

**ETIKA BISNIS ISLAM
DALAM PERKEMBANGAN INDUSTRI HALAL
DI INDONESIA
(Studi Library Research)**

SKRIPSI

oleh:
METAHUL JANNAH
NIM : G94216113



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2022**

PERNYATAAN

Saya, (Metahul jannah, NIM G94216113), menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar asli dan hasil karya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil peniruan atau jiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel maupun di perguruan tinggi lainnya.

Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dalam daftar kepustakaan.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan tidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 15 Oktober 2022



Metahul Jannah
NIM: G94216113

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Metahul Jannah NIM. G94216113 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 29 Oktober 2022

Pembimbing



Dr. H. Muhammad Yazid, S.Ag., M.Si

NIP. 197311171998031003

PENGESAHAN SKRIPSI
ETIKA BISNIS ISLAM
DALAM PERKEMBANGAN INDUSTRI HALAL
DI INDONESIA
(Studi Library Research)

Oleh:
Metahul Jannah
NIM. G94216113

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
Tanggal 31 Oktober 2022 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diterima

Tim Penguji

1. Dr. H. Muhammad Yazid, S.Ag., M.Si
NIP. 197311171998031003
(Penguji 1)
2. Dr. Hj. Fatmah, S.T., M.M., RSA.
NIP. 197507032007012020
(Penguji 2)
3. Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.E.I
NIP. 198106062009012008
(Penguji 3)
4. Muhammad Iqbal Surya Pratikto, M.SEI
NIP. 199103162019031013
(Penguji 4)

Tanda Tangan



Surabaya, 10 April 2023

Dekan

Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : METAHUL JANNAH
NIM : 694216113
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / EKONOMI SYARIAH
E-mail address : Jannahmetahul@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERKEMBANGAN INDUSTRI HALAL
DI INDONESIA (Studi Library Research)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 April 2023

Penulis

(METAHUL JANNAH)

ABSTRAK

Pentingnya mengembangkan Industri Halal di Indonesia, yang mana hal ini dapat dilakukan dengan mengedepankan etika bisnis islami (ekonomi syariah) sebagai landasan pengembangannya, selain itu dalam Industri halal juga perlu memberlakukan sertifikasi Halal untuk produk-produk yang dihasilkan oleh Indonesia, dimana pelaksanaannya dapat diterapkan secara rutin dan diperpanjang masa berlakunya agar unit bisnis industri halal di Indonesia dapat menjalankan usahanya tanpa khawatir kehalalan produknya dan juga memberikan pelayanan islami dalam mengembangkan Industri Halal di Indonesia. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tentang : 1) Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia; 2) Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia; 3) Dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan studi kepustakaan (library Research). Teknik pengumpulan data menggunakan studi literatur dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia adalah etika yang bisnis yang mengedepankan nilai-nilai rahmatan lil 'alamin, selain itu dengan etika bisnis islami dalam pengembangan industry halal di Indonesia bertujuan mengembangkan ekonomi syariah secara kaafah (totalitas). 2) Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia, menjadi sebuah keniscayaan, dimana Implementasi etika bisnis islam dapat dilakukan dengan cara bisnis halal yang bertanggung jawab. Dimana dalam menerakan etika bisnis islami di dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia dilaksanakan melalui beberapa penerapan bisnis sebagaimana dicontohkan oleh rasululloh Saw yakni jujur, adil, Tolong Menolong, Tidak Menumpuk Harta, Barang yang Dijual Harus Halal, Bersaing Secara Sehat, Transaksi Jual Beli Tanpa Paksaan, Pandai Melihat Peluang, Memperlakukan Karyawan dengan Baik, dan Menerapkan Nilai Syariah di Segala Aspek. 3) Dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia dapat meningkatkan jumlah Industri halal yang lebih maju dan memiliki kualitas yang unggul berdasarkan syariat islam. Hal ini terbukti Indonesia memiliki peluang menambah 5,1 miliar dolar AS atau Rp 72,9 triliun terhadap produk domestik bruto (PDB) dari industri halal. Selain itu dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia, hal ini dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia.

Kata Kunci: *etika bisnis islam, industri halal, ekonomi syariah*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Yang Maha Pencipta, Allah Swt yang telah melimpahkan segala nikmat dan kasih sayang-Nya kepada seluruh makhluk serta sholawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad Saw. Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERKEMBANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA (Studi Library Research)” dalam keadaan sehat wal ‘afiyat sebagai salah satu persyaratan untuk melanjutkan penelitian Skripsi yang penulis lakukan sebagai syarat akhir dalam menyelesaikan pendidikan strata satu Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Penulis haturkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini. Secara khusus, penulis sampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Akh. Muzakki, M.Ag., Grad.Dip.SEA., M.Phil., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dan semua pembantu rektor atas semua layanan dan fasilitas yang diberikan selama peneliti menempuh studi.
2. Bapak Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya atas semua layanan dan fasilitas yang diberikan selama peneliti menempuh studi.
3. Ibu Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syari’ah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

4. Bapak Dr. H. Muhammad Yazid, S.Ag, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa ,e,berikan bimbingan, arahan, motivasi, semangat dan petunjuk dalam penyusunan skripsi ini.
5. Semua dosen pengajar dan staff Tata Usaha UIN Sunan Ampel Surabaya yang telah banyak memberikan kontribusi dalam memberikan keilmuan dan pelajarans elama proses peneliti menyelesaikan studi.
6. Ayahanda Efendi dan ibunda tercinta Delfia Andesma yang selalu menjadi motivator penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Abang, Haris Maiza Putra, S.H.I., M.H yang sekarang menempuh pendidikan doktornya dan Kakak ipar Armelia Prakasa, S.Pd yang sedang menempuh pendidikan magister yang selalu memberikan motivasi moril dan materil dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, masih banyak kekurangan dan kelemahan terutama disebabkan terbatasnya kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca sebagai bahan masukan sehingga dapat berguna bagi penulis maupun pembaca pada umumnya. Akhir kata, penulis memohon maaf dan terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan oleh penulis.

Surabaya, 28 Oktober 2022

Metahul Jannah
NIM. G94216113

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKAS.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Kajian Pustaka	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	25
1.6 Kegunaan Hasil Penelitian	25
1.7 Definisi Operasional.....	28
1.8 Sistematika Skripsi	31
BAB II KERANGKA TEORITIS	32
2.1 Etika Bisnis Islam.....	32

2.2 Industri Halal di Indonesia	40
2.3 Kerangka Analisa	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Pendekatan Penelitian	44
3.2 Sumber Data	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data	47
3.4 Teknik Pengolahan Data	47
3.5 Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia	50
4.2 Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal	56
4.3 Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal	62
BAB V PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kajian Pustaka.....	18
-------------------------------	----



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisa.....	43
----------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Etika bisnis Islam adalah nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moral yang sesuai dengan syariah (Alma, 2014, hlm. 70). Etika bisnis Islam juga dapat dipahami sebagai pemikiran atau refleksi tentang perbuatan baik, buruk, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis (Badroen, 2006, hlm. 15). Alhasil secara sederhana bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip atau norma yang diterapkan oleh para pelaku bisnis dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat (Dwiatma, 2019).

Etika dalam ajaran Islam menuntun seluruh aspek perilaku kehidupan manusia, hampir setiap individu berhadapan dengan berbagai permasalahan etis baik menjalankan bisnis ataupun menjalankan aktivitas sehari-hari. Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan etika, pelaku bisnis muslim hendaknya memiliki kerangka etika bisnis yang kuat sehingga mengantarkan aktivitas bisnis nyaman dan berkah (Hamid & Zubair, 2019).

Suatu kegiatan bisnis harus dilakukan dengan etika atau norma-norma yang berlaku di masyarakat bisnis. Etika dan norma-norma itu digunakan agar para pengusaha/pedagang tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan dan

usaha yang dijalankan memperoleh berkah dari Allah SWT dan memperoleh simpati dari masyarakat. Pada akhirnya, etika tersebut membentuk para pengusaha/pedagang yang bersih dan dapat memajukan serta membersihkan usaha yang dijalankan dalam waktu yang relatif lebih lama (Hulaimi, 2017).

Prinsip-prinsip pemasaran Islam menggabungkan konsep maksimalisasi nilai dengan prinsip 'keadilan' untuk kesejahteraan yang lebih luas di masyarakat. Prinsip-prinsip ini menawarkan cara untuk menciptakan nilai dan meninggikan taraf hidup masyarakat secara umum melalui kegiatan komersial. Kebutuhan konsumen telah berfokus pada perubahan yang sangat cepat bagi kegiatan pemasaran suatu bentuk komunikasi pemasaran yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2008, hlm. 219).

Fenomena penerapan etika bisnis Islam yang ada pada perkembangan industri halal di Indonesia perlu menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam prospek pengembangan industri halal seperti halnya pengembangan Industri halal dalam wisata ramah muslim di Jawa Barat (Mutmainah dkk., 2022), makanan halal (Ahyani, Mahfud, dkk., 2021), wisata halal (Ahyani, Muharir, dkk., 2021), desa wisata halal (Adinugraha, 2018), wakaf tunai (Ahyani, 2021), dan lain sebagainya.

Pada era modern seperti saat ini, bisnis tidak bisa dipandang sebelah mata, satu hal yang sangat menarik dibicarakan adalah tentang etika bisnis.

Hal ini penting dikarenakan bisnis sudah menjadi satu kesatuan dalam kehidupan masyarakat. Seiring berjalannya waktu banyak para pelaku bisnis yang mengabaikan etika dalam berbisnis, Sering ditemukan banyak perusahaan yang hanya mempedulikan keuntungan semata tanpa memperhatikan nilai-nilai dalam berbisnis tidak peduli itu baik atau buruk asalakan perusahaan mendapatkan keuntungan. Tanpa disadari seringkali terjadi kasus-kasus yang kurang baik dalam dunia bisnis, khususnya berkaitanya dengan etika dalam berbisnis, seperti perdangan manusia, penipuan, perusakan lingkungan, memperkerjakan anak di bawah umur, praktek-praktek monopoli, oligapoli, korupsi, kolusi, nepotisme dan lain sebagainya. bisnis yang baik adalah bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari al Quran dan al Sunnah yang didalamnya mementingkan kemaslahatan bersama atau umat manusia. Selain itu agar pelaku bisnis mau mengimplementasikan etika bisnis yang sesuai dengan Islam. Agar terwujudnya bisnis yang baik yang sesuai dengan Islam maka perlu adanya dukungan dengan kesadaran yang tinggi oleh berbagai pihak untuk diaktualisasikan dalam kehidupan social ekonomi, system ekonomi secara integral atau menyeluruh khususnya dalam pengembangan industry halal yang ada di Indonesia (Muhammad, 2020).

Selain itu dalam pelayanan jasa sebagaimana pendapat (Zainuddin & Khoiriyah, 2021), dikatakan bahwa etika bisnis islam sangat diperlukan, hal ini dikarenakan setiap pelaku usaha (pebisnis) harus menerapkan etika dengan baik. Dengan penerapan etika yang benar, kegiatan bisnis yang dilakukan akan berjalan sesuai dengan aturan agama yang berlaku. Etika yang harus

diperhatikan dalam berbisnis antara lain etika dengan sesama pengusaha, karyawan, pelanggan dan masyarakat.

Kawasan industri halal sendiri merupakan kawasan yang dibangun dengan fasilitas untuk mengembangkan industri yang memproduksi produk halal sesuai prinsip syariah. Seperti halnya industri halal di Indonesia meliputi 1) Makanan dan Minuman, 2) Kosmetik, 3) Farmasi, 4) Travel, 5) Fashion (Dinas Perindustrian dan Perdagangan, 2022). Dengan demikian pentingnya pengembangan industri halal di Indonesia, hal ini dikarenakan industri halal berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di era pandemi covid-19 (Utari dkk., 2022). Selain itu pula industri halal bertujuan guna mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia di era new normal (Kamila, 2021). Dengan semakin menyempitnya selisih jumlah umat Nasrani dan umat Muslim di dunia membuat industri halal memiliki peluang yang sangat besar untuk bisa berkembang dan menguasai pasar dunia. Indonesia merupakan negara dengan populasi umat Muslim terbesar di dunia dengan total 231,06 juta penduduk Indonesia yang memeluk agama Islam. Jumlah tersebut setara dengan 86,7% dari total penduduk Indonesia (Sugianto, 2022).

Di Indonesia, ekonomi syariah juga terus tumbuh dan menunjukkan perkembangan menggembirakan. Bank Indonesia (BI) dalam Indonesia Halal Market Reports 2021/2022 mencatat potensi kontribusi ekonomi syariah sebesar total US\$5,1 miliar terhadap PDB nasional melalui ekspor produk halal, pertumbuhan penanaman modal asing, serta substitusi impor. Pertumbuhan ekonomi syariah juga semakin kokoh ditopang oleh beberapa

pendorong utama, antara lain besarnya populasi Muslim, meningkatnya kesadaran terhadap nilai-nilai etika Islam yang berkaitan dengan konsumsi produk halal dan thoyyib, dan semakin banyak strategi dan program nasional yang didedikasikan untuk pengembangan produk dan layanan halal (Widodo, 2022).

Selanjutnya dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, telah diubah dengan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, dimana dalam Pasal-Pasal yang diubah ada menyisipkan Pasal yang mewajibkan pelaku usaha mikro dan kecil untuk memiliki sertifikat halal bagi produk olahannya. Selain itu dengan potensi pasar yang sangat besar dengan adanya potensi Industri halal di Indonesia tersebut, negara-negara lain menjadikan Indonesia sebagai target utama pasar produk halal mereka. Sehingga sekarang saatnya pelaku industri halal nasional untuk menjadi pemain utama dalam industri halal global, tidak lagi sekadar menjadi target pasar produk halal. Sehingga dalam mengembangkan industry halal di Indonesia perlu diterapkan etika bisnis islami. Dimana yang menjadi dasar tujuan bisnis islami adalah keberkahan dan manfaat bagi orang lain yang sangat memerlukan dari kegiatan yang dilakukan. Alasan etika bisnis untuk membentuk kesadaran moral bagi para pelaku bisnis dan memberikan batasan-batasan atas tindakan yang dapat menghancurkan bisnis bisnis yang baik.

