



Volume 6, Mei 2024

## Etika Bisnis Dalam Manajemen Bisnis Roti Maros Guna Mewujudkan Peningkatan Keharmonisan Sosial

**Ihsan Hidayat**

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

**Irwan Misbach**

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

**Syahrudin**

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

**Syahrir D Mallongi**

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

**Awaluddin**

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar



Author correspondence email: [bidayatihsan83@gmail.com](mailto:bidayatihsan83@gmail.com)



Available online at: <https://doi.org/10.35905/banco.v6i1.9002>



All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial ShareAlike 4.0 International License. Licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

# **Manajemen Bisnis Roti Maros dalam Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Mewujudkan Peningkatan Keharmonisan Sosial**

## **Abstract**

Islam with its universal teachings has laid down the concept of human life so that it can run well, including business mechanisms in doing business. Maros is one of the cities that has entrepreneurs operating in the same field and type, namely Maros Roti Culinary. This research is descriptive qualitative research. The results of this research prove that Maros entrepreneurs really understand Sharia Business Ethics and they apply it in their business management. Five management principles are adapted to Sharia business ethics. The dominance of the same business in Maros Regency actually creates harmony between business people. They support each other through Public Transport Partners. Every driver who partners will get free drinks and food and get a bonus if each driver brings a lot of passengers to shop at the Maros Bakery. This is uniquely healthy competition for Maros Roti Entrepreneurs.

Keywords: Sharia Business Ethics, Social Harmony, Roti Maros, Entrepreneurs.

## **Abstrak**

Islam dengan ajarannya yang universal telah meletakkan konsep tata kehidupan umat manusia agar dapat berjalan dengan baik, termasuk mekanisme bisnis dalam berusaha. Maros merupakan salah satu kota yang memiliki pengusaha yang bergerak dibidang dan jenis yang sama, yakni Kuliner Roti Maros. Penelitian ini merupakan Penelitian Kualitatif Dekriptif. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa para Usahawan Maros sangat memahami tentang Etika Bisnis Syariah dan mereka terapkan dalam manajemen bisnis mereka. Lima prinsip manajemen disesuaikan dengan etika bisnis Syariah. Dominasi bisnis yang sama di Kabupaten Maros justru menimbulkan keharmonisan antar pebisnis. Mereka saling mendukung melalui Mitra Angkutan Umum. Setiap sopir yang bermitra akan mendapatkan Gratis Minuman dan Makanan dan mendapatkan bonus apabila setiap Sopir membawa penumpang yang banyak untuk berbelanja di Toko Roti Maros. Hal ini menjadi keunikan persaingan yang sehat pada Para Usahawan Roti Maros.

**Kata kunci:** Etika Bisnis Syariah, Keharmonisan Sosial, Usahawan Roti Maros.

## **A. Pendahuluan**

(Maleha, 2016) Kehidupan umat manusia ditandai dengan adanya pergerakan untuk berubah, dan bisnis merupakan gerak yang berkembang, tidak pernah berhenti sumbernya karena akan terus dikelola dan diputar. Bisnis yang semakin bertumbuh pesat membutuhkan dukungan pengawasan yang semakin kuat pula. Utamanya bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, harus memperhatikan pemilihan bisnis yang digunakan. Hal ini untuk mencegah kemungkinan-kemungkinan yang mendekati sesuatu yang tidak sesuai dengan syariat.

(Santoso et al., 2014) mengungkap dan menemukan beberapa kasus di tengah masyarakat Muslim ketika menjalankan usahanya, bahwa implementasi nilai-nilai altsruistik dan kepedulian sosial membawa para usahawan kepada kondisi dimana mereka dapat merasakan ketenangan batin walaupun dalam kegiatan ekonominya terkadang harus menanggung beban kerugian materiil. Sehingga, bisa dikatakan bahwa orientasi bisnis untuk memperoleh keuntungan tidak selalu dapat diukur dengan hal-hal yang bersifat eksoteris berupa

uang, tetapi juga dapat diukur dengan hal-hal yang bersifat esoteris yaitu berupa kedamaian batin dan ketentraman jiwa.

