



## Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Desi Mahgdalena<sup>1\*</sup>, Ibnu Qodir<sup>2</sup>, Abdul Aziz<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> IAIN Takengon, Indonesia

\*Corresponding Author: [desimahgdalena@email.com](mailto:desimahgdalena@email.com)

### Article History

Submitted:  
22/01/2026

Revised:  
06/02/2026

Accepted:  
07/02/2025

Published:  
09/02/2025

**Kata Kunci:**  
Etika Bisnis  
Islam; Usaha  
Mikro Kecil dan  
Menengah;  
Penerapan;  
Nilai Etika;  
Ekonomi Islam.

**Keywords:**  
Islamic  
business ethics;  
Micro, Small,  
and Medium  
Enterprises;  
Implementation;  
Ethical values;  
Islamic  
economics.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang meliputi nilai taqwa, kejujuran, keadilan, amanah, serta tanggung jawab dalam menjaga kebersihan dan kerapian lapak usaha. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya penerapan etika bisnis Islam sebagai pedoman moral dalam aktivitas usaha guna menciptakan kepercayaan, kenyamanan konsumen, dan keberkahan usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. studi kasus pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Taman Kota Tugu Aman Dimot Takengon. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha telah berupaya menerapkan nilai taqwa dalam menjalankan usaha sesuai prinsip syariah, kejujuran dalam transaksi, keadilan dalam penetapan harga, serta amanah dalam menjaga kualitas produk. Selain itu, bentuk tanggung jawab pelaku usaha juga tercermin dalam upaya menjaga kebersihan dan kerapian lapak sebagai bagian dari pelayanan kepada konsumen. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan kendala, terutama pada konsistensi penerapan dan keterbatasan pemahaman pelaku usaha terhadap etika bisnis Islam secara menyeluruh. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah telah berjalan cukup baik, meskipun masih memerlukan pembinaan dan penguatan nilai-nilai etika secara berkelanjutan.

### ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of Islamic business ethics among Micro, Small, and Medium Enterprises, which includes the values of piety (taqwa), honesty, justice, trustworthiness (amanah), and

*responsibility in maintaining the cleanliness and neatness of business stalls. This research is motivated by the importance of Islamic business ethics as a moral guideline in business activities to create consumer trust, comfort, and business sustainability. This study employs a qualitative method with a descriptive approach. case study on Micro, Small and Medium Enterprises in the Tugu Aman Dimot Takengon City Park. Data were collected through interviews, observations, and documentation involving Micro, Small, and Medium Enterprise actors. The findings indicate that business actors have made efforts to implement the value of piety by conducting business in accordance with Islamic principles, honesty in transactions, justice in pricing, and trustworthiness in maintaining product quality. In addition, responsibility is reflected in efforts to maintain the cleanliness and neatness of business stalls as part of service to consumers. However, several challenges remain, particularly related to consistency and limited understanding of Islamic business ethics as a whole. This study concludes that the implementation of Islamic business ethics among Micro, Small, and Medium Enterprises has been relatively good, although continuous guidance and strengthening of ethical values are still required.*

---

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian masyarakat karena berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah (Dewi Suryani Purba, et al. 2021). Di Kabupaten Aceh Tengah, UMKM berkembang cukup pesat dan menjadi bagian penting dari aktivitas ekonomi lokal, khususnya di kawasan Taman Kota Tugu Aman Dimot Takengon yang berfungsi sebagai ruang publik sekaligus pusat perdagangan dan kuliner masyarakat (Dinas Koperasi, 2023). Tingginya aktivitas jual beli di kawasan ini menuntut adanya praktik usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai etika dalam berbisnis agar tercipta keadilan, kenyamanan konsumen, dan keberlanjutan usaha.

