

Praktik Nilai-Nilai Ekonomi Islam Pada Umkm Wisata Kuliner Mewah (Mepet Sawah) Di Desa Tempos, Kabupaten Lombok Barat

Ardian Maulana Aziz a*, Mashur b

^a Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Nusa Tenggara Barat, Indonesia

^b Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Nusa Tenggara Barat, Indonesia

* Corresponding author: adrianmaulana2@gmail.com

Artikel Info	Abstrak
Article history: Received Revised Accepted Available online	Pariwisata kuliner menjadi sektor penting dalam menunjang perekonomian daerah, termasuk di Desa Tempos, Kabupaten Lombok Barat, melalui destinasi Wisata Kuliner Mewah (Mepet Sawah). Kehadiran UMKM di kawasan ini tidak hanya menjadi penggerak ekonomi lokal, tetapi juga berpotensi sebagai sarana implementasi nilai-nilai Ekonomi Islam dalam praktik bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktik nilai-nilai Ekonomi Islam diterapkan oleh pelaku UMKM di Wisata Kuliner Mewah serta sejauh mana efektivitas penerapannya dalam bentuk etika bisnis yang sesuai syariat Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM, pengelola wisata, dan pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Wisata Mewah telah menerapkan prinsip-prinsip Ekonomi Islam seperti <i>unity, equilibrium, free will, responsibility, dan benevolance</i>. Namun, ditemukan pula beberapa praktik yang belum sepenuhnya sesuai, seperti penukaran uang kembalian dengan barang dan pengelolaan limbah yang belum optimal.
Keywords: <i>Ekonomi Islam, Ekonomi Lokal, Wisata Kuliner, UMKM, Lombok Barat.</i>	

INTRODUCTION

Wisata kuliner adalah salah satu tujuan wisata yang menarik untuk dikunjungi saat sedang berwisata di sebuah daerah. Wisata kuliner menawarkan suasana tradisional yang unik berbentuk makanan khas dengan keberagaman bentuk, rasa yang otentik, dan harga yang terjangkau, ini merupakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan khususnya wisatawan dari luar daerah atau mancanegara. Menurut Bondan Winarno (dalam Eri Besra, 2012) industri kuliner di Indonesia memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata bagi para wisatawan mancanegara maupun lokal karena keragaman makanan dan minuman yang khas yang ada di setiap daerah.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang dimiliki dan dikelola oleh perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai mikro. Data dari Bank Indonesia (BI) menunjukkan jumlah pelaku UMKM di Indonesia adalah 56,54 juta unit atau 99,99% dari total pelaku usaha. Peran UMKM dalam perekonomian sangatlah penting bagi Indonesia. Ketahanan terhadap berbagai macam permasalahan ekonomi seperti lesunya perekonomian Indonesia saat pandemi Covid-19 2 kemudian saat krisis moneter tahun 1998 keberadaan UMKM masih tetap “tahan banting”. UMKM

memberikan kontribusi sebesar 61,7% untuk pendapatan bruto nasional dan penyediaan 97% lapangan kerja. Ini merupakan bukti bahwa UMKM adalah pilar ekonomi yang paling baik selama ini

Tidak terlepas dari UMKM di Wisata Kuliner Mepet Sawah atau biasa disingkat Mewah terletak di Desa Tempos, Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat adalah salah satu wisata kuliner tradisional atau disebut “Mepet Sawah” karena letaknya yang diapit oleh sawah dan juga terdapat bukit hijau di sekitar lokasi menambah kesan asri dan tradisional. Adanya wisata kuliner ini, mampu menaikkan perekonomian warga Desa Tempos khususnya bagi para UMKM-nya, karena wisata kuliner ini masih ramai dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun oleh wisatawan luar daerah, yang menunjukkan wisata ini masih memegang sisi tradisional dan lingkungan alam yang asri yang dicari oleh para wisatawan. Wisata kuliner Mewah ini juga sempat ditunjuk sebagai tempat event pemerintah yang menunjukan Wisata Mewah ini mengalami perkembangan yang maju.