(Fauzia, 2018) mengungkapkan bahwa dalam jati diri usahawan Muslim terdapat deferensiasi persepsi ketika menginternalisasikan asas-asas bisnis syariah kedalam tingkah laku ekonominya. Hal ini tergantung pada kondisi: latar belakang pendidikan, keadaan sosial dan lingkungan dimana kaum muslimin mengkonstruksi usahanya.

Dalam menjalankan Bisnis maka harus sepaket dengan pengaplikasiannya pada Etika Bisnis. Apalagi dengan persaingan yang sangat banyak, etika bisnis ini menjadi hal yang sangat sulit untuk ditemukan mengingat tujuan utama dalam menjalankan sebuah usaha berorientasi pada profitabilitas. Melihat peningkatan Pengusaha Roti Maros menjadikan Kota Maros memiliki khas tersendiri melalui bisnis kuliner tersebut. Mengingat bahwa dominan masyarakat Maros adalah Masyarakat Muslim maka kebutuhan akan konsep islam juga membutuhkan perhatian oleh para pebisnis. Dominasi ini menjadi titik kritis dalam penerapan etika bisnis. Sebagaimana penelitian yang dilakukan (Triyuwono, 2011) mengungkap dan menemukan beberapa kasus di tengah masyarakat Muslim ketika menjalankan usahanya, bahwa implementasi nilai-nilai altsruistik dan kepedulian sosial membawa para usahawan kepada kondisi dimana mereka dapat merasakan ketenangan batin walaupun dalam kegiatan ekonominya terkadang harus menanggung beban kerugian materiil. Olehnya kami tertarik ingin mengulik penerapan manajemen bisnis yang dilakukan para Pebisnis Roti Maros berkaitan dengan penerapannya dengan Etika Bisnis Syariah dan bagaimana mewujudkan

## **Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi dengan mengambil sampel 3 Toko Roti Maros yakni Toko Roti Maros Athirah, Toko Roti Maros Salenrang, dan Toko Roti Maros Bonto Lempangan. Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan metode Wawancara dengan Informan yang terlibat yakni 3 Owner Toko Roti dan Pegawai Toko Roti dari Kasir, Bagian Produksi dan Pemasaran. Analisis data kemudian dilakukan guna mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

## Manajemen Bisnis Roti Maros dalam Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Mewujudkan Peningkatan Keharmonisan Sosial

### Hasil Penelitian Dan Pembahasan

#### A. Implementasi Etika Bisnis Syariah dalam Manajemen Bisnis Roti Maros

Etika bisnis Islam mencakup seperangkat nilai, prinsip, dan pedoman yang sesuai dengan ajaran Islam. Berikut adalah beberapa indikator utama etika bisnis Islam yang kemudian penjabarannya disesuaikan dengan bentuk penerapan para Pengusaha Roti di Kabupaten Maros:

Prinsip Etika Bisnis Syariah	Manajemen Bisnis Roti Maros
1. <i>Tauhid</i> (Kepercayaan kepada Allah)	Dalam penerapannya terhadap lima fungsi manajemen yakni Perencanaan, Pengorganisasian, Pergerakan, Pengawasan, dan Penilaian, menggunakan dasar ketauhidan. Bahwa segala sesuatu yang dilakukan baik itu pada Bagian Manajemen Operasional, Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, dan Manajemen Sumber Daya Manusia, harus berlandaskan pada Keyakinan bahwa Allah diatas segala-galanya. Meyakini tentang Allah yang Maha Melihat dan Maha Esa.
2. <i>Al-'Adl dan Al-Haqq</i> (Adil dan Jujur)	Dalam penerapannya terhadap lima fungsi manajemen yakni Perencanaan, Pengorganisasian, Pergerakan, Pengawasan, dan Penilaian, menggunakan dasar ketauhidan. Bahwa segala sesuatu yang dilakukan baik itu pada Bagian Manajemen Operasional, Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, dan Manajemen Sumber Daya Manusia, keadilan dan kejujuran dalam setiap transaksi dan interaksi bisnis. Bisnis harus dilakukan dengan cara yang adil dan jujur, tanpa menipu atau menyalahgunakan kepercayaan.
3. <i>Al-Baiyina</i> (Transparansi)	<ul style="list-style-type: none"><li>Manajemen Produksi, Operasional dan Keuangan, wajib menerapkan transparansi dalam semua aspek operasional dan transaksi. Pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis wajib memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada para pemangku kepentingan.</li><li>Terhadap konsumen, salah satu bentuk transparansi adalah mencantumkan Bahan yang digunakan oleh setiap produk yang dijual dan mencantumkan bentuk harga disetiap</li></ul>

