitar usaha dijalankan.[37]

a. Bersikap Ramah dan Murah Hati (Tasamuh dan Tarahum)

Dalam kegiatan jual beli terjadi hubungan langsung antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu, pelaku usaha dianjurkan untuk bersikap sopan, ramah, dan murah hati kepada konsumen. Sikap ramah dalam melayani pelanggan dapat memberikan kenyamanan sehingga pembeli merasa dihargai.[38]

Pelayanan yang baik juga dapat memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Konsumen yang merasa nyaman cenderung kembali melakukan transaksi pada tempat yang sama. Sebaliknya,

[36] Ibid., hlm. 22

[37] Ibid., hlm. 22

[38] Ibid., hlm. 148

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

sikap kasar dan tidak ramah dapat menyebabkan pelanggan enggan kembali berbelanja sehingga berdampak pada keberlangsungan usaha.

b. Membangun Hubungan Baik dengan Kolega

Islam mengajarkan pentingnya menjaga hubungan baik dengan sesama, termasuk dalam aktivitas bisnis. Hubungan yang dibangun antar pelaku usaha seharusnya didasarkan pada kerja sama yang sehat dan saling menguntungkan, bukan pada praktik monopoli atau persaingan yang merugikan pihak lain.[39]

Melalui hubungan yang baik dan komunikasi yang harmonis, kegiatan bisnis dapat berkembang lebih stabil. Selain itu, menjaga silaturahmi dalam dunia usaha juga dapat memperluas relasi bisnis serta memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha dalam jangka panjang.

c. Menetapkan Harga Secara Transpara

Dalam etika bisnis Islam, penetapan harga harus dilakukan secara terbuka dan adil. Harga yang tidak disampaikan secara jelas dapat menimbulkan unsur penipuan dan merugikan konsumen. Oleh sebab itu, pelaku usaha perlu menjelaskan harga barang secara transparan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam transaksi.[40]

Walaupun pelaku usaha berorientasi memperoleh keuntungan, hak konsumen tetap harus diperhatikan. Sikap terbuka dalam penetapan harga menunjukkan adanya toleransi dan tanggung jawab penjual

[39] Ibid., hlm. 149

[40] Ibid., hlm. 150

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

terhadap pembeli. Dengan demikian, hubungan bisnis dapat berjalan secara seimbang dan saling menguntungkan.

1. Teori Jual Beli Barang (*Ba'i Salam)*

Ba'i salam merupakan bentuk transaksi jual beli yang dilakukan dengan pembayaran di awal, sedangkan barang yang diperjualbelikan diserahkan kemudian sesuai waktu yang telah disepakati bersama. Dalam akad ini, barang yang dipesan harus dijelaskan secara rinci pada saat akad berlangsung, baik mengenai jenis, ukuran, kualitas, maupun waktu penyerahannya. Barang yang dapat diperjualbelikan melalui akad salam umumnya termasuk barang yang dapat ditimbang, ditakar, atau dihitung.[41]

Apabila terjadi keterlambatan penyerahan barang karena kendala tertentu dari pihak penjual, maka waktu penyerahan dapat diperpanjang berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak tanpa adanya tambahan biaya atau kompensasi. Selain itu, apabila penjual tidak mampu menyediakan barang sesuai perjanjian, maka akad dapat dibatalkan dan uang pembeli dikembalikan sebagaimana jumlah awal tanpa adanya tambahan tertentu sehingga tidak termasuk praktik riba.

Menurut Yusuf Sabatin, jual beli barang (*salam)* merupakan bentuk pengecualian dari larangan menjual barang yang belum dimiliki oleh penjual. Oleh karena itu, akad *salam*

[41] Hendri Saparini, Akhmad Akbar Susamto, dan Mohammad Faisal, Bisnis Halal: Teori dan Praktik (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018), 5

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

hanya diperbolehkan pada jenis barang tertentu yang telah dijelaskan dalam *nash*, yaitu barang yang dapat ditimbang, ditakar, maupun dihitung. Ketentuan tersebut didasarkan pada hadis Nabi Saw. yang menjelaskan bahwa transaksi salam harus dilakukan dengan ukuran, timbangan, dan waktu penyerahan yang jelas.

2. Teori Jual Beli Jasa (*Ijarah*)

d. Pengertian *Ijarah*

Ijarah berasal dari kata *al-ajru* yang memiliki arti imbalan atau pengganti. Dalam bahasa Arab, istilah ijarah juga diartikan sebagai upah, sewa, jasa, maupun kompensasi atas suatu manfaat. Ijarah termasuk salah satu bentuk muamalah yang digunakan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup, seperti kegiatan sewa-menyewa, kontrak kerja, maupun transaksi jasa lainnya. Dalam perspektif syariat, ijarah dipahami sebagai akad untuk memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa milik pihak lain dengan memberikan pembayaran sesuai kesepakatan yang telah ditentukan sebelumnya.[42]

Secara etimologis, Wahbah az-Zuhaili menjelaskan bahwa ijarah berasal dari istilah *bai' al-manfa'ah* yang berarti jual beli manfaat. Adapun secara terminologis, ijarah merupakan akad atas suatu manfaat

[42] Kholva Ayu Anisa dan Asnaini, *Pembiayaan Ijarah pada Bank Syariah: Konsep dan Strategi* (Bengkulu: CV Brimedia Global, 2025), 16

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

dalam jangka waktu tertentu dengan imbalan yang telah disepakati bersama.[43]

Ijarah juga dapat diartikan sebagai transaksi sewa-menyewa barang maupun pemberian upah atas jasa dalam waktu tertentu dengan adanya pembayaran sewa atau imbalan jasa. Dalam akad ini terjadi pemindahan hak guna atau manfaat suatu barang maupun jasa tanpa disertai perpindahan hak kepemilikan atas barang tersebut.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa *al-ijarah* merupakan akad atau perjanjian dalam Islam yang berkaitan dengan pemanfaatan barang maupun jasa secara halal dengan adanya imbalan tertentu sesuai kesepakatan kedua belah pihak. Akad ini hanya memindahkan hak guna atau manfaatnya saja, sedangkan kepemilikan barang tetap berada pada pemilik asal.[44]

e. Rukun Akad Ijarah

1) Orang yang Berakad (*Aqid*)

Rukun pertama dalam akad ijarah adalah adanya pihak-pihak yang melakukan akad, yaitu *mu'jir* dan *musta'jir*. *Mu'jir* merupakan pihak yang menyewakan barang atau jasa sekaligus pemilik dari objek yang disewakan. Pihak ini berhak menerima pembayaran atau upah atas manfaat yang diberikan. Sementara itu, *musta'jir* adalah pihak penyewa yang memanfaatkan barang atau

[43] Ibid., hlm. 16

[44] Ibid., hlm. 18

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

jasa tersebut dan berkewajiban membayar sewa sesuai perjanjian. Adapun objek yang disewakan disebut dengan ma'jur.[45]

2) *Sighat* Akad

Rukun berikutnya adalah *sighat* akad yang berkaitan dengan ijab dan qabul antara kedua belah pihak. *Sighat* akad menunjukkan adanya kesepakatan antara pihak penyewa dan pihak yang menyewakan mengenai penggunaan barang atau jasa, biaya sewa, jangka waktu, hingga ketentuan pengembalian barang sewaan.

3) Upah Ijarah (*Ujrah*)

Ujrah merupakan imbalan atau upah yang diberikan kepada pihak yang menyewakan barang atau jasa atas manfaat yang diterima oleh penyewa. Besaran upah dalam akad ijarah harus diketahui secara jelas oleh kedua belah pihak dan pembayarannya dilakukan sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan sebelumnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

[45] Ibid., hlm. 21

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami suatu fenomena sosial secara mendalam melalui pengumpulan data berupa kata-kata, pengalaman, maupun pandangan dari partisipan penelitian. Creswell menjelaskan bahwa penelitian kualitatif dilakukan dengan cara mengeksplorasi dan memahami gejala tertentu melalui wawancara yang bersifat umum dan terbuka sehingga partisipan dapat menyampaikan pengalaman mereka secara lebih luas.[46]

Dalam penelitian kualitatif, data yang diperoleh biasanya berupa uraian, pendapat, serta hasil pengamatan di lapangan yang kemudian dianalisis untuk menemukan makna dari fenomena yang diteliti. Penelitian ini juga memberikan ruang yang besar kepada partisipan untuk menyampaikan informasi secara bebas sehingga peneliti dapat memahami kondisi yang terjadi secara lebih mendalam.

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi multi kasus (*multiple case study*). Penelitian multi kasus merupakan penelitian yang dilakukan pada lebih dari satu objek penelitian yang memiliki karakteristik berbeda, tetapi masih

[46] J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya* (Jakarta: PT Grasindo, 2010), 7-8

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

berada dalam satu fokus kajian yang sama.[47] Dalam penelitian ini, objek yang diteliti terdiri atas usaha toko sembako dan usaha laundry di Desa Mlawang. Pemilihan kedua objek tersebut didasarkan pada adanya perbedaan jenis usaha, yaitu usaha barang dan usaha jasa, sehingga peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai penerapan prinsip amanah dan kejujuran dalam etika bisnis Islam.

Penggunaan studi multi kasus dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persamaan dan perbedaan penerapan prinsip amanah dan kejujuran pada masing-masing usaha. Dengan pendekatan tersebut, peneliti dapat melakukan analisis secara mendalam terhadap setiap kasus, kemudian membandingkan hasil temuan dari kedua objek penelitian.[48] Selain itu, penggunaan studi multi kasus juga dinilai mampu memperkuat hasil penelitian karena data diperoleh dari lebih dari satu kasus penelitian. Oleh sebab itu, penelitian ini berupaya memahami bagaimana prinsip amanah dan kejujuran diterapkan dalam operasional usaha, pelayanan kepada konsumen, hubungan dengan pemasok, serta proses transaksi dalam kegiatan usaha sehari-hari.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang. Desa Mlawang dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki sejumlah pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK), khususnya UMK Toko Sembako dan UMK Laundry, yang aktivitas usahanya melibatkan

[47] Nurul Ulfatin, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (Malang: Media Nusa Creative, 2015), 66.

[48] Ibid, hlm 67

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

interaksi langsung dengan konsumen. Kondisi tersebut memungkinkan peneliti untuk mengamati dan menggali secara langsung penerapan prinsip amanah dan kejujuran dalam kegiatan jual beli.

Selain itu, lokasi ini dipilih karena masih dijumpai perbedaan praktik jual beli di kalangan pelaku UMK, baik yang telah menerapkan nilai etika bisnis Islam maupun yang belum sepenuhnya konsisten. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman mengenai bagaimana prinsip amanah dan kejujuran diimplementasikan dalam praktik jual beli UMK, serta bagaimana prinsip tersebut memengaruhi kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha

C. Subyek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini meliputi jenis data yang dihimpun, ciri atau karakteristik yang melekat pada subjek penelitian, pihak-pihak yang dijadikan informan, karakteristik informan tersebut, serta mekanisme penyaringan informasi yang dilakukan untuk menjamin ketepatan dan keabsahan data yang diperoleh.[49]

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive* dalam menetapkan informan penelitian. Teknik *purposive* dipilih karena penentuan informan dilakukan berdasarkan kriteria dan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut diarahkan pada pemilihan individu yang dinilai paling memahami dan memiliki informasi yang relevan dengan fokus penelitian yang dikaji.[50]

[49] Zainal Abidin, dkk., *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press,2016), 75.
[50] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 218.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KHIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Informan konsumen dipilih secara *purposive*, dengan pertimbangan bahwa mereka adalah pelanggan yang telah memakai jasa atau melakukan transaksi berulang kali. Sebagian informan memiliki ikatan keluarga, namun tetap dianggap relevan karena masing- masing memiliki pengalaman langsung sebagai konsumen. Oleh karena itu, data yang diperoleh tetap mencerminkan pengalaman faktual dalam menggunakan layanan yang diteliti.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari pelaku UMK Toko Sembako dan UMK Laundry di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang, serta dari konsumen yang pernah melakukan transaksi jual beli dengan pelaku UMK tersebut. Data ini berkaitan dengan praktik jual beli, sikap pelaku usaha dalam menyampaikan informasi, pemenuhan kesepakatan, serta pengalaman konsumen dalam bertransaksi.[51]

Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen pendukung, seperti catatan usaha, foto kegiatan jual beli, serta sumber tertulis lain yang relevan dengan penelitian.

Adapun kriteria subjek penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pelaku UMK Toko Sembako dan UMK Laundry yang aktif menjalankan usaha di Desa Mlawang.
2. Pelaku UMK yang terlibat langsung dalam proses transaksi jual beli dengan konsumen.

[51] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2019), 104.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

3. Konsumen yang pernah melakukan transaksi dan memiliki pengalaman berinteraksi langsung dengan pelaku UMK.

Tabel 3.1
Identitas Informan Penelitian

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Peran	Keterangan
1.	Ibu. Suhernah	Perempuan	43 tahun	Pemilik Toko Sembako	Informan Utama
2.	Bapak. Slamet Riyadi	Laki-laki	40 tahun	Pemilik Laundry	Informan Utama
3.	Ibu. Suhartini	Perempuan	69 tahun	Konsumen Toko Sembako	Informan Pendukung
4.	Bapak. Sali	Laki-laki	72 tahun	Konsumen Toko Sembako	Informan Pendukung
5.	Ibu. Ika Ari Latifa	Perempuan		Konsumen Laundry	Informan Pendukung
6.	Ibu. Siti Kamila	Perempuan	35 tahun	Konsumen Laundry	Informan Pendukung
7.	Nurul	Perempuan	24 tahun	Karyawan Laundry	Informan Utama
8.	Aprilia	Perempuan	23 tahun	Karyawan Laundry	Informan Utama

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026[52]

Pemilihan subjek penelitian tersebut dimaksudkan agar data yang diperoleh benar-benar relevan dengan fokus penelitian dan mampu memberikan gambaran yang mendalam mengenai penerapan prinsip amanah dan kejujuran. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi

[52] Data pada tabel identitas informan penelitian merupakan hasil pengumpulan data oleh peneliti berdasarkan wawancara langsung dengan informan yang terdiri dari pelaku usaha dan konsumen pada usaha toko sembako dan laundry di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang, 2026.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

langsung, sehingga peneliti dapat memahami secara kontekstual perilaku dan praktik jual beli yang berlangsung di lapangan.

Untuk menjamin keabsahan dan validitas data, peneliti melakukan pengecekan data melalui perbandingan informasi yang diperoleh dari berbagai subjek serta penggunaan lebih dari satu teknik pengumpulan data, sehingga informasi yang diperoleh dapat saling menguatkan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Mengumpulkan data adalah bagian penting dalam penelitian karena bertujuan untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menggunakan beberapa metode berikut:

1. Observasi

   Observasi artinya melihat langsung apa yang terjadi. Metode ini dilakukan dengan memperhatikan aktivitas, perilaku, dan interaksi pelaku UMK saat melakukan jual beli di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang. Semua hal yang diamati dicatat agar peneliti bisa memahami bagaimana prinsip amanah dan kejujuran diterapkan dalam praktik jual beli. Saat melakukan observasi, peneliti mencatat peristiwa sebagaimana yang terjadi di lapangan, memperhatikan dan memahami fenomena sesuai dengan aktivitas pelaku. Tujuannya adalah mendapatkan data langsung tentang penerapan prinsip amanah dan kejujuran oleh para pelaku UMK di lokasi penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara dua orang di mana terjadi pertukaran informasi dan gagasan melalui tanya jawab.[53] Dalam proses ini, peneliti mengajukan pertanyaan untuk mendapatkan informasi atau meminta penjelasan lebih lanjut tentang suatu hal. Informan kemudian memberikan jawaban berupa informasi, pendapat, atau pandangannya. Semua jawaban yang diberikan dicatat dan direkam agar peneliti bisa menganalisisnya secara mendalam.

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik wawancara mendalam untuk menggali beragam tanggapan dan pandangan dari para informan terhadap data yang diperoleh. Wawancara dilakukan tidak hanya kepada pemilik usaha, melainkan juga kepada konsumen sebagai informan tambahan demi mendapatkan data yang lebih menyeluruh. Proses wawancara direkam guna membantu peneliti mencatat dan mengingat informasi yang disampaikan oleh informan selama wawancara berlangsung.[54] Rekaman tersebut juga memudahkan peneliti dalam menelusuri kembali hal-hal penting yang muncul selama wawancara maupun data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Agar informasi yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan penelitian, wawancara difokuskan kepada pihak-pihak yang terlibat langsung, yaitu pelaku UMK di Desa Mlawang.

[53] Satori, D., & Komariah, T., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 95
[54] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* , (Bandung: Alfabeta, 2019), 114–116.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan mencatat atau merekam kejadian yang sudah terjadi. Catatan ini bisa berupa tulisan, foto, atau bentuk karya lain yang dibuat oleh seseorang. Dalam penelitian, pendekatan dokumenter sering digunakan untuk melengkapi teknik observasi dan wawancara dalam pengumpulan data kualitatif.[55]

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan berbagai bukti dan catatan penting yang berkaitan dengan topik penelitian. Selain itu, peneliti juga mengoleksi dokumentasi berupa foto-foto selama proses wawancara serta gambar-gambar lain yang dapat mendukung hasil penelitian.

