

Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Fashion Muslimah (Studi Kasus Zoya Store Kediri)

Amin Awal Amarudin^{1*}, Noviana Nur Sholikhah²

^{1,2} Universitas KH. Abdul Wahab Hasbullah

aaamarudin@gmail.com² novinoviana127@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received: December 17, 2024

Accepted: January 10, 2025

Published: January 16, 2025

Keywords:

Implementation, Islamic Bussines Ethics, Bussines Competition

ABSTRACT

This research discusses comprehensive Islamic business ethics in carrying out economic activities, including in business competition. This study analyzes the principles of Islamic business ethics that are relevant in the context of competition, such as honesty, fairness and social responsibility. The three main points that emerged in this study are: First, how to apply Islamic business ethics in business competition at Zoya Store Kediri. Second, the strategy implemented by Zoya Store Kediri in business competition. Finally, the implications of the application of Islamic business ethics at Zoya Store Kediri. This research uses a descriptive qualitative approach, this type of research uses *field research* or field research involving the analysis of secondary data documents and interviews with related parties. The results of this study show that Zoya competes in a healthy and sportsmanlike manner by upgrading employees' knowledge of business ethics and monitoring integrity attitudes and Islamic values. Meanwhile, the strategy implemented by holding *giveaways*, conducting massive promotions in order to attract customers by increasing compliance with religious principles, improving a conducive work environment and customer loyalty.

At-Tasyri: Jurnal Hukum Islam dan Ekonomi Syariah
is licensed under [CC BY-NC-ND 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

Amin Awwal A, Noviana Nur S

INTRODUCTION

Etika bisnis dapat diartikan sebagai seperangkat aturan yang bukan merupakan undang-undang sehingga tidak mengikat. Namun, perlu diingat bahwa etika bisnis dalam praktik bisnis sehari-hari dapat membatasi aktivitas bisnis yang dijalankan. Etika bisnis dapat menjadi penghalang bagi apa yang dilakukan perusahaan karena dunia usaha tidak lepas dari aspek lain, etika bisnis sangatlah penting. Islam menyatakan bahwa kegiatan bisnis harus sesuai dengan apa yang ditetapkan oleh Al-Qur'an dan Sunnah Nabi, karena etika berbisnis yang benar tidak dapat dipisahkan dari hal-hal penting lainnya.¹

Etika bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dibatasi oleh jumlah harta (barang atau jasa), termasuk keuntungan, tetapi dibatasi dengan cara memperolehnya dan memanfaatkannya berdasarkan hukum halal dan haram. Dengan kata lain, bisnis harus tetap mengikuti syariah, yang merupakan aturan yang ditemukan dalam Al-Qur'an dan Hadis. Etika berkaitan dengan kebiasaan yang baik, baik untuk individu maupun untuk masyarakat, serta dari generasi ke generasi.² Sederhananya, etika bisnis Islam berarti menggunakan prinsip moral untuk menentukan mana yang benar dan salah dalam dunia bisnis.

¹ Abdul Aziz, "Etika Bisnis Perspektif Islam, Hlm.20 16," *Etika Bisnis Syariah*, 2020, 16–18, [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7045/5/BAB II.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7045/5/BAB%20II.pdf).

² Budiono, "Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam," *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. c (2019): 2013–15.

Moralitas dalam ini mencakup semua aspek perilaku manusia yang baik atau buruk, terpuji atau tercela, benar atau salah, wajar atau tidak pantas.