	produk dan memperlihatkan jumlah pembelian disetiap transaksi pembelian.
4. <i>Al-Itbar</i> (Kepedulian Sosial)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manajemen Pemasaran dilakukan dengan menyediakan Media Sosial untuk memudahkan Masyarakat mengetahui Produk apa saja yang tersedia disetiap kota, sekaligus juga sebagai media testimoni pelanggan yang bisa langsung diketahui oleh masyarakat melalui Insta Story di setiap media social Toko.</li> <li>Pada bagian operasional, menyediakan Gazebo-gazebo tempat beristirahat bagi pelanggan, taman bermain bagi anak-anak, tempat makan, dan halaman paker yang luas agar pelanggan bisa merasa nyaman ketika mengunjungi toko.</li> </ul>
5. <i>Riba</i> (Larangan Riba)	Manajemen keuangan Toko menggunakan sistem Jual Beli. Tidak ada kelebihan ataupun kekurangan dari setiap transaksi yang dilakukan.
6. <i>Maysir dan Gharar</i> (Menghindari Perjudian dan Spekulasi)	Sistem penjualan berdasarkan barang yang ready stock dan ditempatkan pada etalase yang telah digunakan sehingga konsumen dapat melihat langsung setiap produk yang disediakan. Pentingnya lagi adalah bahwa produk yang disediakan semuanya bersifat <i>fresh from the oven</i> , artinya produk yang dijual semua bersifat masih baru dan tidak membuat masyarakat menduga-duga terhadap produk yang dibeli.
7. <i>Al-Uqud</i> (Pentingnya Kontrak)	Prinsip ini diterapkan dalam manajemen keuangan dimana setiap kontrak harus memuat syarat-syarat yang saling disepakati oleh kedua belah pihak. Toko Roti Maros Salenrang melakukan transaksi pembelian dan penjualan melalui Narasi Komitmen secara langsung didepan barang. Misalnya, pembeli mengambil 3 roti maros dengan varian pandan dan membawanya ke hadapan kasir. Lalu, kasir kemudian mengambil 3 Kotak Roti tersebut lalu mengecek Kembali, apakah terdapat kekurangan dalam roti tersebut atau tidak. Jika fisik

**Manajemen Bisnis Roti Maros dalam Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Mewujudkan Peningkatan Keharmonisan Sosial**

	<p>dan aroma sudah di cek kasir akan mengkonfirmasi Kembali pada pembeli, apakah benar pembeli apakah benar akan membeli 3 Kotak Roti dengan varian yang diambil. Apabila Pembeli mengkonfirmasi sesuai maka dilakukanlah pembayaran.</p>
8. <i>Takaful</i> (Pemberdayaan Ekonomi)	<p>Etika bisnis Islam mendorong konsep pemberdayaan ekonomi, di mana distribusi kekayaan dan peluang bisnis harus adil dan merata. Pada Toko Roti Maros praktik Takaful belum diterapkan dikarenakan masih minimnya pengetahuan dan pengalaman terkait Manajemen Resiko yang diketahui oleh pemilik selain itu dikarenakan usaha yang dimiliki masih perseorangan yang juga tidak melibatkan pihak ketiga. Hanya pemberian secara tanggung jawab yang apabila terjadi sesuatu yang tidak diinginkan, maka pihak toko akan ikut bertanggung jawab. Kembali lagi bahwa toko masih dalam bentuk perorangan, olehnya toko ini belum memiliki kemampuan dalam pemberian takaful yang berbentuk asuransi sebagaimana selayaknya perusahaan yang memberikan jaminan Kesehatan dan keselamatan pada karyawannya dalam bentuk program jaminan Kesehatan.</p>
9. <i>Haram</i> (Larangan Barang Haram)	<p>Manajemen Operasional Toko Roti Maros yang juga sebagai umat muslim khususnya sangat memperhatikan kehalalan produk yang masuk kedalam tubuhnya, dan itu dibuktikan melalui bentuk sertifikasi halal. Tentunya tidak mudah dalam pengurusan sertifikasi halal ini. Ada banyak tahapan yang harus dilalui seorang pemilik toko agar bisa lolos sertifikasi. Dalam proses sertifikasi melibatkan banyak unsur, seperti Penyelia dan Auditor Halal yang memiliki kemampuan dan ilmu dibidangnya. Setiap detail bahan, wadah, lokasi dan bentuk pemasaran dilakukan penelitian dan pengujian secara spesifik guna mendapatkan akurasi data yang meyakinkan bahwa setiap prosesnya sudah sesuai dengan syariat islam. Ini</p>