Keberlanjutan usaha kuliner seperti wisata kuliner “Mewah” tidak harus selalu bergantung pada faktor alam dan budaya lokal saja untuk menarik minat pelanggan, melainkan perlu diperhatikan pula komitmen para pelaku usahanya dalam menerapkan etika bisnis. Dalam pengertiannya, etika bisnis menurut Umiatun (dalam Desi Kristanti, et. al, 2023: 3) adalah prinsip moral yang dijadikan sebagai panduan untuk bisnis yang dijalankan. Sehingga, semua aspek yang ada kaitannya dengan bisnis juga dapat menjalankan bisnis sesuai nilai, norma, adil, sehat, perilaku adil, profesional, baik seluruh orang di perusahaan yang ada di dalam, mitra kerja, klien, pemegang saham, pelanggan dan masyarakat luas. Etika bisnis adalah faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan untuk keberlangsungan usaha. Seperti yang dikemukakan Darnayanti, et. al, (2022:8) Penting untuk mengetahui etika bisnis dalam berdagang. Tujuannya adalah agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan baik tanpa merugikan konsumen. Dengan penerapan etika bisnis, keberlangsungan aktivitas usaha dapat terjaga dalam jangka waktu yang panjang.

Namun demikian, masyarakat dihadapkan dengan adanya kemerosotan terhadap penerapan etika dalam bisnis, akibat tinggi dan ketatnya persaingan bisnis membuat beberapa pelaku bisnis mengabaikan etika bisnis seperti adanya perilaku saling curiga, tidak memiliki tanggung jawab sosial, kurangnya menerapkan kejujuran, dan hal-hal negatif lainnya yang seharusnya tidak diterapkan dalam menjalankan bisnis. Pada bisnis syariah, bisnis yang dilakan wajib berlandaskan sinkron syariah. Semua hukum dan aturan yang dilakukan buat menjaga pebisnis agar mendapat rezeki yang halal dan rida Allah SWT. Dampaknya sendiri dari perbuatan melanggar etika bisnis itu di antaranya bisa merugikan produsen lain dan merugikan konsumen yang memanfaatkan produknya, kerugian tersebut berupa kerugian harta, benda, kesehatan, bahkan nyawa.⁴ Pendapat Suryana yang dikutip dalam skripsi Mulham (2023) kurangnya pengetahuan nilai-nilai Islam mempengaruhi sifat pedagang dalam berjualan sampai akhirnya timbulnya sifat curang apabila sudah berada pada masa puncak kesuksesan atau kegagalannya.

Islam secara tegas melarang seseorang bekerja sesuka hati demi mencapai tujuan dengan menghalalkan segala cara seperti penipuan, kecurangan, riba, gharar dan perbuatan batil lainnya.⁵ Firman Allah dalam surat Al-Muthaffifin ayat 1: "Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)". Untuk itu Islam mengajarkan "etika bisnis" yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis yang menjadi pedoman bagi umat Islam dalam berbisnis dengan cara yang halal dan etis. ⁶ Etika bisnis Islam adalah dasar dalam menjalankan kegiatan bisnis tanpa keluar dari nilai-nilai yang diajarkan Islam (Wahyu Sri Bintang Romadona dan Izzani Ulfi, 2021:68).

Dengan adanya nilai-nilai Islam dalam kegiatan bisnis, usaha menjadi lebih maju dan berkembang. Tanpa penerapan nilai etis tersebut, bisnis yang dijalankan akan stagnan (susah berkembang) bahkan bisa gagal (bangkrut). Dalam Islam terdapat lima prinsip etika, Menurut Syed Nawab Heider Naqvi (dalam Gadis Arniyati Athar, 2020:126) lima prinsip etika bisnis Islam tersebut adalah prinsip kesatuan (*tauhid atau unity*), keseimbangan (keadilan atau *equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), Kebajikan (kebenaran atau *benevolence*). Dalam praktik usaha UMKM di wilayah Wisata Kuliner Mewah, masih ada beberapa pedagang yang masih benar-benar kurang memahami bagaimana penerapan etika bisnis berbasis Ekonomi Islam, hal tersebut dihadapkan pada faktor minimnya kesadaran serta kurangnya pendidikan yang ditempuh oleh pedagang. Oleh sebab itu pedagang masih belum sepenuhnya mengetahui dan menerapkan nilai-nilai Ekonomi dalam Islam, mereka hanya fokus pada berjualan dan mencari keuntungan yang banyak tanpa memperhatikan dampak sosial dan lingkungan di sekitar serta kesesuaiannya terhadap syariat. Hal ini perlu diteliti lebih lanjut pada wisata kuliner Mewah sejauh mana para pedagang menerapkan etika bisnis berbasis Ekonomi Islam di wisata kuliner Mewah, Desa Tempos, Kecamatan Gerung.

