



Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Secara *Holistic* pada Rumah Makan Super Geprek Cabang Jambi

Anugrah Dany Saputra¹, Nurida Isnaeni², Rafiqi³

^{1,2,3}Universitas Jambi, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Dec 14th, 2022

Revised Aug 21th, 2024

Accepted Aug 23th, 2024

Keyword:

Etika Bisnis Islam

Produksi

Pelayanan

Pemasaran

ABSTRAK

Tujuan penulisan ini adalah Untuk mengetahui penerapan prinsip etika bisnis Islam secara *Holistic* pada rumah makan super geprek cabang Jambi. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis data menggunakan tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan kuesioner yang dibagikan kepada 30 Pelanggan Rumah Makan serta Pimpinan cabang dan para staf juga karyawan yang bertugas di masing-masing pekerjaan. Kemudian dari 30 pelanggan tersebut ditentukan skor ideal dengan menggunakan skala *Guttman*, yaitu (1) untuk jawaban setuju dan (0) untuk jawaban tidak setuju. Hasil penelitian diperoleh bahwa Implementasi etika bisnis Islam pada Rumah Makan Super Geprek sudah diterapkan dengan baik, Rumah Makan Super Geprek Cabang Jambi melakukan proses produksi secara berulang-ulang dalam satu hari, telah menggunakan bahan baku yang halal, takaran yang adil, memilih supplier dengan bahan baku berkualitas, Pelayanan di Rumah Makan Super Geprek Cabang Jambi diberikan dalam waktu yang cepat karena sesuai dengan konsep *fast food* yang diterapkan rumah makan, memberikan pelayanan yang baik melalui sikap, pengetahuan, kepedulian, serta ketanggapan karyawan dalam melayani dan memenuhi permintaan konsumen. Etika pemasaran Islami yang dilakukan Rumah Makan Super Geprek sangat berperan baik untuk mencapai keberhasilan usahanya.



© 2023 The Authors. Published by UNJA.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

Corresponding Author:

Anugrah Dany Saputra

Universitas Jambi

Email: anugrahdani26@gmail.com

Pendahuluan

Bisnis di bidang kuliner semakin banyak digemari. Usaha kuliner dipilih karena dianggap relatif mudah untuk dioperasikan ketimbang usaha lain. usaha pada bisnis kuliner cukup digemari masyarakat karena barang yang dijual merupakan sumber pokok energi yang diperlukan oleh tubuh manusia. Selain sebagai kebutuhan pokok, faktor pendukung perkembangan bisnis kuliner lainnya adalah kesibukan masyarakat. Individu yang sibuk dan tidak memiliki kesempatan untuk memasak menjadikan rumah makan sebagai pilihan alternatif untuk memperoleh sumber kebutuhan makanan (Indraswari & Kusuma, 2018).

Pada zaman sekarang kedisiplinan dalam menjalankan bisnis masih diabaikan oleh pelaku bisnis, salah satunya yaitu dalam proses produksi. Perhatian produsen yang kurang maksimal terhadap kualitas bahan baku yang dipakai termasuk pelanggaran dalam proses produksi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Agency Nurmaydha setiap bahan baku yang digunakan dalam proses produksi harus berkualitas dan terdapat sertifikasi Halal. Produsen yang tidak memperhatikan kualitas bahan baku cenderung akan melakukan proses produksi yang melanggar aturan, sehingga bahan baku dan takaran yang digunakan tidak sesuai dengan ketentuan produksi. Dalam proses produksi seorang produsen tidak boleh berbuat curang karena dapat merugikan orang lain (Nurmaydha dkk, 2018).

Dalam bisnis selain memperhatikan etika yang baik juga harus mempunyai tempat yang sangat strategis dan mudah untuk dijangkau oleh khalayak umum, karena akan membantu kemajuan dalam bisnis jangka panjang. Dalam iklim bisnis yang terbuka dan bebas, pebisnis menjalankan bisnisnya secara baik dan etis, yakni dengan memperhatikan hak dan kepentingan semua pihak yang terkait dengan bisnisnya dan akan membawa hasil yang maksimal dalam kegiatan bisnis tersebut (Zamzam & Aravik, 2020).