Dari sudut pandang etika bisnis Islam, keuntungan bukanlah suatu hal yang buruk, namun secara moral, keuntungan adalah hal yang baik dan diperbolehkan. Karena pertama, keuntungan secara moral memungkinkan bisnis untuk bertahan (*survei*) dalam kegiatan bisnisnya. Kedua, tanpa keuntungan, pemilik modal tidak akan menanamkan modal, yang berarti tidak akan ada aktivitas ekonomi yang produktif yang mendorong pertumbuhan ekonomi. Ketiga, keuntungan memungkinkan perusahaan *survei* untuk meningkatkan kualitas hidup karyawannya. Dengan menggunakan keuntungan ini perusahaan dapat berkembang dan menciptakan lapangan kerja baru.³

Sikap atau etika bisnis Islam disini meliputi kesopanan dalam melayani pembeli sesuai dengan apa yang diperbolehkan Islam, dan menjaga sikap yang membuat pembeli senang dan puas dengan pilihan barang yang ingin dibelinya. Selain itu, etika bisnis Islam ini harus diterapkan dalam setiap aspek ekonomi, termasuk proses produksi, konsumsi, dan distribusi. Hal inilah yang sudah dilakukan pada beberapa pelaku usaha dengan menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan mereka.⁴ Etika bisnis Islam memiliki peran penting dalam membangun dan menjaga bisnis yang adil, transparan dan bertanggung jawab. Prinsip-prinsipnya seperti kejujuran, keadilan dan saling menghormati, membantu menciptakan etika bisnis Islam, tidak hanya pelaku bisnis yang mendapatkan manfaat tetapi, konsumen, masyarakat dan lingkungan.

Prinsip utama pada etika bisnis Islam seperti Pertama, *Siddiq* (kejujuran) dengan cara menyampaikan informasi yang benar dan akurat kepada semua pihak, menghindari penipuan, manipulasi dan iklan menyesatkan. Kedua, *Amanah* (kepercayaan) dengan cara menjalankan tanggung jawab dengan penuh integritas dan profesionalisme, memnuhi janji dan kesepakatan dengan tepat waktu. Ketiga, *Fathanah* (kecerdasan) dengan cara mengelola bisnis dengan pengetahuan dan keterampilan yang memadai, membuat keputusan yang rasional. Keempat, *Tabligh* (menyampaikan) dengan cara mempromosikan produk dan layanan dengan etis dan tidak menjatuhkan pesaing, memberikan edukasi dan informasi yang bermanfaat kepada konsumen.

Perkembangan *fashion* muslim terus mengalami perubahan seiring kemajuan zaman. Gaya tampilan pada busana muslim yang sebelumnya model sederhana dan modelnya tidak banyak, kini berubah menjadi gaya *modern* yang tampil lebih modis dan *trendy* dengan busana yang lebih bervariasi dalam bermain warna. Menjadi muslim yang berpenampilan modis tetapi tetap mengenakan pakaian muslim syar'i akan menyelamatkan umat bangsa dan negara. Sebagai aturan Allah SWT bagi perempuan dan laki-laki, pakaian muslim yang baik diatur oleh Islam salah satunya yakni brand Zoya yang bergerak sejak tahun 1989 dengan kantor pusat di Bandung. Zoya terus berinovasi dalam desain setiap tahun, membuat pilihan cerdas baik dalam teknologi tekstil maupun desain. Brand yang sat ini menawarkan berbagai macam pakaian dan hijab syariah untuk wanita memberikan kesan *modern* dan menawan, Zoya juga menggunakan desain kualitas terbaik untuk memproduksi produknya.⁵

Dalam setiap aktivitas bisnis, ada hal yang harus dipertimbangkan saat berbisnis, terutama sikap dan etika berdagang. Disisi lain, para penjual biasanya melakukan banyak pedagang di Indonesia hanya memikirkan cara untuk mendapatkan keuntungan sebesar mungkin tanpa mempertimbangkan nilai-nilai Islam yang seharusnya menjadi dasar proses jual

³ Mila Karlina Mutia and others, 'Transaksi Jual Beli Online Berbasis Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus Melalui Situs Resmi Shopee)', *Journal of Business Theory and Practice*, 10.2 (2021), 6

⁴ Fitri Amalia, 'Etika Bisnis Islam : Konsep Dan', Etika Bisnis Islam', *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, 6.1 (2020), 116–25

⁵ Titin Setyaningsih, "Pengaruh Islamic Branding, Brand Image, Dan Lifestyle Terhadap Pembelian Produk Zoya Oleh Masyarakat Ponorogo," 2021, 6.

beli, yang mengakibatkan mereka hanya berfokus pada mengejar keuntungan sebesar mungkin, terutama pada bisnis *fashion* wanita muslim yaitu Zoya. Bisnis ini harus mengikuti strategi yang diajarkan Rasulullah karena etika bisnis Islam menjadikan perdagangan berlaku secara *vertical* (manusia dengan Tuhan) maupun *horizontal* (manusia dengan manusia) dan pada akhirnya mendapatkan keuntungan yang nyata (*profit*).