Etika bisnis adalah cara mengelola kegiatan bisnis yang mencakup berbagai macam aspek yang berkaitan dengan usaha, masyarakat, maupun hubungan individu. Dari cara tersebut maka akan terbentuk nilai, moral, serta

perilaku yang akan dijalankan untuk berkembangnya bisnis. Menurut (Gunara & Sudiby, 2007), pentingnya memberikan pelayanan yang bermutu disebabkan pelayanan (Service) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Service berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaianya pun akan mengenai Heart Share konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam Mind Sharekonsumen. Dengan adanya Heart Share dan Mind Share yang tertanam, kepuasan konsumen pada produk atau usaha tidak akan diragukan.

Muamalah adalah sebuah hubungan manusia dalam interaksi sosial sesuai syariat, karena manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup berdiri sendiri. Dalam hubungan dengan manusia lainnya, manusia dibatasi oleh syariat tersebut, yang terdiri dari hak dan kewajiban. Menurut fiqh muamalah terdiri atas (1) harta; (2) milik; (3) akad; (4) hak dan kewajiban; (5) jual beli; (6) ijarah (sewa menyewa); (7) rahn (gadai); (8) qardh (utang piutang); (9) riba; (10) ariyah; (11) hiwalah; (12) kafalah; (13) syirkah; (14) mudharabah; (15) muzaro'ah; (16) musaqah; (17) wadi'ah; (18) wakalah; (19) hibah; (20) ju'alah (Harun, t.t.). Selanjutnya Abd. Rahman Ghazaly, dalam bukunya berjudul "Fiqh Muamalat" dijelaskan bahwa sebagai sistem kehidupan, Islam memberikan warna dalam setiap dimensi kehidupan umat manusia, tak terkecuali dalam urusan perekonomian. Sistem nilai dalam Islam ini berusaha mendialektikkan nilai-nilai ekonomi dengan nilai akidah dan etika (Ghazaly, 2016).

Selain itu penerapan prinsip syariah dapat meningkatkan nilai tambah dalam pelayanan (Maksum dkk., 2022). Hal ini artinya meningkatkan etika bisnis secara islami dalam suatu kewirausahaan penting untuk diterapkan oleh pelaku usaha. Dalam hal etika bisnis islami, ketika digunakan oleh pengusaha, maka hal ini dapat dijadikan sebagai salah satu pengembangan alternatif dalam memberikan perlindungan konsumen, dimana dalam hal melindungi konsumen di Indonesia, hal ini juga bermanfaat dan mendukung perekonomian nasional (Holijah & Rizal, 2022).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik meneliti dengan memilih judul “Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia (Studi Library Research)”.

1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi berbagai masalah, diantaranya:

1. Pentingnya penerapan etika bisnis Islam dalam perkembangan industri halal di Indonesia, ini sama dengan menerapkan etika bisnis islami dapat menjadikan nilai tambah (Zainuddin & Khoiriyah, 2021).
2. Dengan menerapkan etika bisnis Islam dalam pengembangan industri halal di Indonesia, dapat menciptakan kehidupan yang berkeadilan, mengurangi kesenjangan sosial serta menghidupkan nilai-nilai keislaman (Ahyani & Slamet, 2021).

3. Dampak penerapan etika bisnis Islam dalam perkembangan industri halal di Indonesia, hal ini adalah salah satu bentuk dalam mewujudkan potensi secara penuh dan mendukung strategi industri halal di Indonesia yang meliputi a) meningkatkan daya saing, b) sertifikasi, c) membangun koordinasi, d) publikasi, dan e) menjalin kerjasama (Sugianto, 2022).
4. Dengan menciptakan Lingkungan Bisnis Islami yang perlu ditekankan adalah etika bisnis Islami itu sendiri, seperti meningkatkan pelayanan kepada konsumen, menyediakan tempat/lokasi perusahaan yang memadai, fasilitas yang unggul dan sebagainya (Ahyani dkk., 2022).
5. Etika bisnis islami adalah ekonomi syariah (Ramadan, 2009; Sakirah dkk., 2022).

Untuk menghindari melebarnya pembahasan dan supaya fokus terhadap permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, maka perlu dibatasi pembahasannya, meliputi:

1. Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia.
2. Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia.
3. Dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan batasan masalah yang telah penulis paparkan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia ?;
2. Bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia ?;
3. Bagaimana Dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia ?.

1.4 Kajian Pustaka

Dari beberapa penelitian dan pembahasan terdahulu yang telah ditelusuri oleh penulis, penulis menemukan beberapa kajian seputar “Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Industri Halal Di Indonesia (Studi Library Research)”, diantaranya:

1. Disertasi karya (Harahap, 2020), berjudul “Etika Bisnis Perdagangan Menurut Al-Quran”, Disertasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan 2020, dimana hasil pembahasan mengungkapkan bahwa bisnis menurut bahasa Alquran disebut al-kasb, al-‘aml dan as-sa’yu. Dari antara ketiga terma ini, al-kasb merupakan terma yang paling dekat dengan bisnis. Karena terminologinya tidak hanya sama dengan terminologi bisnis secara umum, sebagaimana dikemukakan para pakar ekonomi, tetapi juga karena Alquran dan hadis secara gamblang mengungkap dan menggunakan terma al-kasb untuk mengistilahkan usaha bisnis. Maka muncullah simpul-simpul bisnis, yaitu: pertama, simpul bisnis ekstratif; kedua, simpul bisnis agraris; ketiga

simpul bisnis industri manufaktur; keempat simpul bisnis service; dan kelima simpul bisnis perdagangan. Keseriusan Alquran dalam persoalan bisnis ditandai adanya aksioma-aksioma bisnis perdagangan, yaitu bahwa Alquran menjelaskan bahwa hal yang bisa menggantikan praktik riba adalah konsep bisnis perdagangan islami.

Dalam menciptakan produk halal indikatornya adalah pelabelan produk, dan setiap bisnis perdagangan harus menerapkan akuntansi syari'ah. Alquran juga menawarkan konsep etika bisnis perdagangan internasional. Selain konsep etika bisnis perdagangan domestik tersebut, konsep lain menurut Alquran ialah perlunya mengoptimalkan religiusitas para pebisnis perdagangan internasional, karena begitu sangat jauh dan luasnya jangkauan bisnis perdagangannya.

2. Tesis karya (Isnayah, 2021), berjudul “Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Promosi di Instagram (Studi Endorse Selebgram di Kota Parepare)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menelaah bentuk pemasaran penjualan produk dalam praktik endorsement media sosial instagram di Kota Parepare, mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi praktik endorsement dalam promosi produk media sosial instagram di Kota Parepare, dan mendeskripsikan bagaimana implikasi nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik endorsement di media sosial instagram. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini

adalah reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), penarikan kesimpulan (conclusion) atau verifikasi.

Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Bentuk pemasaran produk dalam praktik endorsement media sosial instagram di Kota Parepare adalah dengan mendayagunakan eksistensi selebgram untuk melakukan aktifitas promosi di media sosial instagram. 2) Faktor-faktor yang mempengaruhi praktik endorsement dalam promosi produk media sosial instagram di Kota Parepare diantaranya adalah faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor emosional. 3). Implikasi dari penerapan etika bisnis yang Islami dengan mengacu pada indikator Tauhid, keadilan, tanggung jawab dan kebenaran dapat berupa timbulnya ikatan emosional dan spiritual sehingga mendorong minat konsumen untuk mencoba dan menggunakan produk penuh dan berkelanjutan, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai penjualan dalam aspek perekonomian bisnis..

3. Jurnal karya (Astuti & Ruqiah, 2019), dimana Islam sebagai ajaran Rahmatan lil alamin memberikan pedoman kepada kehidupan umat, agar tercipta keseimbangan di alam semesta . Untuk itu Sang Pencipta melalui Nabi Muhammad SAW, memberikan petunjuk jalan kebenaran kepada setiap manusia. Tidak terkecuali, Petunjuk yang terkait bagaimana mengkonsumsi produk yang baik bagi fisik maupun spiritual. Makanan yang baik adalah makanan yang masuk kategori diharamkan dalam ajaran agama. Halal tidaknya suatu makanan merupakan hal yang paling penting untuk masyarakat muslim. Di era pasar bebas saat ini, peluang pasar untuk

produk halal sangat besar, sehingga Negara- Negara muslim melalui lembaga syariahnya harus dituntut untuk menangani masalah sertifikasi halal dari suatu produk. Karena produk yang sudah bersertifikat halal akan lebih mudah untuk memasuki pasar internasional yang makin akomodatif dengan nilai-nilai yang diyakini umat Islam.

4. Jurnal yang ditulis oleh (Arwani dkk., 2022), berjudul “Halal-Thayyib, Food Products, and the Halal Industry: A Thematic Analysis on the Verses of the Qur'an (Halal-Thayyib, Produk Makanan, dan Industri Halal: Analisis Tematik Ayat Al-Qur'an.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis sumber literatur istilah halal-thayyib dan penggunaannya dalam Al-Qur'an yang berimplikasi pada proses produk makanan yang mengalami perkembangan pesat dalam industri halal global. Analisis tematik digunakan sebagai pendekatan dalam memahami dan menganalisis sebuah teks dengan istilah halal-thayyib yang disebutkan dalam beberapa ayat Al-Qur'an. Penggunaan istilah dan bentuknya akan dikumpulkan, diklasifikasikan, divalidasi, dan ditafsirkan sesuai dengan aturan yang berlaku dalam studi teks Arab dan studi komentar. Teks tersebut akan diinterpretasikan dan dianalisis untuk mendapatkan pemahaman tentang produk makanan halal. Hasil penelitian menegaskan bahwa istilah halal-thayyib digunakan secara berbeda dalam konteks dan ruang-waktu makna, meskipun penggunaannya sama untuk menjelaskan ketentuan hukum tentang makanan. Isyarat-isyarat ilmiah dalam ayat-ayat Al-Qur'an berimplikasi pada jenis dan sumber pangan,

proses produksi, dan inovasi produk yang mensyaratkan kriteria halal untuk dikonsumsi dari segi kesehatan, ciri pangan sehat dan bersih, kriteria legal produk pangan halal, dan dikembangkan untuk menciptakan sistem jaminan produk halal. Kriteria tersebut merupakan persyaratan sertifikasi halal untuk produk pangan yang memerlukan ekosistem halal agar memiliki daya saing pasar dalam perkembangan industri halal global.

5. Jurnal karya (Ayu & Anwar, 2022), berjudul “Etika Bisnis Ekonomi Islam dalam Menghadapi Tantangan Perekonomian di Masa Depan”. Islam menempatkan etika dan moral pada posisi paling utama dalam kehidupan, Etika bisnis ekonomi Islam hadir untuk menjadi solusi pengembangan diri dalam dunia bisnis dan tindakan yang sesuai dengan norma dan agama. Penelitian yang dipakai yaitu penelitian kualitatif, dengan teknik pengumpulan data seperti pelacakan jurnal, buku-buku, dan artikel yang membahas tentang etika bisnis ekonomi Islam. Setelah sumber-sumber data terkumpul penulis akan menganalisis kemudian akan ditarik kesimpulan sebagai hasil dari penelitian.

Tujuan penelitian ini untuk menggali seberapa besar peluang berbisnis dengan tetap mengedepankan moral. Penelitian ini mengungkapkan Etika bisnis ekonomi Islam dalam menghadapi tantangan perekonomian masa depan yaitu dengan cara terus mengikuti perkembangan zaman dan berinovasi serta mengolah kemampuan diri untuk dapat beradaptasi dengan keadaan yang semakin maju dan

berkembang, dunia bisnis bertujuan menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang jauh lebih baik serta tetap mengedepankan etika dan moral.

6. Jurnal karya (Madjid & Hasan, 2022), berjudul “Analisis Peluang, Tantangan Dan Strategi Industri Halal Di Indonesia (pada Masa Pandemic Covid-19)”, dimana Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Hal ini sebenarnya dapat menjadi potensi bagi Indonesia untuk mengembangkan industri berbasis halal. Agar mampu bersaing dalam pasar industri halal di dunia. Tentu jalannya tidak mudah, beberapa kendala yang harus dihadapi Indonesia. Salah satu kendala adalah Pandemic Covid-19. Penelitian ini menganalisis bagaimana peluang, hambatan dan strategi industri halal food yang dapat dilakukan. Hal ini mengingat populasi penduduk muslim terbesar di dunia yang seharusnya Indonesia pengembang industri halal terdepan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode kepustakaan dengan data sekunder yang didapatkan melalui artikel ilmiah maupun dokumen lainnya yang relevan. Hasil penelitian peluang industri halal di Indonesia yaitu; industri halal merupakan kebutuhan dan gaya hidup, beragamnya variative produk halal food, terdapat peraturan yang mengaturnya, merupakan kebutuhan eksport.
7. Jurnal karya (Syafitri dkk., 2022), berjudul “Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam”. Dimana dalam pembahasan artikel ini Jaminan terhadap kehalalan sesuatu produk pangan dapat diciptakan dengan cara membentuk sertifikasi halal. Sertifikasi halal merupakan suatu

bukti yang telah ditetapkan oleh MUI dimana produk yang dipasarkan oleh produsen telah memenuhi semua syarat kehalalannya, sehingga produk tersebut diperbolehkan untuk diperjualbelikan di lingkungan masyarakat. Pencantuman sertifikasi label halal pada makanan menjadikan sebagai sarana yang efektif bagi konsumen untuk memilah makanan halal dengan lebih mudah dan merupakan sebagai salah satu bentuk tanggung jawab produsen dalam berbisnis serta perlindungan bagi konsumen. Karena Masyarakat juga berhak untuk mengetahui dan mendapatkan sebuah informasi yang jelas dan rinci mengenai setiap komposisi atau bahan yang digunakan untuk produk yang disajikan didalam produk tersebut.

