



**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
PELAKU UMKM DALAM PROMOSI MELALUI
DIGITAL MARKETING DI KECAMATAN SINJAI
UTARA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

A. WAHYUNI
NIM. 190303011

Pembimbing:

1. Dr. Rahmatullah, S.Sos.I, MA
2. Srianti Permata, S..Pd, M.Pd

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH (EKOS)
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM AHMAD
DAHLAN (UIAD) SINJAI
TAHUN 2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : A. Wahyuni

NIM : 190303011

Program Studi : Ekonomi Syariah (EKOS)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian Skripai ini adalah karya saya sendiri selain dari kutipan yang ditujukan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggungjawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana kemudian hari ternyata pernyataan tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Sinjai, 08 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,

A.WAHYUNI
NIM: 190303011

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Pelaku UMKM dalam Promosi Melalui *Digital Marketing* di Kecamatan Sinjai Utara Oleh A. Wahyuni Nomor Induk Mahasiswa 190303011 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam UIAD Sinjai, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa tanggal 27 Juni 2023 M bertepatan dengan 9 Zulhijjah 1444 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Dewan Penguji

Dr. Firdaus, M.Ag.	Ketua	(.....)
Dr. Suriati, M.Sos.I	Sekretaris	(.....)
Dr. K.H Hamzah Harun, Lc., M.A.	Penguji I	(.....)
Dr. H. Nur Taufiq, M.A.	Penguji II	(.....)
Dr. Rahmatullah, M.A.	Pembimbing I	(.....)
Srianti Permata, S.Pd.,M.Pd.	Pembimbing II	(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam UIAD Sinjai



Abdul Muhaimin Nabir, S.E., M.Ak, Ak.
NBM. 1213307

ABSTRAK

A.WAHYUNI, Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Pelaku UMKM Dalam Promosi Melalui *Digital Marketing* di Kecamatan Sinjai Utara. Skripsi. Sinjai: Program Studi Ekonomi Syariah (EKOS), Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam, Universitas Islam Ahmad Dahlan, 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Bagaimana implementasi etika bisnis islam terhadap pelaku UMKM dalam promosi melalui *digital marketing* di kecamatan sinjai utara.

Penelitian ini termasuk peneltian kualitatif. Jenis penelitian ini merupakan penelitian fenomenologi dimana suatu tampilan objek, peristiwa dalam perspektif, sesuatu yang tampil dalam kesadaran, bisa berupa hasil rekaman atau kenyataan tentang penjelasan dan pemahaman individual tentang pengalam- pengalamannya. Dalam hal ini peneliti berusaha menggambarkan tentang realitas cara pandang dan metode pemikiran yang digambarkan atau dijelaskan oleh pelaku UMKM terkait dengan cara promosi dan implementasi etika bisnis islam melalui *Digital Marketing*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dalam skripsi yang berjudul implementasi etika bisnis islam terhadap pelaku UMKM dalam promosi melalui *digital marketing* di kecamatan sinjai utara maka penulis menyimpulkan bahwa: Telah ditemukan bukti empiris bahwa 10 narasumber yang telah melakukan promosi melalui Media Sosial mengalami perubahan dari segi pendapatan dikarenakan banyaknya pelanggan baru yang mendapatkan informasi melalui media sosial sehingga tertarik untuk membeli bahkan mentraktir temannya. Ini semua dampak dari sosial media yang begitu cepat mengirim informasi ke khalayak ramai dan Dengan perkembangan zaman sekarang ini para pelaku UMKM khususnya dibidang kuliner yang ada

di Kecamatan Sinjai Utara tetap mengimplemetasikan etika bisnis islam dalam melakukan penjualan secara online maupun secara offline, ini dibuktikan dengan cara-cara yang dilakukan oleh para pelaku UMKM yang tetap berlaku jujur dan adil serta bertanggungjawab terhadap ibadah wajib dan ibadah sunnahnya.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, UMKM, *Digital Marketing*

ABSTRACT

A.WAHYUNI, Implementation of Islamic Business Ethics for MSMEs in Promotion Through Digital Marketing in North Sinjai District. Thesis. Sinjai: Islamic Economics Study Program (EKOS), Faculty of Islamic Economics and Law, Islamic University of Ahmad Dahlan Sinjai, 2023.

This research aims to find out: How is the implementation of Islamic business ethics towards MSMEs in promotion through digital marketing in North Sinjai District.

This research includes qualitative research. The type of research is a phenomenological research in which a display of objects, events in perspective, something that appears in consciousness, can be in the form of recordings or facts about individual explanations and understanding of their experiences. In this case the researcher tries to describe the reality of the perspective and method of thought described or explained by MSME actors related to the way of promoting and implementing Islamic business ethics through Digital Marketing.

Based on the results of research that has been carried out by researcher in a thesis entitled Implementation of Islamic business ethics for MSMEs in promotion through digital marketing in North Sinjai District, the authors conclude that: Empirical evidence has been found that 10 informants who have promoted through Social Media have experienced changes in terms of income due to the large number of new customers who get information through social media so that they are interested in buying and even treating their friends. This is all the impact of social media that quickly sends information to the general public and with today's developments, MSME actors, especially in the culinary field in North Sinjai District, continue to implement Islamic

business ethics in selling online and offline, this is evidenced by the way -Methods carried out by MSME actors who continue to act honestly and fairly and are responsible for their obligatory worship and sunnah worship.

Keywords: **Islamic Business Ethics, MSMEs, *Digital Marketing***

المستخلص

أندي وحيوي، تنفيذ أخلاقيات العمل الإسلامية للمؤسسات الصغرى والصغيرة والمتوسطة في الترويج من خلال التسويق الرقمي في منطقة سنجائي الشمالية. الرسالة العالمية. سنجائي: قسم الاقتصادية الإسلامية، كلية الاقتصادية و أحكام الإسلامية، جامعة الإسلامية أحمد دهلان سنجائي، ٢٠٢٣.

يهدف هذا البحث إلى معرفة كيف يتم تنفيذ أخلاقيات العمل الإسلامي تجاه الشركات الصغرى والصغيرة والمتوسطة في الترويج من خلال التسويق الرقمي في منطقة سنجائي الشمالية.

يشمل هذا البحث البحث النوعي. نوع البحث هو بحث في علم الظواهر يمكن أن يكون فيه عرض الأشياء، والأحداث في المنظور، وهو شيء يظهر في الوعي، في شكل تسجيلات أو حقائق حول التفسيرات الفردية وفهم تجاربهم. في هذه الحالة، يحاول الباحث وصف واقع المنظور وطريقة التفكير التي وصفها أو شرحها ممثلين المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة فيما يتعلق بطريقة تعزيز وتنفيذ أخلاقيات العمل الإسلامية من خلال التسويق الرقمي.

استنادا إلى نتائج البحث الذي أجراه الباحث في أطروحة بعنوان تنفيذ أخلاقيات الأعمال الإسلامية للمشروعات الصغرى والصغيرة والمتوسطة في الترويج من خلال التسويق الرقمي في منطقة سنجائي الشمالية، استنتج المؤلفون ما يلي: من خلال وسائل التواصل الاجتماعي شهدت تغييرات من حيث الدخل بسبب العدد الكبير من العملاء الجدد الذين يحصلون على المعلومات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي بحيث يكونون مهتمين بشراء وحتى التعامل مع أصدقائهم. هذا هو كل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي التي ترسل المعلومات بسرعة إلى عامة الناس ومع تطورات اليوم، تواصل الجهات الفاعلة في المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وخاصة في مجال الطهي في منطقة سنجائي الشمالية، تنفيذ أخلاقيات العمل الإسلامية في البيع عبر الإنترنت وخارجها، ويتضح هذا من خلال الطريقة - الأساليب التي نفذتها الجهات الفاعلة في المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم والتي تستمر في التصرف بأمانة ونزاهة وتكون مسؤولة عن عبادتها الواجبة وعبادتها للسنة.

KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ أَجْمَعِينَ أَمَا بَعْدُ

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan berupa arahan dan dorongan selama penulisan studi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Kedua Orang Tua tercinta Ayah A.Udding dan Ibu A.Ufrah tercinta yang telah mendidik dan membesarkan dengan penuh pengorbanan dan kasih sayang yang tak pernah usang, serta doa selama ini hingga sekarang;
2. Keluarga yang senantiasa memberikan dukungan;
3. Dr. Firdaus, M.Ag. Selaku Rektor Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai;
4. Dr. Ismail, M.Pd. Selaku Wakil Rektor I Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai;
5. Dr. Rahmatullah, M.A. Selaku Wakil Rektor II Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai;
6. Dr. Muh. Anis.M.Hum. Selaku Wakil Rektor III Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai

7. Abd. Muhaemin Nabir, S.E., M. Ak.k Selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai;
8. Salam Latief, S.E., MM. Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai;
9. Dr. Rahmatullah, S.Sos.I, MA. Selaku Pembimbing I, yang telah membantu dan mengarahkan serta membimbing hingga proposal ini selesai;
10. Srianti Permata, S.Pd, M. Pd. Selaku Pembimbing II, yang telah membantu dan mengarahkan serta membimbing hingga proposal ini selesai;
11. Seluruh Dosen yang telah membimbing dan mengajar selama studi di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai;
12. Seluruh Pegawai dan Jajaran yang telah membantu kelancaran akademik di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai;
13. Kepala dan Staf Perpustakaan Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai;
14. Seluruh Pegawai Dinas Koperasi UKM dan Ketenagakerjaan yang telah membantu kelancaran penelitian;

15. Seluruh Pelaku UMKM yang telah membantu kelancaran selama penelitian;
16. Teman-teman mahasiswa IAI Muhammadiyah Sinjai dan berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan moral sehingga penulis selesai studi.

Teriring doa semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah Swt, dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin.

Sinjai, 27 November 2022

A. Wahyuni
NIM. 190303011

DAFTAR ISI

HALAM PEMBATAS.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
المستخلص	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	11
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Etika Bisnis Islam	14
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	14
2. Prinsip dan Norma Etika Bisnis	16
3. Konsep Etika Bisnis Islam	30

<i>B. Digital Marketing</i>	33
1. Pengertian <i>Digital Marketing</i>	33
2. Strategi <i>Digital Marketing</i>	34
3. Keunggulan dan Kelemahan <i>Digital Marketing</i>	37
C. Pelaku UMKM	38
1. Pengertian UMKM	38
2. Kriteria UMKM	39
3. Perkembangan UMKM	41
G. Hasil Penelitian Relevan	42
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	48
B. Definisi Operasional	49
C. Tempat dan Waktu Penelitian	50
D. Subjek dan Objek Penelitian	51
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Instrumen Penelitian	51
G. Keabsahan Data	56
H. Teknik Analisis Data	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	61
B. Hasil dan Pembahasan Penelitian	64
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74

B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Usaha kuliner di sinjai utara	9
---	---

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 *Schedule* Penelitian
- Lampiran 2 Kisi-Kisi Instrumen
- Lampiran 3 Lembar Observasi
- Lampiran 4 Hasil Wawancara
- Lampiran 5 Hasil Observasi
- Lampiran 6 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 7 Surat Keterangan Telah Melaksanakan penelitian
- Lampiran 8 Surat Keterangan Bebas Plagiasi
- Lampiran 9 SK Pembimbing
- Lampiran 10 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 11 Surat Keterangan Keabsahan Abstrak
- Lampiran 12 Hasil turnitin
- Lampiran 13 Biodata Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zaman sekarang arus globalisasi yang begitu cepat membuat perkembangan teknologi kearah serba *digital* semakin pesat. Dengan berkembangannya teknologi manusia secara umum memiliki gaya hidup baru yaitu tidak bisa lepas dari perangkat elektronik yang semakin canggih. Salah satu peran penting teknologi yang membawa peradaban manusia memasuki era *digital* (Rosma, 2022,h.2).

Kemajuan teknologi merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, dan masyarakat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir.

Perkembangan teknologi sekarang ini telah menunjukkan kemajuan yang luas biasa. Banyak hal dari sektor kehidupan yang telah menggunakan keberadaan dari

teknologi itu sendiri, kehadirannya telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan umat manusia dalam berbagai aspek dan dimensi. Demikian halnya dengan teknologi komunikasi yang merupakan peralatan perangkat keras dalam struktur organisasi yang megandung nilai sosial yang memungkinkan individu untuk mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi.

Manfaat internet semakin sangat terasa bagi para pemakaiannya yang tidak bisa lepas dari dunia internet. Seperti misalnya para internet *marketer, naralog, blogger*, dan juga sekarang toko *online* semakin mempunyai tempat dimata para konsumen yang sedang mencari barang tertentu (Febriyantoro & Arisandi, 2018,h.62).

Dengan melihat perkembangan yang ada pada dunia bisnis yang berjalan begitu cepat dan sangat dinamis di era serba teknologi sekarang ini tentunya harus diimbangi dengan aturan atau nilai moral dan norma yang dapat mengatur kegiatan dalam proses bisnis itu sendiri. Sebagai UMKM yang bergerak pada bidang makanan harus memperhatikan bagaimana dapat melakukan bisnisnya dengan baik, lancar dan berkesinambungan. Apalagi tidak

sedikit UMKM yang memasarkan produknya dengan menggunakan teknologi (Silvia Ersah Rahmadania, 2020,h.426).

Didalam al-qur'an itu sendiri dijelaskan melalui kata *Tijarah* yang mencakup dua makna yaitu perniagaan secara umum yang mencakup perniagaan antara manusia dengan allah. Ketika seseorang memilih petunjuk dari allah, Mencintai rasuknya, berjuang di jalan-nya dengan harta jiwa, membaca kitab allah, mendirikan solat, menafkahkan sebagian rezekinya maka itu sebaik-baik perniagaan antara manusia dengan allah. (Julvianita, 2022)

Etika bisnis islam merupakan akhlak dalam melakukan bisnis sesuai dengan prinsip islam, sehingga dalam melakukan bisnis tersebut tidak perlu ada kekhawatiran, karena sudah diyakini sebagai sesuatu yang benar dan baik. Jika nilai etika dijalankan maka akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya. Setiap orang bisa mempunyai seperangkat pemahaman tentang nilai, akan tetapi pemahaman yang mengarahkan terhadap kepribadian orang islam hanya ada dua yaitu *Al-Qur'an* dan Hadist yang

menjadi sumber pedoman dalam setiap prinsip kehidupan, termasuk dalam hal berbisnis (Wati & Arif, 2022).

Didalam *Al-Qur'an* Surah An-Nisa Ayat 29 yang

disebutkan:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahan:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (Kementrian Agama RI, 2014).

Makna dari surah tersebut adalah melarang umat muslim mengambil harta orang lain dengan jalan yang batil (tidak benar). Jalan batil yang dimaksud yaitu mencuri, riba, judi, korupsi, menipu, berbuat curang, mengurangi timbangan, suap dan hal lain yang merugikan orang lain.

Pemasaran yang islami yaitu sebuah pemasaran yang disiplin yang mengarahkan proses penciptaan,

penawaran dan perubahan *values* dari satu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip *Al-Qur'an* dan Hadis. Pemasaran yang Islami ini bukan hanya tentang penjualan melainkan seluruh strategi bisnis seperti proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai dari seorang produsen atau satu perusahaan atau perorangan yang sesuai dengan ajaran islam (Fahrizal, 2020,h,56-57).

Salah satu indikator implementasi etika bisnis islam adalah menjual produk halal dengan diterbitkannya undang-undang jaminan produk halal dimana disetiap produk makanan olahan yang beredar di Indonesia arus mendapatkan sertifikasi halal. Prosedur ini semakin menguatkan citra bisnis islami dan menjadi nilai tambah sebuah produk (Nasrulloh, 2022,h.64).

Teknologi dan informasi memiliki pengaruh yang kuat terhadap perkembangan dunia usaha. Termasuk bagian pemasaran yang harus dikuasai dalam bidang bisnis apapun. Internet melakukan berbagai fungsi pemasaran dan berfungsi sebagai sarana untuk menghasilkan permintaan, mengarahkan pelanggan untuk melakukan aktivitas

pembelian, memenuhi pesanan, menyediakan layanan pelanggan dan sebagai alat periklanan multifaset. Internet dikenal sebagai lingkungan komunikasi yang lebih baik karena keserbagunaan dan keuntungan bagi konsumen.

Digital marketing merupakan salah satu media pemasaran yang banyak diminati masyarakat dalam hal mendukung banyak kegiatan. Iklan *digital* dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dikancah internasional. Saat ini jaringan internet sudah ada dimana-mana dan setiap orang memiliki smartphone, sehingga bisa melakukan pemasaran dimana saja (Kurniawan, 2021,h,15-16).