E. Analisis Data

Teknik analisis data adalah rangkaian kegiatan untuk menata dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi, sehingga informasi tersebut lebih mudah dipahami. Proses ini mencakup pengelompokan data, pemeringkasan, identifikasi pola, dan penyusunan kesimpulan yang relevan dengan fokus penelitian. Analisis data kualitatif dilakukan secara iteratif, dimulai sebelum masuk ke lapangan, berlangsung selama pengumpulan data, dan tetap berlanjut sampai semua data selesai diolah. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk meninjau aspek-aspek penting dari objek penelitian, sehingga

[55] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 118–120

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

proses analisis bukan hanya setelah pengumpulan data selesai, tetapi terus berlangsung hingga data dianggap jenuh dan informatif.[56]

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman, analisis data kualitatif melibatkan tiga tahap yang saling terkait, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau inferensi.

1. Reduksi Data

   Mereduksi data artinya menyaring, merangkum, dan memfokuskan perhatian pada informasi yang paling penting. Dengan begitu, data yang telah direduksi akan lebih mudah dipahami dan memberi gambaran yang jelas, sekaligus memudahkan peneliti dalam pengumpulan data berikutnya atau ketika data tersebut dibutuhkan. Bagi peneliti pemula, proses reduksi data dapat dibantu dengan berdiskusi bersama teman atau orang yang dianggap lebih ahli. Melalui diskusi ini, wawasan peneliti akan semakin berkembang, sehingga data yang disaring adalah data yang memiliki nilai temuan penting dan mendukung pengembangan teori yang signifikan.[57]

2. Penyajian Data

   Penyajian data (*displaying* data) dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui uraian singkat atau penggambaran hubungan antar kategori. Dengan menyajikan data seperti ini, peneliti akan lebih mudah memahami kondisi yang terjadi dan merencanakan langkah kerja berikutnya berdasarkan pemahaman tersebut. Pada tahap ini, peneliti

[56] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 245–247.
[57] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018), 247–249.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

berupaya mengorganisir data yang relevan agar bisa dijadikan informasi yang siap untuk ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian kualitatif, data biasanya disajikan melalui deskripsi singkat, diagram, hubungan antar kategori, flowchart, atau format serupa. Menurut Miles dan Huberman, bentuk penyajian data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teks naratif.[58]

3. Penarikan Kesimpulan *(Verifikasi)*

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data biasanya dilakukan dalam bentuk uraian singkat, diagram, keterkaitan antar kategori, flowchart, maupun bentuk lain yang sejenis. Miles dan Huberman menjelaskan bahwa penyajian data dalam penelitian kualitatif paling sering menggunakan teks naratif.[59]

F. Keabsahan Data

Teknik triangulasi sumber digunakan untuk memperkuat keabsahan data dalam penelitian ini. Penerapan triangulasi sumber bertujuan memperoleh informasi dari berbagai sumber dengan tetap menggunakan pendekatan penelitian yang sama.[60] Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap objek penelitian yang sama. Selain itu, peneliti menerapkan triangulasi sumber serta triangulasi metode sebagai upaya untuk memastikan keakuratan dan kredibilitas data yang diperoleh.

[58] Ibid., hlm. 249
[59] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018), 249.
[60] Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 330

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

G. Tahap-tahap Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu tahap pra-lapangan, tahap pelaksanaan penelitian, dan tahap akhir atau penyelesaian penelitian. Adapun tahapan-tahapan penelitian tersebut dijabarkan sebagai berikut:[61]

1. Tahap Pra-lapangan

   Tahap pra-lapangan merupakan rangkaian persiapan yang dilakukan peneliti sebelum terjun langsung ke lokasi penelitian. Pada tahap ini, peneliti melaksanakan beberapa kegiatan sebagai berikut:

   a. Menyusun perencanaan penelitian
   b. Menentukan lokasi penelitian
   c. Mengajukan judul penelitian
   d. Menyusun proposal penelitian
   e. Melakukan konsultasi proposal dengan dosen pembimbing
   f. Mengurus surat dan perizinan penelitian
   g. Menyiapkan seluruh kebutuhan untuk pelaksanaan penelitian lapangan

2. Tahap Penelitian Lapangan

   Pada tahap ini, peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian untuk melaksanakan observasi dan wawancara dengan sejumlah informan yang telah ditentukan sebelumnya. Kegiatan tersebut bertujuan untuk memperoleh data yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu penerapan

[61] Zainal Abidin, dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah,* (Jember: IAIN Jember Press, 2019)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

prinsip amanah dan kejujuran dalam kegiatan jual beli oleh pelaku UMK di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang.

3. Tahap Analisis Data

Pada tahap analisis data, peneliti melakukan pengolahan dan penyempurnaan data yang telah dikumpulkan. Data berupa informasi dari informan maupun dokumentasi dianalisis secara sistematis guna memperbaiki kejelasan bahasa dan keterpaduan penyusunan laporan, sehingga hasil penelitian dapat dipahami dengan baik dan tidak menimbulkan kesalahpahaman.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

BAB IV

PENYAJIAN DATA & ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil Usaha Toko Sembako



Gambar. 4.1
Toko Sembako[62]

1) Sejarah Usaha

Usaha toko sembako yang menjadi salah satu objek dalam penelitian ini mulai beroperasi pada tahun 2010. Toko tersebut berlokasi di Desa Mlawang RT 01/RW 05, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur. Usaha ini bergerak di bidang perdagangan yang menyediakan berbagai kebutuhan pokok masyarakat yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

[62] Dokumentasi peneliti, diambil di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang, 28 Februari 2026.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Pada awal berdirinya, pemilik usaha merupakan seorang ibu rumah tangga yang belum memiliki usaha tetap. Melihat kebutuhan masyarakat sekitar terhadap berbagai barang kebutuhan pokok yang cukup tinggi, pemilik usaha kemudian memiliki inisiatif untuk membuka sebuah usaha kecil berupa toko sembako. Keputusan tersebut didasari oleh pertimbangan bahwa kebutuhan pokok merupakan kebutuhan yang selalu diperlukan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Pada tahap awal, usaha toko sembako ini dijalankan dengan modal yang relatif sederhana dan jumlah barang dagangan yang masih terbatas. Barang-barang yang dijual pada saat itu hanya mencakup beberapa kebutuhan pokok seperti beras, gula, minyak goreng, serta beberapa jenis kebutuhan dapur lainnya. Meskipun demikian, usaha tersebut secara perlahan mulai dikenal oleh masyarakat di lingkungan sekitar.

Seiring berjalannya waktu, jumlah pelanggan yang berbelanja di toko tersebut semakin bertambah. Hal ini mendorong pemilik usaha untuk menambah variasi barang dagangan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih lengkap. Dengan adanya pelanggan tetap dari masyarakat sekitar, usaha toko sembako ini mampu bertahan hingga saat ini dan menjadi salah satu tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Keberadaan toko sembako di lingkungan masyarakat memiliki peran yang cukup penting, terutama dalam memudahkan masyarakat untuk memperoleh kebutuhan pokok tanpa harus pergi ke pasar atau pusat perbelanjaan yang lokasinya lebih jauh. Usaha kecil seperti toko sembako juga menjadi salah satu bentuk kegiatan ekonomi masyarakat yang berperan dalam meningkatkan pendapatan keluarga serta mendukung perekonomian lokal.

2) Sumber Modal Usaha

Menurut Diah Lydianti, modal merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan produksi. Bagi usaha yang baru berdiri, modal digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha, sedangkan bagi usaha yang telah lama berjalan, modal dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha serta memperluas pasar.[63] Modal digunakan untuk membeli barang dagangan, menyediakan perlengkapan usaha, serta mendukung kegiatan operasional sehari-hari.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik usaha, diketahui bahwa modal yang digunakan dalam menjalankan usaha toko sembako ini berasal dari dana pribadi milik pemilik usaha. Modal tersebut digunakan untuk membeli berbagai jenis barang dagangan yang kemudian dijual kembali kepada konsumen.

[63] Dyah Lydianti, *Pengantar Kewirausahaan* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 37.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Pada tahap awal menjalankan usaha, jumlah modal yang dimiliki masih relatif terbatas sehingga jumlah barang yang dijual juga tidak terlalu banyak. Namun seiring dengan meningkatnya penjualan serta bertambahnya jumlah pelanggan, pemilik usaha secara bertahap menambah stok barang dagangan yang tersedia di toko.

Dalam pengelolaannya, pemilik usaha biasanya menyesuaikan jumlah barang yang dibeli dengan tingkat permintaan dari konsumen. Apabila suatu barang banyak diminati oleh pelanggan, maka pemilik usaha akan menambah persediaan barang tersebut agar tetap tersedia di toko.

Penggunaan modal pribadi dalam usaha kecil seperti toko sembako merupakan hal yang cukup umum dilakukan oleh pelaku usaha mikro dan kecil. Hal ini karena sebagian besar usaha kecil biasanya dimulai dengan memanfaatkan dana yang dimiliki sendiri tanpa bergantung pada pinjaman dari lembaga keuangan.

3) Jenis Barang Yang Dijual

Toko sembako yang menjadi objek penelitian ini menyediakan berbagai jenis barang kebutuhan pokok serta perlengkapan sehari-hari yang dibutuhkan oleh masyarakat. Ketersediaan berbagai jenis barang tersebut bertujuan untuk memudahkan masyarakat sekitar dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa harus pergi ke tempat yang lebih jauh.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Secara umum, barang-barang yang dijual di toko tersebut meliputi berbagai kebutuhan pokok seperti beras, minyak goreng, gula pasir, telur, mie instan, serta beberapa bahan makanan lainnya yang sering digunakan dalam kegiatan memasak. Selain itu, toko tersebut juga menyediakan berbagai produk kebutuhan rumah tangga seperti sabun mandi, deterjen, sampo, pasta gigi, serta berbagai perlengkapan kebersihan.

Selain kebutuhan pokok dan perlengkapan rumah tangga, toko sembako tersebut juga menjual berbagai makanan ringan dan minuman yang sering dikonsumsi oleh masyarakat, seperti biskuit, cokelat, permen, kopi sachet, teh, susu kental manis, serta berbagai minuman kemasan.

Tidak hanya itu, toko tersebut juga menyediakan beberapa kebutuhan tambahan lainnya seperti gas LPG ukuran 3 kg, air minum kemasan baik dalam bentuk gelas maupun galon, obat-obatan ringan seperti obat flu dan obat maag dan obat-obatan yang lain, serta perlengkapan bayi seperti popok. Di samping itu, toko juga menyediakan beberapa alat tulis yang dapat digunakan oleh anak-anak sekolah.

Keberagaman jenis barang yang dijual di toko sembako tersebut menunjukkan bahwa usaha kecil seperti toko sembako memiliki peran penting dalam memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat di lingkungan sekitar. Dengan menyediakan barang yang cukup lengkap, toko

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

sembako dapat menjadi alternatif bagi masyarakat untuk memperoleh berbagai kebutuhan sehari-hari secara lebih mudah dan cepat.

4) Sistem Pengelolaan Usaha

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, pemilik toko sembako menerapkan sistem pengelolaan yang relatif sederhana. Sistem tersebut umumnya dimulai dengan membeli barang dagangan dari pemasok atau distributor dengan harga tertentu, kemudian barang tersebut dijual kembali kepada konsumen dengan harga yang sedikit lebih tinggi.

Perbedaan antara harga beli dan harga jual tersebut merupakan keuntungan yang diperoleh oleh pemilik usaha dari kegiatan perdagangan yang dilakukan. Sistem ini merupakan pola umum yang digunakan dalam kegiatan perdagangan, yaitu membeli barang dari pemasok dan menjualnya kembali kepada konsumen dengan margin keuntungan tertentu.[64]

Sebagai contoh, apabila suatu produk dibeli dari pemasok dengan harga sekitar Rp13.000, maka barang tersebut dapat dijual kembali kepada konsumen dengan harga sekitar Rp15.000. Selisih harga tersebut menjadi keuntungan bagi pemilik usaha setelah memperhitungkan biaya operasional yang dikeluarkan.

Selain itu, pemilik usaha juga secara rutin melakukan pengecekan terhadap persediaan barang yang tersedia di toko. Apabila stok barang tertentu mulai berkurang atau telah habis terjual, maka pemilik usaha

[64] Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2016), 126.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

akan kembali membeli barang tersebut dari pemasok untuk menambah persediaan.

Sistem pengelolaan seperti ini dilakukan secara terus-menerus sesuai dengan perputaran penjualan yang terjadi di toko. Dengan pengelolaan yang baik, pemilik usaha dapat memastikan bahwa barang dagangan tetap tersedia sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

Meskipun sistem pengelolaan yang diterapkan masih tergolong sederhana, namun cara tersebut cukup efektif untuk menjalankan usaha kecil seperti toko sembako. Pengelolaan usaha yang dilakukan secara langsung oleh pemilik usaha juga memungkinkan adanya pengawasan yang lebih mudah terhadap kegiatan usaha yang dijalankan.



Gambar. 4.2
Peta lokasi penelitian[65]

[65] Google Maps, peta lokasi penelitian Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang, 28 Februari 2026.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

2. **Profil Usaha Laundry**



Gambar. 4.3
Jasa Laundry[66]

1) Sejarah Usaha

Usaha laundry yang menjadi salah satu objek penelitian ini merupakan usaha jasa yang bergerak di bidang pelayanan pencucian pakaian. Usaha ini didirikan pada tahun 2019 dan berlokasi di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang. Berdirinya usaha ini berawal dari inisiatif pemilik usaha yang sebelumnya menjalankan usaha produksi tahu sebagai sumber penghasilan keluarga.

Dalam perkembangannya, pemilik usaha melihat adanya peluang usaha lain yang cukup menjanjikan di lingkungan sekitar, yaitu jasa laundry. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan pencucian pakaian yang lebih praktis dan

[66] Dokumentasi peneliti, diambil di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang, 28 Februari 2026.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

dapat membantu menghemat waktu. Oleh karena itu, pemilik usaha kemudian memutuskan untuk membuka usaha laundry sebagai tambahan sumber pendapatan.

Pada awal menjalankan usaha ini, kegiatan laundry dilakukan secara sederhana dengan menggunakan peralatan yang terbatas dan dikelola langsung oleh pemilik usaha. Seiring berjalannya waktu, usaha tersebut mulai dikenal oleh masyarakat sekitar sehingga jumlah pelanggan semakin bertambah. Hingga saat ini, usaha laundry tersebut masih terus beroperasi dan dimanfaatkan oleh masyarakat di Desa Mlawang.

Selain melayani pelanggan secara langsung di tempat usaha (*offline*), usaha laundry ini juga memberikan pelayanan melalui pemesanan secara *online*. Pelanggan dapat menghubungi pemilik usaha terlebih dahulu sebelum datang ke tempat laundry. Sistem pelayanan tersebut memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam menggunakan jasa laundry.

2) Sumber Modal Usaha

Modal yang digunakan dalam menjalankan usaha laundry ini berasal dari dana pribadi milik pemilik usaha. Modal tersebut dimanfaatkan untuk membeli berbagai peralatan yang diperlukan dalam kegiatan operasional laundry, seperti mesin cuci, setrika, serta perlengkapan lain yang mendukung proses pencucian pakaian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Penggunaan modal pribadi merupakan hal yang cukup umum dalam usaha mikro dan kecil. Hal ini karena skala usaha yang masih relatif kecil sehingga pemilik usaha biasanya memulai usaha dengan memanfaatkan dana yang dimiliki sendiri tanpa menggunakan pinjaman dari lembaga keuangan.

3) Tenaga Kerja

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, usaha laundry ini dikelola langsung oleh pemilik usaha dengan dibantu oleh dua orang tenaga kerja perempuan yang berasal dari lingkungan sekitar tempat tinggal pemilik usaha. Kedua tenaga kerja tersebut merupakan tetangga dari pemilik usaha yang membantu kegiatan operasional laundry sehari-hari.

Adapun pekerjaan yang dilakukan oleh tenaga kerja tersebut antara lain mencuci pakaian, menjemur pakaian, menyetrika, serta merapikan pakaian sebelum diserahkan kembali kepada pelanggan. Dengan adanya bantuan tenaga kerja tersebut, proses pelayanan kepada pelanggan dapat berjalan dengan lebih lancar.

Selain membantu kelancaran operasional usaha, keberadaan tenaga kerja ini juga memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar sehingga usaha kecil seperti laundry dapat memberikan manfaat ekonomi bagi lingkungan sekitarnya.[67]

[67] Tulus Tambunan, *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting* (Jakarta: LP3ES, 2012), 25.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

4) Jenis Layanan Laundry

Usaha laundry ini menyediakan beberapa jenis layanan yang dapat dipilih oleh pelanggan sesuai dengan kebutuhan mereka. Layanan tersebut bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengurus pakaian sehari-hari.

Adapun jenis layanan yang tersedia di usaha laundry tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Cuci Setrika: Layanan ini merupakan paket lengkap yang meliputi proses pencucian pakaian sekaligus penyetrikaan. Setelah pakaian dicuci dan dikeringkan, pakaian kemudian disetrika dan dirapikan sebelum diserahkan kembali kepada pelanggan.
2. Cuci Kering: Pada layanan ini pakaian hanya melalui proses pencucian dan pengeringan tanpa dilakukan penyetrikaan. Layanan ini biasanya dipilih oleh pelanggan yang ingin menyetrika pakaiannya sendiri di rumah.
3. Cuci Basah: Layanan cuci basah merupakan proses pencucian pakaian tanpa melalui tahap pengeringan maupun penyetrikaan. Setelah pakaian dicuci, pakaian diserahkan kepada pelanggan dalam kondisi masih basah.
4. Setrika: Layanan ini ditujukan bagi pelanggan yang hanya membutuhkan jasa penyetrikaan pakaian. Pada layanan ini pelanggan membawa pakaian yang sudah dicuci dari rumah untuk kemudian disetrika dan dirapikan oleh pihak laundry.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Adanya beberapa jenis layanan tersebut memberikan pilihan kepada pelanggan untuk menentukan jenis pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, keberagaman layanan juga dapat membantu usaha laundry dalam menarik minat pelanggan.