Upaya lain yang dilakukan rumah makan untuk membuat konsumen merasa puas adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Pelayanan dalam sebuah rumah makan diartikan sebagai sikap dan perlakuan yang diberikan karyawan dalam melayani konsumen. Karyawan diharuskan untuk melayani konsumen dengan profesional sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen dengan baik. Pelayanan yang diberikan adalah pelayanan yang sesuai kaidah Islam yang memenuhi aspek keramahatamahan, bersahabat, jujur, amanah, suka membantu, dan mengucapkan kata maaf serta terima kasih. Pelayanan yang dilakukan juga harus pada batas-batas yang diperbolehkan syariah. Keramahan, sikap bersahabat, serta pelayanan yang cepat dan tepat merupakan sikap layanan yang harus diberikan kepada pelanggan (Nur Khasanah, 2018).

Setiap muslim sudah tentu ingin mengkonsumsi makanan Halal dan Thayyib. Terlepas dari apakah makanan itu dibuat sendiri atau beli jadi. Penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam menuntut kejelasan tentang produk yang dikonsumsi. Mengkonsumsi makanan yang Halal dan baik (Thayyib) merupakan hal yang sangat penting bagi umat Islam. Bahkan ditegaskan di dalam Al-Qur'an seruan untuk mengkonsumsi makanan Halal dan Thayyib adalah seruan untuk seluruh umat (Putri, 2020).

Bisnis yang berlabelisasi Halalan Thayyiban merupakan bisnis yang memiliki label atau petunjuk yang menunjukkan bahwa bisnis tersebut memproduksi makanan yang bersifat Halal dan Thayyib. Suatu makanan dapat disebut Halal dan Thayyib apabila makanan tersebut Halal untuk dikonsumsi, baik untuk jiwa dan tidak membahayakan badan dan akal manusia, mengandung zat-zat yang diperlukan oleh tubuh manusia serta dikonsumsi dalam takaran yang cukup dan seimbang (Setiaji, 2018).

Penerapan etika bisnis Islam dalam sebuah rumah makan harus dilakukan dengan maksimal. Proses produksi menjadi hal yang utama, dikarenakan sebuah komponen utama dalam bisnis rumah makan. Rumah makan tidak boleh melakukan produksi yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Produk yang bertentangan dengan ajaran Islam diantaranya adalah

semua yang mengandung unsur haram maupun yang dapat membahayakan orang lain (Hanik, 2019).

Rumah Makan Super Geprek merupakan salah satu rumah makan Modern bernuansa Islami yang ada di Kota Jambi. Rumah makan ini menyajikan menu utama ayam geprek dengan menggunakan merek dagang Super Geprek. Rumah makan Super Geprek berlokasi di Jl. Slamet Riyadi No.88 Kota Jambi, Lokasi ini tepat berseberangan dengan Kampus Universitas Batanghari Jambi, merupakan rumah makan yang terhitung ramai pengunjung di Kota Jambi, Memiliki mushola sendiri merupakan salah satu hal yang wajib pada rumah makan yang bernuansa Islami, Tempat parkir yang luas memudahkan pelanggan yang akan mengunjungi Rumah Makan, tempat parkir Rumah Makan Super Geprek hampir penuh setiap harinya.

Rumah makan Super Geprek berusaha memberikan pelayanan yang optimal sebagai bentuk amanah yang harus dilakukan. Dan selain itu juga semua karyawan selalu ditekankan untuk menanggapi setiap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Walaupun Rumah makan Super Geprek tidak ada tempat khusus bagi pelanggan yang ingin menyampaikan keluhan mereka tetapi karyawan Super Geprek tetap berusaha sebaik mungkin untuk mengatasi semua keluhan yang ada. Karena hal tersebut ialah salah satu bentuk dari kinerja karyawan yang baik.

Dilihat dari pola etika bisnis islam yang ada pada rumah makan super geprek cabang Jambi ini, bisa menjadi salah satu contoh/pedoman untuk rumah makan lain yang ada di kota Jambi untuk menerapkan bisnis yang bernuansa Islami. Diharapkan bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan usaha atau bisnis yang tidak hanya mendatangkan keuntungan semata, tetapi juga mendatangkan berkah bagi para pengusaha atau pebisnis. Dengan demikian peneliti tertarik melakukan penelitian dalam judul "Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Secara Holistic Pada Rumah Makan Super Geprek Cabang Jambi".