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna menganalisis dan mengkaji etika bisnis Islam yang dilaksanakan pada Zoya Store dalam menghadapi persaingan usaha dengan mengambil judul “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus Zoya Store Kediri)”.

METHODS

Penelitian ini menganalisis prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang relevan dalam konteks persaingan, seperti kejujuran, keadilan dan tanggung jawab sosial. Tiga poin utama yang muncul dalam penelitian ini yakni: Pertama, bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam persaingan usaha di Zoya Store Kediri. Kedua, strategi yang diterapkan Zoya Store Kediri dalam persaingan usaha. Terakhir, implikasi dari penerapan etika bisnis Islam di Zoya Store Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, jenis penelitian ini menggunakan *field research* atau penelitian di lapangan dengan melibatkan analisis dokumen data sekunder dan wawancara dengan pihak-pihak terkait.

RESULTS AND DISCUSSION

Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha di Zoya Store Kediri

Zoya adalah salah satu merek pakaian muslim yang sangat berkembang pesat di Indonesia salah satunya ada di Kota Kediri yang menjual berbagai macam jenis pakaian muslim. Dari tahun ke tahun, Zoya Store Kediri mengalami pertumbuhan yang sangat pesat karena semakin banyak wanita muslimah yang memercayai produknya.

a. Zoya berkompetisi secara sehat dan sportif dengan meng-upgrade pengetahuan etika bisnis pada karyawan

Dalam hal ini, Zoya Store Kediri sudah menerapkan etika bisnis Islam dan berkompetisi secara sehat dan sportif, dengan dibuktikan bahwa Zoya berfokus meningkatkan kualitas produk dan layanannya agar dapat memberikan yang terbaik bagi pelanggan. Tidak hanya itu Zoya juga memprioritaskan calon karyawannya untuk meng-upgrade pemahamannya tentang etika bisnis Islam dalam bentuk pelatihan kepemimpinan dan seminar motivasi. Tujuan program tersebut adalah untuk menunjukkan nilai-nilai Islam dan pentingnya kejujuran, keadilan dan saling menghormati dalam menjalankan tugasnya.⁶ Hal ini sesuai dengan pendapat Raizatul Hilma bahwa etika bisnis Islam didasarkan pada iman kepada Allah dan Rasulnya atau menjalankan segala perintah Allah dan Rasulnya dengan demikian, tindakan bisnis harus sesuai dengan yang dianjurkan oleh Allah dan Rasulnya, menghindari yang dilarang dan membeli barang yang dilarang oleh Allah dan Rasulnya.⁷ Hal ini sejalan dengan pendapat Anggi Muhammad Fahrudin bahwa etika bisnis Islam adalah pedoman yang digunakan umat Islam untuk berperilaku dalam semua aspek kehidupan termasuk dunia bisnis.⁸ Aturan-aturan ini akan membangun bisnis Zoya Store Kediri menjadi landasan yang kuat dan kokoh. Namun, berkompetisi dengan sehat dan

⁶ Hasil Wawancara dengan Ibu Dea Keniza, selaku Supervisor Zoya Store Kediri (27 Mei 2024. 17.00 WIB)

⁷ Raizatul Hilma, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Konsumen Pada UMKM Kampung Aree Pidie,” *Ekonomi Syariah*, no. 8.5.2017 (2022): 2003–5.