5) Sistem Pengelolaan Usaha

Pengelolaan usaha laundry ini dilakukan secara sederhana oleh pemilik usaha. Pemilik usaha memiliki tanggung jawab utama dalam mengatur jalannya kegiatan usaha, mulai dari menerima pakaian dari pelanggan, mengatur proses pencucian, hingga memastikan pakaian selesai sesuai dengan waktu yang telah disepakati.

Dalam praktiknya, pemilik usaha juga melakukan pembagian tugas kepada tenaga kerja agar setiap tahapan pekerjaan dapat berjalan dengan baik. Misalnya, terdapat tenaga kerja yang bertugas mencuci dan menjemur pakaian, sedangkan tenaga kerja lainnya membantu proses penyetrikaan dan pelipatan pakaian.

Sistem pengelolaan usaha yang sederhana seperti ini biasanya banyak diterapkan pada usaha mikro dan kecil karena struktur organisasinya tidak terlalu kompleks serta pengawasan usaha dilakukan langsung oleh pemilik usaha.[68]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

[68] Tulus Tambunan, *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting* (Jakarta: LP3ES, 2012), 32.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id



Gambar. 4.4
Peta lokasi penelitian[69]

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data merupakan tahapan penting dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menyampaikan informasi yang diperoleh dari lapangan secara sistematis sehingga mudah dipahami. Data yang disajikan dalam penelitian ini diperoleh melalui beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, serta pencatatan lapangan.

Penelitian ini dilakukan pada pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang. Adapun objek penelitian

[69] Google Maps, peta lokasi penelitian Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang, 28 Februari 2026.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah dua jenis usaha, yaitu usaha toko sembako dan usaha laundry. Kedua usaha tersebut dipilih karena merupakan jenis usaha yang cukup banyak dijalankan oleh masyarakat di desa tersebut serta memiliki hubungan langsung dengan kegiatan jual beli yang melibatkan konsumen.

Tabel 4.1
Identitas Pemilik Usaha UMK Toko Sembako dan Laundry

No.	Nama Informan	Jenis Usaha	Usia	Lama Usaha	Keterangan
1.	Ibu. Suhernah	Toko Sembako	43 tahun	± 16 tahun	Pemilik Usaha
2.	Bapak. Slamet Riyadi	Laundry	40 tahun	± 7 tahun	Pemilik Usaha

Sumber: Data diolah oleh peneliti , 2026[70]

1. Bentuk Penerapan Prinsip Kejujuran pada Toko Sembako

Penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas usaha tidak hanya berkaitan dengan pencapaian keuntungan, melainkan juga menekankan pada nilai-nilai moral yang harus dijunjung tinggi oleh pelaku usaha. Nilai kejujuran menjadi dasar utama dalam menjalankan kegiatan usaha, baik dalam menyampaikan informasi mengenai produk maupun dalam proses transaksi. Selain itu, sikap tanggung jawab juga tercermin dari kesungguhan pelaku usaha dalam mengelola usahanya secara profesional

[70] Data pada tabel identitas pemilik usaha UMK toko sembako dan usaha laundry merupakan hasil pengumpulan data oleh peneliti melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang, 2026.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

serta memperhatikan dampak yang ditimbulkan, baik terhadap konsumen maupun lingkungan sekitar. Di samping itu, prinsip keseimbangan (*mizan*) mengajarkan pentingnya pengelolaan sumber daya secara proporsional dan tidak berlebihan, sehingga kegiatan usaha tetap berjalan secara efisien tanpa menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Dengan demikian, implementasi etika bisnis Islam dalam kegiatan usaha menunjukkan bahwa orientasi pelaku usaha tidak semata-mata pada aspek material, tetapi juga memperhatikan dimensi etis dan sosial sebagai bagian dari tanggung jawab dalam bermuamalah.[71]

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti di lapangan, diketahui bahwa pelaku usaha mikro dan kecil di Desa Mlawang pada umumnya berusaha menerapkan sikap kejujuran dalam menjalankan kegiatan usaha mereka. Sikap tersebut terlihat dari cara pelaku usaha memberikan pelayanan kepada pelanggan serta dalam proses transaksi jual beli yang dilakukan sehari-hari.

Pada usaha toko sembako, penerapan prinsip kejujuran dapat dilihat dari cara pemilik usaha dalam menjelaskan harga barang kepada pelanggan secara terbuka. Selain itu, pemilik usaha juga berusaha menjaga kualitas barang yang dijual agar sesuai dengan harapan konsumen. Dalam kegiatan jual beli tersebut, pemilik usaha berusaha menghindari tindakan yang dapat merugikan pembeli, seperti mengurangi timbangan atau memberikan informasi yang tidak sesuai mengenai barang yang dijual.

[71] Khairunnisa Musari, Mohammad Halil Hakiki, Moh Rizky Abadi, dan Diki Hendrianto, *"Produktivitas Mesin Roasting Kopi di Perumda Perkebunan Kahyangan Jember: Analisis Etika Bisnis Islam,"* Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara 1, no. 3 (2025): 619–622.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik toko sembako menunjukkan bahwa menjaga kepercayaan pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan usaha.

> "Menurut saya yang paling penting dalam berdagang itu ya menjaga kepercayaan pembeli. Kalau pembeli sudah percaya kepada kita, biasanya mereka akan terus kembali berbelanja di sini. Maka dari itu, saya selalu berusaha untuk bersikap jujur kepada pembeli, misalnya tidak mengurangi timbangan dan selalu menjelaskan harga barang dengan jelas. Bagi saya, kalau kita berdagang dengan jujur dan tidak merugikan orang lain, maka pembeli juga akan merasa nyaman untuk berbelanja"[72]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pemilik usaha menyadari bahwa kejujuran merupakan salah satu faktor yang dapat membangun hubungan baik antara penjual dan pembeli. Dengan bersikap jujur dalam transaksi, pelanggan akan merasa lebih percaya sehingga kemungkinan untuk kembali berbelanja menjadi lebih besar.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu konsumen toko sembako, diperoleh keterangan sebagai berikut:

> "Kalau saya belanja di sini, harganya selalu diberitahu dengan jelas. Untuk timbangan juga saya rasa sesuai, tidak pernah merasa dikurangi. Jadi saya cukup yakin waktu membeli barang di sini"[73]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kejelasan informasi harga dan ketepatan timbangan menjadi indikator utama bagi konsumen dalam menilai tingkat kejujuran penjual. Transparansi yang diberikan oleh pelaku usaha berperan dalam mengurangi ketidakpastian dalam transaksi. Dalam kondisi di mana informasi disampaikan secara terbuka dan tidak

[72] Ibu Suhernah, *wawancara*, Mlawang 6 Maret 2026
[73] Ibu Suhartini, *wawancara*, Mlawang 18 Maret 2026

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

ditemukan adanya penyimpangan, konsumen cenderung menilai bahwa transaksi berlangsung secara adil dan tidak merugikan.[74]

Selain itu, praktik tersebut mencerminkan adanya kesesuaian dengan prinsip kejujuran dalam etika bisnis Islam yang menekankan pentingnya keterbukaan serta larangan melakukan kecurangan dalam perdagangan.[75]

Dampaknya, konsumen akan merasa lebih aman dalam bertransaksi dan kepercayaan terhadap pelaku usaha akan terbentuk, sehingga mendorong keberlanjutan hubungan jual beli.

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dipahami bahwa praktik yang dilakukan oleh pelaku usaha tidak hanya sekadar aktivitas ekonomi biasa, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai etika dalam Islam. Sikap terbuka dalam menyampaikan harga serta tidak melakukan kecurangan dalam timbangan menunjukkan adanya kesesuaian dengan konsep kejujuran (*ṣ idq*) yang telah dijelaskan dalam kajian teori.

Selain itu, perilaku tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki kesadaran untuk menjaga hak konsumen dalam setiap transaksi. Hal ini penting karena dalam perspektif ekonomi Islam, transaksi yang dilakukan harus dilandasi prinsip keadilan agar tidak merugikan salah satu pihak. Dengan demikian, kejujuran yang diterapkan bukan hanya sebagai nilai moral, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab dalam kegiatan ekonomi.

[74] Muhammad Saifullah, *"Etika Bisnis Islami dalam Praktik Bisnis Rasulullah,"* Vol. 19 No. 1 (2011), 147.
[75] Habib Nazir dan Muhammad Hasanuddin, *Ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syariah* (Jakarta: Kaki Langit, 2004), 320.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Secara keseluruhan, berbagai praktik yang dilakukan oleh pelaku usaha menunjukkan bahwa nilai amanah dan kejujuran telah diterapkan dalam berbagai aspek kegiatan usaha, baik dalam pelayanan, transaksi, maupun pengelolaan hubungan dengan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko sembako, diperoleh keterangan sebagai berikut:

> "Kalau untuk timbangan beras atau barang lainnya saya sesuaikan dengan ukuran yang seharusnya supaya pembeli tidak merasa dirugikan. Jadi menurut saya dalam berdagang itu harus saling adil, jadi pembeli tidak rugi dan penjual juga tidak dirugikan. Dengan cara ini pembeli juga merasa lebih percaya kepada kita"[76]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pemilik usaha berusaha menjaga kejujuran dalam proses transaksi dengan pelanggan. Selain itu, sikap jujur juga ditunjukkan dalam pengelolaan barang dagangan yang dijual di toko tersebut. Pemilik usaha menjelaskan bahwa barang yang telah melewati masa kadaluarsa tidak akan dijual kepada pelanggan.

Hasil wawancara dengan pemilik usaha menunjukkan bahwa:

> "Kalau ada barang yang sudah kadaluarsa ya tidak saya jual lagi ke pembeli, karena saya tidak ingin menjual barang yang sudah tidak layak digunakan. Begitu juga kalau ada barang yang rusak, misalnya seperti shampoo yang kemasannya bocor atau ada produk yang sudah rusak, biasanya tidak saya jual kepada pelanggan. Barang tersebut biasanya saya gunakan sendiri di rumah. Menurut saya lebih baik seperti itu daripada menjual barang yang bisa merugikan pembeli"[77]

Tindakan tersebut menunjukkan adanya upaya dari pelaku usaha untuk menghindari kerugian yang mungkin dialami oleh konsumen. Dengan tidak menjual barang yang sudah tidak layak konsumsi, pelaku

[76] Ibu Suhernah, *wawancara*, Mlawang 6 Maret 2026
[77] Ibu Suhernah, *wawancara*, Mlawang 6 Maret 2026

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

usaha telah menunjukkan sikap jujur serta bertanggung jawab terhadap barang yang diperjualbelikan.

Praktik menjaga kualitas barang serta tidak menjual produk yang tidak layak menunjukkan adanya komitmen dalam melindungi kepentingan konsumen. Tindakan ini mencerminkan bahwa pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga mempertimbangkan dampak dari barang yang dijual kepada pembeli.

Selain itu, dari hasil wawancara lanjutan dengan pemilik usaha toko sembako, diperoleh informasi bahwa dalam menjalankan aktivitas jual beli, pemilik usaha tidak hanya berfokus pada perolehan keuntungan semata, tetapi juga mempertimbangkan kondisi serta kemampuan ekonomi pelanggan. Hal tersebut dapat dilihat dari cara pemilik usaha dalam menetapkan harga barang yang dijual. Penentuan harga tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan disesuaikan dengan harga dari pemasok serta mempertimbangkan daya beli masyarakat di sekitarnya. Dengan demikian, pelanggan tetap dapat memenuhi kebutuhannya tanpa merasa terbebani.

> "Kalau untuk harga saya pakai dari dari harga kulakan, tapi tetap saya sesuaikan. Yang penting jangan sampai terlalu mahal, kasihan juga pelanggan kalau kemahalan nanti malah tidak beli di sini."[78]

Dari pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa pemilik usaha memiliki kesadaran untuk menjaga keseimbangan antara keuntungan dan kepentingan konsumen. Sikap tersebut mencerminkan adanya upaya untuk

[78] Ibu Suhernah, *wawancara*, Mlawang 6 Maret 2026

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

menerapkan prinsip kejujuran dan keadilan dalam kegiatan ekonomi. Dengan bersikap terbuka mengenai harga serta tidak mengambil keuntungan yang berlebihan, hubungan antara penjual dan pembeli dapat terjalin dengan baik. Selain itu, keterbukaan dalam menyampaikan informasi harga juga menjadi salah satu faktor yang mendorong terciptanya rasa percaya dari pelanggan terhadap usaha yang dijalankan.

Pernyataan yang disampaikan oleh pemilik usaha menunjukkan bahwa dalam menentukan harga barang, tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan kondisi konsumen. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran bahwa kegiatan jual beli tidak hanya berkaitan dengan transaksi ekonomi, melainkan juga menyangkut hubungan sosial antara penjual dan pembeli. Dengan menetapkan harga yang masih dapat dijangkau, pelaku usaha berupaya menjaga keseimbangan antara kepentingan pribadi dan kepentingan pelanggan.

Jika dilihat dari kondisi di lapangan, praktik seperti ini cukup umum dilakukan oleh pelaku usaha kecil yang berada di lingkungan masyarakat menengah ke bawah. Mereka cenderung menyesuaikan harga agar tetap sesuai dengan daya beli masyarakat sekitar. Hal ini menjadi strategi tersendiri agar usaha tetap berjalan dan pelanggan tidak beralih ke tempat lain. Dengan demikian, kejujuran dalam penetapan harga tidak hanya berdampak pada kepuasan pelanggan, tetapi juga berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha itu sendiri.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Selain itu, sikap tersebut juga memberikan dampak jangka panjang berupa terbentuknya kepercayaan pelanggan. Ketika pelanggan merasa harga yang diberikan wajar dan tidak dimanipulasi, maka mereka akan lebih nyaman untuk melakukan transaksi secara berulang. Kondisi ini secara tidak langsung memperkuat loyalitas pelanggan serta meningkatkan citra positif usaha di lingkungan sekitar.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan di lapangan, diperoleh informasi bahwa pelaku usaha memiliki pertimbangan tersendiri dalam menjaga sikap jujur dan amanah dalam menjalankan usahanya. Sikap tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh keinginan untuk menjalankan usaha dengan baik, tetapi juga didorong oleh kesadaran akan pentingnya menjaga hubungan dengan pelanggan. Dalam praktiknya, pelaku usaha menyadari bahwa kepercayaan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha yang dijalankan. Hal ini terlihat dari cara pelaku usaha dalam menyikapi berbagai situasi yang berkaitan dengan pelayanan maupun interaksi dengan konsumen.

> "Kalau menurut saya, yang paling utama itu karena ingin menjalankan usaha dengan baik dan tidak mengecewakan pelanggan. Selain itu juga karena takut kalau sampai tidak jujur nanti malah berdampak buruk ke usaha sendiri. Soalnya pelanggan sekarang kan juga pintar, kalau sekali merasa kecewa biasanya langsung pindah ke tempat lain. Jadi sebisa mungkin saya tetap menjaga kejujuran dan kepercayaan itu supaya usaha ini bisa terus berjalan dan pelanggan tetap mau kembali."[79]

[79] Ibu Suhernah, *wawancara*, Mlawang 6 Maret 2026

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa pelaku usaha menyadari pentingnya menerapkan sikap jujur dalam menjalankan usaha laundry. Pelaku usaha beranggapan bahwa kejujuran memiliki pengaruh besar terhadap tingkat kepercayaan pelanggan dan keberlangsungan usaha. Sikap tersebut terlihat dari upaya pelaku usaha untuk tidak mengecewakan konsumen serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang terbuka dan sesuai dengan kondisi sebenarnya. Hal ini menunjukkan adanya penerapan prinsip *siddiq* dalam etika bisnis Islam, yaitu menyampaikan informasi secara jujur dan tidak melakukan tindakan yang dapat merugikan konsumen.

Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan konsumen sebagai berikut:

> "Saya percaya belanja di sini karena penjualnya jujur dan sudah lama juga kenal. Pelayanannya juga baik, jadi kalau ada apa-apa bisa langsung ditanyakan"[80]

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dipahami bahwa kepercayaan konsumen terbentuk melalui proses yang tidak instan, melainkan dipengaruhi oleh pengalaman interaksi yang berlangsung secara berulang. Hubungan yang telah terjalin dalam jangka waktu tertentu memberikan ruang bagi konsumen untuk menilai konsistensi perilaku penjual, terutama dalam hal kejujuran dan kualitas pelayanan.

2. Bentuk Penerapan Prinsip Kejujuran pada Jasa Laundry

[80] Ibu Suhartini, *wawancara*, Mlawang 18 Maret 2026

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Kejujuran merupakan salah satu nilai utama dalam etika bisnis Islam yang perlu diterapkan oleh setiap pelaku usaha, termasuk pada usaha jasa laundry. Dalam praktik bisnis, sikap jujur tidak hanya ditunjukkan melalui ucapan, tetapi juga tercermin dari cara pelaku usaha memberikan pelayanan kepada konsumen.[81] Bentuk kejujuran tersebut dapat dilihat melalui keterbukaan informasi mengenai tarif laundry, estimasi waktu penyelesaian, kondisi pakaian pelanggan, hingga kesesuaian pelayanan dengan apa yang telah dijanjikan kepada konsumen.[82]

Berdasarkan hasil penelitian di Desa Mlawang, penerapan prinsip kejujuran pada usaha laundry sudah cukup terlihat dalam aktivitas usaha sehari-hari. Pemilik usaha berupaya memberikan informasi secara jelas kepada pelanggan terkait biaya jasa, lama proses pengerjaan, serta keadaan pakaian yang diterima. Selain itu, pelaku usaha juga berusaha menyampaikan secara terbuka apabila terdapat hambatan atau kendala selama proses laundry berlangsung agar konsumen tidak merasa dirugikan.