Digital marketing adalah suatu perbedaan jalan dalam berpikir mengenai bagaimana konsumen dapat terlibat atau keikutsertaan dengan suatu *brand* atau produk dengan menggunakan internet. *Digital marketing* dalam definisi lain merupakan suatu bentuk lain dari pemasaran yang menggunakan sumber yang digunakan oleh perangkat *digital* untuk memasarkan produk dan jasa suatu *brand* dengan tujuan menghubungkan *brand* tersebut kepada konsumen. Perangkat *digital* yang sudah umum digunakan oleh pelaku

usaha adalah media sosial, *e-commerce* dan situs-situs web pada umumnya.

Digital marketing juga dapat dikatakan sebagai sebuah aktivitas pemasaran yang menggunakan informasi berbasis teknologi dan instrumen *digital*. Salah satu metode pemasaran berbasis *online* yang bertujuan untuk mendapatkan pelanggan dari suatu usaha atau bisnis. Perangkat dari strategi pemasaran ini dapat bermacam-macam jenisnya meliputi *social media*, *onlinetravel agent*, *onlinebrand* dan *e-marketplace* (Ichsana, 2019,h.167).

Era revolusi industri 4.0 telah memunculkan sektor ekonomi *digital* yang mulai menggeser ekonomi konvensional (*non-digital*). Ekonomi *digital* merupakan aktivitas ekonomi dengan penggunaan teknologi *digital* dimana transaksi dilakukan menggunakan internet. Pelaku UMKM bisa menggunakan perkembangan teknologi saat ini untuk menjalankan promosi bisnisnya. Media sosial telah memberikan kemudahan yang bisa digunakan untuk melakukan promosi dan menciptakan brand sendiri hingga bisa dikenal dimasyarakat luas yang nyaris susah pada zaman dahulu (Fawahan & Marianingsih, 2022,h.218).

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur terbesar di Indonesia (Sedyastuti, 2018, h,118).

UMKM perlu meningkatkan kemampuan pemasaran agar mampu bersaing dengan UMKM lainnya dengan meningkatkan kemampuan *digital marketing* atau soail media *marketing*. Guna meningkatkan keunggulan bersaing maka UMKM perlu meningaktkan keunggulan bersaing. Untuk itu UMKM perlu meningkatkan adaptasi terhadap perkembangan teknologi pemasaran yang lagi berkembang saat ini. Seperti kemampuan dalam bermedia sosial atau *digital marketing*. Jika seandainya pelaku UMKM tidak mempu mengoperasikan berbagai aplikasi *digital marketing* maka akan ketinggalan (Asiyah, 2022,h,443).

Dikabupaten sinjai sendiri yang mempunyai tanggung jawab mengenai UMKM adalah Dinas Koperasi UKM dan Katernagakerjaan. UMKM yang ada di sinjai, khususnya dalam bidang kuliner selalu didorong agar pengembangan usaha-usaha yang ada dalam suatu masyarakat dapat meningkat. Berikut ini table 1.1 tentang UMKM usaha kuliner yang berada di Kecamatan Sinjai Utara:

Tabel 1.1 Usaha Kuliner Kecamatan Sinjai Utara Tahun 2021

No	Kelurahan	Jumlah
1	Lappa	23
2	Bongki	18
3	Lamatti Rilau	16
4	Balangnipa	191
5	Biringere	87
6	Alehanuae	-

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat di tarik kesimpulan bahwa total usaha kuliner pada tahun 2021 khususnya di Kecamatan Sinjai Utara sudah mulai mengalami perkembangan dengan total secara keseluruhan

adalah 335 usaha kuliner. Hal ini menunjukkan bahwa dengan berkembangnya *digital marketing*, maka akan dapat mempermudah bagi para pelaku usaha untuk semakin berkembang dengan salah satu upaya atau dukungan yang diberikan UMKM di Kabupaten Sinjai yaitu dengan memberikan pembinaan, edukasi, promosi hingga permodalan. Kita ketahui bersama bahwa kendala yang dirasakan oleh pelaku UMKM adalah banyaknya pelaku UMKM yang memiliki usaha yang sama, tapi dengan kejelian pelaku usaha melihat situasi maka hingga kini pelaku usaha masih bisa bertahan. Pelaku usaha yang jeli melihat situasi memanfaatkan teknologi untuk memperkenalkan usahanya melalui telepon genggam. Pemanfaatan digital marketing ini sangat berpengaruh dalam proses promosi dan pemasaran produk (Observasi Awal).

B. Batasan Masalah

Setelah latar belakang diuraikan diatas, tentu saja dalam pembahasan perlu dilakukan pembatasan masalah agar penulisan skripsi ini lebih terarah. Penulis perlu membuat batasan masalah yang akan dibahas. Dalam penelitian ini dibatasi hanya pada upaya mengkaji tentang

Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap pelaku UMKM yang bergerak pada bidang Kuliner dalam Melakukan Promosi Melalui *Digital Marketing* Di kecamatan Sinjai Utara”

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian adalah: Bagaimana implementasi etika bisnis islam terhadap pelaku UMKM bidang kuliner dalam promosi melalui *digital marketing* di Kecamatan Sinjai Utara?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: Untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis islam terhadap pelaku UMKM bidang kuliner dalam promosi melalui *digital marketing* di Kecamatan Sinjai Utara.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik

teoritis maupun praktis. Adapun manfaatnya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memperkaya penelitian yang telah ada sebagai bahan referensi bagi pihak-pihak yang hendak melakukan suatu penelitian pada objek yang sama dengan lingkup pembahasan yang lebih luas, menambah pengetahuan dan keilmuan serta kesempatan bagi penulis untuk mengeksplorasi materi-materi yang didapatkan dibangku perkuliahan, di jurusan Ekonomi Syariah khususnya dalam memahami implementasi etika bisnis islam terhadap pelaku UMKM dalam melakukan promosi melalui *digital marketing* di Sinjai Utara.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan tentang pengimplementasian etika bisnis islam dalam melakukan promosi melalui *digital marketing*;
- b. Dalam hasil penelitian ini diharapkan uraian-uraian yang dibahas dalam permasalahan ini dapat menjadi

sumbangsi motivasi sekaligus sebagai bahan informasi positif bagi pelaku UMKM ;

- c. Dalam hasil penelitian ini diharapkan turut memberikan sumbangsi pemikiran tentang etika bisnis islam;
- d. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah kepustakaan, juga dapat dijadikan dasar pengembang oleh peneliti lain yang mempunyai minat pada kajian yang sama dan sekaligus sebagai penyelesaian tugas akhir bagi mahasiswa.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Etika bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Simorangkir Mengatakan bahwa Secara etimologi, Etika (*ethics*) berasal dari bahasa Yunani *Ethikos* yang mempunyai beragam arti: pertama, sebagai analisis konsep-konsep mengenai apa yang harus, mesti, tugas, aturan-aturan moral, banar, salah, wajib, tanggung jawab dan lain-lain. Kedua, pencairan kedalam watak moralitas atau tindakan-tindakan moral. Ketiga, pencairan kehidupan yang baik secara moral (Simorangkir, 2015,h.4).

Barten Mengemukakan bahwa Etika dibagi menjadi tiga pengertian pertama, etika digunakan dalam pengertian nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. kedua, etika dalam pengertian kumpulan asas atau nilai-nilai moral atau kode etik. Ketiga, etika sebagai ilmu tentang baik dan buruk (Barten, 2007,h.27).

Etika merupakan salah satu disiplin pokok dalam filsafat, ia merefleksikan bagaimana manusia harus hidup agar berhasil menjadi sebagai manusia. Sedangkan menurut Yahya Wijaya mengatakan bahwa Etika adalah ilmu yang menjelaskan baik dan buruk, menerangkan apa yang harus dilakukan manusia oleh manusia lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat (Noor, 2014,h,15-17).

Dari beberapa definisi diatas penulis dapat tarik pemahaman dan memberikan batasan bahwa etika adalah moralitas seseorang dalam berperilaku. Etika juga adalah ilmu yang menjelaskan tentang perilaku atau tingkah laku seseorang baik buruk. Sebagai manusia yang memiliki pengetahuan dan ilmu tentang etika maka baik baginya menunjukkan jalan yang harus dilakukan.