⁸ Anggi Muhammad Fahrudin, “Analisis Manajemen Syariah Dalam Strategi Pemasaran Bisnis Pada PT. Kandakawana Sakti Kabupaten Bogor,” 2020.

sportif dan Zoya Store Kediri juga memprioritaskan karyawan yang berakhlak mulia, berbakat serta memiliki perilaku yang sesuai dengan syariat Islam.

- b. Monitoring sikap, integritas & nilai-nilai Islami karyawan dan respect terhadap karyawan. Dalam menjalankan bisnisnya, seorang pengusaha muslim memiliki prinsip yang harus dipegang teguh dan diterapkan baik untuk dirinya sendiri maupun karyawannya. Berdasarkan hasil observasi bahwa etika bisnis Islam di Zoya Store Kediri sudah terorganisir dengan baik. hal ini ditunjukkan dari cara bisnis menerapkan etika bisnis Islam yang mengikuti perintah ajaran Islam yang mengikuti perintah ajaran Islam yang telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW dalam praktik bisnisnya. Zoya Store Kediri berusaha memonitoring penerapan nilai-nilai Islam pada karyawan. Hal ini dapat dibuktikan dalam tiga hal: kejujuran dalam menyampaikan informasi secara lisan maupun tulisan. Keadilan, dibuktikan dengan mengimbangi waktu yang dihabiskan untuk beribadah dan bekerja, dan transparansi yang dibuktikan dengan mengadakan pertemuan rutin setiap minggu untuk membahas masalah yang ada. Zoya juga respect terhadap kompetitor lain dengan cara berkompetisi dengan tidak melakukan tindakan curang atau menjatuhkan reputasi kompetitor lain dan Zoya bersaing dengan meningkatkan kualitas produk dan layanannya kepada pelanggan.⁹ hal ini sesuai dengan pendapat Kukuh Tejomurti dan Lailatul Mufidah bahwa sifat *shiddiq* berarti memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan tindakan atas dasar nilai-nilai Islam.¹⁰
- c. Transformasi informasi kepada pelanggan dengan berkomitmen peningkatan kesesuaian produk dengan standar dan ketentuan syariah. Memberikan informasi tentang kualitas bahan, produk dan hasilnya, misalnya dengan memberikan layanan terbaik dan paling akurat sehingga pelanggan merasa nyaman. Hal ini sesuai dengan Zoya Store Kediri bahwasanya Zoya memberikan informasi kepada pelanggan yang jelas dan tepat dengan memberikan edukasi ke pelanggan tentang kualitas produk yang digunakan. Ini dibuktikan dari pelanggan yang menyatakan bahwa kualitas bahan adalah hal penting saat membeli pakaian, bahkan jika harganya mahal.¹¹ Tidak hanya itu, Zoya Store Kediri melaksanakan komitmennya dengan meningkatkan kualitas pada bahan, berkomitmen untuk meningkatkan produk sesuai dengan ketentuan syariah dengan melakukan perbaikan kualitas bahan yang lebih tebal untuk warna-warna yang terang agar tidak transparan saat dipakai.¹² Hal ini sesuai dengan pendapat Abdul Aziz bahwa *tabligh* yaitu mengajak dan memberikan contoh kepada orang lain untuk menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.¹³ Hal ini sependapat dengan Putri Rahayu Wulan Sari bahwa dengan memberikan edukasi dan informasi yang jelas dan akurat akan bermanfaat kepada pelanggan, informasi tersebut akan disampaikan kepada semua pihak.¹⁴

⁹ Hasil Wawancara Dan Observasi Dengan Ibu Dea Keniza, Selaku Supervisor Zoya Store Kediri (27 Mei 2024. 17.00 WIB)

¹⁰ kukuh Tejomurti Lailatul Mufidah, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Modal Usaha Terhadap Keuntungan Usaha (Studi Kasus Pada Koperasi Mahasiswa Walisongo Tahun 2020)" 7, No. 3 (2021): 6.