Salah satu bentuk penerapan kejujuran dapat dilihat dari keterbukaan pelaku usaha dalam menyampaikan harga jasa laundry kepada pelanggan. Pemilik usaha menjelaskan bahwa tarif laundry ditentukan berdasarkan jenis layanan dan berat pakaian tanpa adanya tambahan biaya

[81] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Maliki Press, 2012), 29.

[82] Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2014), 205.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

tersembunyi. Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Ibu Siti selaku pemilik usaha laundry sebagai berikut

> "Kalau masalah harga biasanya langsung saya jelaskan di awal, jadi pelanggan sudah tahu berapa biaya cucinya. Kalau ada tambahan seperti cuci selimut atau karpet juga saya kasih tahu dulu sebelum dikerjakan supaya tidak ada salah paham."[83]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pelaku usaha berusaha menjaga kejujuran melalui penyampaian informasi harga secara terbuka kepada konsumen. Tindakan tersebut menunjukkan adanya upaya untuk meminimalkan kesalahpahaman dalam transaksi sehingga hubungan baik antara pelaku usaha dan pelanggan tetap terjaga. Keterbukaan mengenai biaya layanan juga mencerminkan penerapan prinsip siddiq dalam etika bisnis Islam karena informasi yang diberikan sesuai dengan kondisi sebenarnya.[84]

Selain dalam penetapan harga, sikap jujur juga terlihat pada penyampaian informasi mengenai waktu penyelesaian laundry. Dalam kondisi tertentu, terutama ketika jumlah cucian meningkat, pelaku usaha tidak selalu menjanjikan pengerjaan yang cepat. Pemilik laundry lebih memilih memberikan perkiraan waktu yang sesuai dengan kemampuan pengerjaan agar pelanggan tidak merasa kecewa apabila terjadi keterlambatan. Hal tersebut disampaikan oleh Ibu Siti Kamila sebagai berikut:

---

[83] Bapak Slamet, *wawancara,* Mlawang 23 Mei 2026

[84] Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktik (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 34.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

> "Kalau cuciannya lagi banyak biasanya saya bilang terus terang ke pelanggan kalau mungkin selesainya agak lama. Daripada menjanjikan cepat tapi nanti tidak selesai tepat waktu."[85]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha berusaha mempertahankan kepercayaan pelanggan dengan menyampaikan kondisi usaha secara apa adanya. Sikap tersebut mencerminkan perilaku jujur dalam pelayanan karena pelaku usaha tidak memberikan janji yang berlebihan kepada konsumen. Kejujuran dalam menyampaikan estimasi waktu pengerjaan menjadi hal penting karena berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap usaha laundry.[86]

Penerapan prinsip kejujuran juga terlihat ketika pelaku usaha menghadapi kendala selama proses laundry berlangsung. Berdasarkan hasil wawancara, pelaku usaha mengaku akan memberitahukan secara langsung kepada pelanggan apabila terdapat pakaian yang rusak, luntur, ataupun mengalami keterlambatan penyelesaian. Tindakan tersebut dilakukan agar konsumen mengetahui kondisi yang sebenarnya dan tidak merasa dirugikan. Hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh salah satu karyawan laundry berikut:

> "Kalau ada pakaian yang luntur atau ada masalah biasanya langsung diberitahu ke pelanggan. Jadi tidak disembunyikan karena takutnya nanti malah bikin pelanggan kecewa."[87]

[85] Ibu. Siti Kamila, *wawancara,* Mlawang 23 Mei 2026

[86] Veithzal Rivai dan Andria Permata Veithzal, Islamic Business and Economic Ethics (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 221.

[87] Bapak Slamet, *wawancara,* Mlawang 23 Mei 2026

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa kejujuran tidak hanya diterapkan pada awal transaksi, tetapi juga saat pelaku usaha menghadapi permasalahan dalam pelayanan. Sikap terbuka dalam menyampaikan kondisi pakaian pelanggan menunjukkan adanya tanggung jawab moral pelaku usaha terhadap barang milik konsumen. Hal tersebut sejalan dengan etika bisnis Islam yang menekankan pentingnya keterbukaan serta larangan melakukan penipuan dalam aktivitas usaha.

Karyawan laundry juga menjelaskan bahwa dalam memberikan pelayanan, karyawan diminta untuk bekerja sesuai aturan yang telah ditetapkan, termasuk mengenai waktu penyelesaian laundry dan biaya yang harus dibayar pelanggan.

> "Kalau soal harga dan waktu pengambilan biasanya sudah dijelaskan dari awal. Jadi pelanggan juga tahu kapan selesai dan berapa biayanya. Kami juga diminta tidak asal janji kalau memang cuciannya lagi banyak."[88]

Hal tersebut menunjukkan adanya sikap jujur dan tanggung jawab dalam memberikan informasi kepada pelanggan. Keterbukaan mengenai biaya dan waktu penyelesaian laundry menjadi salah satu bentuk penerapan etika bisnis Islam karena dapat menghindarkan pelanggan dari rasa kecewa maupun kesalahpahaman dalam transaksi jasa.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa penerapan prinsip amanah dan kejujuran dalam usaha laundry tidak hanya dilakukan oleh pemilik usaha, tetapi juga diterapkan oleh karyawan dalam kegiatan operasional sehari-hari. Sikap menjaga barang pelanggan,

[88] Nurul, *wawancara*, 23 Mei 2026

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

memberikan informasi secara terbuka, serta menyampaikan kondisi sebenarnya kepada konsumen menjadi bentuk upaya dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap usaha laundry tersebut.

Selain itu, hasil wawancara dengan konsumen menunjukkan bahwa sikap jujur yang dimiliki pelaku usaha laundry memberikan pengaruh terhadap tingkat kepercayaan pelanggan. Konsumen merasa lebih nyaman menggunakan jasa laundry yang terbuka mengenai biaya, waktu pengerjaan, dan kondisi pakaian. Salah satu konsumen menyampaikan:

> "Saya langganan di sini karena orangnya jujur. Kalau memang belum selesai ya bilang belum selesai, kalau ada masalah juga langsung ngomong. Jadi saya lebih percaya."[89]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kejujuran memiliki pengaruh penting dalam membangun hubungan yang baik antara pelaku usaha dan konsumen. Sikap terbuka yang dilakukan oleh pelaku usaha membuat pelanggan merasa dihargai dan tidak dirugikan selama proses transaksi berlangsung. Kepercayaan tersebut kemudian berdampak pada keberlangsungan usaha karena konsumen cenderung kembali menggunakan jasa laundry yang dinilai jujur dan bertanggung jawab.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip kejujuran pada usaha jasa laundry di Desa Mlawang dilakukan melalui keterbukaan informasi mengenai harga, kejelasan waktu pengerjaan, serta penyampaian kondisi pakaian pelanggan secara jujur.

[89] Ibu Ika Ari Latifa, *wawancara,* Mlawang 23 Mei 2026

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Penerapan sikap tersebut memberikan pengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan dan membantu menjaga keberlangsungan usaha laundry dalam jangka panjang.

5. Bentuk Penerapan Prinsip Amanah pada Jasa Laundry

Pada usaha laundry, penerapan prinsip amanah dapat dilihat dari cara pemilik usaha menjaga barang milik pelanggan selama proses pencucian. Pakaian pelanggan diperlakukan dengan baik mulai dari proses pencucian, pengeringan, hingga penyetrikaan. Hal ini dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab pemilik usaha terhadap barang yang telah dipercayakan oleh pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik usaha laundry, diperoleh keterangan sebagai berikut:

> "Selama saya menjalankan usaha laundry ini saya berusaha menjaga kepercayaan pelanggan, karena pakaian yang mereka titipkan kepada kami merupakan barang milik mereka yang harus dijaga dengan baik. Ketika suatu saat terjadi kesalahan, misalnya pakaian tertukar, hilang, atau rusak, saya langsung bertanggung jawab dan menggantinya supaya pelanggan tidak merasa dirugikan. Ya dengan cara seperti itu saya berharap pelanggan tetap merasa percaya dan nyaman menggunakan jasa laundry di sini"[90]

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya bentuk tanggung jawab dari pemilik usaha terhadap barang milik pelanggan. Sikap tersebut mencerminkan penerapan prinsip amanah dalam kegiatan usaha, yaitu menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh konsumen. Dalam konteks

[90] Bapak Slamet, *wawancara*, Mlawang 6 Maret 2026

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

kegiatan bisnis, amanah dapat diartikan sebagai sikap dapat dipercaya serta bertanggung jawab dalam menjalankan suatu transaksi.

Dalam konteks usaha laundry, sikap tanggung jawab dalam menjaga barang pelanggan menunjukkan penerapan prinsip amanah secara nyata. Amanah dalam hal ini tidak hanya dimaknai sebagai kepercayaan, tetapi juga sebagai kewajiban untuk menjaga dan mengelola sesuatu yang telah dipercayakan dengan sebaik-baiknya.

Pernyataan pemilik usaha laundry menunjukkan bahwa menjaga barang pelanggan merupakan tanggung jawab utama yang harus dipenuhi. Hal ini karena usaha laundry berkaitan langsung dengan barang milik orang lain, sehingga diperlukan tingkat kehati-hatian yang tinggi dalam proses pengerjaannya. Sikap tersebut mencerminkan adanya kesadaran bahwa kepercayaan pelanggan merupakan hal yang tidak dapat dianggap remeh.[91]

Dalam praktik di lapangan, tanggung jawab seperti ini menjadi faktor penting dalam mempertahankan pelanggan. Pelanggan akan merasa lebih tenang ketika mengetahui bahwa barang mereka ditangani dengan baik. Sebaliknya, jika terjadi kelalaian, maka kepercayaan yang telah dibangun dapat hilang dalam waktu singkat.

Dampak dari penerapan sikap tanggung jawab ini adalah meningkatnya kepercayaan pelanggan terhadap usaha yang dijalankan. Pelanggan yang merasa aman akan cenderung menggunakan jasa tersebut

[91] Mardani, *Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2012), 78.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

secara berulang. Selain itu, mereka juga dapat merekomendasikan kepada orang lain, sehingga secara tidak langsung membantu perkembangan usaha.

Selain itu, dalam wawancara lanjutan juga diketahui bahwa ketepatan waktu dalam penyelesaian laundry menjadi salah satu hal yang diperhatikan oleh pemilik usaha. Ketepatan waktu dianggap penting karena berkaitan dengan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

> "Saya usahakan selesai tepat waktu, sesuai yang dijanjikan. Kalau memang ada keterlambatan, biasanya saya kasih tahu dulu ke pelanggan."[92]

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya komitmen dalam memberikan pelayanan yang profesional. Dengan menyelesaikan pekerjaan sesuai waktu yang telah disepakati, pelanggan akan merasa dihargai dan tidak dirugikan. Apabila terjadi kendala, komunikasi yang baik dengan pelanggan menjadi langkah yang dilakukan untuk menjaga kepercayaan tersebut.

Ketepatan waktu dalam penyelesaian pekerjaan juga menjadi indikator penting dalam menilai penerapan amanah. Menepati janji yang telah disepakati merupakan bentuk komitmen yang menunjukkan profesionalitas pelaku usaha dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Selain itu, sikap jujur dan amanah juga terlihat dari cara pelaku usaha memberikan informasi kepada pelanggan terkait jenis layanan yang

[92] Bapak Slamet, *wawancara*, Mlawang 6 Maret 2026

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

tersedia serta waktu penyelesaian laundry. Pemilik usaha biasanya menyampaikan estimasi waktu pengerjaan kepada pelanggan agar pelanggan mengetahui kapan pakaian mereka dapat diambil kembali.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan pemilik usaha laundry, diketahui bahwa dalam proses pengerjaan laundry, pelaku usaha tidak melakukan pekerjaannya secara sembarangan, melainkan melalui beberapa tahapan yang disesuaikan dengan jenis dan kondisi pakaian pelanggan. Hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas hasil cucian agar tetap baik serta meminimalkan risiko kerusakan pada pakaian. Pemilik usaha menyadari bahwa setiap jenis kain memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga membutuhkan penanganan yang berbeda pula dalam proses pencucian.

> "Biasanya kalau ada cucian masuk, saya pisahkan dulu berdasarkan jenis kainnya. Ada yang mudah luntur, ada yang tebal, itu beda penanganannya. Setelah itu baru dicuci, dikeringkan, terus disetrika. Jadi tidak asal dicampur semua."[93]

Dari pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa pemilik usaha memiliki perhatian yang cukup tinggi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Proses pemisahan pakaian berdasarkan jenis kain menunjukkan adanya kehati-hatian dalam bekerja, sehingga dapat mengurangi kemungkinan terjadinya kerusakan atau perubahan warna pada pakaian pelanggan. Selain itu, tahapan pengerjaan yang dilakukan secara berurutan juga mencerminkan adanya sistem kerja yang cukup teratur dalam menjalankan usaha tersebut.

[93] Bapak Slamet, *wawancara*, Mlawang 6 Maret 2026

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Selanjutnya, penerapan proses kerja yang terstruktur ini tidak hanya bertujuan untuk menghasilkan cucian yang bersih, tetapi juga untuk memberikan rasa aman kepada pelanggan. Pelanggan akan merasa lebih percaya ketika mengetahui bahwa pakaian mereka ditangani dengan baik dan tidak diperlakukan secara sembarangan. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi salah satu faktor yang mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan jasa laundry tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu konsumen usaha laundry, diperoleh keterangan sebagai berikut:

> "Selama saya laundry di sini, pakaian saya selalu aman. Tidak pernah hilang atau rusak, dan hasilnya juga rapi sesuai yang diharapkan"[94]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa konsumen menilai penerapan amanah melalui kemampuan pelaku usaha dalam menjaga barang yang dipercayakan. Tidak adanya kerusakan maupun kehilangan mencerminkan bahwa pelaku usaha telah menjalankan tanggung jawabnya dengan baik.[95]

Dalam perspektif etika bisnis Islam, amanah berkaitan dengan kewajiban menjaga kepercayaan yang diberikan oleh pihak lain.[96] Dampaknya, konsumen akan merasa tenang dalam menggunakan jasa tersebut dan cenderung mempertahankan pilihan mereka terhadap layanan yang sama.

[94] Ibu Siti Kamila, *wawancara*, Mlawang 18 Maret 2026
[95] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 138.
[96] Hamzah Ya'qub, *Etika Islam: Pembinaan Akhlaqul Karimah* (Bandung: Diponegoro, 1993), 98.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Di sisi lain, konsistensi dalam menjaga kualitas hasil cucian juga menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha. Hal ini dikarenakan jumlah cucian yang masuk setiap harinya tidak selalu sama, sehingga pemilik usaha harus mampu menyesuaikan ritme kerja agar tetap dapat memberikan hasil yang optimal. Dengan tetap mempertahankan kualitas pelayanan meskipun dalam kondisi pekerjaan yang meningkat, hal ini menunjukkan adanya komitmen dari pelaku usaha dalam menjalankan usahanya secara profesional.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa dalam menjalankan usaha laundry, pelaku usaha tidak terlepas dari berbagai kendala yang dapat mempengaruhi proses pelayanan. Kendala-kendala tersebut umumnya berasal dari faktor eksternal yang sulit untuk dikendalikan secara langsung oleh pelaku usaha. Meskipun demikian, pemilik usaha tetap berusaha untuk mencari solusi agar kegiatan usaha tetap dapat berjalan dengan baik.

> "Kadang kendalanya itu cuaca, kalau hujan terus jadi lama keringnya. Selain itu listrik juga berpengaruh, kalau mati ya pekerjaan jadi terhambat."[97]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa faktor cuaca menjadi salah satu kendala utama dalam usaha laundry, terutama dalam proses pengeringan pakaian. Ketika kondisi cuaca tidak mendukung, seperti hujan yang berlangsung cukup lama, maka proses pengeringan menjadi lebih lambat dan dapat berdampak pada keterlambatan penyelesaian pesanan

[97] Bapak Slamet, *wawancara*, Mlawang 6 Maret 2026

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

pelanggan. Hal ini tentu menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha, karena harus tetap menjaga kepercayaan pelanggan meskipun menghadapi kondisi yang tidak dapat diprediksi.

Selain faktor cuaca, ketersediaan listrik juga menjadi hal yang sangat berpengaruh terhadap kelancaran operasional usaha laundry. Proses pencucian dan penyetrikaan sangat bergantung pada listrik, sehingga ketika terjadi pemadaman, seluruh aktivitas usaha dapat terhenti sementara. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi dalam mengatur waktu pengerjaan agar tidak terjadi penumpukan pekerjaan.

Selanjutnya, kendala-kendala tersebut juga mengajarkan pelaku usaha untuk lebih adaptif dalam menjalankan usahanya. Pelaku usaha perlu mampu mengelola waktu dengan baik serta memberikan informasi kepada pelanggan apabila terjadi keterlambatan. Dengan adanya komunikasi yang baik, pelanggan cenderung dapat memahami kondisi yang terjadi dan tetap memberikan kepercayaan kepada pelaku usaha.

Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan konsumen sebagai berikut:

> "Kalau ada kendala biasanya diberi tahu, misalnya kalau agak terlambat. Jadi kita sebagai pelanggan tidak bingung, karena ada komunikasi dari pemiliknya"[98]

Dari pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa komunikasi yang dilakukan oleh pelaku usaha memiliki peran penting dalam membangun

[98] Ibu Ika Ari Latifa, *wawancara*, Mlawang 18 Maret 2026

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

kepercayaan konsumen. Penyampaian informasi secara terbuka ketika terjadi kendala menunjukkan adanya tanggung jawab dalam pelayanan.