Bisnis secara umum diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rezeki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan

efisien. Adapun dalam pandangan Straub dan Atter dalam buku *Etika Ekonomi dan Bisnis Perspektif Agama-Agama Di Indonesia* menyatakan bahwa bisnis tak lain adalah organisasi yang menjalankan aktivitas produksi penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik oleh penulis terkait dengan Etika Bisnis Islam adalah tingkah laku atau etika seseorang dalam berbuat baik untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan mencapai profit yang diinginkan.

2. Prinsip dan Norma Etika Bisnis

Nilai-nilai etika pada dasarnya merupakan kualitas-kualitas atau sifat-sifat yang mengandung unsur kebaikan yang terdapat dalam tindakan, akhlak, watak, dan kebiasaan manusia. Nilai-nilai etika secara ideal bersumber dari nash-nash *al-qur'an* dan *al-sunnah* sebagai landasan filosofis atau filsafat system. Nilai-nilai yang disarikan dari nash ini masih berwujud teks dan abstrak. Belum nampak dalam perbuatan. Setelah nilai-

nilai etika sudah dijabarkan menjadi prinsip-prinsip etika secara sosiologis, maka terkesan bahwa nilai-nilai etika sudah tampil secara konkret. inilah kemudian yang disebutkan dengan landasan *sosiologis* atau nilai dasar *system*, yakni prinsip dasar yang dianut dan dipraktekkan dalam kehidupan masyarakat.

Prinsip-prinsip dan norma-norma etika merupakan bagian integral dari nilai-nilai etika yang tidak dapat dipisahkan. Prinsip-prinsip etika yang secara implisit terkandung di dalam norma-norma etika yang berbentuk perintah, larangan atau kebolehan untuk melakukan tindakan sosial sekaligus menilai dan menentukan posisi tindakan tersebut menurut Paradigma prinsip etika bisnis islam antara lain:

a. Prinsip Ihsan (kebajikan atau kejujuran)

Prinsip ihsan atau kebaikan selalu berhubungan dengan sikap pedagang dalam melayani dan memperlakukan konsumen. Sikap sopan, ramah, murah hati dan sabar yang dimiliki pedagang terhadap konsumennya akan menjadikan daya tarik yang terkesan akan memberikan hal positif, tetapi

sebaliknya sikap tidak sopan, tidak ramah, tidak sabar dan membedakan perlakuannya terhadap konsumen maka akan terlihat dan terkesan negatif bagi pedagang tersebut.

b. Prinsip Tauhid

Menurut Dzakfar (2020,h.143) menyatakan, konsep tauhid berarti Allah SWT telah menentukan batasan tertentu terhadap perbuatan manusia sebagai khalifah agar memberikan manfaat pada seseorang tanpa harus mengorbankan hak-hak individu lainnya. Dengan mengintegrasikan aspek *religius* dengan aspek kehidupan lainnya, seperti ekonomi, akan timbul perasaan di diri manusia bahwa ia akan selalu merasa direkam dalam setiap aktivitas hidupnya. Termasuk aktivitas berekonomi sehingga dalam melaksanakan kegiatan bisnis tidak akan gampang menyimpan dari ketentuan yang telah ditetapkan-Nya. Maka perlu diperhatikan kebutuhan etika dan *disupport* oleh tauhid untuk memperbaiki kesadaran manusia terhadap *insting Altruistic*, baik kepada sesama manusia ataupun lingkungannya seperti hubungan dengan

tuhannya. Ini berarti, konsep tauhid mempunyai pengaruh paling dalam terhadap diri seorang muslim.

c. Prinsip Keadilan

Menurut Susminingsih (2020,h,144) menyatakan, interaksi antar manusia bisa dikatakan sesuai harkat dan martabat jika hubungan interaksi mampu mengaktualisasikan sifat-sifat mulia Allah SWT dalam kehidupannya, dalam konteks ini manusia mampu berbuat adil pada diri sendiri dan memperlakukan pula orang lain secara adil dalam berinteraksi. Kesempurnaan dalam bisnis bukan hanya untuk mencari dan memperkaya keuntungan semata sehingga mengabaikan kepentingan orang lain seperti konsumen. Akan tetapi bagaimana menjaga keseimbangan pada setiap pihak yang terlibat agar merasa diperhatikan dan dianggap penting.

d. Prinsip Kehendak Bebas atau kebebasan

Kebebasan adalah hal penting dalam etika bisnis islam, tapi jangan sampai kebebasan ini mengganggu dan merugikan kepentingan bersama atau orang lain. Islam memperbolehkan umatnya berinovasi

dalam bermuamalah terkhusus dalam aktivitas bisnis, tetapi islam melarang umatnya melakukan hal yang diharamkan oleh syariatnya.

Konsep islam mengartikan bahwa institusi ekonomi seperti pasar mampu mencapai target dalam aktivitas perekonomian. Hal ini berlaku jika tidak ada intervensi dari pihak manapun. Dalam islam prinsip kehendak bebas memiliki tempat tersendiri, karena potensi kebebasan tersebut sudah ada dari manusia dilahirkan di dunia ini.

e. Prinsip Tanggung Jawab atau amanah

Dalam islam, tanggung jawab mempunyai dimensi yang berarti tanggung jawab kepada Allah SWT, Tanggung jawab terhadap diri sendiri, serta tanggung jawab terhadap lingkungan dan orang sekitarnya. Dalam dunia bisnis tanggung jawab sangat berlaku, setelah melakukan semua kegiatan bisnis dalam beragam bentuk kebebasan, namun bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendakinya berhasil, atau ketika memperoleh laba. Semuanya saat tujuan pertanggung jawaban terhadap

apa yang dilakukan oleh pebisnis tersebut, baik pertanggung jawaban ketika pebisnis memproduksi barang, melakukan transaksi jual beli dan melakukan perjanjian (Wati & Arif, 2022,h,142-143).

Selanjutnya, norma menurut paradigma etika bisnis islam antara lain:

a. Memberikan sedekah atau zakat

Sedekah berasal dari bahasa arab, yaitu *shadaqo* berarti benar. Pemberian dari seseorang muslim secara sukarela tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu; atau suatu pemberian yang dilakukan oleh seseorang sebagai kebajikan yang mengharap ridha Allah Swt dan pahala semata.

Ulama fikih sepakat mengatakan bahwa sedekah merupakan salah satu perbuatan yang diisyaratkan dan hukumnya adalah sunnah. Kesepakatan ulama itu didasarkan pada *Al-Qur'an* surah *Al-Baqarah*: 280 yaitu:

وَإِنْ كَانَتْ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۚ وَأَنْ
تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ ۖ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٧٨﴾

Terjemahan:

Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, Maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan. dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu Mengetahui (Kementrian Agama RI, 2014).

Maka penulis dapat menarik sebuah makna bahwa orang yang memberikan utang kepada orang lain namun mengetahui bahwa orang itu belum mampu untuk membayarnya maka baik bagimu sebagai penghutang agar menyedahkan apa yang telah diberikan atau dipinjamkan.

Namun antara sedekah dan zakat memiliki perbedaan, diantaranya: pertama, dari segi subyek, sedekah disunatkan kepada orang beriman, baik miskin maupun kaya, orang kuat atau lemah. Sedangkan zakat diwajibkan kepada orang yang tidak mampu, seperti hadi Nabi SAW menyatakan bahwa sesungguhnya allah mewajibkan zakat kepada mereka,

yaitu dari harta benda yang mereka miliki yang diambil dari orang-orang kaya dan diberikan kepada orang-orang kafir diantara mereka. *HR. Bukhari dan Muslim.*

b. Berbisnis atas dasar keridahaan

Al-Ridha berarti menerima segala yang terjadi dengan senang hati karena segala yang terjadi itu merupakan kehendak Allah SWT atau tidak menentang hukum dan ketentuan Allah SWT. Dalam fikih, persoalan ridha banyak dibahas yang berkaitan dengan muamalah, yakni sikap sukarela yang dimiliki oleh pihak yang terlibat dalam transaksi. Ridha adalah persoalan hati dan bersifat psikologis yang tidak dapat diindera secara langsung, namun nampak dalam bentuk ungkapan ijab dan qabul.

Penyataan ridha menjadi rukun dari suatu transaksi yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih, seperti jual beli, sewa-menyewa, perwakilan dan sebagainya. Sebaliknya ada pula akad yang tidak memerlukan pernyataan ridha dari pihak kedua adalah akad wasiat atau hibah (H. hamzah aksan, 2014,h,30).