	menjadi penting bagi siapa saja pengguna barang dan jasa untuk memperhatikan legalisasi halal disetiap produk untuk menjamin produk tersebut dibuat dan dihasilkan melalui proses yang halal dan tidak mengandung unsur haram ataupun unsur pendsoliman didalamnya. Kesadaran ini harus senantiasa ditanamkan dalam diri kita, baik sebagai penyedia maupun sebagai pengguna untuk memperhatikan setiap detail apa yang dikonsumsi dan yang digunakan. Islam mengatur hingga pada persoalan makanan bukan untuk menyulitkan, melainkan untuk menjaga manusia dari kedsoliman, <i>kemudhoratan</i> yang ditimbulkan oleh sesuatu yang haram untuk dimakan dan dilakukan.
10. <i>Tatafuf</i> (Bersaing dengan Fair)	Mengingat tidak hanya satu saja Toko Roti Maros, maka dalam praktiknya Toko Roti Maros memiliki komitmen dengan masing-masing pesaing seperti dibuatkan daftar agen untuk masing-masing sopir daerah yang akan mendapatkan Gratis Konsumsi. Daftar tersebut dilakukan guna memberikan kesempatan dan keuntungan yang sama antar Usahawan Roti Maros.

## **B. Implikasi Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Mewujudkan Peningkatan Keharmonisan Sosial Pada Usahawan Muslim Maros**

Penerapan etika bisnis syariah dapat memiliki dampak positif dalam mewujudkan peningkatan keharmonisan sosial. Etika bisnis syariah didasarkan pada prinsip-prinsip Islam, yang mencakup nilai-nilai moral, keadilan, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan. Berikut ini beberapa cara di mana penerapan etika bisnis syariah dapat berkontribusi terhadap peningkatan keharmonisan sosial:

### **a. Tingkat Toleransi**

Para Usahawan Muslim menghormati perspektif yang berbeda-beda dalam pengambilan keputusan. Ini menciptakan ruang untuk dialog terbuka dan kolaborasi yang produktif. Hal ini melahirkan bisnis yang toleran dapat lebih bersedia untuk mengambil tanggung jawab sosial dan lingkungan. Mereka dapat bekerja sama dalam inisiatif-inisiatif yang memberikan dampak positif pada masyarakat. Para usahawan kemudian memahami bahwa terdapat pasar yang berbeda. Bisnis yang toleran dapat lebih berhasil dalam mengakses dan melayani pasar global dengan memahami dan menghormati perbedaan budaya.

### **b. Kesejahteraan dan Keadilan Sosial**

Para Usahawan Muslim memiliki komitmen untuk menciptakan lingkungan bisnis yang mendukung keberlanjutan, kesetaraan, dan kesejahteraan bagi semua pihak terlibat. Mereka memberikan upah yang

## **Manajemen Bisnis Roti Maros dalam Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Mewujudkan Peningkatan Keharmonisan Sosial**

adil kepada karyawan sesuai dengan nilai pekerjaan, keahlian, dan kontribusi mereka. Para usahawan muslim ini senantiasa mendorong keadilan dan inklusi di tempat kerja dengan menciptakan kesempatan yang setara untuk semua individu, tanpa memandang gender, etnis, atau latar belakang lainnya. Keadilan ini menciptakan lingkungan yang merangsang inovasi dan kolaborasi. Dan yang paling penting adalah Para Usahawan Muslim mendukung program pemberdayaan masyarakat yang membantu masyarakat lokal mengembangkan keterampilan dan akses ke peluang ekonomi.