Dampaknya, konsumen tidak hanya menilai hasil akhir, tetapi juga proses pelayanan yang diberikan. Dengan komunikasi yang baik, potensi kesalahpahaman dapat diminimalkan, sehingga hubungan antara pelaku usaha dan pelanggan tetap terjaga dengan baik.

Dengan demikian, meskipun terdapat berbagai kendala dalam menjalankan usaha laundry, pelaku usaha tetap berusaha untuk menjaga kualitas pelayanan serta kepercayaan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kondisi yang ideal, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam menghadapi dan mengatasi berbagai hambatan yang muncul.

6. Bentuk Penerapan Prinsip Amanah pada Toko Sembako

Sikap amanah juga terlihat dari cara pemilik usaha menangani kesalahan yang mungkin terjadi dalam proses transaksi. Dalam beberapa kondisi, kesalahan seperti salah menghitung harga atau kesalahan dalam memberikan kembalian dapat saja terjadi. Namun demikian, pemilik usaha berusaha untuk memperbaiki kesalahan tersebut dengan cara menghubungi atau menemui pelanggan untuk mengklarifikasi kesalahan yang terjadi.

Hal ini disampaikan oleh pemilik usaha dalam wawancara sebagai berikut:

> "Kadang-kadang dalam transaksi itu kan bisa saja terjadi kesalahan, misalnya salah menghitung harga barang atau salah memberikan uang kembalian. Kalau hal seperti itu terjadi, saya

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

> berusaha mencari atau menemui pembelinya lagi untuk menjelaskan kesalahan tersebuta. Menurut saya hal seperti itu penting dilakukan agar pelanggan merasa puas dan tetap percaya kepada kami, sehingga mereka mau kembali lagi berbelanja di toko ini"[99]

Sikap tersebut menunjukkan adanya tanggung jawab dari penjual terhadap transaksi yang telah dilakukan. Dalam kegiatan bisnis, sikap amanah dapat diartikan sebagai perilaku yang menunjukkan tanggung jawab dan dapat dipercaya dalam menjalankan suatu transaksi.[100]

Kesediaan pelaku usaha untuk mengganti kerugian apabila terjadi kesalahan menunjukkan adanya tanggung jawab penuh terhadap layanan yang diberikan. Hal ini memperkuat bahwa amanah tidak hanya bersifat konseptual, tetapi diwujudkan dalam tindakan nyata dalam operasional usaha sehari-hari.

Selain itu, pemilik usaha juga berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa nilai amanah dan kejujuran tidak hanya diterapkan dalam bentuk perkataan, tetapi juga dalam tindakan nyata dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Salah satu konsumen toko sembako juga menyampaikan pendapatnya mengenai pelayanan yang diberikan oleh pemilik usaha. Konsumen menilai bahwa sikap jujur dan tanggung jawab penjual menjadi

[99] Ibu Suhernah, *wawancara*, Mlawang 6 Maret 2026
[100] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Malang: UIN-Maliki Press, 2012), 29.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

alasan dirinya tetap memilih berbelanja di toko tersebut. Hal ini disampaikan oleh salah satu konsumen dalam wawancara berikut:

> "Saya sering belanja di toko ini karena pelayanannya jujur. Pernah waktu itu saya salah menerima uang kembalian, tapi pemilik toko langsung memberitahu dan menggantinya. Menurut saya, sikap seperti itu membuat pembeli merasa lebih percaya dan nyaman untuk belanja lagi di sini."[101]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa konsumen merasakan adanya penerapan prinsip amanah dan kejujuran dalam pelayanan toko sembako. Sikap pelaku usaha yang mau memperbaiki kesalahan transaksi membuat pelanggan merasa dihargai dan tidak dirugikan. Hal tersebut juga memberikan pengaruh terhadap tingkat kepercayaan konsumen sehingga pelanggan memilih untuk kembali berbelanja di toko tersebut.

Untuk memperkuat data penelitian mengenai penerapan prinsip amanah pada usaha laundry, peneliti juga melakukan wawancara dengan karyawan laundry yang terlibat langsung dalam proses pelayanan kepada konsumen. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan amanah dan kejujuran dalam kegiatan operasional sehari-hari.

Karyawan laundry pertama menyampaikan bahwa pemilik usaha selalu mengingatkan karyawan agar bekerja dengan teliti dan menjaga pakaian pelanggan dengan baik. Selain itu, apabila terdapat kerusakan atau kesalahan saat proses pencucian, karyawan diminta untuk menyampaikan kondisi tersebut secara jujur kepada pelanggan.

[101] Ibu Suhartini, *wawancara,* Mlawang 23 Mei 2026

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

> "Biasanya kami diingatkan supaya lebih hati-hati saat mencuci pakaian pelanggan. Kalau ada pakaian yang rusak atau luntur, pemilik juga menyuruh kami bilang terus terang ke pelanggan, jangan ditutupi."[102]

Hal tersebut menunjukkan adanya penerapan prinsip amanah dalam menjaga barang milik pelanggan. Sikap tersebut dilakukan untuk menjaga kepercayaan pelanggan terhadap usaha laundry.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa penerapan prinsip amanah dan kejujuran dalam usaha laundry tidak hanya dilakukan oleh pemilik usaha, tetapi juga diterapkan oleh karyawan dalam kegiatan operasional sehari-hari. Sikap menjaga barang pelanggan, memberikan informasi secara terbuka, serta menyampaikan kondisi sebenarnya kepada konsumen menjadi bentuk upaya dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap usaha laundry tersebut.

Selain berkaitan dengan pelayanan kepada konsumen, prinsip amanah pada usaha toko sembako juga terlihat dalam hubungan kerja sama dengan pihak grosir sebagai pemasok barang dagangan. Dalam menjalankan usahanya, pemilik toko menjaga hubungan baik dengan pemasok agar ketersediaan barang tetap terpenuhi dan proses usaha berjalan lancar.

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik usaha menjelaskan bahwa setiap pengambilan barang dari grosir dilakukan secara langsung sesuai kebutuhan toko. Pelaku usaha juga berusaha menjaga komunikasi

[102] Aprilia, *wawancara*, Mlawang 23 Mei 2026

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

dan kepercayaan dengan pihak pemasok agar kerja sama tetap berjalan dengan baik.

> "Kalau ambil barang biasanya langsung kulakan ke grosir sesuai kebutuhan toko. Yang penting sama-sama enak dan komunikasinya baik, jadi kalau barang habis bisa ambil lagi dengan lancar"[103]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa prinsip amanah tidak hanya diterapkan kepada pelanggan, tetapi juga dalam hubungan kerja sama usaha dengan pihak pemasok. Sikap menjaga komunikasi dan hubungan baik dengan grosir menjadi bagian penting dalam mendukung kelancaran operasional toko sembako.

Selain itu, hubungan kerja sama yang baik dengan pemasok memberikan pengaruh terhadap ketersediaan barang dagangan di toko. Ketika stok barang dapat terpenuhi dengan baik, kebutuhan konsumen juga lebih mudah dilayani. Kondisi tersebut membantu menjaga kepuasan pelanggan serta mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Selain dalam pelayanan kepada pelanggan, penerapan prinsip amanah pada usaha toko sembako juga terlihat dalam sistem pembayaran yang diterapkan kepada pelanggan tertentu. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik usaha memberikan kelonggaran pembayaran kepada beberapa pelanggan yang sudah dikenal dan sering berbelanja di toko tersebut. Namun, fasilitas tersebut tidak diberikan kepada seluruh pembeli, melainkan hanya kepada pelanggan yang dinilai memiliki hubungan baik dan dapat dipercaya.

[103] Ibu Suhernah, *wawancara*, Mlawang 23 Mei 2026

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

> "Kalau soal hutang biasanya hanya untuk pelanggan yang memang sudah sering belanja di sini dan sudah kenal lama. Waktu pembayarannya kadang sekitar satu minggu, ada juga yang sampai satu bulan tergantung kesepakatannya"[104]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha menerapkan prinsip kehati-hatian sekaligus menjaga rasa percaya dalam hubungan dengan pelanggan. Pemberian kelonggaran pembayaran dilakukan sebagai bentuk toleransi dan pelayanan kepada konsumen tetap, tetapi tetap disesuaikan dengan kemampuan serta karakter pelanggan masing-masing.

Selain itu, prinsip amanah juga terlihat dalam proses penetapan harga barang dagangan. Pemilik usaha menjelaskan bahwa harga jual ditentukan berdasarkan harga beli dari pihak grosir kemudian ditambah keuntungan dalam jumlah yang masih wajar. Penyesuaian harga tersebut dilakukan agar usaha tetap memperoleh keuntungan tanpa memberatkan konsumen.

> "Kalau untuk harga jual biasanya saya menyesuaikan harga kulakan dari grosir. Ada tambahan untung sedikit untuk kebutuhan toko, tapi tetap saya sesuaikan supaya pembeli tidak merasa kemahalan"[105]

Dari pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa terdapat perbedaan antara harga beli dan harga jual barang. Harga beli merupakan harga yang diperoleh pelaku usaha saat mengambil barang dari grosir, sedangkan harga jual adalah harga yang ditetapkan kepada konsumen setelah ditambahkan keuntungan tertentu. Selisih harga tersebut menjadi sumber

[104] Ibu Suhernah, *wawancara*, Mlawang 23 Mei 2026

[105] Ibu Suhernah, *wawancara*, Mlawang 23 Mei 2026

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

pendapatan bagi pelaku usaha sekaligus digunakan untuk mendukung operasional toko.

Penetapan harga yang dilakukan secara terbuka menunjukkan adanya penerapan prinsip kejujuran dan keadilan dalam kegiatan usaha. Pelaku usaha tidak mengambil keuntungan secara berlebihan dan tetap mempertimbangkan kondisi ekonomi masyarakat sekitar. Sikap tersebut mencerminkan adanya keseimbangan antara kepentingan usaha dan kepentingan konsumen dalam aktivitas perdagangan.

7. Implikasi Penerapan Prinsip Amanah terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keberlangsungan Usaha

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Desa Mlawang, penerapan prinsip amanah memberikan pengaruh terhadap tingkat kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha. Sikap amanah tidak hanya terlihat dari kemampuan pelaku usaha dalam menjaga barang milik pelanggan, tetapi juga tercermin dari konsistensi pelayanan serta kesungguhan dalam menjalankan tanggung jawab usaha sehari-hari. Dalam praktik usaha, pelanggan cenderung lebih nyaman melakukan transaksi pada pelaku usaha yang dinilai dapat dipercaya dan bertanggung jawab.

Pada usaha laundry, penerapan amanah terlihat dari cara pelaku usaha menjaga kualitas pelayanan meskipun jumlah pesanan meningkat. Pemilik usaha tetap berusaha menyelesaikan pekerjaan dengan baik agar pelanggan tidak kecewa terhadap hasil layanan yang diberikan. Selain itu, pelaku usaha

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

juga berusaha menjaga komunikasi dengan pelanggan ketika terjadi kendala selama proses laundry berlangsung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu karyawan laundry, diperoleh keterangan sebagai berikut:

> "Kalau cuciannya sedang banyak biasanya kami tetap diusahakan teliti, supaya pakaian pelanggan tidak tertukar atau salah ambil. Pemilik juga sering mengingatkan supaya pekerjaan diselesaikan dengan benar karena pelanggan sudah percaya laundry di sini"[106]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penerapan amanah dalam usaha laundry dilakukan melalui tanggung jawab dalam bekerja serta usaha menjaga kepercayaan pelanggan. Sikap teliti dalam proses pengerjaan menjadi salah satu bentuk upaya untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Selain itu, penerapan amanah juga terlihat dari konsistensi pelaku usaha dalam mempertahankan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Pelanggan yang merasa barangnya dijaga dengan baik akan lebih percaya dan merasa nyaman menggunakan jasa laundry tersebut secara berulang.

Hal tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan salah satu pelanggan laundry sebagai berikut:

> "Saya tetap laundry di sini karena pelayanannya rapi dan hasilnya juga sesuai. Jadi saya merasa lebih tenang menitipkan pakaian di tempat ini."[107]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa penerapan amanah memberikan pengaruh terhadap rasa aman dan kenyamanan

[106] Aprilia, *wawancara*, 23 Mei 2026

[107] Ibu Siti Kamila, *wawancara*, Mlawang 23 Mei 2026

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

pelanggan. Kepercayaan yang terbentuk membuat konsumen cenderung kembali menggunakan jasa laundry yang sama sehingga membantu mempertahankan keberlangsungan usaha.

Pada usaha toko sembako, penerapan amanah terlihat dari sikap pelaku usaha dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Pemilik usaha tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga berusaha membantu pelanggan ketika mengalami kesulitan ekonomi, misalnya dengan memperbolehkan pelanggan berhutang terlebih dahulu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko sembako diperoleh keterangan sebagai berikut:

> "Kalau ada pelanggan tetap yang memang sedang butuh biasanya saya kasih hutang dulu. Yang penting sama-sama percaya dan nanti dibayar kalau sudah punya uang."[108]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara penjual dan pembeli tidak hanya didasarkan pada transaksi ekonomi semata, tetapi juga dibangun melalui rasa saling percaya. Sikap tersebut mencerminkan adanya tanggung jawab sosial dalam menjalankan usaha.

Selain itu, salah satu konsumen toko sembako juga menyampaikan:

> "Saya lebih nyaman belanja di sini karena penjualnya baik dan bisa dipercaya. Jadi kalau butuh apa-apa biasanya langsung ke toko ini."[109]

Dari hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa sikap amanah yang diterapkan pelaku usaha memberikan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan.

[108] Ibu Suhernah, *wawancara*, Mlawang 23 Mei 2026

[109] Bapak Sali, *wawancara*, Mlawang 23 Mei 2026

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Konsumen yang merasa diperlakukan dengan baik akan lebih percaya untuk melakukan transaksi secara berulang.

Dalam etika bisnis Islam, amanah merupakan sikap bertanggung jawab dan dapat dipercaya dalam menjalankan kegiatan usaha. Sikap tersebut menjadi salah satu faktor penting dalam membangun hubungan baik antara pelaku usaha dan konsumen. Dengan adanya kepercayaan yang terjalin, usaha akan lebih mudah bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip amanah memberikan implikasi positif terhadap kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha. Kepercayaan yang muncul dari pelanggan membantu pelaku usaha mempertahankan usahanya serta menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen.

8. Implikasi Penerapan Prinsip Kejujuran terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keberlangsungan Usaha

Berdasarkan hasil penelitian di Desa Mlawang, penerapan prinsip kejujuran memberikan pengaruh terhadap tingkat kepercayaan pelanggan dalam melakukan transaksi. Kejujuran yang diterapkan pelaku usaha terlihat dari keterbukaan informasi serta kesesuaian pelayanan dengan kondisi yang sebenarnya. Sikap tersebut membuat pelanggan merasa lebih aman dan nyaman ketika bertransaksi.

Pada usaha toko sembako, penerapan kejujuran tidak hanya terlihat dari keterbukaan harga, tetapi juga dari cara pelaku usaha memberikan informasi terkait stok barang dan kondisi produk yang dijual. Pemilik usaha berusaha

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

menyampaikan keadaan barang apa adanya agar pelanggan tidak merasa dirugikan setelah melakukan pembelian.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko sembako diperoleh keterangan sebagai berikut:

> "Kalau barangnya memang tinggal sedikit atau kualitasnya kurang bagus biasanya saya bilang dulu ke pembeli. Jadi pelanggan bisa memilih sendiri dan tidak merasa kecewa setelah membeli."[110]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha berusaha menjaga kepercayaan pelanggan melalui keterbukaan informasi dalam transaksi jual beli. Sikap tersebut mencerminkan adanya penerapan prinsip kejujuran dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Selain itu, salah satu pelanggan toko sembako juga menyampaikan pendapatnya sebagai berikut:

> "Menurut saya enak belanja di sini karena penjualnya terbuka. Kalau ada barang yang kurang bagus biasanya langsung diberi tahu"[111]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa sikap terbuka dari pelaku usaha memberikan pengaruh terhadap kenyamanan pelanggan. Konsumen merasa lebih percaya kepada penjual yang memberikan informasi secara jujur mengenai barang yang dijual.

Pada usaha laundry, penerapan prinsip kejujuran terlihat dari komunikasi pelaku usaha kepada pelanggan terkait proses pengerjaan laundry. Pelaku usaha berusaha memberikan informasi sesuai kondisi yang sebenarnya agar pelanggan tidak salah paham terhadap pelayanan yang diberikan.

---

[110] Ibu Shernah, *wawancara*, Mlaang 23 Maret 2026

[111] Ibu Suhartini, *wawancara*, Mlawang 23 Mei 2026

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu karyawan laundry diperoleh keterangan sebagai berikut:

> "Kalau ada cucian yang belum selesai biasanya langsung dijelaskan ke pelanggan supaya mereka tahu kondisinya. Jadi tidak asal bilang sudah selesai padahal masih diproses."[112]

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kejujuran dalam pelayanan menjadi salah satu cara pelaku usaha menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Keterbukaan informasi membuat pelanggan merasa dihargai karena mendapatkan penjelasan sesuai kondisi sebenarnya.

Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan pelanggan laundry sebagai berikut:

> "Saya tetap cocok laundry di sini karena informasinya jelas. Kalau ada keterlambatan juga diberi tahu, jadi pelanggan tidak menunggu tanpa kepastian"[113]

Dari hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa penerapan kejujuran memberikan dampak terhadap tingkat kepuasan dan kepercayaan konsumen. Pelanggan cenderung memilih usaha yang memberikan informasi secara terbuka dan tidak menutupi keadaan yang sebenarnya.