Metode

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan pelaku usaha rumah makan dan kuesioner kepada pelanggan. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi (Moleong, 2009). Sedangkan untuk teknik pengelolaan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Data Reduction* adalah proses mengeluarkan data dari suatu basis data sehingga dapat dikategorikan menurut kebenaran dan keabsahan data tersebut.
2. *Data Display* atau Penyajian Data dari penelitian yang penulis jelaskan secara ilmiah dengan mengabaikan segala kekurangan. Hasil penelitian akan dibahas berdasarkan informasi yang dikumpulkan selama prosedur penelitian.
3. *Conclusion Drawing* atau Penarikan Kesimpulan dari langkah penghapusan data, dan tampilan data tidak menyimpang dari data yang dikumpulkan. Hal ini dicapai dengan mengamati apa yang terjadi dalam penelitian yang dilakukan, memastikan bahwa data yang dikumpulkan konsisten dengan apa yang telah dikumpulkan. Prosedur ini diikuti agar temuan studi disajikan dengan jelas dan akurat sesuai dengan kondisi.

Hasil dan Pembahasan

Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan Super Geprek

Menurut Abdul Aziz (2013) ada lima dasar prinsip dalam etika Islam, yaitu: kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*freewill*), tanggung jawab (*responsibility*), kebenaran, kebajikan, dan kejujuran (*truth, goodness, honesty*).

1. *Unity* (Kesatuan)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap penerapan prinsip *unity* (kesatuan) dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan, Total jawaban “setuju” adalah 60 dan jawaban “tidak setuju” tidak ada. Maka hasil rata-rata yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 30 atau titik kesesuaiannya menunjukkan angka 100%, dapat dikatakan penerapan etika bisnis Islam pada rumah makan super geprek telah sesuai.

2. *Equilibrium* (Keseimbangan)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap penerapan prinsip *Equilibrium* (Keseimbangan) dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan, Total jawaban “setuju” adalah 58 dengan bobot skor 58. Maka hasil rata-rata skor yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 29 atau titik kesesuaiannya menunjukkan angka 96,6%, dapat dikatakan penerapan etika bisnis Islam pada rumah makan super geprek telah sesuai.

3. *Freewill* (Kehendak Bebas)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap penerapan prinsip *Freewill* (Kehendak Bebas) dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan, Total jawaban “setuju” adalah 56 dengan bobot skor 56. Maka hasil rata-rata skor yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 28 atau titik kesesuaiannya menunjukkan angka 93,3%, dapat dikatakan penerapan etika bisnis Islam pada rumah makan super geprek telah sesuai.

4. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap penerapan prinsip *Responsibility* (Tanggung Jawab) dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan, Total jawaban “setuju” adalah 60 dengan bobot skor 60. Maka hasil rata-rata skor yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 30 atau titik kesesuaiannya menunjukkan angka 100%, dapat dikatakan penerapan etika bisnis Islam pada rumah makan super geprek telah sesuai.

5. Kebenaran (Kebajikan dan Kejujuran)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap penerapan prinsip Kebenaran (Kebajikan dan Kejujuran) dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan, Total jawaban “setuju” adalah 56 dengan bobot skor 56. Maka hasil rata-rata skor yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 28 atau titik kesesuaiannya menunjukkan angka 93,3%, dapat dikatakan penerapan etika bisnis Islam pada rumah makan super geprek telah sesuai.

Berikut adalah Kesimpulan dari hasil wawancara yang telah diungkapkan oleh Indra selaku pimpinan cabang dan Khairul selaku karyawan tentang penerapan Etika Bisnis Islam pada Rumah Makan Super Geprek :

“Pimpinan sangat menekankan kebiasaan yang baik yaitu kejujuran, dengan bersikap jujur membuat kepribadian menjadi lebih baik lagi, Dalam konsep kebebasan, meskipun kita diberikan kebebasan dalam menjalankan usaha, namun bukan berarti kita dapat menghalalkan segala cara dalam meraup keuntungan apalagi sampai mematikan usaha satu sama lain, Dalam proses memperoleh bahan baku terlebih dahulu di survey oleh tim rumah makan, menggunakan akad transaksi jual beli yang jelas, proses pengolahan makanan menjadi siap saji yang cepat dan dapur yang selalu terjaga kebersihannya, penetapan harga yang bersaing, juga sudah memberikan keuntungan terhadap pelaku bisnis”.