8. Jurnal karya (Rozhania dkk., 2022), berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi pada Almeera Moslem Store Bogor”. Dalam ekonomi Islam, pasar memiliki nilai penting, karena harus memiliki moralitas atau etika yang menjadi salah satu tanggung jawab setiap pelaku ekonomi. Etika dalam bisnis harus diwujudkan secara pribadi yang bertujuan agar setiap pelaku bisnis yang berdagang mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, dalam perdagangan Islam tidak hanya mencari keuntungan tetapi mencari berkah. Penelitian ini menjelaskan bagaimana penerapan etika bisnis Islami dalam pemasaran busana muslim di Almeera Moslem Store Bogor dan bagaimana konsep pemasaran Islami dalam bisnis muslim di Almeera Moslem Store Bogor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu mendeskripsikan beberapa informasi di lapangan dengan teknik pengumpulan data yang

digunakan dalam penelitian ini berupa wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islami dalam praktik pemasaran busana muslim di Toko Almeera Muslim Store Bogor telah sepenuhnya menerapkan prinsip keadilan, prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip tanggung jawab. prinsip kebenaran. Dalam implementasi konsep pemasaran di Almeera Moslem Store Bogor berupa pemasaran produk, harga, dan transaksi, namun ada satu hal yaitu kepuasan produk yang menjadi masalah yang belum ada solusinya. Solusi umumnya adalah bernegosiasi. Almeera Moslem Store Bogor selalu ramah dan sopan kepada konsumen dalam pelayanan dan pemasaran sebagaimana yang telah diterapkan dalam syariat Islam.

9. Jurnal karya (Tanjung & Panggabean, 2022), berjudul “Peluang Wisata Halal Terhadap Pengembangan Ekonomi Islam”. Fokus penelitian ini adalah tentang peluang wisata halal terhadap pengembangan ekonomi Islam. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan library research dengan cara menelusuri sumber-sumber primer dalam bentuk buku atau jurnal primer yang berkenaan dengan tema penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peluang wisata halal di Indonesia sangat besar sebab mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dan semakin meningkatnya wisatawan baik lokal maupun manca negara yang datang setiap tahunnya, potensi wisata yang dimiliki juga sangat banyak dan sangat diminati. Beberapa tantangan yang juga harus diperhatikan adalah

bagaimana kemudian strategi pemasarannya dapat dilakukan secara baik dan mengakomodir kepentingan wisatawan lain. Oleh karenanya sangat penting mengembangkan wisata halal sebab pengaruhnya tidak hanya pada sektor ekonomi Islam saja akan tetapi juga menjadi sumber pendapatan negara.

10. Jurnal karya (Khutub & Ulfa, 2022), berjudul “Existence of Halal Tourism in Indonesia Islamic Business Ethics Perspective”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana eksistensi wisata halal di Indonesia perspektif etika bisnis Islam, metode yang digunakan adalah studi pustaka dengan jenis penelitian kualitatif. Temuan dalam penelitian ini bahwa keberadaan industri pariwisata halal bukanlah ancaman bagi industri pariwisata yang ada, melainkan tambahan bagi wisatawan muslim, yang kesemuanya tidak menghambat kemajuan pariwisata yang sedang berlangsung. Padahal, banyak negara di dunia yang menggarap industri pariwisata halal. Menurut Mastercard Crescent Rating Global Muslim Travel Index (GMTI) tahun 2016, total jumlah wisatawan muslim di seluruh dunia mencapai 117 juta pada tahun 2015. Hasil penelitian ini dan wisata halal merupakan proses pengintegrasian nilai-nilai Islam ke dalam semua aspek kegiatan pariwisata. Nilai syariat Islam menjadi sebuah agama atau kepercayaan yang dianut oleh umat Islam sebagai acuan dasar dalam membentuk kegiatan pariwisata dengan mempertimbangkan nilai-nilai dasar umat Islam dalam penyajiannya mulai dari akomodasi, restoran, hingga aktivitas. yang pariwisata selalu mengacu pada norma Islam.

Penelitian yang penulis tulis ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang sudah ditulis oleh peneliti lain, penulis membuat tabel yang dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 1.1.
Kajian Pustaka

No	Nama	Judul	Hasil	Perbedaan
1	Disertasi (Harahap, 2020)	Etika Bisnis Perdagangan Menurut Al-Quran	Dalam menciptakan produk halal indikatornya adalah pelabelan produk, dan setiap bisnis perdagangan harus menerapkan akuntansi syari'ah. Alquran juga menawarkan konsep etika bisnis perdagangan internasional. Selain konsep etika bisnis perdagangan domestik tersebut, konsep lain menurut Alquran ialah perlunya mengoptimalkan religiusitas para pebisnis perdagangan internasional, karena begitu sangat jauh	Peneliti membahas "Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Industri Halal Di Indonesia" Khususnya tentang Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia dan dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia

No	Nama	Judul	Hasil	Perbedaan
			dan luasnya jangkauan bisnis perdagangannya.	
2	Tesis (Isnayah, 2021),	Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Promosi di Instagram (Studi Endorse Selebgram di Kota Parepare).	Implikasi dari penerapan etika bisnis yang Islami dengan mengacu pada indikator Tauhid, keadilan, tanggung jawab dan kebenaran dapat berupa timbulnya ikatan emosional dan spiritual sehingga mendorong minat konsumen untuk mencoba dan menggunakan produk penuh dan berkelanjutan, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai penjualan dalam aspek perekonomian bisnis	Peneliti membahas “Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Industri Halal Di Indonesia” Khususnya tentang Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia dan dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia
3	Jurnal karya (Astuti & Ruqiah, 2019),	Bisnis Halal dalam Perspektif Etika Islam: Kajian Teoritis	produk yang sudah bersertifikat halal akan lebih mudah	Peneliti membahas “Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Industri Halal Di Indonesia” Khususnya

No	Nama	Judul	Hasil	Perbedaan
			untuk memasuki pasar internasional yang makin akomodatif dengan nilai-nilai yang diyakini umat Islam.	tentang Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia dan dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia
4	Jurnal karya (Arwani dkk., 2022),	Halal-Thayyib, Food Products, and the Halal Industry: A Thematic Analysis on the Verses of the Qur'an (Halal-Thayyib, Produk Makanan, dan Industri Halal: Analisis Tematik Ayat Al-Qur'an?.	Istilah halal-thayyib digunakan secara berbeda dalam konteks dan ruang-waktu makna, meskipun penggunaannya sama untuk menjelaskan ketentuan hukum tentang makanan. Isyarat-isyarat ilmiah dalam ayat-ayat Al-Qur'an berimplikasi pada jenis dan sumber pangan, proses produksi, dan inovasi produk yang mensyaratkan kriteria halal untuk dikonsumsi dari segi kesehatan, ciri pangan sehat dan bersih, kriteria legal	Peneliti membahas “Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Industri Halal Di Indonesia” Khususnya tentang Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia dan dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia

No	Nama	Judul	Hasil	Perbedaan
			<p>produk pangan halal, dan dikembangkan untuk menciptakan sistem jaminan produk halal. Kriteria tersebut merupakan persyaratan sertifikasi halal untuk produk pangan yang memerlukan ekosistem halal agar memiliki daya saing pasar dalam perkembangan industri halal global.</p>	
5	Jurnal karya (Ayu & Anwar, 2022)	Etika Bisnis Ekonomi Islam dalam Menghadapi Tantangan Perekonomian di Masa Depan	Etika bisnis ekonomi Islam hadir untuk menjadi solusi pengembangan diri dalam dunia bisnis dan tindakan yang sesuai dengan norma dan agama. Etika bisnis ekonomi Islam dalam menghadapi tantangan perekonomian masa depan yaitu dengan cara terus mengikuti	Peneliti membahas “Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Industri Halal Di Indonesia” Khususnya tentang Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia dan dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia

No	Nama	Judul	Hasil	Perbedaan
			perkembangan zaman dan berinovasi serta mengolah kemampuan diri untuk dapat beradaptasi dengan keadaan yang semakin maju dan berkembang, dunia bisnis bertujuan menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang jauh lebih baik serta tetap mengedepankan etika dan moral.	
6	Jurnal karya (Madjid & Hasan, 2022)	Analisis Peluang, Tantangan Dan Strategi Industri Halal Di Indonesia (pada Masa Pandemic Covid-19)	Peluang industri halal di Indonesia yaitu; industri halal merupakan kebutuhan dan gaya hidup, beragamnya produk makanan halal, terdapat peraturan yang mengaturnya, merupakan kebutuhan ekspor	Peneliti membahas “Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Industri Halal Di Indonesia” Khususnya tentang Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia dan dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia
7	Jurnal karya (Syafitri dkk.,	Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam	Pencantuman sertifikasi label halal pada makanan	Peneliti membahas “Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Industri Halal Di

No	Nama	Judul	Hasil	Perbedaan
	2022)	Tinjauan Etika Bisnis Islam	menjadikan sebagai sarana yang efektif bagi konsumen untuk memilah makanan halal dengan lebih mudah dan merupakan sebagai salah satu bentuk tanggung jawab produsen dalam berbisnis serta perlindungan bagi konsumen.	Indonesia” Khususnya tentang Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia dan dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia
8	Jurnal karya (Rozhani a dkk., 2022)	Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi pada Almeera Moslem Store Bogor	Dalam ekonomi Islam, pasar memiliki nilai penting, karena harus memiliki moralitas atau etika yang menjadi salah satu tanggung jawab setiap pelaku ekonomi. Etika dalam bisnis harus diwujudkan secara pribadi yang bertujuan agar setiap pelaku bisnis yang berdagang mencari keuntungan yang sebesar-	Peneliti membahas “Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Industri Halal Di Indonesia” Khususnya tentang Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia dan dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia

No	Nama	Judul	Hasil	Perbedaan
			besarnya, dalam perdagangan Islam tidak hanya mencari keuntungan tetapi mencari berkah	
9	Jurnal karya (Tanjung & Panggabean, 2022)	Peluang Wisata Halal Terhadap Pengembangan Ekonomi Islam	peluang wisata halal di Indonesia sangat besar sebab mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dan semakin meningkatnya wisatawan baik lokal maupun manca negara yang datang setiap tahunnya, potensi wisata yang dimiliki juga sangat banyak dan sangat diminati.	Peneliti membahas “Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Industri Halal Di Indonesia” Khususnya tentang Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia dan dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia
10	Jurnal karya (Khutub & Ulfa, 2022)	Existence of Halal Tourism in Indonesia Islamic Business Ethics Perspective” Atau (Eksistensi Pariwisata Halal dalam Perspektif	Nilai syariat Islam menjadi sebuah agama atau kepercayaan yang dianut oleh umat Islam sebagai acuan dasar dalam membentuk kegiatan	Peneliti membahas “Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Industri Halal Di Indonesia” Khususnya tentang Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia dan dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam

No	Nama	Judul	Hasil	Perbedaan
		Etika Bisnis Islam (Indonesia)	pariwisata dengan mempertimbangkan nilai-nilai dasar umat Islam dalam penyajiannya mulai dari akomodasi, restoran, hingga aktivitas. yang pariwisata selalu mengacu pada norma Islam.	Perkembangan Industri Halal di Indonesia

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian tentang “Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Industri Halal Di Indonesia” , ini memiliki tujuan antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia;
2. Untuk mengetahui Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia;
3. Untuk mengetahui Dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia.

1.6 Kegunaan Hasil Penelitian

1.6.1 Kegunaan teoritis

Hasil dari penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan kontribusi pengetahuan tentang masalah yang diteliti khususnya mengenai “Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Industri Halal Di Indonesia”. Sehingga dapat dijadikan informasi untuk menambah pengetahuan tentang etika bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal Di Indonesia.

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai pedoman, rujukan, atau perbandingan untuk penelitian-penelitian yang akan datang yang membahas dalam bidang yang sama.

1.6.2 Kegunaan praktis

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada peneliti karena menerapkan ilmu yang sudah didapat selama di bangku kuliah sehingga dapat diaplikasikan dalam penelitian dan menambah pengalaman serta pengetahuan tentang implementasi etika bisnis Islam.

b. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau wawasan kepada masyarakat tentang etika bisnis Islam.

c. Bagi Perkembangan Industri Halal Di Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan kepada pihak pemerintah Indonesia untuk menerapkan etika bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal Di Indonesia.

1.7 Definisi Operasional

Defenisi operasional merupakan suatu pengertian dari tulisan penelitian yang diperoleh dari referensi dan dikembangkan lagi sesuai dengan penelitian yang akan diteliti, serta merupakan pemaparan gambaran mengenai penelitian untuk memberikan pemahaman pada maksud penelitian yang ditulis oleh peneliti, pada judul penelitian “Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Industri Halal Di Indonesia”.akan dipaparkan definisi operasionalnya diantaranya:

Etika Bisnis Islam, adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Dalam melaksanakan pengembangan industri halal di Indonesia, yang tidak kalah penting adalah mengedepankan etika bisnis islami, dimana pelayanan adalah primadona bagi wisatawan muslim. Hal ini sebnada dengan pendapat Guru besar marketing dan international business di St. Cloud State University yakni Hamid Salam dan Abdalla Hanafi, yang merumuskan etika pelayanan Islami sebagai berikut : a) Etika untuk selalu menyampaikan yang benar; b) Etika untuk dapat dipercaya; c) Etika untuk mengerjakan sesuatu dengan

ikhlas; d) Etika persaudaraan; e) Penguasaan ilmu pengetahuan; f) Etika Keadilan (Hanafi & Salam, 1988a; Shah dkk., 2021, hlm. 7).