Dalam etika bisnis Islam, kejujuran merupakan dasar penting dalam menjalankan aktivitas usaha karena dapat menciptakan hubungan yang sehat antara penjual dan pembeli. Sikap jujur juga menjadi faktor yang mempengaruhi citra usaha di mata masyarakat.

[112] Nurul, *wawancara*, Mlawang, 23 Mei 2026

[113] Ibu Ika Ari Latifa, *wawancara*, Mlawang 23 Mei 2026

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip kejujuran memberikan implikasi positif terhadap kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha. Sikap terbuka dan jujur yang dilakukan pelaku usaha membuat pelanggan merasa lebih nyaman dalam bertransaksi sehingga membantu menjaga loyalitas pelanggan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan data yang telah disajikan sebelumnya, selanjutnya dilakukan analisis terhadap temuan penelitian dengan mengaitkannya pada teori etika bisnis Islam, khususnya prinsip amanah dan kejujuran. Analisis tersebut disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.2
Analisis Penerapan Prinsip Amanah dan Kejujuran pada UMK

No.	Tema Temuan	Hasil Lapangan	Teori (Bab II)	Analisis
1.	Keterbukaan informasi harga	Penjual menyampaikan harga secara jelas kepada konsumen	Prinsip kejujuran (*ṣ idq*)	Praktik penyampaian harga yang terbuka memperlihatkan adanya kejelasan dalam proses transaksi, yang sejalan dengan nilai kejujuran (*ṣ idq*) dalam ajaran Islam, sehingga dapat memperkuat keyakinan konsumen.
2.	Keakuratan timbangan	Tidak ditemukan praktik pengurangan timbangan	Prinsip amanah	Tidak adanya pengurangan skala menunjukkan bahwa pelaku usaha harus memastikan bahwa transaksinya adil. Ini adalah bagian dari prinsip amanah.
3.	Tanggung jawab terhadap barang	Pelaku laundry mengganti barang	Amanah operasional	Salah satu bentuk tanggung jawab

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

	pelanggan	rusak/hilang		terhadap konsumen adalah tindakan perusahaan yang mengganti barang yang rusak atau hilang. Tindakan ini sesuai dengan konsep amanah operasional dalam bisnis.
4.	Ketepatan waktu pelayanan	Penyelesaian laundry sesuai kesepakatan	Amanah	Prinsip amanah dalam pelayanan ditunjukkan oleh ketepatan waktu layanan, yang menunjukkan komitmen pelaku usaha untuk memenuhi janji kepada pelanggan.
5.	Menjaga kepercayaan pelanggan	Pelaku usaha berusaha mempertahankan pelanggan	Kejujuran & amanah	Upaya pelaku usaha untuk menjaga kepercayaan pelanggan menunjukkan bahwa prinsip kejujuran dan amanah telah diterapkan secara teratur, mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan .
6.	Pemberian Hutang Kepada Pelanggan	Pelaku usaha memperbolehkan pelanggan berhutang	Amanah keuangan (hutang piutang)	Salah satu bentuk amanah dalam hal keuangan adalah memberikan hutang kepada pelanggan, yang menunjukkan adanya hubungan kepercayaan antara penjual dan pembeli.
7.	Pencatatan Hutang	Hutang dicatat dalam buku dan disertai nama pelanggan	Amanah Keuangan	Pelaku usaha telah menerapkan prinsip amanah dalam keuangan, terutama dalam hal menjaga kejelasan dan transaksi transaksi hutang , seperti yang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

				ditunjukkan oleh pencatatan hutang dalam buku dengan nama pelanggan.

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026[114]

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada tabel di atas, dapat dipahami bahwa praktik usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha mikro dan kecil di Desa Mlawang secara umum telah mencerminkan penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam, khususnya prinsip amanah dan kejujuran. Hal tersebut terlihat dari berbagai bentuk perilaku yang muncul dalam kegiatan transaksi sehari-hari antara pelaku usaha dan konsumen.

Pada aspek keterbukaan informasi, pelaku usaha menunjukkan sikap transparan dalam menyampaikan harga barang kepada konsumen. Kondisi ini menggambarkan adanya kesesuaian antara praktik di lapangan dengan konsep kejujuran (*ṣ idq*) yang dijelaskan dalam kajian teori. Kejujuran dalam menyampaikan informasi menjadi faktor penting dalam menciptakan rasa percaya, karena konsumen memperoleh informasi yang sesuai dengan kondisi sebenarnya tanpa adanya manipulasi.

Selanjutnya, dalam hal keakuratan timbangan, tidak ditemukan adanya praktik kecurangan yang merugikan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha telah berupaya menjalankan kegiatan jual beli secara adil dan bertanggung jawab. Sikap tersebut sejalan dengan prinsip amanah, di

[114] Data analisis merupakan hasil pengolahan peneliti berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang, 2026.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

mana pelaku usaha dituntut untuk menjaga kepercayaan yang diberikan oleh konsumen melalui tindakan yang tidak merugikan pihak lain.

Pada usaha laundry, bentuk penerapan amanah terlihat dari adanya tanggung jawab terhadap barang milik pelanggan. Pelaku usaha tidak hanya menerima dan mengolah pakaian, tetapi juga bersedia mengganti apabila terjadi kerusakan atau kehilangan. Tindakan ini mencerminkan konsep amanah operasional, yaitu tanggung jawab nyata dalam menjalankan aktivitas usaha sehari-hari sebagaimana yang dijelaskan dalam teori.

Selain itu, ketepatan waktu dalam penyelesaian layanan juga menjadi indikator penting dalam penerapan prinsip amanah. Pelaku usaha berusaha menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang telah disepakati dengan pelanggan. Komitmen terhadap waktu ini menunjukkan adanya kesungguhan dalam memenuhi janji, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan dan kepercayaan konsumen.

Secara keseluruhan, penerapan prinsip amanah dan kejujuran yang dilakukan oleh pelaku UMK tidak hanya berdampak pada kelancaran proses transaksi, tetapi juga berperan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Kepercayaan yang terbentuk dari sikap jujur dan bertanggung jawab tersebut menjadi salah satu faktor yang mendukung keberlangsungan usaha.

9. Bentuk Penerapan Prinsip Kejujuran pada Toko Sembako

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Desa Mlawang, penerapan prinsip kejujuran pada usaha toko sembako terlihat dari cara

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

pelaku usaha menjalankan aktivitas jual beli secara terbuka dan tidak merugikan konsumen. Sikap jujur tersebut tercermin dalam penyampaian informasi harga barang, ketepatan timbangan, serta kualitas barang yang dijual kepada pelanggan.

Pemilik usaha menjelaskan bahwa dalam menjalankan usaha, menjaga kepercayaan pelanggan merupakan hal yang sangat penting. Oleh karena itu, pelaku usaha berusaha memberikan informasi harga secara jelas kepada pembeli dan menghindari tindakan yang dapat merugikan konsumen, seperti mengurangi timbangan maupun menyembunyikan kondisi barang yang sebenarnya. Sikap tersebut menunjukkan adanya upaya untuk menerapkan nilai kejujuran dalam kegiatan perdagangan sehari-hari.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Saqif Haidarravy dan Iriani Ismail yang menjelaskan bahwa prinsip kejujuran dalam kegiatan usaha diwujudkan melalui keterbukaan informasi mengenai kualitas barang dan transaksi agar tidak merugikan pihak lain.[115]

Selain itu, penerapan prinsip kejujuran juga terlihat dari cara pelaku usaha menjaga kualitas barang dagangan. Barang yang sudah rusak ataupun melewati masa kadaluarsa tidak dijual kembali kepada konsumen. Pemilik usaha memilih untuk memisahkan barang tersebut agar tidak menimbulkan kerugian bagi pelanggan. Tindakan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada

[115] Saqif Haidarravy dan Iriani Ismail, *Etika Bisnis Perusahaan* (Yogyakarta: Deepublish Digital, 2024), 102-103

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

keuntungan, tetapi juga memperhatikan hak dan keamanan konsumen dalam proses transaksi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen, diketahui bahwa pelanggan merasa lebih nyaman berbelanja di toko tersebut karena informasi harga disampaikan dengan jelas dan timbangan yang digunakan dianggap sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa keterbukaan dalam transaksi mampu menciptakan rasa percaya dari konsumen terhadap pelaku usaha. Kepercayaan tersebut kemudian mendorong pelanggan untuk kembali berbelanja secara berulang.

Selain berkaitan dengan harga dan kualitas barang, sikap jujur juga terlihat dalam penetapan harga jual. Pelaku usaha menjelaskan bahwa harga barang disesuaikan dengan harga dari pemasok dan kondisi ekonomi masyarakat sekitar. Penjual berusaha menghindari pengambilan keuntungan yang berlebihan agar pelanggan tetap mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sikap tersebut mencerminkan adanya kesadaran bahwa kegiatan usaha tidak hanya bertujuan memperoleh laba, tetapi juga mempertimbangkan kondisi konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip kejujuran pada toko sembako memberikan dampak positif terhadap hubungan antara penjual dan pembeli. Konsumen yang merasa diperlakukan secara jujur cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap pelaku usaha. Kondisi tersebut berdampak pada loyalitas pelanggan dan membantu menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

10. Bentuk Penerapan Prinsip Kejujuran pada Jasa Laundry

Penerapan prinsip kejujuran pada usaha jasa laundry di Desa Mlawang dapat dilihat dari keterbukaan pelaku usaha dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Sikap jujur tidak hanya diwujudkan melalui ucapan, tetapi juga terlihat dalam penyampaian informasi mengenai biaya layanan, estimasi waktu pengerjaan, serta kondisi pakaian pelanggan selama proses laundry berlangsung.

Pelaku usaha laundry menjelaskan bahwa setiap pelanggan selalu diberikan informasi terkait tarif jasa sebelum proses pencucian dilakukan. Jika terdapat tambahan biaya untuk jenis cucian tertentu, seperti selimut atau karpet, maka informasi tersebut disampaikan terlebih dahulu kepada pelanggan. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam proses transaksi.

Selain itu, sikap jujur juga terlihat dalam penyampaian estimasi waktu penyelesaian laundry. Ketika jumlah cucian meningkat atau terdapat kendala tertentu, pelaku usaha memilih menjelaskan kondisi yang sebenarnya kepada pelanggan daripada memberikan janji yang tidak sesuai dengan kemampuan pengerjaan. Tindakan tersebut menunjukkan adanya tanggung jawab dalam menjaga kepercayaan konsumen.

Temuan ini sejalan dengan teori etika bisnis Islam yang menyatakan bahwa kejujuran dalam pelayanan usaha dilakukan melalui keterbukaan informasi dan penyampaian kondisi yang sebenarnya kepada

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

konsumen agar tidak terjadi unsur penipuan maupun ketidakjelasan dalam transaksi.[116]

Dalam proses pelayanan, pelaku usaha juga berusaha bersikap terbuka apabila terjadi kendala, seperti pakaian yang luntur, rusak, atau keterlambatan penyelesaian cucian. Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan laundry, diketahui bahwa setiap permasalahan yang terjadi selama proses pengerjaan akan disampaikan langsung kepada pelanggan agar konsumen mengetahui kondisi yang sebenarnya. Sikap tersebut mencerminkan adanya penerapan prinsip kejujuran dalam kegiatan usaha jasa.

Hasil wawancara dengan pelanggan menunjukkan bahwa keterbukaan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha membuat konsumen merasa lebih nyaman menggunakan jasa laundry tersebut. Pelanggan menilai bahwa kejujuran pelaku usaha menjadi salah satu alasan utama mereka tetap menggunakan jasa laundry secara berulang.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa penerapan prinsip kejujuran dalam usaha laundry memiliki pengaruh penting terhadap tingkat kepercayaan pelanggan. Sikap terbuka dalam memberikan informasi mampu mengurangi potensi kesalahpahaman serta menciptakan hubungan yang baik antara pelaku usaha dan konsumen.

11. Bentuk Penerapan Prinsip Amanah pada Jasa Laundry

[116] Abdul Aziz dkk., *Etika Bisnis Islam: Teori & Penerapan* (Indramayu: PT Adab Indonesia, 2024), 78

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Penerapan prinsip amanah pada usaha jasa laundry terlihat dari tanggung jawab pelaku usaha dalam menjaga pakaian milik pelanggan selama proses pencucian berlangsung. Dalam usaha jasa, amanah menjadi hal yang sangat penting karena konsumen mempercayakan barang miliknya kepada pihak lain untuk dikelola dan dirawat dengan baik.

Berdasarkan hasil penelitian, pemilik usaha laundry berusaha menjaga pakaian pelanggan mulai dari proses pencucian, pengeringan, hingga penyetrikaan. Pelaku usaha berupaya memastikan bahwa pakaian pelanggan tidak tertukar, hilang, maupun mengalami kerusakan selama proses pengerjaan. Selain itu, apabila terjadi kesalahan atau kendala tertentu, pemilik usaha bersedia bertanggung jawab atas permasalahan tersebut.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Maharti dan Fahrullah dalam Syahputri dan Suryaningsih yang menjelaskan bahwa prinsip tanggung jawab dalam etika bisnis Islam berkaitan dengan kesediaan pelaku usaha menerima konsekuensi dari aktivitas usaha yang dijalankan, termasuk mengganti kerugian apabila terjadi kesalahan dalam pelayanan.[117]

Ketepatan waktu dalam penyelesaian laundry juga menjadi salah satu bentuk penerapan amanah dalam usaha jasa. Pelaku usaha berusaha menyelesaikan cucian sesuai dengan waktu yang telah disepakati bersama pelanggan. Jika terjadi keterlambatan akibat faktor tertentu, seperti cuaca atau gangguan listrik, maka pelanggan akan diberi penjelasan terlebih

[117] Saqif Haidarravy dan Iriani Ismail, *Etika Bisnis Perusahaan* (Yogyakarta: Deepublish Digital, 2024), 102

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

dahulu. Tindakan tersebut menunjukkan adanya komitmen pelaku usaha dalam menjaga kepercayaan konsumen.

Selain itu, prinsip amanah juga terlihat dari cara pelaku usaha menangani pakaian pelanggan secara hati-hati. Pakaian dipisahkan berdasarkan jenis kain dan warna agar tidak menimbulkan kerusakan maupun kelunturan selama proses pencucian. Sikap tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki perhatian terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Hasil wawancara dengan pelanggan menunjukkan bahwa konsumen merasa lebih tenang menggunakan jasa laundry tersebut karena pakaian yang dititipkan selalu diterima kembali dalam kondisi baik dan rapi. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan amanah mampu meningkatkan rasa percaya pelanggan terhadap usaha yang dijalankan.

Berdasarkan temuan penelitian, dapat dipahami bahwa prinsip amanah memiliki pengaruh besar dalam mempertahankan hubungan baik antara pelaku usaha dan konsumen. Ketika pelanggan merasa barang miliknya dijaga dengan baik, maka tingkat kepercayaan terhadap usaha akan semakin meningkat. Kondisi tersebut secara tidak langsung membantu keberlangsungan usaha laundry dalam jangka panjang.

Pada usaha laundry, penerapan amanah dalam operasional pelayanan terlihat dari proses penanganan pakaian pelanggan selama kegiatan laundry berlangsung. Pelaku usaha berusaha menjaga pakaian pelanggan mulai dari proses pencucian, pengeringan, penyetrikaan,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

hingga pengemasan agar tetap dalam kondisi baik. Selain itu, pelaku usaha juga memberikan informasi kepada pelanggan terkait estimasi waktu penyelesaian laundry serta menyampaikan apabila terdapat kendala selama proses pengerjaan. Sikap tersebut menunjukkan adanya tanggung jawab dalam menjaga barang titipan pelanggan dan memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan.

12. Bentuk Penerapan Prinsip Amanah pada Toko Sembako

Pada usaha toko sembako, penerapan prinsip amanah terlihat dari sikap tanggung jawab pelaku usaha dalam menjalankan transaksi jual beli dengan pelanggan. Pelaku usaha berusaha menjaga kepercayaan konsumen melalui pelayanan yang baik serta kesediaan untuk memperbaiki kesalahan apabila terjadi kekeliruan dalam transaksi.

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik toko sembako menjelaskan bahwa apabila terjadi kesalahan dalam penghitungan harga maupun pemberian uang kembalian, maka pelaku usaha akan berusaha menghubungi atau menemui pelanggan untuk memperbaiki kesalahan tersebut. Sikap tersebut menunjukkan adanya tanggung jawab dalam menjaga hak konsumen serta mempertahankan kepercayaan pelanggan.

Temuan ini sejalan dengan konsep amanah dalam etika bisnis Islam yang menekankan pentingnya sikap tanggung jawab, dapat

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

dipercaya, serta menjaga hak-hak konsumen dalam setiap aktivitas transaksi.[118]

Selain itu, penerapan amanah juga terlihat dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Pelaku usaha berusaha memberikan pelayanan yang ramah dan membantu pelanggan memenuhi kebutuhan mereka. Sikap tersebut membuat konsumen merasa lebih nyaman ketika melakukan transaksi di toko tersebut.