Penerapan Etika Produksi Pada Rumah Makan Super Geprek

Menurut Rohmat Subagiyo dalam (Tika, 2018), menjelaskan bahwa terdapat beberapa prinsip produksi yang harus diterapkan oleh produsen Muslim, antara lain:

1. Keadilan dan kesamaan dalam produksi islami

Berdasarkan tanggapan responden terhadap penerapan prinsip Keadilan dan kesamaan dalam produksi islami dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan, Total jawaban “setuju” adalah 55 dengan bobot skor 55. Maka hasil rata-rata skor yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 27,5 atau titik kesesuaiannya menunjukkan angka 91,7%, dapat dikatakan penerapan etika Produksi pada rumah makan super geprek telah sesuai.

2. Memenuhi takaran, ketepatan, kelugasan, dan kebenaran

Berdasarkan tanggapan responden terhadap penerapan prinsip Memenuhi takaran, ketepatan, kelugasan, dan kebenaran dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan, Total jawaban “setuju” adalah 58 dengan bobot skor 58. Maka hasil rata-rata skor yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 29 atau titik kesesuaiannya menunjukkan angka 96,7%, dapat dikatakan penerapan etika Produksi pada rumah makan super geprek telah sesuai.

3. Menghindari jenis dan proses produksi yang diharamkan dalam islam

Berdasarkan tanggapan responden terhadap penerapan prinsip Menghindari jenis dan proses produksi yang diharamkan dalam islam dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan, Total jawaban “setuju” adalah 60 dengan bobot skor 60. Maka hasil rata-rata skor yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 30 atau titik kesesuaiannya menunjukkan angka 100%, dapat dikatakan penerapan etika Produksi pada rumah makan super geprek telah sesuai.

Berikut adalah Kesimpulan dari hasil wawancara yang telah diungkapkan oleh Resti selaku kepala dapur dan Firmansyah selaku karyawan tentang penerapan Etika Produksi pada Rumah Makan Super Geprek :

“Dalam hal penyajian sudah baik karena takaran dalam setiap menu makanan yang selalu konsisten dan tidak ada yang dlebihihkan atau dikurangi, takaran yang sudah disediakan rumah makan ini telah disesuaikan dengan kebijakan, Supplier penyedia bahan baku produksi bagi rumah makan ini sebelumnya telah disurvei terlebih dahulu. kebersihan dapur yang terjaga dengan baik serta peralatan masak yang ditata dengan rapi dan juga penggunaan bahan makanan seperti rempah-rempah tradisional serta bahan makanan yang dipastikan kehalalannya tetap dipertahankan penggunaannya hingga saat ini”.

Penerapan Etika Produksi Pada Rumah Makan Super Geprek

Menurut Didin Hafidudin dan Hermawan Kartajaya dalam (Ramadhani, 2015), menyatakan bahwa terdapat beberapa nilai-nilai Islam yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal yaitu :

1. Profesional (*Faṭānah*)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap penerapan prinsip Profesional (*Faṭānah*) dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan, Total jawaban “setuju” adalah 60 dengan bobot skor 60. Maka hasil rata-rata skor yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 30 atau titik kesesuaiannya menunjukkan angka 100%, dapat dikatakan penerapan etika Produksi pada rumah makan super geprek telah sesuai.

2. Dapat dipercaya (*Amanah*)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap penerapan prinsip Dapat dipercaya (*Amanah*) dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan, Total jawaban “setuju” adalah 60 dengan bobot skor 60. Maka hasil rata-rata skor yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 30 atau titik kesesuaiannya menunjukkan angka 100%, dapat dikatakan penerapan etika Produksi pada rumah makan super geprek telah sesuai.