Selain itu dalam konteks etika bisnis islami khususnya dalam pemasaran, juga membutuhkan pemahaman menyeluruh tentang standar Islam dan perlu mengembangkan strategi oleh pelaku usaha (manager). Selanjutnya, ada perbedaan antar umat Islam, yang perlu dipahami secara menyeluruh oleh para manajer. Selain itu, pemasaran dapat secara efektif menggunakan iklan dalam menciptakan kesadaran dan meningkatkan permintaan produk halal (Shah dkk., 2021).

Menurut (Abdulrahim, 2007; Darmawati, 2013, hlm. 64) ada lima dasar prinsip dalam etika Islam, yaitu : kesatuan (unity), keseimbangan (equilibrium), kehendak bebas (free will), tanggung jawab (responsibility), kebenaran, kebajikan, dan kejujuran (truth, goodness, honesty). Sehingga dalam upaya mewujudkan etika bisnis untuk membangun bisnis yang islami yang harus dilakukan adalah pertama, suatu rekonstruksi kesadaran baru tentang bisnis. Pandangan bahwa etika bisnis sebagai bagian tak terpisahkan atau menyatu merupakan struktur fundamental sebagai perubahan terhadap anggapan dan pemahaman tentang kesadaran sistem bisnis amoral yang telah masyarakat.

Dimana dengan adanya Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam dalam pengembangan industri Halal di Indonesia, maka hal ini sangat penting untuk diterapkan, hal ini guna menciptakan kemakmuran ekonomi rakyat dan keberlangsungan peradaban manusia bagi kemajuan suatu bangsa. Selain itu

implementasi prinsip bisnis islami juga sangat diperlukan, hal ini dimaksudkan untuk penyesuaian Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam dalam pengembangan Industri halal di Indonesia dengan maqashid syari'ah, dimana dengan adanya kesesuaian maqashid syari'ah dengan industri halal di kabupaten Indonesia jika ditinjau dari perspektif Filsafat Hukum Islam yang diharapkan dapat menciptakan pengembangan perekonomian daerah Indonesia. Sehingga dengan demikian sangat pentingnya Pengembangan industri halal di Indonesia dimaksudkan agar dapat meningkatkan perekonomian rakyat.

Perkembangan Industri Halal Di Indonesia berpeluang menambah 5,1 miliar dolar AS atau Rp 72,9 triliun terhadap produk domestik bruto (PDB) dari industri halal (Pusat Pemberdayaan Industri Halal (PPIH), 2022). Berdasarkan Indonesia Halal Market Report 2021/2022 yang diluncurkan Dinar Standard, jumlah tersebut berasal dari kenaikan ekspor, substitusi impor, dan penanaman modal asing (PMA). CEO dan Managing Director Dinar Standard, Rafiuddin Shikoh, menyampaikan, laporan ini mengemukakan sektor kunci dan seluruh wilayah strategis berbasis pada kerangka strategi ekonomi halal nasional. Laporan menyajikan peluang perdagangan dan investasi yang dapat digarap. Indonesia dapat menambah 3,6 miliar dolar AS untuk peluang ekspor, satu miliar dolar AS dari substitusi impor, dan 0,5 miliar dolar AS dari PMA (penanaman modal asing). Peluang perdagangan produk halal global Indonesia bisa berasal dari negara Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) dan non-OKI. Peluang ekspor ke negara OKI bisa mencapai 1,95 miliar dolar AS dan ke non-OKI sebesar 1,63 miliar dolar AS.

Industri halal dapat menjadi nilai tambah ekonomi nasional karena Indonesia memiliki potensi yang sangat besar di sektor makanan halal (halal food), keuangan syariah (islamic finance), modest fashion, pariwisata ramah muslim, farmasi & kosmetika, dan media & rekreasi (media & recreation)

1.8 Sistematika Skripsi

Bab 1 PENDAHULUAN, yang akan dibahas dalam bab ini yaitu latar belakang penelitian, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, tinjauan pustaka, definisi operasional, dan sistematika skripsi.

Bab 2, KAJIAN PUSTAKA, pada bab ini akan membahas penelitian sebelumnya, landasan teori, dan kerangka analisa.

Bab 3, METODE PENELITIAN atau Pada bab ini akan membahas pendekatan penelitian yang digunakan, kerangka konseptual, pembatasan masalah, deskripsi data yang dikumpulkan, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data.

Bab 4, HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN. Pada bab ini akan dibahas hasil penelitian yang membahas pemaparan singkat lokasi/obyek penelitian, pemaparan data yang berkenaan dengan variabel yang diteliti, memunculkan good praktis/kasus menarik, dan kelemahan informasi yang dikumpulkan. Pada poin pembahasan hasil penelitian akan dibahas diskusi hasil analisis dalam rangka menjawab rumusan

masalah, diskursus temuan menggunakan kerangka teori yang digunakan dengan temuan penelitian.

Bab 5 SIMPULAN DAN SARAN, yang memuat kesimpulan yang jelas dan ringkas yang menjawab rumusan masalah dan saran dari hasil penelitian. Saran tersebut bisa berguna baik untuk instansi yang diteliti maupun khalayak ramai.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KERANGKA TEORITIS

2.1 Etika Bisnis Islam

2.1.1 Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika dalam ajaran Islam menuntun seluruh aspek perilaku kehidupan manusia, hampir setiap individu berhadapan dengan berbagai permasalahan etis baik menjalankan bisnis ataupun menjalankan aktivitas sehari-hari. Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan etika, pelaku bisnis muslim hendaknya memiliki kerangka etika bisnis yang kuat sehingga mengantarkan aktivitas bisnis nyaman dan berkah (Hamid & Zubair, 2019)

Secara etimologi, Etika identik dengan moral, karena telah umum diketahui bahwa istilah moral berasal dari kata mos (dalam bentuk tunggal) dan mores (dalam bentuk jamak) dalam bahasa latin yang artinya kebiasaan atau cara hidup (Kadir, 2010, hlm. 47). Etika adalah ilmu yang berisi patokan-patokan mengenai apa yang benar atau salah, yang baik dan buruk, yang bermanfaat atau tidak bermanfaat oleh seorang individu (Muhammad, 2004, hlm. 15).

Etika adalah suatu cabang dari filsafat yang berkaitan dengan kebaikan (rightness) atau moralitas atau kesusilaan dari perilaku manusia. Dalam pengertian ini etika di artikan sebagai aturan-aturan mengenai perilaku manusia. Dalam pengertian ini etika diartikan

sebagai aturan-aturan mengenai perilaku yang oleh masyarakat dianggap sebagai perilaku yang baik, karena itu aturan-aturan tersebut tidak boleh dilanggar. Etika adalah studi standar moral yang tujuannya adalah menentukan setinggi apakah standar moral yang telah diberikan, masih kurang, sudah cukup atau bahkan sangat benar. Sedangkan penentuan baik dan buruk itu sendiri adalah suatu masalah yang selalu berubah. Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis (Ardi, 2015).

2.1.2 Landasan Hukum Etika Bisnis Islam

Istilah bisnis dalam Al-Quran yaitu al-tijarah dan dalam bahasa arab tijaraha, Menurut ar-Raghib al-Ashfahani dalam al-mufradat fi gharib al-Quran, at-Tijarah bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Bisnis secara Islam pada dasarnya sama dengan bisnis secara umum, hanya saja harus tunduk dan patuh atas dasar ajaran Al-Quran, As-Sunnah, Al-Ijma dan Qiyas (Ijtihad) serta memperhatikan batasan-batasan yang tertuang dalam sumber-sumber tersebut (Juliyani, 2016a).

Didalam al-Qur'an dan Hadist Nabi Muhammad SAW dijelaskan cara, aturan, dan etika dalam menjalankan bisnis. diantaranya etika dalam mempromosikan barang atau suatu produk kepada konsumen dan jamaah. Kejujuran, kebenaran dan keadilan menjadi landasan

etika dalam mempromosikan suatu produk kepada konsumen. Nabi Muhammad saw dalam aktivitas bisnisnya telah memberikan contoh bagaimana beliau menciptakan suatu konsep komunikasi pemasaran barang dagangannya dengan jujur dan benar. Sehingga para konsumennya merasa puas terhadap transaksi atau jasa yang diperoleh. Dengan keuntungan yang diperoleh bisnis dapat bertahan dan berkembang menjadi lebih maju.

Sifat nabi tersebut bisa dijadikan pedoman dalam komunikasi pemasaran diantaranya adalah Shiddiq (benar dan jujur), Amanah (terpercaya), Fatanah (cerdas) dan Tabligh (menyampaikan atau komunikatif). Sebagaimana dalam Al-Quran surat Al-Ahzab ayat 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ
اللَّهَ كَثِيرًا ٢١

Artinya: Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah (Hatta, 2011, hlm. 420)

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

2.1.3 Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami (Faizah dkk., 2022) dijelaskan sebagai berikut:

- a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk bernama etika bisnis.
- c. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Quran dan Sunnah.

2.1.4 Aksioma Dasar Etika Bisnis Islam

- a. Kesatuan (Tauhid/Unity).

Konsep ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan (Djakfar, 2017, hlm. 22). Konsep tauhid merupakan dimensi vertical Islam yang berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia

sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya (Juliyani, 2016b). Hubungan vertical ini merupakan wujud penyerahan diri manusia secara penuh tanpa syarat di hadapan Tuhan, dengan menjadikan keinginan, ambisi, serta perbuatannya tunduk pada titah-Nya (Djakfar, 2012 hlm. 22). Oleh karena itu tauhid merupakan dasar dan sekaligus motivasi untuk menjaminkelangsungan hidup, kecukupan, kekuasaan, dan kehormatan manusia yang telah didesain Allah menjadi makhluk yang dimuliakan (Hasan, 2009, hlm. 97).

b. Keseimbangan (Keadilan/Equilibrium).

Prinsip keseimbangan bermakna terciptanya suatu situasi di mana tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan, atau kondisi saling ridho (*'an taradhin*) (Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta & Bank Indonesia, 2019, hlm. 69). Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang baik pula.

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak

yang tidak disukai. Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari kebajikan dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah agar pengusaha Muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan alat timbangan yang benar, karena hal itu merupakan perilaku terbaik yang akan mendekatkan pada ketakwaan (Badroen, 2006, hlm. 91).

c. Kehendak Bebas (Ikhtiyar/Free Will).

Dalam pandangan Islam, manusia memiliki kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh kemashlahah-an yang tertinggi dari sumber daya yang ada pada kekuasaannya untuk dikelola dan dimanfaatkan untuk mencapai kesejahteraan hidup, namun kebebasan dalam Islam dibatasi oleh nilai-nilai Islam. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berfikir dan membuat keputusan, untuk memilih jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain di alam semesta, ia dapat memilih perilaku etis maupun tidak etis yang akan ia jalankan (Juliyani, 2016b, hlm. 68).

d. Pertanggung Jawaban (responsibility)

Islam sangat menekankan pada konsep tanggung jawab, walaupun tidaklah berarti mengabaikan kebebasan individu. Ini berarti bahwa yang dikehendaki ajaran Islam adalah kehendak yang bertanggung jawab. Manusia harus berani untuk mampu mempertanggungjawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia bahkan paling penting adalah kelak di hadapan Tuhan. Tanggung jawab muslim yang sempurna tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan yang luas, yang dimulai dari kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu diambilnya (Badroen, 2006, hlm. 101).

e. Ihsan

Ihsan (*benevolence*), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah, dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah bahwa Allah melihat apa yang kita perbuat. Dalam sebuah kerjaan bisnis Ahmad menggaris bawahi bahwa sejumlah perbuatan yang dapat mensupport pelaksanaan aksioma ihsan dalam bisnis (Badroen, 2006 hlm. 103), yaitu :

- 1) Kemurahan hati (leniency)
- 2) Motif pelayanan (Service motive)

- 3) Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.

2.1.5 Nilai-Nilai etika bisnis Islam

Etika dalam Islam, menyangkut norma dan tuntunan atau ajaran yang mengatur sistem kehidupan individu atau lembaga, kelompok dan masyarakat dalam interaksi hidup antar individu, antar kelompok atau masyarakat dalam konteks bermasyarakat maupun dalam konteks hubungan dengan Allah dan lingkungan. Didalam sistem etika Islam ada sistem penilaian atas perbuatan atau perilaku yang bernilai baik dan bernilai buruk (Muslich, 2004, hlm. 15).

Pandangan Islam memiliki pondasi yang kuat yang mendasarkan pada prinsip-prinsip kejujuran dan keadilan, dan memberikan arah dan tujuan dalam menciptakan nilai dan meningkatkan standar kehidupan masyarakat melalui usaha komersial selama mengikuti prinsip-prinsip ini. Pandangan Islam memberikan catatan yang sangat berharga dan sungguh unik mengenai aspek khusus tentang aktivitas manusia melalui tiga alasan: “Pertama, Islam tidak mengakui adanya pemisahan antara urusan duniawi dan ukhrawi selama individu mencari keridhaan Allah SWT dan mengikuti perintah-Nya dalam melakukan seluruh aspek aktivitas sehari-hari. Kedua, semua jenis usaha seseorang, termasuk usaha yang bertujuan komersial merupakan bagian dari kepercayaan agama. Dengan kata lain, segala sesuatu yang dilakukan seseorang adalah bagian dari ibadah kepada Allah. Ketiga,

dalam Islam, semua usaha komersil (termasuk pemasaran nasional ataupun internasional) merupakan bentuk kegiatan dari ibadah (Nasuka, 2012).

2.2 Industri Halal di Indonesia

Industri halal dapat menjadi nilai tambah ekonomi nasional karena Indonesia memiliki potensi yang sangat besar di sektor makanan halal (halal food), keuangan syariah (islamic finance), modest fashion, pariwisata ramah muslim, farmasi & kosmetika, dan media & rekreasi (media & recreation). Industri halal merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kegiatan industri yang dimulai dari perolehan bahan baku, pengolahan, hingga menghasilkan produk halal harus menggunakan sumber daya maupun cara yang diizinkan oleh syariat islam.

UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) mewajibkan seluruh produk yang beredar dan diperjualbelikan di Indonesia memiliki sertifikat halal. Hal tersebut tercantum dalam Pasal 4 yang berbunyi “Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.

Di Indonesia, berdasarkan Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah 2021 yang diterbitkan oleh Bank Indonesia, pangsa sektor prioritas dalam mata rantai ekonomi halal terhadap PDB Indonesia meningkat menjadi 25,4 persen, dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 24,8 persen, dengan kontribusi tertinggi dari sektor pertanian, diikuti makanan halal, pariwisata

ramah Muslim, dan fesyen Muslim. Beberapa waktu yang lalu, beberapa desainer bertemu di rumah saya, kediaman saya, bukan hanya dari kalangan desainer Muslim bahkan juga banyak dari non-Muslim. Mereka sepakat untuk mengembangkan fesyen Muslim untuk memenuhi kebutuhan dunia. Jadi, ini sudah bukan lagi hanya kalangan Islam, melainkan juga dari beberapa, bersama dengan Menteri Perdagangan Republik Indonesia (Amin, 2022).

Potensi Wakaf dan Industri Halal Dorong Pemulihan Ekonomi Skala Nasional Bahkan Global, dimana dalam hal ini Indonesia perlu membangun ekosistem besar industri halal, terutama halal food berbasis digital yang melibatkan UMKM. Selain itu juga dengan mengembangkan sistem ekonomi kreatif. Indonesia sendiri berada di urutan ketiga di dunia untuk kategori industri kreatifnya (Nurjanah, 2021). Terlebih Indonesia Miliki Potensi Besar Kuasai Pasar Halal Dunia, hal ini sebagaimana dilaporkan oleh State Global Islamic Economic Report 2020-2021, dimana tingkat konsumsi masyarakat muslim dunia mencapai USD2,02 triliun di sektor makanan, farmasi, kosmetik, mode, perjalanan dan media/rekreasi halal. Sebagai contoh, pengeluaran untuk mode fashion mencapai USD277 miliar, meningkat 4,2% dari tahun sebelumnya, dan diperkirakan mencapai USD311 miliar pada 2024 (Amin, 2021).

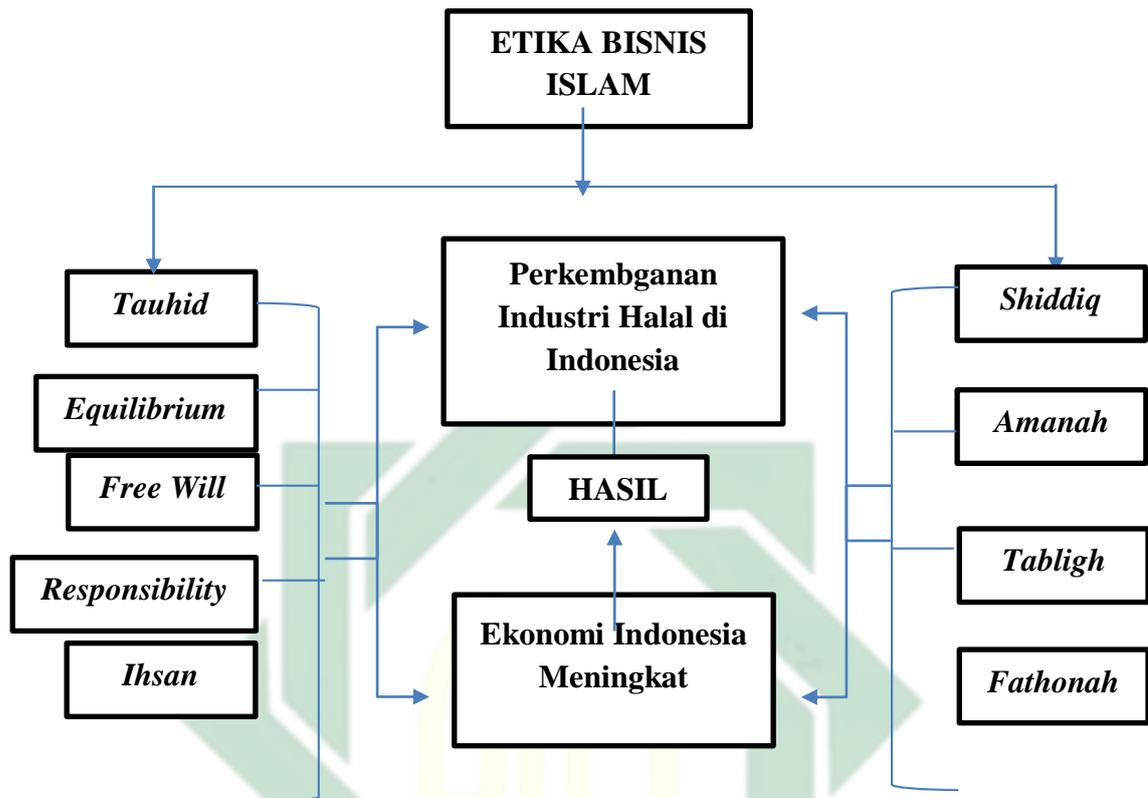
Selain itu Penyediaan produk halal sangat penting bagi kualitas generasi masa depan. Hal itu disampaikan Ketua Umum MUI Pusat KH. Miftachul Akhyar saat memberikan sambutan dalam acara lanching program terbaru

LPPOM MUI bersama Perusahaan Bersertifikat Halal dalam Memenuhi Regulasi Jaminan Produk Halal (Akhyar, 2021).

2.3 Kerangka Analisa

Konsep dasar etika bisnis Islam bisa dibagi menjadi lima konsep yang terdiri dari prinsip-prinsip dasar yang menyatu dalam suatu kesatuan yaitu: Konsep keesaan (tauhid), konsep keseimbangan (equilibrium), kebebasan (free will), tanggung jawab (responsibility), dan kebajikan (ihsan) (Naqvi, 2003, hlm. 35). *Pertama*, Persatuan, menilai tentang persatuan pengguna jasa travel haji dan umrah selepas ibadah haji dan umrah. *Kedua*, keseimbangan, menilai tentang menghargai hak orang lain dan kejujuran. *Ketiga*, kehendak bebas, menilai persaingan sehat antara travel haji dan umrah. Keempat, tanggung jawab, menilai janji yang diberikan dan pelaksanaannya di lapangan. Kelima, ihsan, menilai tentang kemurahan hati dan motif pelayanan.

Selanjutnya, Diantara sifat-sifat nubuwwah (kenabian) Nabi Muhammad SAW yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi dan bisnis pada khususnya, adalah sifat Shiddiq (benar/jujur), amanah (tanggungjawab, dapat dipercaya, kredibilitas), tabligh (komunikasi, keterbukaan, pemasaran), fathonah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas). Penulis merumuskan kerangka konseptual dalam penulisan skripsi ini sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Analisa

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode merupakan cara yang teratur untuk mencapai maksud tertentu atau bisa juga diartikan cara kerja dalam memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan, sedangkan penelitian adalah pemeriksaan atau penyelidikan secara hati-hati, sistematis dan objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau pengujian hipotesis dalam mengembangkan prinsip ilmiah (Bawani, 2016, hlm. 35–36). Kesimpulan dari paparan di atas, yang dimaksud dengan metode penelitian adalah suatu cara atau metode yang dilakukan untuk mencapai hasil dari penelitian yang diinginkan dengan memaparkan terkait dengan penelitian seperti tahapan penelitian, alat analisis data dan teknis analisis yang akan digunakan dalam penelitian.

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan sebuah rancangan bagaimana suatu penelitian akan dilakukan. Rancangan tersebut digunakan untuk mendapatkan jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang di rumuskan. Pendekatan penelitian ada dua macamnya itu pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Pendekatan kuantitatif artinya informasi atau data yang disajikan berupa angka sedangkan pendekatan kualitatif informasi atau data yang disajikan berupapernyataan. Adapun pendekatan dalam penelitian berjudul

Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia menggunakan pendekatan kualitatif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah diperoleh dengan cara studi kepustakaan (*library research*), dimana penelitian ini menggunakan cara untuk mendapatkan data informasi dengan menempatkan fasilitas yang ada di perpustakaan, seperti buku, majalah, dokumen, catatan lainnya yang berhubungan dengan penelitian. Studi kepustakaan (*library research*) juga merupakan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitiannya. Ia merupakan suatu penelitian yang memanfaatkan sumber perpustakaan untuk memperoleh data penelitiannya. Studi pustaka juga merupakan teknik dalam menggali dan menelusuri data-data atau informasi-informasi yang diperlukan melalui bahan-bahan tertulis seperti buku-buku, jurnal, makalah ataupun karya ilmiah lainnya yang memuat informasi tambahan mengenai objek kajian atau informasi pendukung lainnya (Moleong, 1999, hlm. 56).

Jenis penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah Penelitian Kualitatif Deskriptif. Penelitian kualitatif adalah Penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan melibatkan berbagai metode yang ada dalam menafsirkan fenomena yang terjadi (Moleong, 2016, hlm. 5) Sedangkan penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang berkaitan dengan upaya menjawab fenomena atau masalah yang terjadi serta dijelaskan sesuai bukti ataupun data yang ada (Sanjaya, 2015, hlm. 66).

3.2 Sumber Data

Sumber data adalah informasi dari mana data tersebut diperoleh, sumber data pada penelitian ini ada 2 yaitu:

3.2.1 Sumber Primer

Sumber data primer adalah informasi pertama yang berkaitan dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti oleh peneliti dan informasi tersebut didapat dari sumber pertama. Sumber-sumber utama penelitian ini adalah studi kepustakaan. Sedangkan yang dijadikan subyek penelitian ini mereka yang memiliki kompetensi atau subyek yang bersinggungan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan pelaku. Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama dan dicatat, direkam, menggunakan audio, serta hasil usaha kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya dan hasilnya bervariasi dari situasi ke situasi lainnya. Dan kegiatan ini dilakukan secara sadar, terarah, dan senantiasa bertujuan memperoleh suatu informasi yang diperlukan.

3.2.2 Sumber Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang kedua. Sumber data sekunder meliputi tinjauan umum tentang etika bisnis islami dalam pengembangan Industri halal di Indonesia.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dilihat dari segi teknik dan mekanismenya pengumpulan data dapat dilakukan yaitu:

3.3.1 Studi Literatur

Studi literature dalam Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah) adalah cara sistematis yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam proses identifikasi dan penjelasan mengenai penelitian yang ditujukan untuk permasalahan ekonomi dalam perspektif Islam, misalnya masalah muamalah, semisal dalam hal penerapan etika bisnis islami dalam pengembangan Industri Halal di Indonesia.

3.3.2 Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat dan menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek.

3.4 Teknik Pengolahan Data

Setelah seluruh data terkumpul dari studi literatur dan pengumpulan dokumen maupun hasil pustaka, maka dilakukan pengolahan data sebagai berikut:

3.4.1 Editing

Editing adalah proses pemeriksaan kembali data-data yang telah diperoleh, yaitu tentang Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan

Industri Halal di Indonesia, memeriksa data hasil studi literatur dan pemeriksaan kembali dilakukan untuk mengecek kelengkapan data, kejelasan makna, keserasian dan keselarasan antara yang satu dengan yang lainnya.

3.4.2 Organizing

Organizing, yaitu mengatur dan menyusun kembali data yang berasal dari dokumentasi dengan sedemikian rupa, sehingga dapat diperoleh gambaran yang sesuai dengan rumusan masalah. Selain itu, pada proses ini juga dilakukan pengelompokan data-data yang telah diperoleh. Penulis melakukan pengelompokan data dokumentasi yang dibutuhkan untuk dianalisis dan menyusun data tersebut dengan sistematis untuk memudahkan penulis dalam menganalisa datanya.

3.4.3 Analizing

Analizing, yaitu proses analisis data yang sudah diperoleh dari hasil penelitian untuk pada akhirnya ditemukan sebuah kesimpulan mengenai fakta keadaan yang terjadi, dan menjadi sebuah jawaban atas rumusan masalah penelitian penulis.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dimulai dengan menyusun data kemudian mengelompokkan data, menafsirkan data dan mencari hubungan antar berbagai pandangan atau pendapat ahli tentang etika bisnis islami dalam pengembangan Industri Halal

di Indonesia. Selanjutnya analisa data penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahap berikut:

4.1.11 Reduksi data

Reduksi data adalah, mereduksi data yang didapat dari hasil literatur selanjutnya disusun dalam bentuk uraian yang lengkap. Kemudian dipilih dan dirangkum berdasarkan hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus masalah.

4.1.12 Display data

Display data adalah bermanfaat untuk mengelompokkan data, dengan membuat model, tabel, matrik atau grafik sehingga data dan bagian-bagian detailnya dapat dipetakan dengan jelas, dan penyajian yang dilakukan dalam penelitian ini dalam bentuk teks naratif.

4.1.13 Verifikasi

Verifikasi, dalam penelitian ini selanjutnya data yang sudah dipolakan, difokuskan dan disusun dengan sistematis dan selanjutnya disimpulkan.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3 Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia

Islam sebagai ajaran *Rahmatan lil alamin* memberikan pedoman kepada kehidupan umat, agar tercipta keseimbangan di alam semesta (Ahyani & Slamet, 2021; Sakirah dkk., 2022). Untuk itu Sang Pencipta melalui wahyunya yang diberikan kepada Nabi Muhammad SAW, bermatujuan untuk memberikan petunjuk (*hudan*) jalan kebenaran kepada setiap manusia. Tidak terkecuali, Petunjuk yang terkait bagaimana mengembangkan industry halal seperti pedoman dalam mengkonsumsi produk yang halal dan juga baik bagi perkembangan fisik maupun spiritual setiap manusia (Astuti & Ruqiah, 2019).