Hasil wawancara dengan pelanggan menunjukkan bahwa sikap tanggung jawab dan kejujuran pelaku usaha menjadi alasan konsumen tetap memilih berbelanja di toko sembako tersebut. Pelanggan menilai bahwa pelaku usaha memiliki itikad baik dalam menjalankan usaha sehingga konsumen merasa lebih percaya dan tidak khawatir dirugikan dalam transaksi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip amanah pada toko sembako memberikan dampak positif terhadap hubungan antara penjual dan pembeli. Kepercayaan yang terbentuk membuat pelanggan cenderung melakukan pembelian secara berulang serta merekomendasikan toko tersebut kepada orang lain. Dengan demikian, penerapan amanah tidak hanya berkaitan dengan nilai moral, tetapi juga berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

[118] Abdul Aziz dkk., *Etika Bisnis Islam: Teori & Penerapan* (Indramayu: PT Adab Indonesia, 2024), 21

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Dalam operasional pelayanan toko sembako, penerapan amanah terlihat dari cara pelaku usaha melayani konsumen secara langsung pada saat transaksi berlangsung. Pelaku usaha berusaha memberikan pelayanan yang baik dengan menjelaskan harga barang secara terbuka, membantu pelanggan mencari kebutuhan yang diperlukan, serta memastikan barang yang dijual masih dalam kondisi layak. Selain itu, penjual juga berupaya menjaga ketepatan timbangan dan memberikan uang kembalian sesuai jumlah yang seharusnya. Sikap tersebut menunjukkan adanya tanggung jawab dalam memberikan pelayanan yang adil dan tidak merugikan konsumen.

13. Implikasi Penerapan Prinsip Amanah terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keberlangsungan Usaha

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Desa Mlawang, penerapan prinsip amanah memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap tingkat kepercayaan konsumen serta keberlangsungan usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha toko sembako dan laundry. Sikap amanah tercermin dari tanggung jawab pelaku usaha dalam menjaga kualitas pelayanan, memenuhi janji kepada pelanggan, serta menjaga barang atau hak milik konsumen dengan baik.

Pada usaha laundry, prinsip amanah terlihat dari upaya pemilik usaha dalam menjaga pakaian pelanggan selama proses pencucian hingga selesai. Pemilik usaha berusaha memastikan bahwa pakaian pelanggan tidak tertukar, hilang, maupun rusak. Selain itu, apabila terjadi kendala

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

atau kesalahan dalam proses pengerjaan, pelaku usaha berusaha bertanggung jawab serta menyampaikan kondisi tersebut kepada pelanggan secara terbuka. Sikap tersebut menunjukkan adanya kesadaran bahwa menjaga kepercayaan pelanggan merupakan bagian penting dalam menjalankan usaha jasa.

Hasil wawancara dengan salah satu pelanggan laundry menunjukkan bahwa sikap tanggung jawab pelaku usaha menjadi alasan pelanggan tetap menggunakan jasa laundry tersebut. Konsumen menyampaikan bahwa selama menggunakan jasa laundry, pakaian yang dititipkan selalu diterima kembali dalam kondisi baik dan sesuai dengan harapan. Kondisi tersebut membuat pelanggan merasa lebih tenang dan nyaman ketika menggunakan jasa laundry secara berulang.

Berdasarkan temuan tersebut dapat dipahami bahwa penerapan amanah mampu menciptakan rasa aman bagi konsumen. Pelanggan akan lebih percaya kepada pelaku usaha yang mampu menjaga barang milik konsumen serta bertanggung jawab apabila terjadi kesalahan. Dalam usaha jasa seperti laundry, kepercayaan menjadi faktor yang sangat penting karena konsumen menyerahkan barang pribadinya kepada pihak lain untuk dikelola. Oleh sebab itu, sikap amanah memiliki pengaruh besar terhadap keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Selain pada usaha laundry, penerapan prinsip amanah juga terlihat pada usaha toko sembako. Pemilik usaha berusaha bertanggung jawab terhadap transaksi yang dilakukan, seperti memperbaiki kesalahan dalam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

penghitungan harga maupun pengembalian uang kembalian kepada pelanggan. Sikap tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan kepuasan dan hak konsumen.

Hasil wawancara dengan pelanggan toko sembako menunjukkan bahwa sikap tanggung jawab dan pelayanan yang baik membuat konsumen merasa lebih percaya untuk berbelanja di toko tersebut. Pelanggan menilai bahwa pelaku usaha memiliki itikad baik dalam menjalankan usaha sehingga konsumen merasa nyaman melakukan transaksi secara berulang.

Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa penerapan prinsip amanah memberikan dampak positif terhadap hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Kepercayaan yang terbentuk membuat pelanggan lebih loyal terhadap usaha yang dijalankan. Selain itu, pelanggan yang merasa puas juga cenderung merekomendasikan usaha tersebut kepada orang lain. Kondisi ini secara tidak langsung membantu keberlangsungan dan perkembangan usaha dalam jangka panjang.

Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep etika bisnis Islam yang menempatkan amanah sebagai salah satu prinsip penting dalam kegiatan muamalah. Amanah tidak hanya dipahami sebagai sikap dapat dipercaya, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab dalam menjaga hak

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

orang lain serta memenuhi kewajiban dalam transaksi ekonomi.[119] Dengan demikian, penerapan amanah tidak hanya memberikan nilai moral bagi pelaku usaha, tetapi juga menjadi faktor penting dalam mempertahankan kepercayaan konsumen dan menjaga stabilitas usaha.

14. Implikasi Penerapan Prinsip Kejujuran terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keberlangsungan Usaha

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, penerapan prinsip kejujuran memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap tingkat kepercayaan konsumen pada usaha toko sembako maupun laundry di Desa Mlawang. Sikap jujur terlihat dari keterbukaan pelaku usaha dalam menyampaikan informasi mengenai harga, kualitas barang, kondisi produk, hingga estimasi waktu pelayanan kepada pelanggan.

Pada usaha toko sembako, kejujuran terlihat dari cara pemilik usaha menjelaskan harga barang secara terbuka, tidak mengurangi timbangan, serta tidak menjual produk yang telah rusak atau melewati masa kadaluarsa. Pelaku usaha berusaha memberikan informasi sesuai dengan kondisi sebenarnya agar pelanggan tidak merasa dirugikan dalam proses transaksi.

Hasil wawancara dengan pelanggan menunjukkan bahwa sikap terbuka dalam menjelaskan harga dan kualitas barang membuat konsumen merasa lebih yakin ketika berbelanja. Konsumen menilai bahwa kejujuran penjual menjadi salah satu alasan utama mereka tetap

[119] Diah Novita Fardani, *Pendidikan Islam dan Etika Kejujuran: Jejak Historis hingga Praktik Muamalah* (Traz Media Publishing, 2026), 78-79

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

memilih berbelanja di toko tersebut. Sikap jujur tersebut secara tidak langsung menciptakan rasa nyaman dan memperkuat hubungan antara penjual dan pembeli.

Selain itu, pada usaha laundry, prinsip kejujuran terlihat dari keterbukaan pelaku usaha dalam menyampaikan biaya layanan, waktu penyelesaian laundry, maupun kondisi pakaian pelanggan apabila terjadi kendala selama proses pengerjaan. Pemilik usaha lebih memilih menjelaskan kondisi yang sebenarnya dibanding memberikan janji yang berlebihan kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan laundry, diketahui bahwa sikap jujur pelaku usaha membuat konsumen merasa lebih percaya dan nyaman menggunakan jasa laundry tersebut. Pelanggan menganggap bahwa keterbukaan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha menunjukkan adanya tanggung jawab dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kejujuran memiliki pengaruh penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Konsumen cenderung kembali menggunakan jasa atau membeli produk pada pelaku usaha yang dinilai jujur dan terbuka dalam bertransaksi. Sebaliknya, apabila pelaku usaha melakukan kebohongan atau menyembunyikan informasi tertentu, maka kepercayaan konsumen dapat berkurang dan berdampak pada keberlangsungan usaha.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Selain berdampak terhadap kepercayaan konsumen, penerapan kejujuran juga berpengaruh terhadap citra usaha di lingkungan masyarakat. Pelaku usaha yang dikenal jujur biasanya lebih mudah memperoleh pelanggan tetap karena masyarakat memiliki penilaian positif terhadap usaha tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kejujuran tidak hanya berkaitan dengan nilai moral, tetapi juga menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan daya saing usaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan konsep muamalah dalam Islam yang menempatkan kejujuran sebagai prinsip utama dalam aktivitas ekonomi. Kejujuran dalam transaksi dipandang sebagai bentuk tanggung jawab moral yang bertujuan menciptakan keadilan serta menghindarkan pihak lain dari kerugian.[120] Oleh sebab itu, penerapan prinsip kejujuran tidak hanya memberikan manfaat bagi konsumen, tetapi juga membantu pelaku usaha dalam menjaga keberlangsungan usahanya secara berkelanjutan.

Dalam kegiatan usaha, tidak semua konsumen memiliki tingkat kontribusi yang sama terhadap keberlangsungan usaha. Terdapat pelanggan yang hanya melakukan pembelian dalam jumlah kecil dan tidak rutin, seperti membeli satu atau dua kebutuhan tertentu saja. Konsumen seperti ini dapat dikategorikan sebagai pembeli biasa karena transaksi yang dilakukan bersifat sesaat dan tidak berlangsung secara berkelanjutan. Sebaliknya, terdapat pelanggan yang melakukan

[120] Emmy Hamidiyah dkk., *Ekonomi Syariah untuk UMKM: Mewujudkan Kemandirian Usaha sebagai Penggerak Ekonomi Umat* (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2025), 29

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

pembelian secara rutin, membeli dalam jumlah lebih banyak, serta memiliki hubungan yang lebih dekat dengan pelaku usaha. Pelanggan seperti ini dapat disebut sebagai pembeli potensial karena memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap perkembangan usaha.

Pada usaha toko sembako, pembeli potensial biasanya merupakan pelanggan yang berbelanja kebutuhan rumah tangga secara rutin dalam jumlah cukup banyak, bahkan terkadang melakukan pembelian secara hutang karena sudah memiliki hubungan kepercayaan dengan pemilik usaha. Sementara itu, pembeli biasa umumnya hanya datang untuk membeli kebutuhan tertentu dalam jumlah kecil, misalnya membeli satu bungkus mie instan atau kebutuhan mendadak lainnya. Meskipun demikian, pelaku usaha tetap berusaha memberikan pelayanan yang sama kepada seluruh konsumen tanpa membedakan perlakuan dalam transaksi.

Dalam usaha laundry, pelanggan potensial biasanya merupakan konsumen yang menggunakan jasa laundry secara rutin, seperti mahasiswa, pekerja, atau pelanggan yang mencuci pakaian dalam jumlah banyak setiap minggu. Sebaliknya, pelanggan biasa cenderung menggunakan jasa laundry hanya pada waktu tertentu dan tidak dilakukan secara terus-menerus. Keberadaan pelanggan potensial memiliki pengaruh penting terhadap kestabilan pendapatan usaha karena memberikan pemasukan yang lebih konsisten dibandingkan pelanggan biasa.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat dipahami bahwa penerapan prinsip amanah dan kejujuran memiliki peran penting dalam mempertahankan pelanggan potensial agar tetap loyal terhadap usaha yang dijalankan. Ketika konsumen merasa dilayani dengan baik, diberikan informasi secara jujur, serta diperlakukan secara adil, maka tingkat kepercayaan pelanggan akan meningkat. Kondisi ini kemudian mendorong konsumen untuk terus melakukan transaksi secara berulang dan membantu menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Tabel 4.3
Kesesuaian Teori dan Praktik di Lapangan

No.	Aspek	Teori	Praktik di Lapangan	Keterangan
1.	Keterbukaan harga	Kejujuran (*sidq*)	Harga disampaikan secara jelas	Sudah sesuai
2.	Keakuratan timbangan	Amanah	Tidak ada kecurangan timbangan	Sudah sesuai
3.	Tanggung jawab barang	Amanah	Barang rusak diganti	Sudah sesuai
4.	Ketepatan waktu	Amanah	Pelayanan sesuai kesepakatan	Sudah sesuai
5.	Menjaga kepercayaan	Kejujuran dan amanah	Pelanggan dipertahankan	Sudah sesuai
6.	Hutang pelanggan	Amanah keuangan	Diperbolehkan berhutang	Sudah sesuai
7.	Pencatatan hutang	Amanah keuangan	Dicatat dalam buku	Sudah sesuai

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2026[121]

Berdasarkan tabel perbandingan antara teori dan praktik yang telah disajikan, dapat disimpulkan bahwa mayoritas aktivitas usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM di Desa Mlawang telah mencerminkan penerapan etika bisnis Islam, terutama dalam hal amanah dan kejujuran. Hal tersebut dapat dilihat dari keterbukaan dalam menentukan harga, kejujuran dalam proses penimbangan, serta adanya tanggung jawab terhadap barang milik pelanggan.

[121] Data pada tabel kesesuaian teori dan praktik di lapangan merupakan hasil analisis peneliti berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi pada pelaku UMK toko sembako dan usaha laundry di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang, 2026.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Di sisi lain, dalam aspek pengelolaan keuangan, praktik pemberian kredit atau hutang yang disertai dengan pencatatan menunjukkan bahwa pelaku usaha telah mengimplementasikan prinsip amanah dengan cukup baik. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam dalam kegiatan usaha tersebut telah diterapkan secara efektif.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penerapan prinsip amanah dan kejujuran dalam kegiatan jual beli oleh pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Desa Mlawang, Kecamatan Klakah, Kabupaten Lumajang, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan Prinsip Kejujuran pada UMKM di Desa Mlawang

   Prinsip kejujuran pada usaha toko sembako dan laundry diwujudkan melalui keterbukaan dalam menyampaikan informasi kepada konsumen, seperti harga, kualitas barang, biaya layanan, serta kondisi yang sebenarnya. Sikap tersebut menunjukkan upaya pelaku usaha untuk menjalankan transaksi secara jujur dan tidak merugikan pelanggan.

2. Penerapan Prinsip Amanah pada UMKM di Desa Mlawang

   Prinsip amanah terlihat dari tanggung jawab pelaku usaha dalam menjaga barang milik konsumen, memenuhi kesepakatan yang telah dibuat, serta memberikan pelayanan yang baik. Pelaku usaha juga berupaya menjaga kepercayaan pelanggan melalui sikap profesional dalam menjalankan usahanya.

3. Implikasi Penerapan Prinsip Amanah dan Kejujuran terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keberlangsungan Usaha

   Penerapan amanah dan kejujuran memberikan pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen. Kepercayaan tersebut mendorong

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

pelanggan untuk tetap menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan, sehingga membantu menjaga keberlangsungan dan perkembangan usaha dalam jangka panjang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

1. Bagi pelaku UMK

   Diharapkan pelaku usaha mikro dan kecil dapat terus meningkatkan penerapan prinsip amanah dan kejujuran dalam setiap aktivitas jual beli. Pelaku usaha juga perlu lebih konsisten dalam menyampaikan informasi terkait produk atau jasa secara terbuka dan apa adanya, sehingga kepercayaan konsumen dapat terjaga dengan baik.

2. Bagi akademisi

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan kajian ekonomi Islam, khususnya yang berkaitan dengan etika bisnis pada sektor usaha mikro dan kecil. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian atau menggunakan pendekatan yang berbeda agar diperoleh hasil yang lebih variatif dan komprehensif.

3. Bagi masyarakat (konsumen)

   Konsumen diharapkan lebih selektif dalam memilih pelaku usaha serta memberikan apresiasi kepada pelaku UMK yang telah menerapkan prinsip kejujuran dan amanah. Dengan demikian, akan terbentuk ekosistem usaha yang sehat dan berlandaskan nilai-nilai etika.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

4. Bagi pemerintah atau pihak terkait

   Diharapkan adanya peran aktif dari pemerintah atau lembaga terkait dalam memberikan pembinaan, edukasi, serta pelatihan kepada pelaku UMK mengenai pentingnya penerapan etika bisnis Islam. Upaya ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas usaha serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap pelaku UMK.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Abrori, dan Sakinah. "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Praktik Usaha Mikro di Indonesia." *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 6, No. 1 (2024): 55-70.

Abidin, Zainal, dkk. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press, 2016.

———. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press, 2019.

Alma, Buchari. *Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta, 2010.

———. Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta, 2013.

Alma, Buchari, dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2014.

———. Pengantar Bisnis. Bandung: Alfabeta, 2016.

Al-Ghazali. Ihya' Ulumuddin. Beirut: Dar al-Fikr, t.t.

Anam, Muhammad Saiful. "Kerja dalam Perspektif Islam." *Al-Mashraf* 1, no. 1 (2014): 113.

Antonio, Muhammad Syafii. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.

Ashari, dkk. "Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Mikro Islam." *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* Vol. 8, No. 2 (2025): 88-102.

Creswell, John W. Research Design: *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran.* Terj. Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

———. *Pendekatan Metode* Kualitatif, *Kuantitatif, dan Campuran*. Diterjemahkan oleh Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.

———. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Maliki Press, 2012.

———. Etika Bisnis: *Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Malang: UIN-Maliki Press.

———. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press, 2012.

Chapra, M. Umer. *The Future of Economics*: An Islamic Perspective. Leicester: The Islamic Foundation, 2000

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Danil, Muhammad, dan Ahmad Afif. "Analisa Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Micro Kecil dan Menengah (UMKM) Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi pada Ruang Micro dan Macarina Jember)." *Indonesian Journal of Islamic Economics & Finance* 5, no. 2 (2022): 50-61.

Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2008.

Didin Hafidhuddin. *Islam Aplikatif*. Jakarta: Gema Insani Press, 2003.

Futuh, Fajri, dkk. *"Identifikasi Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Fashion Busana Muslim di Pasar Baru Trade Center."* Vol. 4, No. 1, 2018.

Hasna, Annisa Mutia. "Etika Bisnis Islam sebagai Fondasi Keberlanjutan Usaha Mikro dan Kecil." *Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam Vol. 3, No. 1 (2022): 15-29.*

Hasanuddin, Muhammad, dan Habib Nazir. *Ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syariah.* Jakarta*:* Kaki Langit, 2004.