RESEARCH METHODS

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Feni Rita Fiantika, et. al (2022:3), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena secara mendalam, yang dapat berupa pengalaman subjek penelitian seperti pelaku, persepsi, motivasi, atau tindakan. Fenomena tersebut dijelaskan secara menyeluruh melalui uraian kata-kata yang mencerminkan kondisi sebenarnya. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode induktif, di mana hasil penelitian lebih menitikberatkan pada makna daripada upaya untuk membuat generalisasi.

Penelitian ini dilakukan di wisata kuliner yang ada di Desa Tempos, Kabupaten Lombok Barat dengan subyek dari penelitian ini adalah para pelaku UMKM, pengurus, serta para konsumennya. Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Dalam penelitian ini terdapat tiga subyek sumber data primer, di antaranya: para pelaku UMKM, pengurus destinasi wisata Mewah (Mepet Sawah), dan konsumennya, teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan

metode kualitatif pada dasarnya melakukan suatu proses penyelidikan, kemudian data-data utama dan data pendukung yang didapatkan akan dihimpun. Biasanya data utama penelitian kualitatif didapatkan dari perkataan dan perbuatan, kemudian untuk data foto, tertulis, dan statistik merupakan data sebagai tambahan.

Analisis data merupakan aktivitas pengorganisasian data. Data yang terkumpul dapat berupa catatan lapangan dan komentar peneliti, gambar, foto, dokumen, laporan, biografi, artikel, dan sebagainya. Kegiatan analisis data ialah mengatur, menguraikan, mengelompokkan, memberikan kode, dan mengategorikannya. Pengorganisasian dan pengelolaan data tersebut bertujuan menemukan tema dan konsepsi kerja yang akan diangkat menjadi teori substansif.

RESULT AND DISCUSSION

Praktik Nilai-Nilai Ekonomi Islam Di Wisata Mewah

Dalam pembahasan pada bab sebelumnya bahwa nilai-nilai Ekonomi Islam adalah pedoman manusia dalam melakukan aktifitas berjual beli atau kegiatan bisnis lain, yang berlandaskan pada nilai-nilai yang terkandung di dalam Al-Qur'an, supaya manusia menghindari perbuatan yang tidak etis terutama dalam berbisnis yang merugikan pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti sejauh mana praktik nilai-nilai Ekonomi Islam dan bagaimana efektivitasnya di Wisata Mewah, Desa Tempos, Kabupaten Lombok Barat, sesuai dengan rumusan masalah yang tertera. Terdapat lima indikator utama dalam poin wawancara yang akan ditanyakan yang berupa: unity, equilibrium, free will, responsibility, benevolence. Lima indikator ini akan ditanyakan kepada Umkm dan pengunjung. Berikut adalah hasil wawancara yang telah dilakukan:

1. Unity (Kesatuan)

Prinsip ini berlandaskan pada ketuhanan, bahwa segala sesuatu yang dikerjakan manusia selalu diawasi oleh sang pencipta, prinsip ini juga berkaitan dengan bentuk toleransi tanpa diskriminasi terhadap siapa pun dan dalam kegiatan apa pun, termasuk dalam usaha jual beli atau berdagang. Di Wisata Mewah prinsip ini sudah diterapkan oleh pedagang, pedagang tidak melakukan diskriminasi atau bentuk intoleran terhadap pengunjung dari segala latar belakangnya.

Dalam hal ini, pengunjung lokal pun diperlakukan dengan baik oleh para pelaku Umkm, Desa Tempos. Hal ini sudah sejalan dengan prinsip "unity" yang di dalamnya tidak terdapat diskriminasi. Dari pengakuan dari para pengunjung ini sudah selaras dengan apa yang diakui oleh pedagang bahwa mereka tidak pernah menjalankan praktik diskriminasi terhadap pengunjung. Hasil wawancara menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai Ekonomi Islam sudah dilaksanakan dengan baik dari prinsip "unity" oleh pedagang di Wisata Mewah, Desa Tempos.