¹¹ Hasil Wawancara Dan Observasi Dengan Ibu Hikmah Rahmawati, Selaku Pelanggan Zoya Store Kediri (27 Mei 2024. 17.00 WIB)

¹² Hasil Wawancara Dengan Ibu Dea Keniza, Selaku Supervisor Zoya Store Kediri (27 Mei 2024. 17.00 WIB)

¹³ Aziz, "Etika Bisnis Perspektif Islam, Hlm.20 16."

¹⁴ Putri Rahayu Wulan Sari, Keumala Hayati, And Rr. Erlina, "Pengaruh Etika Kerja Islami Dan Kepribadian Terhadap Kreativitas Karyawan," *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam* 8, No. 1 (2021), <https://doi.org/10.30829/Hf.V8i1.8487>.

Strategi Yang Diterapkan Zoya Store Kediri Dalam Persaingan Usaha

Persaingan usaha adalah perselisihan atau persaingan yang terjadi antar pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan, pangsa pasar dan penjualan yang tinggi, bisnis bersaing satu sama lain.¹⁵ Dalam dunia bisnis sangatlah dituntut untuk bersaing, pemasar harus melakukan pemasaran secara efektif dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Jika dibandingkan brand-brand yang lain, Zoya Store Kediri memiliki banyak merek yang terkenal dengan menjual berbagai macam pakaian yang serupa. Namun, jika dibandingkan dengan brand-brand lainnya Zoya hanya berfokus pada pakaian wanita saja.

Analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) adalah langkah penting dalam dunia bisnis yang kompetitif. Ini membantu perusahaan mengidentifikasi faktor-faktor internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilannya. Dengan mengetahui SWOT secara menyeluruh, bisnis dapat meningkatkan kelemahannya agar tidak menjadi penghalang untuk mencapai tujuan dan memanfaatkan kekuatannya untuk peluang dan mengatasi ancaman. Mengembangkan rencana yang akan memaksimalkan peluang dan mengurangi dampak ancaman. Analisis SWOT harus dilakukan secara rutin untuk memastikan relevansinya dengan keadaan yang berubah-ubah. Perusahaan yang dapat menemukan dan memanfaatkan SWOT dengan benar memiliki peluang yang lebih besar untuk berhasil dalam menghadapi persaingan.¹⁶

Hasil wawancara bahwasanya Zoya Store Kediri hanya berfokus pada busana wanita saja. Hal ini dibuktikan dengan Zoya yang selalu *up to date* dengan mengikuti trend busana muslim wanita sekarang dan mempromosikan di media sosial seperti Instagram, Shoppe, Tiktok guna menarik perhatian pelanggan. Berikut adalah tabel SWOT yang diterapkan oleh Zoya Store Kediri sebagai berikut:¹⁷

Tabel 1. Zoya Store Kediri

| No | Strenghts | Weakness | Opportunities | Threats |
|----|--|--|---|---|
| 1 | Pengembangan inovasi | Harganya yang cukup mahal | Ketersediaan media sosial | Persaingan dengan kompetitor |
| 2 | Mengikuti perkembangan di masa kini | Fokus pada busana wanita saja & masih menggunakan bahan transparan | Peningkatan strategi promosi baik offline maupun online | Perubahan trend <i>fashion</i> yang cepat dan <i>up to date</i> . |
| 3 | Mengikuti trend dan desain yang kekinian | Keterbatasan outlet | Peningkatan layanan pelanggan | Peningkatan harga bahan baku. |

Sumber: Hasil Wawancara dengan Supervisor

Dunia bisnis semakin kompetitif untuk bertahan dan berkembang, perusahaan harus berpikir ulang karena banyak pemain baru dan strategi inovatif dan kompetitor. Memiliki strategi yang matang dan terukur adalah kunci untuk menghadapi persaingan. Strategi ini harus

¹⁵ Muhammad (2018) Azizurrohman, "Pengaruh Persaingan Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Sepatu Di Desa Bojong Cikupa-Tangerang," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2018): 1689-99.

¹⁶ Yuyun Ernawati, "Etika Bisnis Pengusaha Muslim Dalam Menghadapi Pelanggan," 2019, 11.