Hisan, Ahmad Abqoriyin, Abdul Rokhim, dan Ahmadiono. "Implementasi Etika Bisnis dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di PT Tunggal Griya Sakinah." *Sanskara Manajemen dan Bisnis (SMB)* 3, no. 3 (2025): 201-

202.

Huda, Nurul, Mohamad Heykal, dkk. *Ekonomi Islam: Pendekatan Teoritis.* Jakarta: Kencana, 2015.

Kesuma, Dharma, Cepi Triatna, dan Johar Permana. *Pendidikan Karakter: Kajian Teori dan Praktik di Sekolah.* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.

Khairiyah, dan Juliana. "Peran Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen terhadap Usaha Kecil Berbasis Syariah." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 10, No. 1 (2025): 45-60.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga, 2009.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2016.

Lydianti, Dyah. *Pengantar Kewirausahaan*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.

Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah.* Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2012.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

———. *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana, 2012.

———. *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.

Masruroh, Nikmatul, dan Suprianik. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Desa dalam Perspektif Maqashid Syariah." *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Flores* 13, no. 2 (2023): 348-350.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.

Mujahidin, Ahmad. "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 5, No. 2, 2019.

Munjid, Mohamad Abdul, dan Fatmawati Sungkawaningrum. "Etika Pasar dan Kejujuran Transaksi dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal EMBA*, Vol. 10, No. 2, 2022.

Munawwir, Ahmad Warson. *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia*. Surabaya: Pustaka Progressif, 1997.

Mundir, dan Tomiyadi. "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Usaha Kecil." *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* Vol. 4, No. 2 (2023): 101-116.

Muhammad. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014.

———. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2016.

Mustari, Mohammad. *Nilai Karakter: Refleksi untuk Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

Musari, Khairunnisa, Mohammad Halil Hakiki, Moh Rizky Abadi, dan Diki Hendrianto. "Produktivitas Mesin Roasting Kopi di Perumda Perkebunan Kahyangan Jember: Analisis Etika Bisnis Islam." *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara* 1, no. 3 (2025): 619–622.

Mutiara, dkk. "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Usaha Mikro dan Kecil Sektor Perdagangan dan Jasa." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* Vol. 5, No. 1 (2024): 30-45.

Naqvi, Syed Nawab Haider. *Etika dan Ilmu Ekonomi: Suatu Sintesis Islami*. Bandung: Mizan, 2015.

Nazir, Habib, dan Muh. Hasanudin. *Ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syari'ah. Kaki Langit*, 2004.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Putri, dkk. "Penerapan Nilai Amanah dalam Usaha Mikro dan Kecil terhadap Kepercayaan Konsumen." *Jurnal Etika dan Bisnis Islam* Vol. 6, No. 2 (2024): 90-105.

Qaradawi, Yusuf al-. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.

Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Diterjemahkan oleh Zainal Arifin. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.

Qardhawi, Yusuf. 1997. *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Diterjemahkan oleh Didin Hafidhuddin. Jakarta: Robbani Press.

———. *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Diterjemahkan oleh Didin Hafidhuddin. Jakarta: Robbani Press, 1997.

Qurratulaini, Intan. *"Nilai Kejujuran dan Amanah dalam Ekonomi dan Bisnis Islam." Al-Iqtishadiah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 1, 2024.

Rivai, Veithzal, dan Andi Buchari. *Islamic Business and Economic Ethics.* Jakarta: Bumi Aksara, 2012.

Rahayu. "Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Pengembangan Usaha Mikro dan Kecil." *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah* Vol. 9, No. 1 (2025): 21-35.

Ramadhan, Rusdun Kamil, dan Abdur Rohman. "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Usaha Mikro dan Kecil Sektor Kuliner." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* Vol. 7, No. 2 (2024): 112-128.

Ramadhan, Rusdun Kamil, dan Abdur Rohman. "Implementasi Etika Bisnis Islam pada UMKM." *Jurnal Bisnis Syariah 3*, no. 1 (2024): 40-55.

Rivai, Veithzal dan Andi Buchari. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.

———. *Islamic Marketing:* Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah. Jakarta: Gramedia.

Saifullah, Muhammad. "Etika Bisnis Islami dalam Praktik Bisnis Rasulullah." *Jurnal* Vol. 19, No. 1, 2011.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Saifullah, Muhammad. "Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah." Vol. 19, No. 1, 2011.

Satori, Djam'an, dan Aan Komariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta, 2018.

———. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2019.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta, 2018.

Sudarsono. *Kamus Agama Islam*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003.

Syahfitri, Jannah, dan Syahriza. "Etika Bisnis Islam dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil." *Jurnal Ekonomi Mikro Syariah* Vol. 5, No. 2 (2024): 66-81.

Tambunan, Tulus T.H. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: *Isu-Isu Penting.* Jakarta: LP3ES, 2019.

Tamin, Wismiati. "Pentingnya Kejujuran dalam Kehidupan Sehari-hari." *Jurnal Pendidikan Karakter*, Vol. 2, No. 1, 2013.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4866.

Winedar, Ika Maulidina, Mahmudah, dan Lutfi Rahmatullah. "Analisis Implementasi Prinsip Syariah pada Latansa Homestay Kalipuro Kabupaten Banyuwangi Berdasarkan Fatwa DSN-MUI." *Rechtenstudent Journal* 3, no. 3 (2022): 45-47.

Ya'qub, Hamzah. Etika Islam: *Pembinaan Akhlaqul Karimah*. Bandung: Diponegoro, 1993.

Ya'qub, Hamzah. Etika Islam: *Pembinaan Akhlaqul Karimah.* Bandung: CV Diponegoro, 1996.

KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Yin, Robert K. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Diterjemahkan oleh M. Djauzi Mudzakir. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015.

Zuhaili, Wahbah az-. *Fiqh Islam wa Adillatuhu*. Jilid 5. Damaskus: Dār al-Fikr, 1989.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

MATRIKS PENELITIAN

Judul Penelitian	Variabel	Indikator	Metode Penelitian	Rumusan Masalah
PENERAPAN PRINSIP AMANAH DAN KEJUJURAN DALAM KEGIATAN JUAL BELI OLEH PELAKU UMK DI DESA MLAWANG KECAMATAN KLAKAH KABUPATEN LUMAJANG	1. Amanah	1. Pengertian amanah 2. Tanggung jawab pelaku UMK 3. Menepati kesepakatan 4. Menjaga kualitas barang/jasa	1. Jenis dan pendekatan penelitian: Kualitatif (Multi Kasus) 2. Lokasi: Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang 3. Teknik Pengumpulan Data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Teknik Analisis Data: a. Pengumpulan data b. Reduksi data c. Penyajian data d. Penarikan kesimpulan 5. Keabsahan Data: menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik	1. Bagaimana penerapan prinsip amanah dalam kegiatan jual beli oleh pelaku UMK di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang? 2. Bagaimana penerapan prinsip kejujuran dalam kegiatan jual beli oleh pelaku UMK di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang? 3. Bagaimana implikasi penerpan prinsip amanah terhadap kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha? 4. Bagaimana implikasi penerpan prinsip kejujuran terhadap kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha?
	2. Kejujuran	1. Pengertian kejujuran 2. Keterbukaan informasi barang/jasa 3. Kejelasan harga dan kualitas 4. Tidak adanya penipuan		
	3. Kegiatan Jual Beli	1. Proses transaksi jual beli 2. Interaksi penjual dan pembeli 3. Kesesuaian akad dan praktik 4. Pelayanan konsumen		

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

SURAT PERNYATAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Alfinna Quratul Aini
NIM	: 221105020038
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas	: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul "ANALISIS PENERAPAN PRINSIP AMANAH DAN KEJUJURAN DALAM KEGIATAN JUAL BELI OLEH PELAKU UMK DI DESA MLAWANG KECAMATAN KLAKAH KABUPATEN LUMAJANG" adalah benar-benar karya asli tulisan saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan didalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan keaslian skripsi ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jember, 6 April 2026

Saya yang menyatakan



Alfinna Quratul Aini

NIM. 221105020038

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

PEDOMAN PENELITIAN

A. FOKUS PENELITIAN

1. Bagaimana bentuk penerapan prinsip amanah dan kejujuran dalam kegiatan jual beli yang dilakukan oleh pelaku UMK di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerapan prinsip amanah dan kejujuran oleh pelaku UMK di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang?
3. Bagaimana dampak penerapan atau tidak diterapkannya prinsip amanah dan kejujuran terhadap kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha UMK?

B. PEDOMAN WAWANCARA

❖ Pedoman Wawancara Dari Pemilik UMK (Toko Sembako & Laundry)

1. Bagaimana cara Ibu memastikan timbangan beras atau barang lainnya tetap sesuai?
2. Apa yang Ibu lakukan jika ada barang yang sudah kadaluarsa?
3. Bagaimana cara Ibu menentukan harga barang yang dijual?
4. Apakah pelanggan yang sudah langganan diperbolehkan berhutang?
5. Bagaimana Ibu menyikapi kondisi yang kadang terjadi dalam transaksi jual beli?
6. Bagaimana karakteristik pelanggan yang biasanya berbelanja di sini?
7. Apa yang menjadi alasan Ibu tetap menjaga kejujuran dan kepercayaan pelanggan dalam berdagang?
8. Bagaimana Ibu menjaga kepercayaan pelanggan dalam usaha laundry ini?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

9. Bagaimana Bapak memastikan pekerjaan laundry selesai tepat waktu?
10. Bagaimana proses penanganan pakaian pelanggan ketika pertama kali diterima?
11. Apa saja kendala yang biasanya dihadapi dalam menjalankan usaha laundry?

❖ Pedoman Wawancara Dari Konsumen UMK (Toko Sembako & Laundry)

1. Apakah penjual menyampaikan harga barang secara terbuka dan memberikan timbangan yang sesuai saat Anda berbelanja?
2. Menurut Anda, apa yang membuat Anda percaya untuk terus berbelanja di toko tersebut?
3. Apakah sikap penjual tersebut membuat Anda merasa nyaman dan bersedia kembali berbelanja di toko tersebut? Tolong jelaskan.
4. Apakah pakaian yang Anda serahkan dijaga dengan baik serta dikerjakan sesuai dengan pelayanan yang dijanjikan?
5. Bagaimana sikap pemilik usaha dalam menghadapi kendala, seperti keterlambatan atau masalah pada pakaian?
6. Apakah pelayanan tersebut membuat Anda merasa percaya dan ingin kembali menggunakan jasa laundry tersebut?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: https://febi.uinkhas.ac.id/

Nomor : 3981/ Un.22/D.5.WD.1/KM.05.00/04/2026 16 April 2026
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Pemilik UMK Laundry
Jl. Olahraga, Desa. Mlawang, Kecamatan. Klakah, Kabupaten. Lumajang

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama	:	Alfinna Quratul Aini
NIM	:	221105020038
Semester	:	VIII (Delapan)
Jurusan	:	Ekonomi Islam
Prodi	:	Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Analisis Penerapan Prinsip Amanah dan Kejujuran Dalam Kegiatan Jual Beli Oleh Pelaku UMK di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember, Kode Pos 68136 Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005
e-mail: info@uinkhas.ac.id Website: www.uinkhas.ac.id

Nomor : 049/ Un.22/D.5.WD.1/KM.05.00/04/2026 16 April 2026
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.
Pemilik UMK Toko Sembako
Jl. Olahraga, Desa. Mlawang, Kecamatan. Klakah, Kabupaten. Lumajang

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama	:	Alfinna Quratul Aini
NIM	:	221105020038
Semester	:	VIII (Delapan)
Jurusan	:	Ekonomi Islam
Prodi	:	Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Analisis Penerapan Prinsip Amanah dan Kejujuran Dalam Kegiatan Jual Beli Oleh Pelaku UMK di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Slamet Riyadi

Jabatan : Pemilik UMK Usaha Laundry

Alamat : Jl. Olahraga, Desa. Mlawang, Kecamatan. Klakah, Kabupaten. Lumajang

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Alfinna Quratul Aini

NIM : 221105020038

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di UMK Usaha Laundry yang beralamat di Jl. OLahraga, Desa. Mlawang, Kecamatan. Klakah, Kabupaten Lumajang terhitung mulai tanggal 28 Februari 2026-6 April 2026 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"Analisis Penerapan Prinsip Amanah dan Kejujuran Dalam Kegiatan Jual Beli Oleh Pelaku UMK Di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang"**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Lumajang, 6 April 2026

Pemilik UMK Usaha Laundry

Slamet Riyadi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suhernah

Jabatan : Pemilik UMK Toko Sembako

Alamat : Jl. Olahraga, Desa. Mlawang, Kecamatan. Klakah, Kabupaten. Lumajang

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Alfinna Quratul Aini

NIM : 221105020038

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di UMK Toko Sembako yang beralamat di Jl. OLahraga, Desa. Mlawang, Kecamatan. Klakah, Kabupaten Lumajang terhitung mulai tanggal 28 Februari 2026-6 April 2026 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"Analisis Penerapan Prinsip Amanah dan Kejujuran Dalam Kegiatan Jual Beli Oleh Pelaku UMK Di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang"**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Lumajang, 6 April 2026

Pemilik UMK Toko Sembako

Suhermah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

ANALISIS PENERAPAN PRINSIP AMANAH DAN KEJUJURAN DALAM KEGIATAN JUAL BELI OLEH PELAKU UMK DI DESA MLAWANG KECAMATAN KLAKAH KABUPATEN LUMAJANG

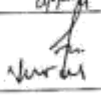
NAMA : Alfinna Quratul Aini

NIM 221105020038

No.	Hari Dan Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
1.	28 Februari 2026	Observasi awal lokasi penelitian pada UMK Toko Sembako	
2.	28 Februari 2026	Observasi awal lokasi penelitian pada UMK Usaha Laundry	
3.	6 Maret 2026	Wawancara dengan pemilik UMK Toko Sembako (Ibu. Suhernah)	
4.	6 Maret 2026	Wawancara dengan pemilik UMK Usaha Laundry (Bapak. Slamet Riyadi)	
5.	18 Maret 2026	Wawancara dengan Ibu. Suhartini pelanggan UMK Toko Sembako	
6.	18 Maret 2026	Wawancara dengan Bapak. Sali pelanggan UMK Toko Sembako	
7.	18 Maret 2026	Wawancara dengan Ibu. Ika Ari Latifa pelanggan UMK Usaha Laundry	
8.	18 Maret 2026	Wawancara dengan Ibu. Siti Kamila pelanggan UMK Usaha Laundry	
9.	26 Maret 2026	Dokumentasi dan pengumpulan data tambahan	
10.	28 Maret 2026	Pengolahan dan analisis data penelitian	
11.	30 Maret 2026	Penyusunan hasil penelitian	
12.	3 April 2026	Finalisasi data dan pengecekan ulang	
13.	6 April 2026	Penutupan penelitian	

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN
(Lanjutan)

No.	Hari Dan Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
1.	23 Mei 2026	Wawancara dengan Saudari Aprilia selaku karyawan Laundry	
2.	23 Mei 2026	Wawancara dengan Saudari Nurul selaku karyawan Laundry	
3.	24 Mei 2026	Dokumentasi dan verifikasi data hasil wawancara tambahan	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

DOKUMENTASI PENELITIAN

Kegiatan wawancara dengan Pemilik Jasa Laundry (Bapak. Slamet Riyadi)



Baju pelanggan sebelum di cuci



digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Jemuran pakaian laundry di area pengeringan



Penghangeran pakaian



digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Tampilan toko sembako beserta barang dagangan yang dijual



Etalase depan dan produk gantung



digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Stok bahan pokok dan sembako



Persediaan air mineral galon & air mineral kardus



digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Wawancara dengan Pemilik Toko Sembako (Ibu. Suhernah)



Wawancara dengan pelanggan I Toko Sembako (Ibu. Suhartini)



digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Wawancara dengan pelanggan II Toko Sembako (Bapak. Sali)



Wawancara dengan pelanggan I Jasa Laundry (Ibu. Ika Ari Latifa)



digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Wawancara dengan pelanggan II Jasa Laundry (Ibu. Siti Kamila)

Wawancara dengan karyawan laundry (Aprilia)



Wawancara dengan karyawan laundry (Nurul)



digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: http://uinkhas.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama	:	Alfinna Quratul Aini
NIM	:	221105020038
Program Studi	:	Ekonomi Syariah
Judul	:	Analisis Penerapan Prinsip Amanah dan Kejujuran Dalam Kegiatan Jual Beli Oleh Pelaku UMK di Desa Mlawang Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 20 April 2026
Operator Turnitin
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

(Hj. MARIYAH ULFAH, M.E.I)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: http://febi.uinkhas.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : /Un.22/D.5.KP.1/KM.05.00/04/2026

Yang bertandatangan di bawah ini Koordinator program Studi Ekonomi Syariah, menerangkan bahwa :

Nama : Alfinna Quratul Aini
NIM : 221105022038
Semester : VIII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 20 April 2026

A.n. Dekan
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah

Sofiah, M.E.
NIP. 199105152019032005

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

BIODATA PENULIS



Data Pribadi:

Nama	: Alfinna Quratul Aini
Nim	: 221105020038
Tempat/Tanggal Lahir	: Lumajang, 02 Agustus 2004
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Alamat	: Jl. Olahraga, Desa. Mlawang Kecamatan. Klakah, Kabupaten. Lumajang
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Universitas	: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
No Hp	: 081233100631

Riwayat Pendidikan

SD Negeri Mlawang 01	(2010-2016)
SMP Negeri 2 Klakah	(2016-2019)
MA Zainul Hasan 1 Genggong	(2019-2022)
UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember	(2022-Sekarang)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id