Sesuai dengan Qs. Al-Hujarat ayat 13, yang artinya:

“Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan serorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal”

Dalam ayat ini diterangkan bahwa manusia diciptakan berbangsa-bangsa agar saling mengenal, bukan saling membedakan. Efektivitas prinsip ini cukup baik karena tercermin secara nyata dalam interaksi pedagang dengan pengunjung

2. *Equilibrium (Keadilan)*

Pada prinsip ini dalam berdagang bahwa semua orang harus diperlakukan secara adil atau setara baik pada pembeli bahkan dengan pedagang lain tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Prinsip ini di wisata Mewah sudah diterapkan oleh para pedagang dengan baik, meski dalam sejumlah wawancara dikatakan harga jual akan naik ketika ramai, namun pedagang tidak akan menaikkan harga berdasarkan dari asal pengunjung (turis asing), harga tetap sama dan jika ada kenaikan pun (saat ramai) tidak sampai menguras kantong pengunjung, baik untuk turis lokal sampai turis asing.

Hal ini berarti penduduk lokal dari Pulau Lombok sendiri juga diberikan harga yang setara dengan pengunjung dari luar Pulau Lombok. Prinsip keadilan menekankan adil kepada siapapun termasuk dalam memberikan harga kepada turis asing maupun turis lokal yang tak sampai harus memeras pengunjung dengan memberikan harga yang sangat tinggi

3. *Free Will (Kehendak Bebas)*

Free will merupakan perwujudan dari kebebasan yang Tuhan berikan kepada manusia termasuk dalam berdagang, untuk bebas dalam melakukan transaksi apapun dengan cara apapun, namun dalam kebebasan ini harus ada batasan-batasan agar kegiatan transaksi maupun lingkungan di mana transaksi terlaksana berjalan baik dan nyaman. Salah satu cara mewujudkannya berupa menjaga hubungan baik dan tidak berlaku curang untuk menjatuhkan usaha pesaing atau kompetitor. Sebagai seorang Muslim harusnya kehendak bebas yang Tuhan berikan dalam berdagang dipergunakan untuk hal yang positif agar pengunjung tetap merasanya nyaman dengan suasana pedagang yang ramah tanpa ikut merasakan konflik internal.

Berdasarkan hasil wawancara dari narasumber di atas terkait prinsip “free will” tidak didapatkan jika prinsip tersebut telah dilanggar. Para pedagang di Wisata Mewah lebih memilih untuk bekerjasama atau menjaga hubungan baik antar sesama pedagang tanpa ada konflik atau persaingan yang saling menjatuhkan.

Pernyataan para pedagang di atas sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Choirunnisak (2023) dalam bisnis yang berbasis pada agama Islam (konsep kebebasan) merujuk kepada kerja sama, bukan persaingan atau mematikan usaha orang lain. Di sini para pedagang telah menerapkan prinsip free will yang dalam praktiknya tanpa ada persaingan yang tidak sehat antara pedagang, mereka lebih memilih untuk bekerja sama dan juga berlaku ramah kepada sesama pedagang

4. Responsibility (Tanggung Jawab)

Prinsip responsibility menekankan kepada pertanggungjawaban terhadap segala tindakan. Yang artinya dalam berdagang harus siap mempertanggungjawabkan segala tindakannya termasuk terhadap kualitas atau keamanan makanan dan minuman yang dijual, siap menghadapi keluhan, serta tanggung jawab terhadap lingkungan

Dengan melihat pernyataan dari para pedagang terkait prinsip responsibility para pedagang sudah baik dalam menjelaskan prinsip tersebut. Di sisi lain, wawancara terhadap Narita sebagai pengunjung dari luar pulau Lombok, menurutnya tak pernah merasa ada gangguan setelah mengonsumsi beberapa jajanan atau makanan yang dibeli, Narita juga mengatakan tak pernah ada keluhan dari dirinya terhadap kualitas atau pelayanan pedagang, namun dari pengakuannya terdapat beberapa sudut tempat yang terdapat sampah yang berserakan.