Etika dalam bisnis dalam pengembangan Industri halal seperti Makanan yang halal (baik) adalah makanan yang masuk kategori dihalalkan dalam ajaran agama (Syafitri dkk., 2022). Halal tidaknya suatu produk seperti makanan merupakan hal yang paling penting untuk masyarakat muslim khususnya (Muslimin, 2019). Di era pasar bebas sekarang ini, peluang pasar untuk produk halal sangat besar, sehingga Negara-Negara muslim melalui lembaga syariahnya harus dituntut untuk menangani masalah terkait sertifikasi halal dari suatu produk (IHATEC, 2021). Karena produk yang sudah bersertifikat halal akan lebih mudah untuk memasuki pasar dalam

lingkup internasional yang makin akomodatif dengan nilai-nilai yang diyakini umat Islam untuk membelinya (al-Mubarak & Muslim, 2020).

Adapun pandangan (Scarborough & Zimmerer, 1996) mengusulkan bahwa setiap konsep etika harus memiliki aspek kewajiban, kebajikan dan komponen nilai. Ketiga kriteria tersebut juga sejalan dengan tiga level syariah, yaitu islam yang sejajar dengan aspek kewajiban, Iman yang sejajar dengan aspek Kabajikan dan ihsan yang sejajar dengan aspek Komponen Nilai. Konsep etika islam juga sejalan dengan konsep etika normative tradisional yang juga memiliki tiga tingkatan, etika deontologi, etika konsekuensialis dan etika moralis.

Prinsip-prinsip ekonomi Islam yang merupakan bangunan ekonomi Islam didasarkan pada lima nilai universal yaitu tauhid (keimanan), 'adl (keadilan), nubuwwah (kenabian), khilafah (pemerintah) dan ma'ad (hasil). Kelima nilai ini dijadikan pedoman untuk menyusun teori-teori ekonomi Islam (Karim, 2001). Sementara itu sebagaimana teori etika bisnsi islami oleh (Hanafi & Salam, 1988a) dianjurkan untuk mengedepankan 6 nilai etika meliputi : kebenaran, kepercayaan, kejujuran, ketulusan, pengetahuan, dan keadilan.

Sementara itu (Keraf, 1995) mengungkapkan bahwa paling tidak ada lima prinsip yang dapat dijadikan sebagai pedoman (acuan) dalam menjalankan praktik bisnis, di antaranya yakni :

1. Prinsip Kejujuran, Prinsip kejujuran menanamkan sikap apa adanya berdasarkan fakta, situasi dan kondisi yang sebenarnya. Dengan kata lain,

apa yang dikatakan itulah apa yang dikerjakan. Prinsip ini juga memberikan kepatuhan dalam melaksanakan berbagai kontrak, komitmen, dan perjanjian yang telah dibuat.

2. Prinsip Otonomi, dimana Prinsip otonomi menunjukkan sikap kemandirian, kebebasan, serta tanggung jawab. Orang yang mandiri berarti orang yang dapat mengambil keputusan lalu melaksanakannya berdasarkan kemampuan sendiri dan sesuai dengan apa yang diyakini, bebas dari tekanan, hasutan, dan ketergantungan kepada pihak lain.
3. Prinsip saling Menguntungkan, dimana Prinsip saling menguntungkan menanamkan kesadaran untuk saling memberikan keuntungan satu sama lain, artinya dalam setiap tindakan bisnis harus diusahakan supaya semua pihak merasa diuntungkan.
4. Prinsip Keadilan, yakni Prinsip keadilan yang mampu menanamkan sikap untuk bersikap adil terhadap semua pihak, dengan tidak membeda-bedakan dari segala aspek, seperti aspek ekonomi, hukum, maupun yang lainnya.
5. Prinsip Integritas Moral, dimana dalam Prinsip integritas moral merupakan prinsip yang tidak merugikan orang lain dalam mengambil keputusan dan tindakan bisnis. Prinsip ini dilandasi dengan kesadaran bahwa setiap orang harus dihormati sebagai manusia.

Kawasan industri halal sendiri merupakan kawasan yang dibangun dengan fasilitas untuk mengembangkan industri yang memproduksi produk halal sesuai prinsip syariat. Seperti 1) Makanan dan Minuman, 2) Kosmetik, 3) Farmasi, 4) Travel, 5) Fashion. Selain itu sebagaimana Undang-Undang

No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal memuat beberapa definisi yang dapat menjadi rujukan dalam mengartikan produk halal. Produk adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan 1) makanan, 2) minuman, 3) obat, 4) kosmetik, 5) produk kimiawi, 6) produk biologi, 7) produk rekayasa genetik, serta 8) barang berharga yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Sedangkan produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syari'ah Islam.

Sedangkan menurut (Faisal, 2021) yang komponen industri halal adalah 1) makanan, minuman, 2) fashion, 3) keuangan, 4) wisata, 5) hiburan dan media, 6) farmasi, serta 7) kosmetik. Selain itu (Faisal, 2021) juga membagi kedalam 4 kawasan industri halal meliputi a) Kawasan Halal (1), b) Kawasan Industri Halal (KIH) (2), c) Kawasan Industri Halal (KIH) (3), d) Kawasan Kluster Halal (4).

1. Kawasan Halal (1)

Kawasan Halal (1), Adalah sebagian atau seluruh bagian sebuah kawasan yang dirancang dengan sistem dan fasilitas untuk mengembangkan ekosistem industri atau perekonomian yang menghasilkan produk-produk halal sesuai dengan sistem jaminan produk halal. Tujuan dengan adanya Kawasan Halal (1) meliputi

- a. Mempercepat dan memperkuat ekosistem industri halal di Indonesia;
- b. Mendorong efisiensi dan efektivitas pembangunan industri halal di Indonesia;

- c. Memenuhi kebutuhan dalam negeri dan kebutuhan ekspor yang mampu bersaing dalam pasar halal global.
2. Kawasan Industri Halal (KIH) (2)

Adapun Kawasan Industri Halal (KIH) (2) adalah kawasan industri halal yang tumbuh dan berkembang, diharapkan akan menarik perhatian investor global untuk menjadikan Indonesia sebagai *Global hub* produk halal dunia.

3. Kawasan Industri Halal (KIH) (3)

Adapun Kawasan Industri Halal (KIH) (3) adalah 2 kawasan dalam proses permohonan verifikasi kawasan Industri halal yakni a) Kawasan Industri Moder Cikande (500 Ha), Serang-Banten, b) Kawasan Industri Safe N Lock (100 Ha), Sidoarjo-Jawa Timur.

4. Kawasan Kluster Halal (4)

Kawasan Kluster Halal (4), adalah Kawasan halal khusus dirancang berdasarkan kluster industri halal untuk halal *value chain* pada bidang: a) Fesyen Muslim, b) Media dan Rekreasi halal, c) Makanan dan Minuman halal, d) pariwisata Halal, e) Farmasi dan Kosmetika Halal dan f) Ekonomi Islam.

Berbagai stakeholders termasuk pemerintah daerah bertugas dalam mendorong tumbuh dan berkembangnya halal lifestyle di masyarakat semaksimal mungkin. Selain itu di kawasan industri halal (4) ini terdapat berbagai stakeholders yang ikut berperan sebagai fasilitator dan katalisator bertemunya demand dan supply Kawasan halal sectoral

tersebut sehingga tercipta berbagai ekosistem halal di Indonesia. Selain itu Masyarakat Lokal, Wisatawan Domestik dan Internasional. Dengan demikian dalam kaitannya pengembangan Industri halal di Indonesia adalah Kawasan Kuliner Halal yang Berbasis Budaya dan Kearifan Lokal (Faisal, 2021, hlm. 6–13).

Untuk mengakselerasi pengembangan sektor riil ekonomi syariah atau yang dikenal dengan industri halal, pemerintah perlu memperkuat seluruh rantai nilai industri halal (halal value chain) dari sektor hulu sampai hilir diantaranya melalui membangun kawasan industri halal dan halal hub di berbagai daerah sesuai dengan keunggulan komparatif di masing-masing daerah. Kawasan halal yang dimaksud dalam bab ini adalah melingkupi definisi kawasan halal, peran dan fungsi kawasan halal, kawasan halal ramah lingkungan, dan kawasan halal berkelanjutan, yang sangat berarti bagi upaya pengembangan dan pertumbuhan produk halal.

Dari hasil penelitian diatas dimana etika bisnis islami dalam pengembangan industry halal di Indonesia, maka dapat disimpulkan bahwa Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia adalah etika yang bisnis yang mengedepankan nilai-nilai *rahmatan lil 'alamin* (Ayu & Anwar, 2022), selain itu dengan etika bisnis islami dalam pengembangan industry halal di Indonesia bertujuan mengembangkan ekonomi syariah secara kaafah (totalitas) (Ahyani & Slamet, 2021).

Etika merupakan standar-standar nilai yang menjadi pedoman dalam melakukan aktifitas sosial. Perilaku etik dalam berbisnis sangat penting diperlukan untuk mencapai sukses jangka panjang dalam sebuah bisnis. Sehingga praktik dan etika bisnis yang dilakukan oleh pedagang muslim bertujuan guna mencegah rawan terjadinya kecurangan. Sehingga Persoalan etika dalam berbisnis yang diterapkan sesuai syariat Islam perlu menjadi pedoman dalam berbisnis secara syariah (Darwis, 2017).

4.2 Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia

Implementasi etika bisnis islam dapat dilakukan dengan cara bisnis halal yang bertanggung jawab (Kuncoro, 2020). Dimana Manusia memiliki kebutuhan hidup yang mengharuskan untuk memiliki materi yang cukup dalam pemenuhan kebutuhan tersebut. Untuk mendapatkan materi maka manusia harus bekerja, baik secara formal maupun informal. Bekerja secara informal salah satunya dapat dilakukan dengan berbisnis. Dimana kehidupan sehari-hari manusia sangatlah berdekatan dengan kata bisnis. Bisnis adalah kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia, menjadi sebuah keniscayaan, dimana Implementasi etika bisnis islam dapat dilakukan dengan cara bisnis halal yang bertanggung jawab. Dimana dalam menerakan etika

bisnis islami di dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia dilaksanakan melalui beberapa penerapan bisnis sebagaimana dicontohkan oleh Rasulullah Saw yakni jujur, adil, tolong menolong, tidak menumpuk harta, barang yang dijual harus halal, bersaing secara sehat, transaksi jual beli tanpa paksaan, pandai melihat peluang, memperlakukan karyawan dengan baik, dan menerapkan nilai syariah di segala aspek.

1. Bersikap Jujur Dalam Bisnis

Etika bisnis sebagaimana dicontohkan oleh Rasulullah yang utama dan sangat dijunjung tinggi, yakni bersikap jujur. Dengan kejujuran, pengusaha akan mendapatkan kepercayaan dari pelanggannya. Nabi Muhammad SAW pun selalu berperilaku jujur saat menjalani bisnisnya. Jadi, kamu perlu mencontoh sikap terpuji ini agar menjadi pengusaha yang sukses. Sifat penuh kejujuran juga dapat dilihat dari kesesuaian harga yang dibayarkan dengan timbangan. Dalam berbisnis, kamu dilarang untuk berlaku curang. Dengan menambah atau mengurangi timbangan. Allah SWT pun berfirman: “Celakalah untuk orang yang tidak jujur, yakni orang yang jika menerima takaran dari yang lain, mereka meminta dicukupi, dan jika mereka membuat takaran atau penimbangan sesuai bagi yang lain, mereka mengurangi.” (QS. Al-Mutaffifin).

2. Sikap Tolong Menolong dalam Berbisnis

Etika bisnis sebagaimana dicontohkan oleh Rasulullah selanjutnya yang patut diteladani adalah sikap “tolong menolong”, dimana antar umat Islam dalam melakukan suatu bisnis (usaha) sudah seharusnya tidak

hanya memikirkan keuntungan semata. Namun, harus memiliki perilaku yang *ta'awun* (tolong menolong) dalam hal kebaikan terutama dalam usaha. Misalnya, dengan mengadakan promosi yang keuntungannya digunakan untuk membantu orang-orang tidak mampu. Jadi tidak hanya memikirkan duniawi, tetapi juga mengutamakan akhirat. Tidak hanya mendapatkan keuntungan usaha, perilaku tolong menolong dalam berbisnis juga bisa mendatangkan keberkahan. Oleh sebab itu, janganlah lelah untuk selalu berbuat baik.

3. Tidak Menumpuk Harta dalam Berbisnis

Etika bisnis sebagaimana dicontohkan oleh Rasulullah Saw yang perlu diteladani, yakni umat Islam dianjurkan untuk tidak menumpuk harta. Menumpuk harta dalam hal ini adalah menimbun barang-barang yang akan dijual sehingga nanti bisa dibeli pelanggan dengan harga tinggi. Cara berbisnis seperti ini sangat tidak dianjurkan oleh Rasulullah. Sebab, lebih banyak menciptakan kerugian pada orang lain. Bisa dibayangkan bahwa ketika terjadi penumpukan barang, pelanggan yang membutuhkannya akan sangat kesulitan untuk mendapatkannya. Akibatnya, bisa menciptakan perpecahan karena ada perebutan barang di mana-mana. Keuntungan besar dari menumpuk harta justru menjadikan bisnis kamu menjadi tidak berkah. Jadi, sebaiknya hal ini dihindari.

4. Barang yang Dijual Harus Halal

Ketika umat muslim ingin menjadi pebisnis yang sukses, dianjurkan untuk meneladai etika bisnis sebagaimana dicontohkan oleh Rasulullah

yakni tidak menjual barang yang haram seperti alcohol, daging babi, anjing, dan barang kotor lainnya. Di mana barang yang dijual harus halal dan suci, jadi bukan barang-barang terlarang yang bisa mendatangkan keburukan. Adapun barang-barang haram yang tidak boleh diperdagangkan menurut sabda Rasulullah SAW, yaitu: “Sesungguhnya Allah melarang bentuk usaha miras, bangkai, babi, maupun patung.” (H.R. Jabir) Selain halal, kegiatan usaha yang dilakukan juga harus terhindar dari riba. Sebagaimana firman Allah SWT yang berbunyi: “Hai orang-orang yang beriman, maka lupakan sisa-sisa riba bila kamu beriman. Dan jika kalian tidak meninggalkan, maka umumkanlah perang kepada Allah dan Rasul-Nya.” (QS. Al-Baqarah).