3. Benar Dan Jujur (*Shiddiq*)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap penerapan prinsip Benar Dan Jujur (*Shiddiq*) dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan, Total jawaban “setuju” adalah 60 dengan bobot skor 60. Maka hasil rata-rata skor yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 30 atau titik kesesuaiannya menunjukkan angka 100%, dapat dikatakan penerapan etika Produksi pada rumah makan super geprek telah sesuai.

4. Kesopanan dan Keramahan (*Tablig*)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap penerapan prinsip Kesopanan dan Keramahan (*Tablig*) dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan, Total jawaban “setuju” adalah 60 dengan bobot skor 60. Maka hasil rata-rata skor yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 30 atau titik kesesuaiannya menunjukkan angka 100%, dapat dikatakan penerapan etika Produksi pada rumah makan super geprek telah sesuai.

Berikut adalah Kesimpulan dari hasil wawancara yang telah diungkapkan oleh Wiranto selaku kapten area dan Gladio selaku karyawan tentang penerapan Etika Pelayanan pada Rumah Makan Super Geprek :

“Peraturan etika dan kinerja yang dibuat untuk petugas pelayanan di rumah makan ini sangat baik, menekankan kepada setiap anggota agar bersikap konsisten dalam memberikan pelayanan, bersikap ramah dan komunikatif serta memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan baik, ketersediaan makanan atau penyampaian waktu penyajian makanan dikomunikasikan secara baik (jujur) agar tidak ada komplain dari pelanggan mengenai keterlambatan penyediaan makanan yang dipesan, bertutur kata sopan, lemah lembut dilakukan oleh semua karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan”.

Penerapan Etika Pemasaran Pada Rumah Makan Super Geprek

Menurut Kertajaya dan Sula (2008) ada empat karakteristik marketing syariah yang dapat dijadikan panduan bagi para pemasar. Pemasar yang menerapkan nilai-nilai etika Islam akan memenuhi empat karakteristik, diantaranya yaitu:

1. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap penerapan prinsip Ketuhanan (*Rabbaniyah*) dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan, Total jawaban “setuju” adalah 57 dengan bobot skor 57. Maka hasil rata-rata skor yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 28,5 atau titik kesesuaiannya menunjukkan angka 95%, dapat dikatakan penerapan etika Pemasaran pada rumah makan super geprek telah sesuai.

2. Etika (*Akhlaqiyyah*)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap penerapan prinsip Etika (*Akhlaqiyyah*) dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan, Total jawaban “setuju” adalah 57 dengan bobot skor 57. Maka hasil rata-rata skor yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 28,5 atau titik kesesuaiannya menunjukkan angka 95%, dapat dikatakan penerapan etika Pemasaran pada rumah makan super geprek telah sesuai.

3. Realistis (*Al-waqi'yyah*)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap penerapan prinsip Realistis (*Al-waqi'yyah*) dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan, Total jawaban “setuju” adalah 60 dengan bobot skor 60. Maka hasil rata-rata skor yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 30 atau titik kesesuaiannya menunjukkan angka 100%, dapat dikatakan penerapan etika Pemasaran pada rumah makan super geprek telah sesuai.

4. Humanistis (*Insaniyyah*)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap penerapan prinsip Humanistis (*Insaniyyah*) dalam Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan, Total jawaban “setuju” adalah 60 dengan bobot skor 60. Maka hasil rata-rata skor yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah 30 atau titik kesesuaiannya menunjukkan angka 100%, dapat dikatakan penerapan etika Pemasaran pada rumah makan super geprek telah sesuai.

Berikut adalah Kesimpulan dari hasil wawancara yang telah diungkapkan oleh Indra selaku pimpinan cabang dan Adilasari selaku karyawan tentang penerapan Etika Pemasaran pada Rumah Makan Super Geprek :

“Pihak Rumah Makan menerapkan strategi pemasaran diantaranya, pasar sasaran, kemudian menyusun taktik pemasaran yaitu marketing mix dalam desain produk, menetapkan harga, penempatan dan melakukan promosi, Tempat rumah makan yang strategis, fasilitas yang memadai seperti tempat parkir yang luas, tersedianya Mushola, dan juga ada wastafel dan kamar mandi, mengedepankan akhlak mulia baik dalam setiap tutur kata, perilaku dan keputusan-keputusannya, sehingga para pelanggan benar benar merasa puas dengan pelayanannya, selalu memperhatikan kebersihan lingkungan rumah makan, dan menggunakan konsep fast food untuk dalam proses pemesanan makanan”.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian teoritis, dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Secara Holistic Pada Rumah Makan Super Geprek Cabang Jambi. dapat disimpulkan bahwa :