Hasil wawancara pada ketua Pokdarwis ini, para pedagang biasanya mengumpulkan sampahnya di tempat, menggunakan plastik, yang kemudian diambil oleh petugas dari Pokdarwis untuk dibersihkan atau dipindah ke tong sampah. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara para pedagang di atas, bahwa mereka akan mengumpulkan sampah sendiri pada plastik atau kardus kosong dan kemudian akan di angkut oleh Pokdarwis saat wisata sudah pada jam tutup dan juga sesuai dengan pernyataan para pedagang yang menyatakan tidak membuang sampah sembarangan.

Islam melarang siapapun dalam berbuat pengrusakan lingkungan seperti contohnya membuang sampah sembarangan, larangan tersebut terdapat dalam Qs Al-A'raf ayat 56, yang artinya:

"Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah diatur dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik" (Qs Al-A'raf ayat 56)

5. Benevolence (Kebenaran)

Prinsip ini merupakan prinsip yang ditekankan pada perbuatan yang benar (kebajikan) dan kejujuran. Kebenaran di sini adalah seperti niat dan sikap seseorang dalam transaksi atau menjalankan segala usaha, dan juga kebajikan yang ditujukan pada sesama makhluk sosial melalui sedekah, zakat, dan infak. Dalam berdagang kejujuran itu penting untuk menjaga kepercayaan pembeli, seperti jujur dengan takaran yang diberikan sesuai dengan nilai dari uang pembeli

Pernyataan dari pedagang di atas, sesuai dengan makna dari prinsip benevolence yang menekankan kepada kejujuran dari niat dalam berdagang. Dedi Riswandi dan Mashur (2020) menerangkan makna dari "benevolence" yaitu kebajikan, transparan, dan kejujuran yang datang dari niat atau sikap. Kebenaran di sini praktiknya berupa proses-proses dalam berdagang, seperti proses mencari komoditas sampai dengan penetapan keuntungan. Serta kebaikan sosial terhadap sesama contohnya dengan berbagi, dalam berdagang bisa berupa diskon atau takaran dari produk sedikit dilebihkan, meskipun tak wajib tapi "kebenaran" adalah sebuah tindakan kebajikan yang memberikan manfaat pada siapapun, seperti pada pendapat Al- Ghazali

(dalam Angga Syahputra, 2019) benevolence dipraktikkan dalam bentuk: pemberian ZIS (zakat, infaq, sedekah) dan “jujur” dalam setiap transaksi bisnis.

Efektifitas Nilai-Nilai Ekonomi Islam Di Wisata Mewah

Efektivitas merujuk pada sejauh mana penerapan nilai-nilai Ekonomi Islam mampu membentuk perilaku bisnis UMKM di Wisata Mewah sesuai prinsip yang Islami serta memberi dampak positif secara sosial, ekonomi, dan spiritual. Beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat efektivitas dalam penerapan nilai-nilai ekonomi Islam antara lain: Rata-rata pendidikan pedagang dari SMP ke bawah, sehingga apa yang tidak diterapkan adalah hasil dari kesadaran spiritual yang kurang mendalam dan kurang kritis terhadap dampak kedepannya. Fasilitas yang terbatas menjadi penghambat yang perlu diperhatikan. Kurangnya tong sampah, dan tempat pembuangan akhir yang tidak memadai adalah tanggung jawab bersama. Meski Umkm mengaku tidak membuang sampah sembarangan, tapi kurangnya tong sampah yang tidak menjangkau terhadap lapak mereka, itu bisa berpotensi pembuangan sampah yang tidak pada tempatnya. Prioritas ekonomi bisa membuat pedagang mengabaikan sebuah prinsip seperti semestinya. Hal-hal seperti diskriminasi harga seperti pernyataan sorang pedagang di atas adalah wujud dari “prioritas ekonomi” yang di mana lebih mengedepankan keuntungan besar tanpa mau tahu jika seandainya pengunjungnya merasa diperas.