¹⁷ Hasil Wawancara dan Observasi dengan Ibu Hikmah Rahmawati, selaku pelanggan Zoya Store Kediri (27 Mei 2024. 17.00 WIB)

dibuat berdasarkan pemahaman mendalam tentang pasar, target konsumen, kekuatan dan kelemahan perusahaan. Berikut beberapa strategi umum yang dapat diterapkan dalam menghadapi persaingan usaha sebagai berikut:

- a. Promosi
Promosi merupakan salah satu upaya untuk mendorong pelanggan untuk mengenal dan mengetahui produk atau jasa, sehingga pelanggan tertarik untuk membeli produk tersebut.¹⁸ Zoya Store Kediri menjelaskan bahwa promosi termasuk peluang bagi Zoya untuk menarik pelanggan baru. Manajemen pusat biasanya melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan Shoppe.¹⁹
- b. Inovasi produk
Pendapat Mahmuda Anis Sholihah, bahwa inovasi produk menjadi kunci utama bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang di era persaingan yang semakin ketat.²⁰ Zoya Store Kediri menjelaskan bahwa inovasi produk yang ada di toko memiliki kelemahan karena Zoya tidak terlalu inovatif untuk mengikuti *trend* saat ini, sehingga produk tidak selalu tersedia di toko, terkadang produk tersedia di cabang²¹
- c. Optimalisasi media sosial
Menurut Dellia Mellia Vernia, media sosial merupakan layanan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan panggung bertukar pendapat, pemikiran, cara pandang dan pengalaman.²² Adanya media sosial mampu membantu mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen. Dengan mengoptimalkan media sosial dengan cara menarik konsumen dengan mengupload produk baru, mengadakan *giveaway* dan melakukan promosi besar-besaran.
- d. Peningkatan layanan
Komunikasi langsung antara penjual dan calon pembeli bertujuan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pembeli dan membuat mereka memahami produk sehingga mereka kemudian berniat membelinya.²³ hal ini dibuktikan bahwa Zoya Store Kediri juga terus meningkatkan pelayanannya untuk mendapatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan dengan memberikan pelayanan yang ramah dan handal.

Implikasi Penerapan Etika Bisnis Islam di Zoya Store Kediri

Salah satu penerapan menerapkan etika bisnis Islam dalam hubungan mereka dengan pelanggan adalah karena etika ini mendefinisikan tindakan baik dan buruk yang dilakukan oleh

¹⁸ Ari Ramadan, "Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk 'Rendang Uninam,'" *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]* 5, no. 1 (2021): 64–84, <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.796>.

¹⁹ Hasil Wawancara dengan Ibu Hikmah Rahmawati, selaku pelanggan Zoya Store Kediri (27 Mei 2024. 17.00 WIB)

²⁰ Mahmudah Anis Solihah, "Analisis Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di UMKM Syrup Jahe 33 (Studi Kasus Pada UMKM Syrup Jahe 33 Desa Tambahsari Kec Limbangan Kab Kendal)," *Gastronomia Ecuatoriana y Turismo Local*. 1, no. 69 (2021): 5–24.

²¹ Hasil Wawancara dengan Ibu Hikmah Rahmawati, selaku pelanggan Zoya Store Kediri (27 Mei 2024. 17.00 WIB)

²² Dellia Mila Vernia, "Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk," *Jurnal ISBN 978-602-50181-0-7* 1, no. 2 (2019): 105–18, <http://journal.stkipnurulhuda.ac.id/index.php/utility/article/view/71>.