### **c. Interaksi Positif**

Para Usahawan Muslim membangun interaksi positif antar pebisnis dan hal ini memainkan peran penting dalam menciptakan lingkungan bisnis yang sehat, saling mendukung, dan berkelanjutan. Interaksi positif ini dapat membentuk kemitraan yang kuat, memperkuat jaringan bisnis, dan meningkatkan peluang kerjasama. Para Usahawan Muslim ini membangun hubungan kemitraan yang saling menguntungkan dengan pihak lain dalam industri atau sektor terkait. Kerjasama seperti ini dapat menciptakan sinergi dan membuka peluang baru. Menjaga komunikasi yang terbuka dan jujur dengan rekan bisnis. Komunikasi yang baik membantu mengatasi masalah, memahami kebutuhan masing-masing pihak, dan membangun kepercayaan. Memberikan dukungan kepada rekan bisnis dalam pengembangan bisnis mereka. Ini bisa melibatkan memberikan masukan konstruktif, berbagi sumber daya, atau memberikan rekomendasi positif. Menjaga etika bisnis yang tinggi dan mempraktikkan perilaku bisnis yang adil dan jujur. Etika bisnis yang baik menciptakan lingkungan di mana pebisnis merasa nyaman untuk berinteraksi. Mengambil tanggung jawab sosial bersama-sama dalam masyarakat. Partisipasi dalam proyek-proyek sosial atau inisiatif keberlanjutan bersama dapat memperkuat hubungan antar pebisnis. Menghargai dan menghormati perbedaan dalam pendekatan bisnis, budaya, dan nilai. Kesadaran terhadap perbedaan membantu mencegah konflik dan menciptakan lingkungan yang inklusif. Menunjukkan komitmen pada kualitas produk atau layanan. Kesadaran terhadap kepuasan pelanggan bersama dapat membangun reputasi yang baik dan mendukung pertumbuhan bersama.

### **d. Keamanan Sosial**

Tingkat keamanan dan kenyamanan yang dirasakan oleh warga masyarakat. Seperti Tingkat kejahatan, tingkat ketidakamanan, kepercayaan masyarakat terhadap lembaga penegak hukum. Meskipun ketiga Usahawan Muslim dalam penelitian ini memiliki hubungan kekeluargaan, namun mereka Hanya memberikan informasi yang perlu diketahui oleh pihak-pihak tertentu. Pemeliharaan kerahasiaan informasi bisnis yang sensitif dapat mencegah risiko kebocoran. Selain itu para Usahawan memberikan pelatihan keamanan kepada karyawan dan pihak terkait yang terlibat dalam interaksi bisnis. Kesadaran keamanan membantu mencegah serangan phishing, pencurian identitas, dan ancaman keamanan lainnya. Selain itu mereka juga menerapkan kebijakan manajemen akses yang ketat untuk memastikan bahwa hanya pihak-pihak yang berwenang yang memiliki akses ke informasi tertentu. Termasuk pula mengidentifikasi dan mengelola risiko keamanan dengan proaktif. Ini termasuk menyusun rencana keamanan, mengevaluasi risiko potensial, dan mengimplementasikan strategi pengurangan risiko.



e. Partisipasi dalam Pengambilan Keputusan

Partisipasi dalam pengambilan keputusan antar pengusaha mencerminkan kolaborasi dan keterlibatan bersama dalam proses pengambilan keputusan bisnis. Ini melibatkan pemilik bisnis atau pemangku kepentingan lainnya yang berkontribusi dalam memberikan input, menyampaikan ide, dan berpartisipasi aktif dalam membentuk arah dan kebijakan bisnis. Mengadakan pertemuan diskusi dan sesi brainstorming untuk membahas opsi dan ide-ide yang mungkin dalam pengambilan keputusan menjadi salah satu upaya yang dilakukan. Mengadakan konsultasi dengan berbagai pihak terkait, serta mengumpulkan umpan balik untuk memahami pandangan mereka. Para usahawan muslim juga menggunakan platform atau aplikasi kolaboratif untuk memfasilitasi komunikasi dan partisipasi dalam pengambilan keputusan, terutama jika para pengusaha berada di lokasi yang berbeda. Melakukan partisipasi dalam pengambilan keputusan antar pengusaha dapat menciptakan budaya organisasi yang inklusif dan kolaboratif. Dengan melibatkan semua pihak yang terlibat, bisnis dapat membuat keputusan yang lebih baik dan membangun lingkungan di mana setiap pemangku kepentingan merasa dihargai dan terlibat secara aktif.