KESIMPULAN

Praktik nilai-nilai Ekonomi Islam telah diterapkan oleh sebagian besar pelaku UMKM dalam kegiatan usahanya. Hal ini terlihat dari penerapan prinsip-prinsip seperti unity (keyakinan bahwa usaha merupakan ibadah kepada Allah serta anti terhadap diskriminasi). Equilibrium (berbuat adil terhadap konsumen dan mitra) meskipun terdapat satu kasus diskriminasi harga terhadap turis asing. Free will (pilihan bebas bagaimana sikap dalam transaksi). Responsibility (kesadaran akan tanggung jawab sosial dan lingkungan) diterapkan dalam jaminan keamanan produk, respon terhadap keluhan pelanggan, serta upaya pengelolaan sampah oleh Umkm. Serta Benevolence (kejujuran dan sikap baik dalam bertransaksi) meski praktik sedekah masih terbatas.

Efektivitas penerapan nilai-nilai Ekonomi Islam tergolong masih belum optimal. Meskipun sebagian besar pelaku usaha menyatakan berusaha menjalankan usaha secara Islami, namun praktiknya belum semua nilai dijalankan secara konsisten. Pada temuan awal, terdapat indikasi bahwa seorang pedagang membuang sampah pada kanal air dan penukaran kembalian dengan sebuah barang dengan paksa, hal ini jika dibandingkan dengan pernyataan pada hasil wawancara dan observasi lanjutan menunjukkan bahwa para pedagang umumnya mengaku tidak membuang sampah sembarangan dan tidak memaksa menukar kembalian dengan sebuah barang. Perbedaan antara temuan awal dan hasil wawancara ini mengindikasikan adanya kemungkinan perbedaan antar perilaku nyata dengan pengakuan responden, atau perubahan perilaku setelah

dilakukan pengamatan dan pendekatan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan dan observasi jangka panjang untuk memastikan konsistensi antar sikap yang ditunjukkan dan perilaku sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Abidin, Choirul. (2022). Tinjauan Hukum Dan Manajemen Resiko Terhadap Jual Beli Ikan Dengan Cara Memaancing: Studi Kasus Di Pemancingan Jedong Bolongpanggang Gersik). *Izdiyar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), hlm. 77.
- Adisubroto, Dalil. (1993). Nilai: Sifatnya Dan Fungsinya. *Buletin Psikologi*, 1(2), 28
- Alfian, Nurul. (2016). Nilai-Nilai Islam Dalam Upaya Pencegahan Fraud. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 1(2), 207.
- Amalia, Fitri. (2014). Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil. *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 6(1), 117.
- Anugrah, Besse Alfira. (2018). *Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Aryanto, Aris, et. al. (2021). *Entrepreneurial Mindsets & Skills*. Solok: CV Insan Cendikia Mandiri.
- Asmoro, Bramantyo Tri dan Da'awi, Muh Mujib. (2020). Revitalisasi Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Sukodono Dalam Pengelolaan Obyek Wisata Coban Pandawa. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 374.
- Athar, Gadis Arniyati. (2020). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Di Kota Binjai Sumatra Utara. *Wahana Inovasi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat UISU*, 9(1), 126.
- Bahri, Arsad, et al. (2019). Kajian Pemberdayaan UMKM Kota Makassar Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Pelaku Usaha. *Jurnal Inovasi dan Pelayanan Publik Makassar. Jurnal Inovasi dan Pelayanan Publik Makassar*, 1(1), 41.
- Besra, Eri. (2012). Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Si Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 12(1), 83.
- Choirunnisak. (2023). Etika Bisnis Perspektif Etika Bisnis Syariah. *Jurnal Of Economics and Business*, 1(2), 114.
- Darnayanti, et. al. (2022). Penerapan Konsep Ash-Shiddiq Pedagang Temporer Pada Wisata Mappogau Sihanua Di Kabupaten Sinjai. *Jurnal Bidang Muamalah Dan Ekonomi Islam*, 2(1), 8.
- Fachri, Muhammad Dika, et. al. (2023). Pengertian Dan Sumber Ajaran Islam. *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*, 1(1), 139-140.
- Fiantika, Feni Rita, et. al. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: Pt. Global Eksekutif Teknologi.
- Fikriyah, Samrotul, et. al. (2022). Peran Orang Tua Terhadap Pembentukan Karakter Anak Dalam Menyikapi Bullying. *Jurnal Tahsinia*, 3(1), 14.