Implementasi etika bisnis Islam pada Rumah Makan Super Geprek sudah diterapkan dengan baik. Hal ini terlihat dari segi karyawannya. Rumah Makan Super Geprek ini mewajibkan semua karyawannya menggunakan busana muslimah lengkap dengan jilbab nya serta pakaian longgar tidak membentuk tubuh, Serta mewajibkan setiap karyawan untuk melaksanakan sholat lima waktu, sibuk apapun mereka, karena sholat merupakan tiang agama.

Proses produksi di Rumah Makan Super Geprek Cabang Jambi meliputi: perencanaan produksi seperti menentukan jadwal produksi dan jadwal belanja, pengadaan alat dan bahan baku, serta yang terakhir yaitu pelaksanaan produksi. Rumah Makan Super Geprek Cabang Jambi melakukan proses produksi secara berulang-ulang dalam satu hari, telah menggunakan bahan baku yang halal, takaran yang adil, memilih supplier dengan bahan baku berkualitas,

bertanggung jawab terhadap konsumen dengan menjaga kualitas produk, serta karyawan yang saling membantu selama proses produksi.

Pelayanan di Rumah Makan Super Geprek Cabang Jambi diberikan dalam waktu yang cepat karena sesuai dengan konsep fast food yang diterapkan rumah makan. Konsumen akan dilayani oleh kasir untuk pemesanan menu, kemudian makanan dapat langsung dibawa ke mejanya masing-masing. Rumah Makan Super Geprek Cabang Jambi memberikan pelayanan yang baik melalui sikap, pengetahuan, kepedulian, serta ketanggapan karyawan dalam melayani dan memenuhi permintaan konsumen.

Etika pemasaran Islami yang dilakukan Rumah Makan Super Geprek sangat berperan baik untuk mencapai keberhasilan usahanya. Etika pemasaran Islami berperan positif dalam mencapai keberhasilan bagi usaha Rumah Makan Super Geprek, proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan diterapkan dengan baik dan selalu mengedepankan nilai-nilai Islam berperan dan berpengaruh positif baik dalam mencapai keberhasilan usaha, Hasil atau peran tersebut di antaranya perusahaan lebih siap untuk melangkah lebih jauh lagi dalam kinerja usahanya.

Referensi

- Hanik, U. (2019). *Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Makanan Dan Minuman Di Lingkungan Sekitar Institut Agama Islam Negeri (Iain) Tulungagung Dalam Meningkatkan Minat Beli Dan Kepuasan Konsumen*.
- Harahap, Sofyan S. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Indraswarri, A., & Kusuma, H. (2018). Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go-Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*.
- Kasmir. (2013). *Manajemen Perbankan*. Jakarta : PT. Grapindo Persada.
- Kertajaya, H., & Sula, M. S. (2008). *Syariah Marketing*. Bandung:Mizan
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Prenhallindo.
- Moleong, L. J. (2009). *Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Nurkhasanah, E. (2018). *Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Anggota Untuk Menabung Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Soyo Mulyo Watulimo Trenggalek*.
- Nurmaydha, A., Mustaniroh, Si. A., & Sucipto. (2018). *Pengembangan Konsep Model Sistem Jaminan Halal pada Restoran (Studi Kasus UNIDA Gontor Inn Universitas Darussalam Gontor)*.
- Putri, K. W. R. (2020). *Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Pemenuhan Hak Atas Informasi Penjualan Makanan Yang Tidak Berlabel Halal Di Yogyakarta*.
- Setiaji, H. (2018). *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Sistem Jaminan Halal Dan Thayyib Pada Rumah Makan Ayam Penyet Surabaya Implementation Of Islamic Business Ethics In The Halal And Thayyib Guarantee System At Rumah Makan Ayam Penyet Surabaya*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Tika, S. (2018). *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Kegiatan Produksi Kue Geti UD. Primadona di Desa Jabalsari*.
- Zamzam, H. F., & Aravik, H. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Deepublish.