Sehubungan dengan ridha dalam berbagai transaksi, ulama fikih menyatakan bahwa ridha itu adalah tuannya transaksi. Maksudnya bahwa keabsahan akad itu sangat tergantung pada keridhaan pihak-pihak yang berakad. Oleh karenanya, bila suatu akad dilakukan atas dasar keterpaksaan (*Ikrah*) atau berada dibawah tekanan (*Under Pressure*), maka akad tersebut dianggap tidak sah dan akan gugur dengan sendirinya, sesuai dengan hadis Nabi Saw, Bahwa: “umatku tidak diminta pertanggungjawabannya jika mereka tersalah, terlupa dan terpaksa” (*HR. Al-Baihaqi dan Ibnu Majah*).

Dalam Q.S. *Al-Nisa*:29 juga diterangkan pula bahwa:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ
بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahan:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (Kementrian Agama RI, 2014).

Deskripsi diatas memberikan gambaran bahwa ridha atau kerelaan dalam bermuamalah sangat mendasar karena suatu transaksi muamalah harus berpijak pada prinsip suka sama suka atau kesepakatan yang berlangsung secara sukarela tanpa ada unsur paksaan, tetapi merupakan kemauan dari kedua belah pihak atau lebih yang bertransaksi . oleh karena itu, risha termasuk salah satu unsur nilai begitu penting dalam operasionalisasi sistem ekonomi syariah.

c. Bertindak amanah

Amanah secara etimologis merupakan bentuk masdar dari *amuna ya'munu*, yakni jujur atau bisa dipercaya. Dalam bahasa Indonesia, amanah berarti pesan, perintah, keterangan atau wejangan. Dalam sejarah para rasul, amanah merupakan salah satu sifat yang wajib dimiliki para rasul, khususnya yang berkaitan dengan tugas kerasulannya, seperti menerima wahyu, memelihara keutuhannya dan menyampaikan kepada manusia tanpa penambahan, pengurangan atau penukaran sedikitpun. Mereka juga bersifat amanah dalam arti terpelihara dari hal-hal yang dilarang Allah SWT secara lahir dan batin.

Dalam konteks fikih, amanah berarti kepercayaan yang diberikan seseorang berkaitan dengan pemeliharaan harta benda. Sementara itu kondifikasi hukum perdata kerajaan Turki Usmani bahwa yang dimaksud dengan amanah adalah sesuatu yang dipercayakan kepada seseorang yang baik berupa akad seperti harta benda yang disewakan atau dipinjamkan, maupun berupa harta yang berada

ditangan orang lain tanpa kesengajaan, misalnya harta benda seseorang yang berada dirumah orang lain karena dipindahkan oleh angin.

Dari hasil kajian dapat dipahami bahwa tidak ada sanksi hukum yang bersifat material atau fisik kepada orang yang tidak menunaikan amanah. Namun perintah harus memberikan sanksi ringan dalam bentuk takzir berupa pemberian teguran, peringatan atau hukuman kurungan. Penetapan sanksi ini bertujuan untuk menanamkan sikap disiplin terhadap pemegang amanah tersebut supaya lebih berhati-hati dan tidak menyia-nyiakan karena apabila mengkhianati amanah itu merupakan tanda kemunafikan. Kata amanah juga disebutkan dalam *Al-Qur'an* surah *Al-Baqarah*:238 disebutkan:

حَافِظُوا عَلَى الصَّلَوَاتِ وَالصَّلَاةِ الْوَسْطَىٰ

وَقَوْمُوا لِلَّهِ قَدْتَيْنَ

Terjemahan:

Peliharalah semua shalat(mu), dan (peliharalah) shalat wusthaa Berdirilah untuk Allah (dalam shalatmu) dengan khushyu (Kementrian Agama RI, 2014).

Makna dari surah tersebut adalah jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang), akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah SWT dan janganlah kamu menyembunyikan persaksian dan barang siapa menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya, dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan (H. hamzah aksan, 2014,h,34)

d. Menghargai hak-hak kemanusiaan

Hak manusia yaitu suatu hak yang dimaksud untuk memelihara kemaslahatan dan kepentingan perorangan baik yang bersifat umum, seperti memelihara kesehatan, anak dan harta benda serta terwujudnya keamanan dan penikmatan sarana umum

milik negara. Hak yang bersifat khusus, seperti hak penjual menerima pembayaran atas barang yang dijualnya, hak pembeli atas barang yang dibelinya, hak seseorang untuk mendapatkan ganti rugi atas harta bendanya yang dirusak orang lain, hak istri untuk mendapatkan lahir dan batin dari suaminya, hak untuk ibu memelihara anaknya yang masih kecil, hak bapak untuk menjadi wali anaknya, hak orang yang tidak mempunyai untuk mendapatkan ZIS dan sebagainya.

Hukum yang terkait dengan hak manusia ini, sesuai dengan kesepakatan fuqaha, antara lain ialah pemiliknya dibolehkan melepaskan dan mengugurkan haknya dengan cara perdamaian, maafan atau membebaskan tanggungan atas seseorang atau membolehkannya kepada siapapun. Oleh karena itu, pelanggaran terhadap hak merupakan kezaliman dimata Allah SWT. Tidak akan menerima taubat seseorang yang melanggarnya keciali pemilik hak memaafkannya atau hak itu dikembalikan oleh pelanggar terhadapnya. Pada hak ini berlaku pewarisan oleh keluarga dekatnya sesuai hukum yang berlaku

dalam hukum waris. Kemudian tidak berlaku keterpaduan dalam hal ini. Maksudnya hukum yang terkait dengan hak perseorangan berlaku secara ketat., tidak dalam penggabungan atau pemenuhan hak itu berkaitan langsung dengan pemilik hak dan walinya (H. hamzah aksan, 2014,h,62).

3. Konsep Etika Bisnis Islam

Sebagai salah satu ajaran hidup yang lengkap, islam memberikan petunjuk atas semua aktivitas manusia termasuk dalam bidang ekonomi. Tujuan ekonomi islam tidak terlepas dari tujuan diturunkannya syariat islam yaitu untuk mencapai falah (kesejahteraan/keselamatan). Islam juga memandu manusia ke arah aksi dan partisipasi individual langsung bertanggung jawab dalam masalah ekonomi melalui cara solidaritas dan kerja sama yang akan menghasilkan dinamika dan pertumbuhan ekonomi yang baik.

Dalam islam, etika bisnis sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah *al-qur'an* dan as-sunnah. Setiap usaha bisnis yang dilakukan oleh orang islam bisa menjadi ibadah yang berpahala

apabila dimaksudkan untuk mendapatkan keridahan Allah SWT. Semata dalam kaidah fikih biasa disebut dengan *Al Umuru Bi Mawashidiha* (semua urusan itu tergantung tujuannya).

Bisnis dalam islam adalah bisnis yang didasarkan pada *Al-Qur'an* dan Hadis. Dimana terdapat kesesuaian kegiatan bisnis dengan syariat islam sebagai ibadah kepada Allah SWT untuk mendapat Ridha-Nya. Dalam kata lain , etika dalam islam adalah perilaku atau akhlaq yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram.

Bisnis islam merupakan serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang dan atau jasa termasuk profitnya. Namun, dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram. Seperti yang dijelaskan dalam Q.S.*Al-Baqarah*:188 yang berbunyi:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْءُوا بِهَا إِلَى
 الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ
 وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahan:

Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu Mengetahui (Kementrian Agama RI, 2014).

Para pelaku usaha dituntut untuk memiliki kesadaran mengenai etika dan moral karena keduanya merupakan hal yang sangat penting yang dibutuhkan dan harus dimiliki. Perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga etika tidak akan bisa menjalankan bisnisnya dengan baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen bahkan dirinya sendiri (Muhamad, 2021,h.29).

B. *Digital Marketing*

1. Pengertian *Digital Marketing*

Menurut Purnawa dalam karya Nicky Kurniawan mengatakan bahwa *Digital Marketing* adalah proses mempromosikan dan mencari pasar melalui media sosial atau digital *online* menggunakan berbagai alat seperti jejaring sosial, namun berbeda dengan pendapat pradiani dalam karya Nicky Kurniawan beliau mengatakan bahwa dgital marketing merupakan salah satu media pemasaran yang banyak dinanti masyarakat dalam hal mendukung banyak kegiatan (Kurniawan, 2021,h,15-16). Namun berbeda lagi dengan pendapat Ridwan Sanjaya dan Tarigan dalam skripsi Nur Nadiah Arfan bahwa *Digital Marketing* adalah kegiatan pemasaran termasuk pengenalan merek yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, jejaring lainnya (Arfan, 2019,h,7).