²³ Herina Yulkarneni, "Strategi Peningkatan Layanan Klim Dana Pensiun Di Kantor Pt.Taspen Surabaya," *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(11), 2443-2452. 1 (2021).

seseorang dalam melakukan bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam. produk yang dibuat memperoleh keberkahan atas bisnis dan juga memperoleh banyak keuntungan. Dengan meningkatkan penempatan ketaatan prinsip-prinsip agama adalah perjalanan yang berkelanjutan yang membutuhkan upaya dari semua orang. Setiap individu dapat mencapai ketaatan yang lebih tinggi dan merasakan kedamaian dan kebahagiaan dalam hidup. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ibu Dea Keniza bahwa penerapan etika bisnis Islam tidak hanya bermanfaat ke karyawan, akan tetapi Islam menjamin bisnisnya dengan baik dan lancar dengan dibuktikan adanya perubahan perilaku terhadap karyawan yang lebih baik dan bisnis yang terjamin kehalalannya.²⁴ Dengan menerapkan etika bisnis Islam sebagai jalan menuju kejayaan di kedua alam, dan membangun pondasi yang kokoh untuk keberhasilan di dunia dan pahala abadi di akhirat kelak.²⁵

Meningkatkan karakter budaya dan lingkungan kerja yang kondusif dengan mengutamakan prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan dan saling menghormati satu sama lain, hal ini menghasilkan lingkungan kerja yang kondusif dan saling mendukung. Dapat dipastikan adanya penerapan etika bisnis Islam dapat meningkatkan karakter budaya dan lingkungan kerja yang lebih kondusif dengan bukti saling menghormati dengan supervisor, pelanggan, *owner* serta transparansi dalam memberikan informasi kepada pelanggan.

Pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah untuk membuat pelanggan puas, karena kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa keuntungan, seperti membangun hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan, menciptakan basis yang baik untuk pembelian ulang, menumbuhkan loyalitas pelanggan dan menciptakan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.²⁶ Salah satu bagian terpenting dari kesuksesan perusahaan yang berkelanjutan adalah kepuasan pelanggan. Perusahaan tidak hanya mendapatkan manfaat dari penerapan etika bisnis Islam, tetapi juga dari masyarakat dan konsumen secara keseluruhan karena perusahaan dapat membangun hubungan yang menguntungkan dengan para pemangku kepentingannya dan membangun masyarakat yang adil, sejahtera dan bermoral.

CONCLUSION

Berdasarkan data dan analisis yang dikumpulkan oleh penulis dari lapangan dengan judul penelitian “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan usaha (Studi Kasus Zoya Store Kediri) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penerapan etika bisnis Islam dalam persaingan usaha di Zoya Store Kediri, dalam menjalankan usahanya adalah dengan menerapkan etika bisnis Islam yaitu : a) Zoya berkompetisi secara sehat dan sportif dengan meng-upgrade pengetahuan etika bisnis pada karyawan, b) Monitoring sikap, integritas & nilai-nilai Islami karyawan dan respect terhadap karyawan, c) Transformasi informasi kepada pelanggan dengan berkomitmen peningkatan kesesuaian produk dengan standar dan ketentuan syariah.

²⁴ Hasil Wawancara dan Observasi dengan Ibu Hikmah Rahmawati, selaku pelanggan Zoya Store Kediri (27 Mei 2024. 17.00 WIB)

²⁵ Aprilia Tri Wulandari, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sembako Di Pasar Dolopo Madiun,” 2021, 1–102.

²⁶ Ananda Rizki Pratama, “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Olahan Keripik Tempe Rini Snack Di Kota Duri,” *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2022, <http://repository.uir.ac.id/eprint/14627>.

2. Strategi yang diterapkan Zoya Store Kediri dalam persaingan usaha di media sosial seperti Instagram, Shoppe dan Tiktok dengan meningkatkan inovasi produk agar produk lebih variatif dan inovatif. Dengan mengoptimalkan media sosial dengan cara mengunggah produk baru, mengadakan *giveaway* dan melakukan promosi besar-besaran. Tidak hanya itu, dengan meningkatkan pelayanan dengan memprioritaskan konsumen dan memberikan informasi yang jelas tentang produknya dan melakukan penawaran yang menarik ke pelanggan dengan mengadakan *discount time* tiap minggu atau bulanan.
3. Implikasi penerapan etika bisnis Islam di Zoya Store Kediri, etika ini menjelaskan tindakan baik atau buruk yang dilakukan oleh seseorang saat melakukan bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam yaitu: a) meningkatkan penerapan ketaatan prinsip-prinsip agama, b) meningkatkan karakter budaya dan lingkungan kerja yang kondusif, c) meningkatkan loyalitas *customer*.