f. Hubungan Antaragama dan Antaretnis

Hubungan ini terjalin dengan sangat harmonis antar usahawan roti maros dimana mereka memiliki agama dan etnis yang sama. Oleh karenanya tidak terdapat konflik yang timbul di antara mereka. Kabupaten hanya memiliki dua etnis yakni Bugis dan Makassar, namun kedua etnis ini tidak pernah memiliki sejarah saling bersinggungan antar entis. Begitupun dengan antar agama, yang sama-sama hidup berdampingan tanpa saling mengganggu satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu dalam penerapannya hubungan ini sama sekali tidak mengganggu, baik antar masyarakat maros sendiri maupun antar pengusaha roti di kabupaten maros.

g. Keseimbangan Ekologis

Lokasi ekologi bisnis yang berbeda sama sekali tidak menimbulkan perselisihan diantara mereka. Pemilihan lokasi sudah dengan pertimbangan matang-matang dimasing-masing pemilik usaha.

h. Komunikasi Efektif

Para usahawan memahami bahwa terdapat budaya bisnis yang berbeda, mereka memahami norma dan nilai-nilai bisnis mereka. Hal ini membantu para usahawan dalam mencegah kesalahpahaman dan meningkatkan kerjasama.

## Kesimpulan

Para pengusaha roti maros memahami Etika bisnis syariah dalam Manajemen Bisnis yang mereka jalankan. Berdasarkan hasil wawancara, para usahawan memahami bahwa banyak hal yang harus dijaga dalam proses bisnis. Dimulai dari pemilihan bahan baku hingga proses penjualan yang harus berdasarkan prinsip Syariah. Para Usahawan Roti Maros mengimplementasikan etika bisnis syariah dalam semua aktivitas bisnisnya. Terbukti dari pemaparan mereka tentang hal-hal yang harus dilakukan dalam proses bisnis, misalnya memilih bahan baku yang halal, menjaga kebersihan lingkungan produksi dan penjualan hingga pada proses penjualan yang baik. Adapun implikasi penerapan etika bisnis syariah dalam mewujudkan peningkatan keharmonisan sosial pada usahawan muslim Maros adalah para usahawan roti maros saling menjaga keberlangsungan bisnis masing-masing. Mereka tidak menjadikan pengusaha lain

## **Manajemen Bisnis Roti Maros dalam Penerapan Etika Bisnis Syariah Dalam Mewujudkan Peningkatan Keharmonisan Sosial**

sebagai pesaing melainkan sebagai alat pacu untuk semakin meningkatkan usaha sendiri. Disadari dalam penelitian ini masih banyak kekurangan yang terjadi, hal itu dikarenakan kemampuan dan ilmu dari Peneliti yang masih terbatas. Oleh karenanya, Peneliti menyarankan dalam penelitian selanjutnya agar melakukan wawancara yang lebih intensif dengan beberapa usahawan lagi guna memperdalam hasil temuan.