Adapun kesimpulan yang ditarik penulis mengenai *Digital Marketing* adalah suatu kegiatan pemasaran yang dilakukan menggunakan media sosial

dengan berbagai aplikasi dengan tujuan mengenalkan produknya ke seluruh pengguna internet.

2. Strategi *Digital Marketing*

Dikutip dari karya masnaini menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong bahwa strategi pemasaran yaitu suatu konsep perencanaan komunikasi pemasaran terpadu yang mengevaluasi peran strategis dari berbagai disiplin komunikasi, misalnya periklanan umum, penjualan personal, pemasaran langsung, hubungan masyarakat dan menggabungkan beberapa disiplin ini untuk memberikan kejelasan, konsistensi dan pengaruh komunikasi yang maksimum melalui integrasi yang menyeluruh.

Konsep strategi *Digital Marketing* terpadu dengan menggunakan digital untuk mempromosikan produk atau jasa dengan memanfaatkan media digital berupa internet atau pemasaran *online* untuk memperluas jangkauan konsumen.

Era evolusi industry 4.0 dan society 5.0 strategi pemasaran digital sangat berperan dalam membangun jaringan, komunikasi dengan konsumen dan

memperkenalkan produk atau jasa sebuah perusahaan. Adapun media digital yang umum diakses dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital yaitu website, blog dan juga sosial media (Facebook, Instagram, Whatsapp, Line, dsb), SEO, SEM, Email Marketing, Content Marketing, branding dan App Development.

Pemasaran strategi akan lebih efektif apabila marketer melakukan tahapan-tahapan untuk efektifitas pemasaran digital yang telah dirancang, berikut ini langkah-langkah dalam strategi pemasaran digital: pertama Membuat google e-umkm, kedua Memanfaatkan whatsapp, ke tiga Membuat website, Keempat Menggunakan email bisnis, Kelima Membuat buyer persona, keenam Menerapkan strategi Copywriting, ketujuh Menggunakan teknik Seo yang jitu, kedelapan Memanfaatkan search engine marketing (SEM), kesembilan Menjalankan media sosial marketing, kesepuluh Bekerja sama dengan influencer, kesebelas Menggunakan CTA dengan tepat, kedua belas Memaksimalkan leads untuk peningkatan penjualan,

ketiga belas Memilih marketing tools untuk bisnis, ke empat belas *Digital Marketing* kuliner (Musnaini, asriani, dede andi, 2021,h,29-41).

Strategi pemasaran digital berpengaruh terhadap keunggulan bersaing secara berurutan mulai dari yang paling dominan yaitu: kemudahan pencarian produk, ketersediaan penawaran khusus, kemampuan mengidentifikasi dan menarik pelanggan baru, ketersediaan informasi produk atau artikel-artikel yang mendukung dan memberikan panduan produk bagi konsumen, kemampuan menciptakan visibilitas dan kesadaran merek, kemampuan penguatan citra merek yang diterima oleh konsumen, ketersediaan tampilan testimonial, ketersediaan sajian informasi terbaru melalui sms-blog, ketersediaan bantuan pelayanan kepada konsumen, ketersediaan komunikasi *online* dengan pengusaha, ketersediaan dukungan opini *online*, ketersediaan gambar-gambar pendukung yang dibutuhkan seperti foto-foto atau ilustrasi produk, ketersediaan tampilan video yang mampu memvisualisasikan produk atau presentasi-presentasi pendukung ketersediaan alat

transaksi dan variasi media pembayaran, ketersediaan lampiran dokumen-dokumen yang berisi informasi dalam format pdf, doc, xls, ppt, atau yang lain, dan ketersediaan catatan pengunjung. (Wardhana, 2015)

3. Keunggulan dan Kelemahan *Digital Marketing*

Pemanfaatan *Digital Marketing* memiliki beberapa keunggulan antara lain:

- a. Target bisa diatur sesuai demografi, domisili, gaya hidup dan bahkan kebiasaan;
- b. Hasil cepat terlihat sehingga pemasar dapat melakukan tindakan koreksi atau perubahan apabila dirasa ada yang tidak sesuai;
- c. Biaya jauh lebih murah daripada pemasaran konvensional;
- d. Jangkauan lebih luas karena tidak terbatas geografis;
- e. Dapat diakses kapanpun tidak terbatas waktu;
- f. Hasil dapat diukur, misalnya jumlah pengunjung situs, jumlah konsumen yang melakukan pembelian *online*;
- g. Kampanya bisa di personalisasi;
- h. Bisa melakukan *engagement* atau meraih konsumen karena komunikasi terjadi secara langsung dan dua

arah sehingga pelaku usaha membina relasi dan menumbuhkan kepercayaan konsumen.

Disisi lain, *Digital Marketing* pun memiliki kelemahan, diantaranya: Mudah ditiru oleh pesaing, Dapat disalah gunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab, Reputasi menjadi tidak baik ketika ada respon negatif dan Belum semua orang menggunakan teknologi/digital (Febriyantoro & Arisandi, 2018,h,62).

C. Pelaku UMKM

1. Pengertian UMKM

Menurut Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UU UMKM) definisi UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung

maupun tak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.

- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagai mana yang dimaksud dalam UU (Fajar, 2015,h,45-46).

2. Kriteria UMKM

Menurut Pasal 6 UU No. 20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut:

- a. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - 1) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
 - 2) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00.

b. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan usaha;
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00.

c. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (Suci, 2013,h,13).

3. Perkembangan UMKM

Perkembangan UMKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah

ke depan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UMKM. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UMKM disamping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya.

Pembinaan dan perlindungan usaha kecil menengah, terutama pada kondisi ekonomi saat ini sangat strategis karena diperkirakan akan dapat menghasilkan nilai tambah (*value added*) yang memadai karena jumlah unit usahanya cukup banyak. Dengan usaha kecil menengah, akan terserap banyak tenaga kerja melalui usaha pada karya (*labour intensive*), dan dapat memperluas kesempatan berusaha dan memperoleh pemerataan pendapatan nasional yang selama ini didominasi oleh perusahaan-perusahaan besar dan padat modal (*capital intensive*).

Ada 3 jenis UMKM yang sangat berkembang saat ini, pertama adalah usaha kuliner, usaha kuliner adalah UMKM yang bergerak dalam bidang Kuliner

seperti menjual makanan maupun bahan baku pembuatan makan, kemudian yang kedua adalah usaha fashion, usaha fashion bergerak dibidang *Fashion* melingkupi penjualan, pembuatan pakaian, alas kaki, topi hingga aksesoris. Selanjutnya yang ketiga adalah usaha Agribisnis yang meliputi penjualan dan produksi pertanian serta perkembungan seperti pupuk, hasil tani, hasil kebun dan bibit tanaman (Kristiyanti, 2012,h,68-69).

D. Hasil Penelitian Relevan

Dari hasil penelitian ini, penulis menegaskan bahwa judul Proposal Skripsi "*Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Pelaku UMKM dalam Promosi Melalui Digital Marketing Di Kecamatan Sinjai utara*" belum ditemukan pembahasan yang sama didalam skripsi atau karya tulis orang lain, akan tetapi penulis menemukan skripsi yang relevan dengan judul yang penulis angkat yaitu:

1. Penelitian dalam bentuk Skripsi oleh Duratun Nafis jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh yang berjudul "*Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Rumah Makan*" Penelitian ini

berusaha memotret bagaimana pemilik usaha rumah makan wong Solo menerapkan etika bisnis islam dalam usahanya. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis islam pada rumah makan wong solo cabang batoh. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan studi deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah pemahaman *manager* mengenai etika bisnis islam masih kurang , beliau hanya memahami secara garis besarnya saja, akan tetapi disetiap cabang Wong Solong mereka memiliki tim yang disebut sebagai tim dakwah sehingga nuansa islami dan nilai-nilai etika terjalankan disetiap rumah makan Wong Solo. Dalam usaha rumah makan etika dalam berbisnis memang harus diterapkan agar dapat menjalankan usahanya dengan baik dan benar, sehingga dapat menghindari terjadinya kecurangan. Oleh karena itu etika bisnis islam perlu diterapkan di rumah makan wong solo cabang batoh (Nafis, 2019,h,5,52,62).