REFERENCES

- Amalia, Fitri. "Etika Bisnis Islam : Konsep Dan." *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil* 6, no. 1 (2020): 116–25. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/30987>.
- Aziz, Abdul. "Etika Bisnis Perspektif Islam, Hlm.20 16." *Etika Bisnis Syariah*, 2020, 16–18. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7045/5/BAB II.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7045/5/BAB%20II.pdf).
- Azizurrohmah, Muhammad (2018). "Pengaruh Persaingan Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Sepatu Di Desa Bojong Cikupa-Tangerang." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2018): 1689–99.
- Budiono. "Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. c (2019): 2013–15.
- Ernawati, Yuyun. "Etika Bisnis Pengusaha Muslim Dalam Menghadapi Pelanggan," 2019, 11.
- Fahrudin, Anggi Muhammad. "Analisis Manajemen Syariah Dalam Strategi Pemasaran Bisnis Pada PT. Kandakawana Sakti Kabupaten Bogor," 2020.
- Lailatul Mufidah, Kukuh Tejomurti. "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Modal Usaha Terhadap Keuntungan Usaha (Studi Kasus Pada Koperasi Mahasiswa Walisongo Tahun 2020)" 7, no. 3 (2021)
- Mutia, Mila Karlina, Tarita Syavira Alicia, Marianus Saldanha Neno, Rizqi Amaliyyah, Nurul Hidayah, Muhammad Qurhtuby, Dinda Nur Fahira, et al. "Transaksi Jual Beli Online Berbasis Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus Melalui Situs Resmi Shopee)." *Journal of Business Theory and Practice* 10, no. 2 (2021): 6. http://www.theseus.fi/handle/10024/341553%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1958%0Ahttp://ejournal.undana.ac.id/index.php/glory/article/view/4816%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/23790/17211077_Tarita_Syavira_Alicia.pdf?
- Pratama, Ananda Rizki. "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Olahan Keripik Tempe Rini Snack Di Kota Duri." *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2022. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/14627>.
- Raizatul Hilma. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Konsumen Pada UMKM Kampung Aree Pidie." *Ekonomi Syariah*, no. 8.5.2017 (2022): 2003–5.
- Ramadan, Ari. "Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk 'Rendang Uninam.'" *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]* 5, no. 1 (2021): 64–

Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Fashion Muslimah (Studi Kasus Zoya Store Kediri). (Amin Awal Amarudin, Noviana Nur Sholikhah)

84. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.796>.

Solihah, Mahmudah Anis. “Analisis Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di UMKM Syrup Jahe 33 (Studi Kasus Pada UMKM Syrup Jahe 33 Desa Tambahsari Kec Limbangan Kab Kendal).” *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local*. 1, no. 69 (2021): 5–24.

Titin Setyaningsih. “Pengaruh Islamic Branding, Brand Image, Dan Lifestyle Terhadap Pembelian Produk Zoya Oleh Masyarakat Ponorogo,” 2021, 6.

Vernia, Dellia Mila. “Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk.” *Jurnal ISBN 978-602-50181-0-7* 1, no. 2 (2019): 105–18. <http://journal.stkipnurulhuda.ac.id/index.php/utility/article/view/71>.

Wulan Sari, Putri Rahayu, Keumala Hayati, and Rr. Erlina. “Pengaruh Etika Kerja Islami Dan Kepribadian Terhadap Kreativitas Karyawan.” *Human Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam* 8, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.30829/hf.v8i1.8487>.

Wulandari, Aprilia Tri. “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sembako Di Pasar Dolopo Madiun,” 2021, 1–102.

Yulkarneni, Herina. “Strategi Peningkatan Layanan Klim Dana Pensiun Di Kantor Pt.Taspen Surabaya.” *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(11), 2443-2452. 1 (2021).