Dalam perspektif Islam, kegiatan bisnis merupakan bagian dari muamalah yang harus dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Etika bisnis Islam menekankan nilai-nilai taqwa, kejujuran, keadilan,

amanah, dan tanggung jawab sebagai landasan moral dalam setiap aktivitas usaha (Muhammad, 2018). Penerapan etika bisnis Islam tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan duniawi, tetapi juga sebagai bentuk ibadah dan upaya menjaga kemaslahatan umat. Dengan demikian, etika bisnis Islam menjadi pedoman penting bagi pelaku UMKM agar kegiatan usaha yang dijalankan tidak merugikan pihak lain dan tetap berada dalam koridor ajaran Islam.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji penerapan etika bisnis Islam pada pelaku usaha di berbagai sektor. Beberapa studi menegaskan bahwa penerapan kejujuran, keadilan, dan amanah dalam berdagang berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha (Rahman, 2021; Ratu Wida Okta Shafira, 2022). Penelitian lain juga menyoroti bahwa etika bisnis Islam mampu menjadi solusi atas praktik-praktik bisnis yang tidak adil dan merugikan masyarakat kecil (Muhammad & Fauroni, 2002). Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengkaji praktik etika bisnis Islam pada UMKM yang beroperasi di ruang publik terbuka seperti taman kota. Secara normatif (*das sollen*), pelaku UMKM diharapkan mampu menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam secara konsisten dalam setiap aktivitas usaha, termasuk dalam penetapan harga, penyampaian informasi produk, menjaga kualitas barang, serta tanggung jawab terhadap kebersihan dan kerapian lapak usaha. Akan tetapi, realitas di lapangan (*das sein*) menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada pelaku UMKM belum sepenuhnya berjalan optimal. Masih ditemukan berbagai kendala, seperti keterbatasan pemahaman pelaku usaha terhadap konsep etika bisnis Islam, tekanan ekonomi, serta inkonsistensi dalam menerapkan nilai-nilai etika tersebut dalam praktik sehari-hari. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (*state of the art*) dengan mengkaji penerapan etika bisnis Islam pada pelaku UMKM yang beroperasi di kawasan Taman Kota Tugu Aman Dimot Takengon sebagai ruang publik terbuka. Penelitian ini tidak hanya menelaah nilai taqwa,

kejujuran, keadilan, dan amanah, tetapi juga menekankan aspek tanggung jawab pelaku usaha dalam menjaga kebersihan dan kerapian lapak sebagai bagian dari etika pelayanan dalam perspektif Islam. Fokus ini belum banyak dibahas secara mendalam dalam penelitian-penelitian sebelumnya, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam pengembangan kajian etika bisnis Islam pada sektor UMKM.

Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Taman Kota Tugu Aman Dimot Takengon, serta mengidentifikasi bentuk penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dan kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas bisnis sehari-hari..

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memahami dan menggambarkan secara mendalam penerapan etika bisnis Islam pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Taman Kota Tugu Aman Dimot Takengon berdasarkan kondisi nyata di lapangan. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh data deskriptif berupa kata-kata, pandangan, dan perilaku subjek penelitian secara holistik tanpa melalui prosedur statistik atau perhitungan kuantitatif (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini dilaksanakan di Taman Kota Tugu Aman Dimot Takengon, Kabupaten Aceh Tengah, yang merupakan salah satu pusat aktivitas ekonomi masyarakat sekaligus sentra UMKM yang ramai dikunjungi oleh masyarakat lokal maupun wisatawan. Subjek penelitian terdiri dari pelaku UMKM yang aktif berjualan di kawasan tersebut. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara purposive karena karakteristik aktivitas perdagangan di kawasan ini relevan dengan fokus penelitian, khususnya terkait penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam ruang publik.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu:

1. wawancara terstruktur dengan pelaku UMKM sebagai informan utama, konsumen sebagai informan pendukung, serta aparat Satpol PP Kabupaten Aceh Tengah sebagai informan tambahan;
2. observasi langsung terhadap aktivitas usaha, perilaku berdagang, serta interaksi antara pelaku usaha dan konsumen; dan
3. dokumentasi berupa catatan lapangan, foto kegiatan usaha, serta dokumen pendukung yang relevan dengan penelitian.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, yang dibantu dengan pedoman wawancara terstruktur agar proses pengumpulan data tetap terarah sesuai dengan tujuan penelitian, namun tetap terbuka terhadap temuan-temuan lapangan yang berkembang.

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan memfokuskan data yang relevan dengan penerapan etika bisnis Islam. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan pemahaman, kemudian ditarik kesimpulan guna menemukan pola dan makna yang sesuai dengan tujuan penelitian (Burhan Bungin, 2015).