Adapun persamaan dari peneliti sebelumnya adalah sama-sama membahas mengenai tentang implementasi etika bisnis islam. Sedangkan

perbedaannya adalah peneliti sebelumnya tidak meneliti mengenai promosi usaha sedangkan peneliti meneliti mengenai tentang promosi usaha atau produk.

2. Penelitian dalam bentuk skripsi oleh Nur Nadiah Arfan Universitas Muhammadiyah Makassar yang berjudul “*Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Makassar*” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan *Digital Marketing* terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai bahan acuan dan tambahan pengetahuan mengenai pengaruh *Digital Marketing* terhadap pendapatan kompetitor mereka. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*Field research*). Hasil dari penelitian ini adalah *Digital Marketing* sangat berpengaruh secara Signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM . *Digital Marketing* yang efektif dan efisien membantu mereka mendapatkan keuntungan dan pendapatan yang lebih tinggi. Bahkan dengan meningkatnya pengguna internet saat ini, menjadi salah satu sasaran pelaku UMKM yang

meningkatkan *Income* penjualan UMKM. (Arfan, 2019,h,7,51,76).

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang *Digital Marketing*. Perbedaan dari penelitian ini adalah metode yang digunakan peneliti sebelumnya adalah kuantitatif dengan kajian lapangan sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

3. Penelitian ini dalam bentuk Skripsi oleh Hafidz Mujahid Pattisahusiwa jurusan ilmu administrasi negara universitas muhammadiyah makassar yang berjudul “*Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan menengah Di Dinas Koperasi Kota Makassar*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pembuatan sistem pemasaran bersama, untuk menghindari skala yang tidak ekonomis dalam produksi dan meningkatkan daya saing terhadap produk impor. Penelitian ini sangat penting selain dari memberikan pemahaman bagi peneliti selanjutnya juga memberikan sumbangan pengetahuan dalam pengembangan ilmu strategi yang dilakukan dalam pengembangan UMKM yang ada di Kota Makassar.

Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif berupa wawancara, observasi, serta dokumentasi. Adapun hasil penelitian ini adalah Eksistensi UMKM di kota makassar mempunyai potensi untuk dapat lebih tumbuh dan berkembang. Hal ini berangkat dari fakta-fakta empirik yang menunjukkan adanya tingkat perkembangan dari waktu ke waktu. Dalam usaha pengembangan UMKM, pada umumnya mengalami berbagai hambatan-hambatan antara lain pada kualitas SDM yang masih rendah, keterbatasan biaya, dan juga terbatasnya kemampuan dalam pemasaran (Pattisahusiwa, 2021,h,8,9,51).

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti di Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM). Perbedaan dari penelitian ini adalah Strategi pengembangan UMKM di Dinas Koperasi Kota Makassar sedangkan peneliti membahas tentang promosi melalui *Digital Marketing* pelaku UMKM di Kabupaten sinjai.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Dalam melakukan penelitian di Pelaku UMKM Sinjai Utara peneliti berusaha untuk mendapatkan informasi dan data yang menggunakan jenis dan pendekatan penelitian yaitu:

1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Fenomenologi. Penelitian fenomenologi adalah suatu tampilan objek, peristiwa dalam perspektif, sesuatu yang tampil dalam kesadaran, bisa berupa hasil rekaman atau kenyataan tentang penjelasan dan pemahaman individual tentang pengalaman-pengalamannya (Hasbiansyah, 2008,h,167). Dalam hal ini peneliti berusaha menggambarkan tentang realitas cara pandang dan metode pemikiran yang digambarkan atau dijelaskan oleh pelaku UMKM terkait dengan cara promosi dengan mengimplementasikan etika bisnis islam melalui *digital marketing*.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif. Pendekatan Kualitatif memandang bahwa realitas sosial yang tampak sebagai suatu fenomena dianggap sebagai suatu yang ganda. Artinya realitas yang tampak memiliki makna ganda yang menyebabkan terjadinya realitas tadi. Dengan demikian dalam penelitian ini perlu dilakukan secara tatap muka langsung dengan individu atau kelompok yang dipilih sebagai respon atau informan yang dianggap mengetahui atau paham mengenai entitas seperti kejadian, orang, proses, atau objek berdasarkan cara pandang, persepsi dan sistem keyakinan yang mereka miliki. (Sirajuddin, 2017)

B. Definisi Operasional

Berdasarkan dari kajian teori yang telah diuraikan dalam skripsi yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap pelaku UMKM dalam Promosi Melalui *Digital Marketing* di Kecamatan Sinjai Utara”. Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahpahaman serta pengertian simpansiur, maka penulis kemukakan pengertian dan penegasan judul proposal skripsi ini adalah bagaimana

implementasi etika bisnis islam yang dilakukan pelaku UMKM dalam melakukan promosi melalui *digital marketing* di kecamatan sinjai utara.

C. Tempat Dan Waktu Penelitian

Adapun tempat dan waktu penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini akan dilakukan di UMKM yang bergerak pada bidang kuliner dan mempromosikan usahanya melalui *Digital Marketing*, khususnya di Kecamatan Sinjai Utara. Adapun alasan peneliti memilih tempat tersebut karena mudah bagi peneliti menjangkau lokasi penelitian, selanjutnya, tempat tersebut menjadi kebutuhan dalam penelitian dan permasalahan yang ada serta sesuai dengan judul penelitian

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian dilaksanakan pada saat dikeluarkan surat izin meneliti dari kampus Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai. Adapun alasan memilih waktu ini, karena waktu tersebut cukup efisien untuk melakukan penelitian.

D. Subjek Dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah orang, tempat penelitian. Subjek penelitian ini adalah 10 Pelaku UMKM yang bergerak pada bidang usaha Kuliner Di kabupaten Sinjai secara khusus di Sinjai Utara yang terkait dengan tujuan peneliti yaitu untuk mendapatkan data yang akurat mengenai pengimplementasian etika bisnis islam dalam melakukan promosi melalui *Digital Marketing*.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah UMKM yang terdata di Dinas Koperasi UMKM dan Katernagakerjaan khususnya Di Kecamatan Sinjai Utara yang melakukan promosi menggunakan *Digital Marketing*.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data dapat digunakan berbagai teknik pengumpulan data atau pengukuran yang disesuaikan dengan karakteristik data yang akan dikumpulkan dan responden penelitian. (Maman, 2015) maka peneliti

menggunakan beberapa metode dalam mempermudah penelitian ini, antara lain:

1. Observasi

Observasi adalah sebuah kegiatan terencana dan terfokus untuk melihat dan mencatat serangkaian perilaku ataupun jalannya sebuah sistem yang memiliki tujuan tertentu, serta mengungkap apa yang ada dibalik munculnya perilaku dan landasan suatu sistem (Anwar, 2019,h,67). Tujuan observasi ini untuk melihat langsung dan mengamati apa yang sebenarnya terjadi dilapangan mengenai objek yang akan diteliti serta melengkapi data dari hasil wawancara. Dalam melakukan observasi pada penelitian ini, penulis akan mengamati serta mengumpulkan data-data melalui pengamatan langsung terkait bagaimana hasil dari strategi yang dilakukan oleh pelaku UMKM dalam melakukan promosi.

2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi atau ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan suatu makna dalam suatu topik tertentu. Tujuan wawancara ialah untuk

mengetahui apa yang terkandung dalam pikiran dan hati orang lain, bagaimana pandangannya tentang pertanyaan yang diberikan (Abdussamad Zuchri, 2021,h,143,145).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur merupakan sebuah prosedur sistematis untuk menggali informasi mengenai responden dengan kondisi dimana satu set pertanyaan telah disiapkan oleh pewawancara dengan jawabannya direkam dalam bentuk tertandarisasi.