5. Bersaing Secara Sehat Dalam berbisnis

Rasulullah SAW dalam mencontohkan berbisnis, beliau menganjurkan dalam berbisnis adalah bersaing secara sehat. Selain itu Rasul juga mengajarkan umatnya untuk bersaing secara sehat. Jadi, tidak boleh mengejek atau menjelek-jelekan usaha yang lain, supaya pelanggan membeli terhadapnya. Hal ini sudah diterangkan secara jelas dalam hadist, di mana Rasulullah bersabda: “Janganlah seseorang di antara kalian menjual memiliki tujuan dalam menjelekan apa yang dijual yang lainnya.” (H.R. Muttafaq ‘alaih). Oleh sebab itu, bersainglah secara sehat dengan bisnis lain yang memang serupa. Kamu bisa menjadi lebih unggul tanpa berusaha mengejek usaha orang lain. Misalnya, dengan fokus memperbaiki kualitas produk dan pelayanan terhadap pelanggan.

Dengan begitu, bisnis kamu akan laris manis. Jangan lupa juga bahwa, rezeki yang kamu peroleh ini sudah diatur oleh Allah SWT. Maka, janganlah takut untuk menghadapi persaingan usaha karena apa yang menjadi hak kamu akan kembali padamu.

6. Transaksi Jual Beli Tanpa Paksaan

Etika bisnis lainnya yang diajarkan oleh Rasulullah SAW, yakni melakukan transaksi jual beli tanpa paksaan. Sehingga para pelaku bisnis (penjual) maupun pembeli harus sama-sama ridho. Jangan terlalu memaksakan kehendak agar orang-orang membeli usaha kamu. Hal ini juga telah diterangkan dalam firman Allah SWT: “Hai orang yang beriman, tidak boleh bagi kamu saling memakan harta sesama melalui jalan yang bathil, kecuali melalui cara usaha yang saling suka di antara kamu.” (QS. An-Nisa’). Oleh sebab itu, harus dipastikan ketika dalam menawarkan barang lebih diutamakan berbicara dahulu dengan pelanggan sebelum membuat kesepakatan jual-beli. Dalam hal ini juga dapat dilakukan melalui negosiasi hingga mencapai kata mufakat, di mana kedua belah pihak telah setuju.

7. Pandai Melihat Peluang bisnis

Rasulullah dalam berbisnis mengedepankan peluang, dimana ekonomi syariah di Indonesia khususnya dalam pengembangan industry halal dapat dilakukan dengan mengedepankan Sikap menjalankan usaha yang perlu diteladani dari Rasulullah SAW yakni memiliki sifat Fathanah. Fathanah disini artinya pandai melihat peluang. Kemudian, memanfaatkan

peluang tersebut untuk kebaikan. Kamu pun bisa meneladani sifat ini dalam berbisnis. Artinya dalam berbisnis harus memiliki sikap lebih peka terhadap permasalahan di sekitar. Kemudian bagi pelaku bisnis perlu melihat bagaimana cara memanfaatkan peluang tersebut untuk membuka usaha. Namun, hal ini dapat juga dilakukan dengan memastikan peluang tersebut digunakan untuk hal-hal yang baik. Misalnya, bertujuan untuk memberikan manfaat kepada orang lain.

8. Memperlakukan Karyawan dengan Baik

Tidak hanya mengatur tentang cara jual-beli, etika bisnis ala Rasulullah juga mengajarkan umat Islam untuk memperlakukan karyawannya dengan baik. Nabi Muhammad SAW menganjurkan para pengusaha untuk berlaku adil serta membayarkan upah karyawan dengan layak. Bahkan, Rasulullah bersabda, “Berikanlah upah pada karyawan, sebelum ia kering keringatnya.” Maksudnya adalah pemilik bisnis dilarang untuk menunda-nunda pemberian upah kepada karyawan. Besaran upah yang diberikan juga hendaknya sesuai dengan apa yang mereka kerjakan.

9. Menerapkan Nilai Syariah di Segala Aspek

Etika bisnis sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah adalah menerapkan nilai-nilai syariah selama menjalankan usaha. Nabi Muhammad SAW menggunakan nilai-nilai syariah dalam segala aspek ketika beliau berbisnis. Dalam hal ini, seluruh kegiatan usaha harus dijalankan berdasarkan syariat Islam dengan berpedoman pada Alquran

dan hadist. Ketika kamu menjunjung tinggi nilai-nilai agama Islam dalam berbisnis, maka usaha kamu akan diberi kemudahan oleh Allah SWT. Bisnis kamu juga akan semakin berkah sebab telah diridhoi oleh Allah SWT selama menjalankannya. Dengan menerapkan nilai syariah, kamu juga akan merasa lebih tenang karena semua keuntungan yang diperoleh benar-benar halal. Sementara jika menjalani bisnis di jalan yang dilarang, maka hal ini akan diliputi rasa gelisah dan takut akan dosa.

4.3 Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia

Etika bisnis Islam merupakan norma etika berbasis Al-Qur`an dan Hadits yang harus dijadikan sebagai pedoman hidup oleh para pebisnis. Namun nyatanya, banyak oknum pebisnis yang melakukan kecurangan sehingga keluar dari norma etika bisnis Islam. Dimana implikasi sistem etika bisnis Islam yaitu 1) tauhid, 2) kehendak bebas, 3) keseimbangan, 4) tanggung jawab, dan 5) kebajikan (Fajrina, 2017). Selain itu dengan dilaksanakannya penerapan etika bisnis Islam pada industry halal di Indonesia akan berdampak pada pengembangan indutri halal di Indonesia menjadi lebih maju bagi kemajuan bisnis (Rusli & Alisyah, 2021).

Dengan menjalankan transaksi sesuai dengan etika bisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah saw meliputi Sikap-sikap seperti jujur, adil, ramah, cakap, senang membantu pelanggan, menjaga hak-hak konsumen, dan tidak menjelekkkan bisnis orang lain maka hal ini akan berdampak pada

jaminan kenyamanan dalam bisnis. Begitupun dalam menerapkan pelayanan islami seperti yang dicontohkan oleh (Hanafi & Salam, 1988b) meliputi 1) Etika untuk selalu menyampaikan yang benar; 2). Etika untuk dapat dipercaya; 3). Etika untuk mengerjakan sesuatu dengan ikhlas; 4). Etika persaudaraan; 5). Penguasaan ilmu pengetahuan; 6). Etika keadilan, maka hal ini akan memberikan kenyamanan bagi konsumen. Dimana Pelayanan menurut Islam adalah suatu keharusan dalam pelayanan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syari'ah.

Dicontohkan oleh (Mutmainah dkk., 2022), bahwa dalam rangka meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan muslim untuk datang ke Indonesia, maka perlu mengedepankan keunggulan dalam pelayanan islami, dimana pelayanan bisnis islami termasuk pada konsep etika bisnis islam, sehingga endingnya adalah berkembangnya industry halal berkelanjutan dan lebih baik. Semisal dalam mengembangkan prospek kawasan industri pariwisata halal di Jawa Barat memiliki beberapa prospek pengembangan dalam beberapa aspek, di Kota Bandung dan Kabupaten Bandung mengembangkan wisata ramah muslim dimana pelaksanaannya melalui pengembangan Destinasi Pariwisata Halal secara lebih progresif, terarah, dan berkesinambungan, di Kabupaten Ciamis mengembangkan konsep pariwisata unggulan dengan mengedepankan pelayanan prima dan meningkatnya potensi kepariwisataan yang profesional dan kesinambungan, sementara itu di Kabupaten Pangandaran mengembangkan konsep pariwisata yang meliputi 5A (attractions, accessibility, amenities, available packages, activities,

ancillary services) yakni atraksi, aksesibilitas, fasilitas, paket yang tersedia, aktivitas, layanan tambahan. Sehingga konsep pariwisata halal adalah berfungsi sebagai pelengkap yang mengedepankan pelayanan islami dalam pelaksanaan bisnisnya, hal ini dapat dilihat dari tersedianya makanan halal, tempat ibadah, dan hotel-hotel yang menyediakan berbagai kebutuhan wisatawan muslim.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia dapat meningkatkan jumlah Industri halal yang lebih maju dan memiliki kualitas yang unggul berdasarkan syariat islam. Hal ini terbukti bahwa dari produk Industri hala yang eksis di Indonesia semisal industry halal 1) makanan, 2) minuman, 3) obat, 4) kosmetik, 5) produk kimiawi, 6) produk biologi, 7) produk rekayasa genetik, serta 8) barang berharga yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat, dimana produk halal yang dimaksud adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syari'ah Islam.

Hal ini terbukti Indonesia memiliki peluang menambah 5,1 miliar dolar AS atau Rp 72,9 triliun terhadap produk domestik bruto (PDB) dari industri halal (Pusat Pemberdayaan Industri Halalal (PPIH), 2022). Selain itu Peningkatan kapasitas dan kapabilitas ekonomi syariah melingkupi beberapa strategi. Hal itu antara lain menguatkan rantai nilai halal dengan fokus pada sektor kompetitif, penguatan sektor keuangan syariah, menetapkan UMKM sebagai motor penggerak, dan penguatan ekonomi digital syariah. Selain itu Perkembangan industri halal di bidang makanan, minuman, kosmetik hingga

pakaian diproyeksikan menjadi primadona jelang dan saat bulan Ramadan tahun ini. Untuk makanan dan minuman bakal naik sebesar 30 persen (Kemenparekraf/Baparekraf, 2022).

Industri halal di Indonesia menjadi tren dunia saat ini. Hal ini terbukti dari prospek industri halal yang terus tumbuh dari tahun ke tahun. Menurut laporan dari State of The Global Islamic Report (2019), ada sekitar 1,8 miliar penduduk muslim yang menjadi konsumen industri halal. Peluang konsumen dalam industri halal meningkat sebesar 5,2% setiap tahunnya dengan total pengeluaran konsumen yang mencapai USD 2,2 triliun. Jumlah ini diperkirakan akan terus meningkat tiap tahunnya. Proyeksi dari Compound Annual Growth Rate (CAGR) industri halal akan meningkat hingga mencapai 6,2% dalam kurun waktu 2018 hingga 2024. Total dana yang dihabiskan oleh konsumen industri halal juga akan meningkat hingga mencapai USD 3,2 triliun pada tahun 2024. Dari data tersebut dapat kita lihat bahwa industri halal memiliki prospek yang sangat cerah ke depannya (State of Global Islamic Economy Report 2019). Sehingga Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan Industri Halal di berbagai sektor, terutama halal food, halal travel, halal fashion dan halal finance. Perkembangan Halal Industri juga berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional (Fathoni, 2020).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan diatas, terkait pentingnya Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia, maka dapat disimpulkan bahwa

1. Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia adalah etika yang bisnis yang mengedepankan nilai-nilai rahmatan lil ‘alamin, selain itu dengan etika bisnis islami dalam pengembangan industry halal di Indonesia bertujuan mengembangkan ekonomi syariah secara kaafah (totalitas).
2. Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia, menjadi sebuah keniscayaan, dimana Implementasi etika bisnis islam dapat dilakukan dengan cara bisnis halal yang bertanggung jawab. Dimana dalam menerakan etika bisnis islami di dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia dilaksanakan melalui beberapa penerapan bisnis sebagaimana dicontohkan oleh rasululloh Saw yakni jujur, adil, Tolong Menolong, Tidak Menumpuk Harta, Barang yang Dijual Harus Halal, Bersaing Secara Sehat, Transaksi Jual Beli Tanpa Paksaan, Pandai Melihat Peluang, Memperlakukan Karyawan dengan Baik, dan Menerapkan Nilai Syariah di Segala Aspek.
3. Dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia dapat meningkatkan jumlah Industri halal yang lebih maju

dan memiliki kualitas yang unggul berdasarkan syariat islam. Hal ini terbukti Indonesia memiliki peluang menambah 5,1 miliar dolar AS atau Rp 72,9 triliun terhadap produk domestik bruto (PDB) dari industri halal. Selain itu dampak penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia, hal ini dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia.