Untuk menguji keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan teknik, yaitu dengan membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta melakukan konfirmasi ulang kepada informan utama agar data yang diperoleh memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. (Samsu, 2017)

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Penerapan Nilai Taqwa dalam Aktivitas Usaha Pelaku UMKM**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan nilai taqwa oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di kawasan Taman Kota Tugu Aman Dimot Takengon belum sepenuhnya berjalan

secara konsisten. Sebagian pelaku usaha telah menunjukkan kesadaran spiritual dalam menjalankan aktivitas bisnis, seperti menjaga kehalalan produk yang dijual serta tetap melaksanakan ibadah di sela-sela kegiatan berdagang. Namun, pada praktiknya masih terdapat pelaku usaha yang mengutamakan aktivitas jual beli dibandingkan kewajiban ibadah, terutama pada waktu-waktu tertentu.

Dalam melakukan perdagangan tidak semata-mata untuk kepentingan sendiri melainkan juga untuk menolong sesama. Perdagangan dilakukan dalam rangka untuk melakukan kebajikan dan ketakwaan kepada Allah dan bukan sebaliknya. Dengan mengingat Allah seorang pedagang akan terhindar dari sifat-sifat kecurangan, kebohongan, kelicikan, dan penipuan dalam melakukan perdagangannya. (Veithzal Rivai, 2013)

Dalam perspektif etika bisnis Islam, taqwa merupakan fondasi utama yang membentuk kesadaran moral pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas ekonomi. nilai taqwa akan mendorong pelaku bisnis untuk bersikap jujur, adil, dan bertanggung jawab karena seluruh aktivitas usaha dipandang sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT. (An Ras Try Astuti, 2022).

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara nilai ideal etika bisnis Islam (das sollen) dengan realitas praktik usaha di lapangan (das sein). Dalam etika bisnis Islam, taqwa berfungsi sebagai landasan moral yang mengarahkan pelaku usaha untuk menjalankan bisnis secara bertanggung jawab dan berorientasi pada keberkahan, bukan semata-mata keuntungan ekonomi (Muhammad, 2018). Ketidakkonsistenan penerapan nilai taqwa ini berpotensi memengaruhi kualitas penerapan nilai etika bisnis Islam lainnya. perlunya pembinaan berkelanjutan agar nilai taqwa dapat terinternalisasi secara lebih konsisten dalam aktivitas usaha sehari-hari.

### **Penerapan Nilai Kejujuran dalam Transaksi Jual Beli**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kejujuran dalam transaksi jual beli telah diterapkan oleh sebagian besar pelaku UMKM,

hususnya dalam penyampaian harga produk kepada konsumen. Pelaku usaha pada umumnya menetapkan harga secara terbuka dan tidak mengurangi takaran atau jumlah produk yang dijual. Meskipun demikian, masih ditemukan pelaku usaha yang kurang transparan dalam menjelaskan kualitas produk secara menyeluruh, sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman bagi konsumen.

Belum optimalnya penerapan nilai kejujuran ini menunjukkan bahwa kejujuran masih dipahami sebatas pada aspek harga dan timbangan, sementara keterbukaan informasi terkait kualitas produk belum sepenuhnya diperhatikan. Padahal, kejujuran merupakan prinsip fundamental dalam etika bisnis Islam yang berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan menjaga keberlangsungan usaha (Rahman,F., 2021). Ketidakjujuran, meskipun bersifat kecil, dapat berdampak negatif terhadap citra usaha dalam jangka panjang.

### **Penerapan Prinsip Keadilan dalam Pelayanan dan Penetapan Harga**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM di kawasan Taman Kota Tugu Aman Dimot Takengon pada umumnya telah berupaya menerapkan prinsip keadilan dalam penetapan harga. Harga yang ditetapkan relatif seragam dan tidak menunjukkan adanya praktik penetapan harga yang merugikan konsumen. Namun demikian, dalam aspek pelayanan masih ditemukan perlakuan yang kurang adil, seperti sikap kurang ramah atau perbedaan perhatian terhadap konsumen tertentu.