- Fiqri, Yudhi Yanuar. (2024). Transaksi Yang Dilarang Dalam Islam. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 4(1), 30-34.
- Hasanah, Jumratul, et al. (2024). Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Kuliner Di Putussibau Kalimantan Barat. *Journal Of Economic, Accounting And Management*, 2(2), 274.
- Hidayat, Asep, et. al. (2022). Peran UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6710.
- Husna, Hania. (2018). *Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank BNI Syariah Banda Aceh Terhadap Semangat Kerja Karyawan*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Ibrahim, Azharsyah, et. al. (2021). Pengantar Ekonomi Islam. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah – Bank Indonesia.
- Idri. (2023). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam (Edisi Pertama)*. Jakarta: Kencana.
- Itang. (2014). Dasar Hukum Ekonomi Islam. *Islamicnomic. Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 5.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Kementrian Agama RI, 2019.
- Kristanti, Desi, et. al. (2023). *Etika Bisnis*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Kusumastuti, Adhi dan Khoiron, Ahmad Mustamil. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Madani, Hanipatudiniah. (2022). Pembinaan Nilai-Nilai Kejujuran Menurut Rasulullah Saw. *Jurnal Riset Agama*, 1(1), 149.
- Mashur dkk. (2022). Peningkatan Kapasitas Manajemen Dan Enterpreneur Islami Bagi Pemuda Di Desa Persiapan Penanggal Batulayar. *Jurnal Gema Ngabdi*, 4(2).
- Mashur, Mashur, dkk. (2024). Edukasi Ekonomi Syariah Bagi Mahasiswa Dan Organisasi Kepemudiaan Di Kabupaten Lombok Barat (Sharia Economic Education for Students And Youth Organizations In West Lombok Legacy). *Jurnal Pembedayaan Ekonomi*, 3(1).
- Mickial dan Putra, Ida Nyoman Tri Darma. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata Kuliner Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Pantai Ampenan. *Journal Of Responsible Tourism*, 4(1), 248.
- Mulham. (2023). *Penerapan Ekonomi Islam Terhadap UMKM di Pasar Andi Tadda Kota Palopo*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Mutrofin, Khuriyatul, et. al. (2024). Peran Umkm Mempertahankan Ekonomi Jawa Timur Selama Pandemi Covid-19. *El-Idaarah; Jurnal Manajemen*, 1(2), 1.
- Muttaqien, Fauzan, et. al. (2022). Pembukuan Sederhana Bagi UMKM. *Indonesia Berdaya Journal Of Community Engagement*, 3(3), 671-672.
- Nasution, Adanan Murroh. (2018). Batasan Mengambil Keuntungan Menurut Hukum Islam, *Jurnal El-Qanuny*, 4(1), 98.

- Purwanza, Sena Wahyu, et. al. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*. Bandung: Cv. Media Sains Indonesia.
- Rahmawati, Indriyani Dwi dan Jubaedah, Dedah. (2024). Etika Bisnis Islam Pada Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Syariah Dan Ekonomi Islam*, 5(1), 94.
- Ramadhany, Nurmeiny Putri, et, al. (2023). Analisis Penerapan Prinsip Etika Islam Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Rozza Bakery Palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, 3(1), 14.
- Rambe, Uqbatul Khair. (2020). Konsep Dan Sistem Nilai Dalam Perspektif Agama-Agama Besar Di Dunia. *Jurnal Theosofi dan Peradaban Islam*, 2(1), 97.
- Reza, Muhammad dan Violita, Evony Silvino. (2018). Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kinerja Bank Syariah Dengan Menggunakan Maqashid Index: Studi Lintas Negara. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis (JDAB)*, 5(1), 21.
- Rinawati, Ika, et. al. (2021). Implementasi Etika Bisnis Dalam Perspektif Manajemen Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 127.
- Riswandi, Dedi dan Mashur. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Hiburan Taman Kota Sandik Kecamatan Batulayar Kabupaten Lombok Barat. *Econetica: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 16.
- Romadona, Wahyu Sri Bintang dan Ulfi, Izzani. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Desa Jumbleng Indramayu. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(3), 68.