5.2 Saran

Bedasarkan keseluruhan penelitian diatas tentang pentingnya Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Industri Halal di Indonesia didapatkan saran untuk penelitian yang akan datang yakni meliputi :

Bagi pemerintah, disarankan terus mengupdate tentang pentingnya pengembangan Industri halal di Indonesia dengan mengedepankan etika bisnis islami (ekonomi syariah) sebagai landasan pengembangannya, selain itu dalam Industri halal juga perlu memberlakukan sertifikasi Halal untuk produk-produk yang dihasilkan oleh Indonesia, dimana pelaksanaannya dapat diterapkan secara rutin dan diperpanjang masa berlakunya agar unit bisnis industri halal di Indonesia dapat menjalankan usahanya tanpa khawatir kehalalan produknya dan juga memberikan pelayanan islami dalam mengembangkan Industri Halal di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulrahim, M. I. (2007). *Islam Sistem Nilai Terpadu*. Gema Insani.
- Adinugraha, H. H. (2018). Desa Wisata Halal: Konsep Dan Implementasinya Di Indonesia. *Human Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 0, Art. 0. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalah/article/view/1336>
- Ahyani, H. (2021). Sharia's Economic Law Perspective About Cash Waqf in The Era of The Industrial Revolution Four Points Zero. *Al-Mawarid: JSYH*, 3(1), Art. 1. <https://journal.uui.ac.id/JSYH/article/view/18588>
- Ahyani, H., Mahfud, M., Waluyo, R., Ulya, W., & Muharir, M. (2021). The Potential of Halal Food as A Driver of the Economic Development in Regional Community. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(2), Art. 2. <https://doi.org/10.22146/jpt.63771>
- Ahyani, H., Muharir, M., & Ulya, W. (2021). Potensi Wisata Halal Kota Banjar, Jawa Barat di Era Revolusi Industri 4.0. *Tornare: Journal of Sustainable and Research*, 3(1), Art. 1. <https://doi.org/10.24198/tornare.v3i1.31511>
- Ahyani, H., Putra, H. M., Slamet, M., & Mutmainah, N. (2022). Standardization of Companies and The Islamic Business Environment in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), Art. 1. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3795>
- Ahyani, H., & Slamet, M. (2021). Building the Values of Rahmatan Lil'Alamin for Indonesian Economic Development at 4.0 Era from the Perspective of Philosophy and Islamic Economic Law. *AL-IHKAM: Jurnal Hukum & Pranata Sosial*, 16(1), 111–136.
- Akhyar, M. (2021, Mei 31). Kiai Miftach: Penyediaan Produk Halal Artinya Bekerja demi Generasi Masa Depan. *Majelis Ulama Indonesia*. <https://mui.or.id/berita/30131/kiai-miftach-penyediaan-produk-halal-artinya-bekerja-demi-generasi-masa-depan/>
- al-Mubarak, F., & Muslim, A. B. M. B. (2020). Kesalehan Sosial Melalui Pendidikan Filantropi Islam. *JIEBAR: Journal of Islamic Education: Basic and Applied Research*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.33853/jiebar.v1i1.57>
- Alma, B. (2014). Ajaran Islam dalam Bisnis. Dalam *Ajaran Islam dalam Bisnis* (hlm. 70). Alfabeta.
- Amin, M. (2021, Juni 3). Indonesia Miliki Potensi Besar Kuasai Pasar Halal Dunia. *Majelis Ulama Indonesia*. <https://mui.or.id/berita/30183/indonesia-miliki-potensi-besar-kuasai-pasar-halal-dunia/>
- Amin, M. (2022, Juni 20). Gerak Berjamaah Menuju Indonesia Pusat Industri dan Pariwisata Halal Dunia. *Majelis Ulama Indonesia*. <https://mui.or.id/berita/35880/gerak-berjamaah-menuju-indonesia-pusat-industri-dan-pariwisata-halal-dunia/>
- Ardi, M. (2015). *ETIKA BISNIS DALAM EKONOMI ISLAM*. 1, 28.
- Arwani, W., Jaelani, A., Firdaus, S., & Hanim, T. F. (2022). Halal-Thayyib, Food Products, and the Halal Industry: A Thematic Analysis on the Verses of

- the Qur'an. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 14(1), Art. 1. <https://doi.org/10.24235/amwal.v14i1.10830>
- Astuti, A. R. T., & Ruqiah. (2019). Bisnis Halal dalam Perspektif Etika Islam: Kajian Teoritis. *AL MA'ARIEF : Jurnal Pendidikan Sosial Dan Budaya*, 1(2), 97–106. <https://doi.org/10.35905/almaarief.v1i2.1139>
- Ayu, D., & Anwar, S. (2022). Etika Bisnis Ekonomi Islam Dalam Menghadapi Tantangan Perekonomian Di Masa Depan. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 7(1), Art. 1. <https://doi.org/10.24235/jm.v7i1.10034>
- Badroen, F. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam* (hlm. 15). Kencana.
- Bawani, I. (2016). *Metodologi Penelitian Pendidikan Islam*. Khazanah Ilmu Sidoarjo.
- Darmawati. (2013). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam: Eksplorasi Prinsip Etis Al Qur'an Dan Sunnah. *Mazahib : Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, 11(1), 58–69.
- Darwis, R. (2017). Etika Bisnis Pedagang Muslim Di Pasar Sentral Gorontalo Perspektif Hukum Bisnis Islam. *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, 12(1), Art. 1. <https://doi.org/10.31332/ai.v12i1.534>
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan. (2022). *Potensi Sektor Industri Halal di Indonesia*. <https://disperindag.kukarkab.go.id/berita/artikel/potensi-sektor-industri-halal-di-indonesia>
- Djakfar, M. (2017). *Pariwisata Halal: Perspektif Multidimensi: Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik & Industri Halal Di Indonesia*. UIN-Maliki Press.
- Dwiatma, B. K. (2019). Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan Haji dan Umroh Vol. No. 1, (2019). *Jurnal Ilmu Dakwah & Pembangunan*, XIV.
- Fadilah, L. (2019). *STRATEGI DAN MANAJEMEN TRAVEL HAJI DAN UMROH (Studi Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umroh Kota Medan Dalam Pelayanan dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen)*. 25.
- Faisal, Y. A. (2021). *Industri Halal dan Pengembangan Kawasan Halal Berbasis Kearifan Lokal*. Pusat Studi Manajemen dan Bisnis FEB Unpad.
- Faizah, S. A. A., Perwithosuci, W., Hidayah, N., & Abidin, A. Z. (2022). Women's Literacy Rate and Women's Labor Participation in ASEAN. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 23(1), Art. 1. <https://doi.org/10.23917/jep.v23i1.17183>
- Fajrina, N. (2017). *Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis (Studi: De' Halal Mart Yogyakarta)*. <https://dspace.uin.ac.id/handle/123456789/4870>
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), Art. 3. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Ghazaly, A. R. (2016). *Fiqh Muamalat*. Prenada Media.
- Gunara, T., & Sudibyoy, U. H. (2007). *Marketing Muhammad: Strategi Andal Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad Saw*. Madania Prima.

- Hamid, A., & Zubair, M. K. (2019). Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah. *BALANCA : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 16–34. <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1037>
- Hanafi, A., & Salam, H. (1988a). Business Ethics: An Islamic Perspective. *Proceedings of the Seminar on Islamic Principles of Organizational Behavior*.
- Hanafi, A., & Salam, H. (1988b). Business Ethics: An Islamic Perspective. *Proceedings of the Seminar on Islamic Principles of Organizational Behavior*.
- Harahap, H. M. (2020). *Etika Bisnis Perdagangan Menurut Al-Quran* [Doctoral, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara]. <http://repository.uinsu.ac.id/9452/>
- Harun. (t.t.). *Fiqh Muamalah*. Muhammadiyah University Press.
- Hasan, A. (2009). *Marketing*. MedPress.
- Hatta, A. (2011). *Tafsir Qur'an Per Kata*. Magfirah Pustaka.
- Holijah, H., & Rizal, M. (2022). Islamic Compensation Concept: The Consumer Dispute Settlement Pattern in Indonesia. *Samarah: Jurnal Hukum Keluarga Dan Hukum Islam*, 6(1), Art. 1. <https://doi.org/10.22373/sjhk.v6i1.8951>
- Hulaimi, A. (2017). *ETIKA BISNIS ISLAM DAN DAMPAKNYA TERHADAP KESEJAHTERAAN PEDAGANG SAPI*. 16.
- IHATEC. (2021, Februari 17). *Manfaat Sertifikasi Halal Bagi Perusahaan / Indonesia Halal Training*. IHATEC. <https://ihatec.com/manfaat-sertifikasi-halal-bagi-perusahaan/>
- Isnayah, I. (2021). *Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Promosi di Instagram (Studi Endorse Selebgram di Kota Parepare)* [Masters, IAIN Parepare]. <http://repository.iainpare.ac.id/2821/>
- Juliyani, E. (2016a). *ETIKA BISNIS DALAM PERSEPEKTIF ISLAM*. 12.
- Juliyani, E. (2016b). Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam. *Ummul Qura*, 7(1), Art. 1.
- Kadir, A. (2010). *Hukum Bisnis Syariah dalam al-Qur'an*. Amzah.
- Kamila, E. F. (2021). Peran Industri Halal Dalam Mengdongkrak Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Di Era New Normal. *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 1(1), Art. 1. <https://doi.org/10.15575/likuid.v1i1.12731>
- Karim, A. A. (2001). *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*. Gema Insani Press.
- Kememparekraf/Baparekraf. (2022, Maret 28). *Industri Halal Jadi Primadona, Produksi Makanan dan Minuman bakal Naik 30 Persen saat Ramadan*. Peduli Covid19 | Kememparekraf / Baparekraf Ri. <https://pedulicovid19.kememparekraf.go.id/industri-halal-jadi-primadona-produksi-makanan-dan-minuman-bakal-naik-30-persen-saat-ramadan/>
- Keraf, A. S. (1995). *Etika Bisnis: Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*. PT Kanisius.
- Khutub, M., & Ulfa, N. (2022). Existence of Halal Tourism in Indonesia Islamic Business Ethics Perspective. *IEB: Journal of Islamic Economics and Business*, 1(1), Art. 1. <https://doi.org/10.19109/ieb.v1i1.11900>

- Kuncoro, P. S. (2020). Implementasi Etika Bisnis Islam: Bisnis Halal yang Bertanggung Jawab. *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), Art. 2. <https://doi.org/10.51339/iqtis.v2i2.203>
- Madjid, S. S., & Hasan, H. A. (2022). Analisis Peluang, Tantangan Dan Strategi Industri Halal Di Indonesia (pada Masa Pandemic Covid-19). *PILAR*, 13(1), Art. 1.
- Maksum, M., Wahyuni, A., Farida, A. R., Hasanah, L., & Fuad, S. (2022). Sharia Service as An Added Value: Response to Sharia Standard in Hospital Service. *Samarah: Jurnal Hukum Keluarga Dan Hukum Islam*, 6(1), Art. 1. <https://doi.org/10.22373/sjhk.v6i1.13418>
- Moleong, L. J. (1999). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosda Karya.
- Muhammad. (2004). *Etika Bisnis Islami*. UPP-AMP YKPN.
- Muhammad, I. (2020). *Etika Bisnis Dalam Islam* [Skripsi, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta]. <https://repository.umj.ac.id/4786/>
- Muslich. (2004). *Etika Bisnis Islam, Landasan Fofosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif*. Ekonisia.
- Muslimin, J. (2019). Society, Law and Economy: Contextualizing Ibn Khaldun's Thought. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 11(2), Art. 2. <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/iqtishad/article/view/13778>
- Mutmainah, N., Ahyani, H., & Putra, H. M. (2022). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Pengembangan Kawasan Industri Pariwisata Halal Di Jawa Barat. *Al-Mawarid: JSYH*, 4(1), Art. 1. <https://doi.org/10.20885/mawarid.vol4.iss1.art2>
- Naqvi, S. N. H. (2003). *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam, ter. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin*. Pustaka Pelajar.
- Nasuka, M. (2012). Etika Penjualan dalam Perspektif Islam. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1), 47. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v3i1.47-72>
- Nurjanah, N. (2021, Oktober 7). Potensi Wakaf dan Industri Halal Dorong Pemulihan Ekonomi Skala Nasional Bahkan Global. *Majelis Ulama Indonesia*. <https://mui.or.id/berita/31842/potensi-wakaf-dan-industri-halal-dorong-pemulihan-ekonomi-skala-nasional-bahkan-global/>
- Pusat Pemberdayaan Industri Halal (PPIH). (2022, Maret 16). Potensi Industri Halal Tembus Rp 72,9 Triliun. *Pusat Pemberdayaan Industri Halal*. <https://halal.kemenperin.go.id/potensi-industri-halal-tembus-rp-729-triliun/>
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, & Bank Indonesia. (2019). *Ekonomi Islam*. Raja Grafindo Persada.
- Ramadan, T. (2009). *Radical Reform: Islamic Ethics and Liberation*. OUP USA.
- Rozhania, Z. N., Nawawi, K., & Gustiawati, S. (2022). Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi pada Almeera Moslem Store Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), Art. 1. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.653>

- Rusli, M., & Alisyah, M. R. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Di Zaman Digital (Studi Pada Bukalapak.com). *Ats-Tsarwah: Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 1(1), Art. 1.
- Sakirah, S., Affandy, F. F., Slamet, M. S., Ahyani, H., Dahliana, D., Priyatno, P. D., Darussalam, A. Z., Komarudin, P., Maulida, A. Z., Wafa, F. E., Purnomo, A., Idris, M., & Fitriana, Y. (2022). *Perkembangan Pemikiran Dan Peradaban Ekonomi Islam (sebuah Tinjauan Teori Dan Praktis)*. Widina Bhakti Persada.
<https://repository.penerbitwidina.com/publications/406507/>
- Sanjaya, W. (2015). *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*. Kencana.
- Scarborough, N. M., & Zimmerer, T. W. (1996). *Effective Small Business Management*. Prentice Hall.
- Shah, S. A., Bhutto, M. H., & Azhar, S. M. (2021). Integrative Review of Islamic Marketing. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1264–1287.
<https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2020-0216>
- Sugianto, Y. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perkembangan Industri Halal di Indonesia. *Change Think Journal*, 1(2), Art. 2.
- Syafitri, M. N., Salsabila, R., & Latifah, F. N. (2022). Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), Art. 1.
<https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.305>
- Tanjung, A., & Panggabean, S. A. (2022). Peluang Wisata Halal Terhadap Pengembangan Ekonomi Islam. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), Art. 2. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.754>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi Offest.
- Utari, D., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Industri Halal Berkontribusi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Era Pandemi Covid-19: Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), Art. 1.
<https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.119>
- Widodo, D. (2022). *Kemenperin: Industri Halal Berperan Penting dalam Pemulihan Ekonomi, Kemenperin Luncurkan IHYA 2022*.
<https://www.kemenperin.go.id/artikel/23586/Industri-Halal-Berperan-Penting-dalam-Pemulihan-Ekonomi,-Kemenperin-Luncurkan-IHYA-2022>
- Zainuddin, Z., & Khoiriyah, U. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Jasa. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 15(2), Art. 2. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v15i2.1617>