Keadilan merupakan salah satu prinsip pokok dalam etika bisnis Islam yang menuntut pelaku usaha untuk memperlakukan setiap pihak secara adil dan proporsional. Dalam Islam, keadilan (al-‘adl) berarti menempatkan sesuatu pada tempatnya, tidak berbuat zalim, serta tidak merugikan pihak lain dalam setiap bentuk transaksi. Prinsip keadilan menjadi dasar penting dalam menciptakan hubungan bisnis yang sehat, harmonis, dan berkelanjutan (Muhammad Djakfar, 2012)

Keadilan juga menjadi pilar utama dalam etika bisnis Islam. Keadilan berarti memperlakukan semua pihak secara adil tanpa diskriminasi, baik dalam menetapkan harga, membagi keuntungan, maupun dalam hubungan kerja. Prinsip ini tercermin dalam firman Allah dalam QS. Asy-Syu'ara ayat 181-182: Ayat ini menekankan pentingnya keadilan dalam setiap transaksi dan larangan terhadap penipuan atau eksploitasi. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip keadilan dalam praktik usaha belum sepenuhnya diterapkan secara menyeluruh. Dalam etika bisnis Islam, keadilan tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga mencakup sikap dan perilaku pelaku usaha dalam berinteraksi dengan konsumen (Muhammad & Fauroni, 2002). Kurangnya keadilan dalam pelayanan dapat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen serta menurunkan loyalitas pelanggan.

#### **Penerapan Nilai Amanah dalam Menjalankan Usaha**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa nilai amanah telah diterapkan oleh sebagian pelaku UMKM melalui upaya menjaga kualitas produk dan memenuhi pesanan konsumen. Pelaku usaha pada umumnya berusaha memberikan produk sesuai dengan kesepakatan awal. Namun, dalam praktiknya masih terdapat pelaku usaha yang kurang konsisten dalam menepati janji, seperti keterlambatan penyediaan pesanan atau perubahan kualitas produk tanpa pemberitahuan kepada konsumen.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa nilai amanah belum sepenuhnya terinternalisasi dalam aktivitas usaha sehari-hari. Padahal, amanah merupakan salah satu pilar utama etika bisnis Islam yang berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha (Ratu Wida Okta Shafira, 2022). Ketidakamanahan dalam menjalankan usaha dapat melemahkan hubungan jangka panjang antara pelaku usaha dan pelanggan.

#### **Tanggung Jawab Pelaku UMKM dalam Menjaga Kebersihan dan Kerapian Lapak**



Temuan penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab pelaku UMKM dalam menjaga kebersihan dan kerapian lapak usaha belum berjalan secara optimal. Masih ditemukan lapak usaha yang kurang bersih dan tidak tertata dengan baik, serta sampah yang dibiarkan menumpuk di sekitar area berdagang. Kondisi ini tidak hanya mengurangi kenyamanan konsumen, tetapi juga memengaruhi citra kawasan usaha sebagai ruang publik.

Peran etika Islam dalam keberlanjutan UMKM, termasuk tanggung jawab sosial seperti kepedulian terhadap lingkungan dan akhlak pelaku usaha. Relevan dengan paragraf Anda karena menekankan bahwa tanggung jawab tidak hanya ekonomi, tetapi juga sosial dan lingkungan. (Hasan, 2019).

Dalam perspektif etika bisnis Islam, tanggung jawab tidak hanya berkaitan dengan transaksi ekonomi, tetapi juga mencakup kepedulian terhadap lingkungan dan kenyamanan masyarakat. Menjaga kebersihan dan kerapian lapak merupakan bagian dari akhlak pelaku usaha serta bentuk tanggung jawab sosial dalam menjalankan bisnis. Temuan ini menegaskan bahwa aspek kebersihan dan kerapian lapak perlu mendapat perhatian lebih sebagai bagian dari penerapan etika bisnis Islam pada pelaku UMKM di ruang publik. Peran Satpol PP dalam melakukan pengawasan dan penataan kawasan taman kota turut memengaruhi tingkat kepatuhan pelaku UMKM terhadap kebersihan dan ketertiban.

Secara keseluruhan, hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan adanya kesenjangan antara konsep ideal etika bisnis Islam (*das sollen*) dan praktik nyata di lapangan (*das sein*). Pelaku UMKM pada umumnya telah memahami dan berupaya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam penerapannya secara konsisten. Temuan ini menegaskan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada pelaku UMKM tidak hanya bergantung pada pemahaman individu, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor ekonomi, lingkungan usaha, dan pengawasan dari pihak terkait.

**KESIMPULAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Taman Kota Tugu Aman Dimot Takengon secara umum telah berjalan dengan cukup baik. Pelaku UMKM pada dasarnya telah berupaya menerapkan nilai-nilai taqwa, kejujuran, keadilan, dan amanah dalam menjalankan aktivitas usaha, terutama dalam menjaga kehalalan produk, keterbukaan harga, keadilan dalam transaksi, serta pemenuhan kesepakatan dengan konsumen. Selain itu, tanggung jawab pelaku usaha juga tercermin dalam upaya menjaga kebersihan dan kerapian lapak sebagai bagian dari etika pelayanan dan kepedulian terhadap lingkungan usaha di ruang publik.

Meskipun demikian, penerapan etika bisnis Islam tersebut belum sepenuhnya dilakukan secara konsisten. Masih ditemukan kesenjangan antara konsep ideal etika bisnis Islam (*das sollen*) dan praktik di lapangan (*das sein*), yang disebabkan oleh keterbatasan pemahaman pelaku usaha terhadap etika bisnis Islam secara menyeluruh, tekanan kebutuhan ekonomi, serta kurangnya pembinaan dan pengawasan berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam tidak hanya bergantung pada kesadaran individu pelaku usaha, tetapi juga memerlukan dukungan lingkungan dan peran aktif pihak terkait.

Implikasi penelitian ini menegaskan pentingnya penguatan pemahaman dan pendampingan berkelanjutan bagi pelaku UMKM terkait penerapan etika bisnis Islam secara komprehensif, termasuk aspek tanggung jawab terhadap kebersihan dan ketertiban lingkungan usaha. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian etika bisnis Islam pada UMKM yang beroperasi di ruang publik terbuka. Adapun keterbatasan penelitian ini terletak pada ruang lingkup lokasi dan pendekatan kualitatif yang digunakan, sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas lokasi penelitian atau menggunakan metode yang berbeda agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

## **ACKNOWLEDGEMENT**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyusunan dan penyelesaian penelitian ini. Penelitian ini merupakan pengembangan dari karya ilmiah tugas akhir (skripsi) yang disusun dan diselesaikan dengan bimbingan serta arahan dari dosen pembimbing di lingkungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Takengon.

Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada pihak institusi, khususnya Program Studi dan civitas akademika IAIN Takengon, atas dukungan akademik dan fasilitas yang diberikan selama proses penelitian. Ucapan terima kasih disampaikan kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di kawasan Taman Kota Tugu Aman Dimot Takengon serta pihak terkait yang telah bersedia memberikan informasi dan membantu kelancaran pengumpulan data penelitian ini.

Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua dan keluarga atas dukungan moral dan doa yang berkelanjutan, serta kepada rekan-rekan mahasiswa yang telah memberikan bantuan, motivasi, dan kerja sama selama proses penelitian hingga penyusunan artikel ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan keilmuan dan praktik etika bisnis Islam di masa mendatang.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- An Ras Try Astuti. 2022. *Etika Bisnis Islam (Pada Kasus Kasus Komtemporer)*. Sulawesi Selatan: IAIN Parepare
- Burhin Bungin. 2015. *Penelitian Kualitatif Komunikasi Ekonomi. Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana.
- Dewi Suryani Purba, dkk, 2021. *Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Yayasan Kita Menulis.
- Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Aceh. 2023. *Data Keragaan Koperasi dan UMKM Provinsi Aceh*.

- Hasan, M. (2019). The Role of Islamic Ethics in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Sustainability. *International Journal of Islamic Business and Economics*, 3(1), 12-25.
- Kementerian Agama RI. 2019. *Al-Qur'an Dan Terjemahan*.
- Muhammad. 2018. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta:UPP AMP YKPN.
- Muhammad Djakfar. 2012. *Etika Bisnis Islam: Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Maliki Press, 2012)
- Muhammad, dan R.L Fauroni. 2002. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Salemba Diniyah.
- Rahman, F. 2021. *Prinsip-Prinsip Bisnis Syariah*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Ratu Wida Okta Shafira. (2022). *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Kaki Lima (PKL)*. Skripsi. Universitas. STAI Nida El-Abadi Bogor.
- Veithzal Rivai dan M. Arifin. 2013. *Etika Bisnis Islami: Konsep dan Implementasi pada Dunia Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Bumi Aksar.
- Samsu. 2017. *Metode Penelitian (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Methods, serta Research dan Development*. Jakarta: PUSAKA.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.