### **Daftar Pustaka**

- Abdullah, M. (2014). Manajemen Dan Evaluasi Kinerja Karyawan. In Aswaja Pressindo (Vol. 2).
- Amalia, F. (2014). Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil. *Al-Iqtishad: Journal Of Islamic Economics*, 6(1). <https://doi.org/10.15408/Ijies.V6i1.1373>
- Anggito Dan Setiawan. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif - Albi Anggito, Johan Setiawan - Google Buku. In Cv Jejak.
- Aprianto, I., Andriansyah, M., Qodri, M., & Hariyanto, M. (2020). Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam (Anshori, Ed.; 1st Ed., Vol. 1). Deepublish.
- Azizaturrohmah, S. N., & Mawardi, I. (2015). Pemahaman Etika Berdagang Pada Pedagang Muslim Pasar Wonokromo Surabaya (Studi Kasus Pedagang Buah). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 1(4). <https://doi.org/10.20473/Vol1iss20144pp278-288>
- Badroen, F., & Mufraeni, A. (2015). Etika Bisnis Dalam Islam (1st Ed., Vol. 1). Kencana Prenada Media Group.
- Ciferri, A., Soldi, A., & Bongianini, C. (2022). Role Of Socio-Economic Indicators In Development And Education. *Journal Of Education And Development*, 6(4). <https://doi.org/10.20849/Jed.V6i4.1256>
- Dewi Ayu Safitri, S., Kunci, K., Bagi Hasil, N., & Ritel, S. (2019). Analisis Pengaruh Nisbah Bagi Hasil, Inflasi Dan Pdb Perkapita Terhadap Permintaan Sukuk Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Daerah (Jeda)*, 7(3).
- Hasanah, H. (2017). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial). *At-Taqqaddum*, 8(1). <https://doi.org/10.21580/At.V8i1.1163>
- Hidayati, U. (2023). Perilaku Keorganisasian. In D. E. Putri (Ed.), Chapter (1st Ed., Vol. 1, Pp. 132–141). Eureka Media Aksara.
- Huda, C. (2016). Etos Kerja Pengusaha Muslim (Studi Kasus Pada Pengusaha Muslim Alumni Uin Walisongo Semarang). *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.21580/Economica.2016.7.2.1156>
- Lubis, A. A. (2018). Analisis Aspek Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Pasar Muslim Pusat Pasar Kota Medan. *Dusturiyah: Jurnal Hukum Islam, Perundang-Undangan Dan Pranata Sosial*, 7(1). <https://doi.org/10.22373/Dusturiyah.V7i1.2339>
- Maleha, Y. N. (2016). Manajemen Bisnis Dalam Islam. *Economica Sharia*, 1(2).
- Maros. (2023, January 1). Profile Kabupaten Maros. <https://maroskab.go.id/>.

- Misbach, I. (2020). Siri'na Pacce Culture in Retailer Based on Islamic Perspective Business Ethics. *Jurnal Adabiyah*, 20(2), 337-350.
- Misbach, I. (2017). Perilaku bisnis syariah. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 5, 33-44.
- Mujib, A. (2015). Pendekatan Fenomenologi Dalam Studi Islam. *Jurnal Pendidikan Islam*, 6.
- Nusran, M., Parakkasi, I., Siri, R., Akil, M. A., Misbahuddin, Yasen, S., Arifai, S., Awaluddin, M., Ab, A., Razak, M., Arsyad, K., Nursamsu, Verawaty, Trimulato, Iskandar, A., Tenriwaru, Darmawangsa, A., Hasibuddin, M., Misbahuddin, M., ... Syamsuddin. (2021). Transformasi Lembaga Keuangan Dalam Mendukung Sektor Usaha Untuk Pengembangan Industri Hala. Mes.
- Rahardjo, M. (2010). Triangulasi Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Research*, 54(5).
- Stikubank, U. (2010). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam Sri Nawatmi. *Fokus Ekonomi (Fe)*, 9(1).
- Suyanto, B. (2013). Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme Dan Konsumsi Di Era Masyarakat Post-Modernisme. In Kencana Prenada Media Group.
- Syahrudin. (2011). Komunikasi Bisnis Yang Islami Salah Satu Wujud Nyata Kepedulian Sosial : Sebuah pemikiran. Jakarta : Lembaga Pengembangan Pendidikan Universitas Negeri Jakarta
- Syahrudin. (2012). Etika Bisnis dalam Perspektif Hukum Islam : Studi Membangun Sistem Ekonomis yang Humanis. Makassar : Alauddin University Press
- Triuwono, I. (2011). Mengangkat “Sing Liyan” Untuk Formulasi Nilai Tambah Syariah. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 2(2).
- Umari, Z. F. (2019). Pemikiran Ekonomi Ibnu Al-Qayyim Al-Jauziyyah. *Jurnal Baabu Al-Ilmi: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1). <https://doi.org/10.29300/Ba.V4i1.1689>