Dalam teknik ini, peneliti melakukan proses tanya jawab dengan subjek penelitian yaitu 10 pelaku UMKM dengan tujuan untuk memperoleh data atau informasi terkait dengan rumusan masalah yang telah disusun. Wawancara ini dilakukan dengan pembahasan yang mendalam sebagai cara mengumpulkan data atau informasi secara langsung bertatap muka dengan informan dengan tujuan mendapatkan gambaran lengkap tentang bagaimana promosi yang dilakukan oleh pelaku UMKM.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan hari, sejarah kehidupan (*Live Histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain (Sugiyono, 2018, h, 63)

Metode yang digunakan dalam melakukan dokumentasi pada penelitian ini digunakan untuk melengkapi data dari hasil observasi dan wawancara. Dalam melakukan tehnik dokumentasi, penulis akan mencari data-data yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini adalah alat untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan berbagai informasi yang diolah dan disusun secara sistematis (Sugiyono, 2013,h,222). Adapun instrumen penelitian yang digunakan peneliti adalah untuk mendapatkan data terkait bagaimana

implementasi etika bisnis islam terhadap pelaku UMKM bidang kuliner melalui *digital marketing* di kecamatan Sinjai Utara.

1. Lembar Observasi

Lembar observasi merupakan salah satu instrumen yang digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data data yang sesuai dengan pengamatan dilapangan (Samsu, 2017,h,98). Lembar observasi yang digunakan dalam penelitiaam ini bertujuan untuk mengamati secara langsung dengan cara terjun langsung kelapangan untuk melihat keadaan pelaku UMKM bidang kuliner dalam melakukan promosi. Kegiatan ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis islam dalam melalukukan promosi melalui *digital marketing*.

2. Lembar Wawancara

Lembar wawancara pada penelitian ini berupa poin-poin pertanyaan yang dilakukan pada penelitian secara terstruktur yang berisikan indikator dari setiap variabel (Nursapia, 2020,h,73). Dalam penelitian ini, lembar wawancara sangat dibutuhkan untuk memberikan

komunikasi secara terstruktur dan memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian yang berkaitan tujuan penelitian. Dengan adanya lembar wawancara pada penelitian ini, maka akan dapat menggali informasi-informasi yang akan menjadi sumber data penelitian.

3. Instrumen Dokumentasi

Instrumen dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk dokumen, gambar, buku, arsip (Nursapia, 2020,h,73). alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat seperti kamera, catatan atau agenda dan buku-buku. Tujuan penelitian menggunakan instrumen dokumentasi adalah mengambil gambar, mencari dan melihat data, berupa catatan atau arsip yang mampu memberikan informasi terkait dengan tujuan penelitian dan hal ini akan menjadi penguat dalam melihat hasil penelitian.

G. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan standar hasil penelitian yang lebih menekankan pada data/informasi. Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya digunakan untuk

menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif.

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*. Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah maka perlu dilakukan uji keabsahan data.

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang sudah ada. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu.

1. Triangulasi Sumber Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (member check) dengan tiga sumber data.
2. Triangulasi Teknik Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.
3. Triangulasi Waktu Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara diwaktu yang tepat, akan memberikan data lebih valid sehingga lebih kredibel. Selanjutnya dapat dilakukan dengan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda,

maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

Validitas atau keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang telah disajikan dapat dipertanggungjawabkan (Sugiyono, 2014,h,13).

H. Teknik Analisis Data

Adapun tahap-tahap dalam penganalisaan data penelitian ini meliputi tiga tahap yaitu sebagai berikut:

1. Data *Reduction* (Redukasi data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah di reduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

2. Data *Display* (Penyajian data)

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk

uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah di pahami.

3. *Conclusion Drawing/ Verification*

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang di kemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak di temukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang di rumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti yang di kemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan (Sugiyono, 2014,h,24).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Dikabupaten sinjai sendiri yang mempunyai tanggung jawab mengenai UMKM adalah Dinas Koperasi UKM dan Katernagakerjaan. UMKM yang ada di sinjai, khususnya dalam bidang kuliner selalu didorong agar pengembangan usaha-usaha yang ada dalam suatu masyarakat dapat meningkat. Dinas koperasi UKM dan tenaga kerja merupakan instansi pemerintah yang bertempat di jalan Jendral Sudirman No.19. Dinas koperasi UKM dan tenaga kerja merupakan dinas yang baru berdiri sendiri selama kurang lebih 4 tahun 10 bulan, dinas koperasi mempunyai tugas melaksanakan sebagian kewenangan urusan pemerintah daerah berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan dibidang koperasi UKM dan tenaga kerja, yang menjadi tanggung jawab dan kewenangannya berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Secara resmi kehadiran kantor koperasi dan UKM pada tahun 1980 memasuki tahun 2003 berdasarkan PERDA Nomor 18 Tahun 2002, maka berubah menjadi Dinas Koperasi, Perindustrian dan

perdagangan kabupaten Sinjai. Peraturan Bupati Sinjai Nomor 70 Tanggal 30 Desember 2016 Tentang Susunan Organisasi, Kedudukan, Tugas Pokok Dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah Dan Tenaga Kerja Kabupaten Sinjai Sampai Sekarang.

Adapun Visi Dinas Koperasi UKM dan Tenaga Kerja adalah: terwujudnya masyarakat sinjai yang mandiri, religius melalui peningkatan sumber daya manusia yang unggul berdaya saing. Dan adapun misinya adalah mewujudkan pemerintahan yang efektif, efisien, bersih dan demokratis melalui penyelenggaraan yang profesional.

Selanjutnya adalah peranan bidang UKM yaitu melaksanakan kebijakan, pembinaan kelembagaan dan usaha, kemudian melaksanakan pembinaan kelompok usaha kecil dan menengah bagi pelaku usaha, selanjutnya memfasilitasi usaha kerja sama dan kemitraan dengan pihak ketiga dalam hal permodalan serta pengembangan usaha, dan kemudian melaksanakan pengawasan dan pengendalian, monitoring serta evaluasi pelaksanaan pembinaan usaha kelembagaan serta manajemen. Kemudian bidang UKM mempunyai tugas melaksanakan

tugas dinas koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah yang meliputi bina usaha UKM, bina kelembagaan UKM dan pengembangan sumber daya manusia UKM. Untuk lebih memperjelas tugas bidang UKM yaitu merumuskan RKA (Rencana Program Kerja) berdasarkan rencana strategis, kebijakan, tugas pokok dan fungsi, usulan dari kepala seksi dan skala prioritas, melaksanakan pembinaan usaha UKM, kelembagaan UKM, dan pengembangan SDM UKM, melakukan perencanaan pengembangan wirausaha baru bagi usaha kecil menengah, melakukan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dan menengah, serta melakukan perencanaan fasilitas akses pinjaman dalam penyediaan pembiayaan bagi usaha kecil dan menengah.

Dikecamatan Sinjai Utara sendiri UMKM sudah mengalami peningkatan yang cukup drastis mulai dari usaha mebel, ternak, jual campuran bahkan kuliner. Berbagai macam olahan yang di jajankan. Dan berbagai macam inovasi yang dilakukan pelaku usaha untuk mempromosikan usahanya terutama dibidang kuliner.

B. Hasil Dan Pembahasan Penelitian

Fenomena kehidupan modern yang serba cepat dan instan memungkinkan manusia untuk berproses lebih cepat sekaligus berimbas pada kehidupan sosial. Dari cara kerja, berpikir, bertutur, memosisikan diri, hingga cara mengambil keputusan termasuk didalamnya soal memanfaatkan sosial media sebagai untuk berbisnis.

Teknologi dari tahun ke tahun semakin berkembang pesat dan canggih. Kecanggihan teknologi masa kini memberi kemudahan untuk mencari berbagai informasi dunia dalam segala aspek kehidupan seperti informasi tentang kesehatan, pendidikan, kebutuhan pokok, kecantikan dan yang lainnya. Hampir semua kalangan tidak asing lagi dengan keberadaan internet mulai dari anak remaja, hingga dewasa bahkan orang tua.

Media sosial saat ini sedang populer, berbagai macam media sosial yang memberikan informasi dengan bentuk gambar dan vidio. Selain untuk memberikan informasi juga dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan suatu produk menggunakan fitur-fitur yang ada dalam setiap sosial media tersebut untuk mempromosikan produk

dan aktivitas yang dapat dilakukan saat melakukan penjualan sehingga bisa ditonton semua kalangan. Saat pelaku usaha akan melakukan promosi dan pemasaran melalui media sosial, mereka harus memiliki strategi-strategi tertentu agar tidak salah paham dalam memberikan informasi dan supaya konsumen tertarik untuk mencobanya secara langsung bahkan mengajak rekan atau keluarganya (Frides, pratiwi gardha, 2021).

Beberapa tanggapan pelaku UMKM yang ada di kecamatan sinjai utara berkaitan dengan cara mempromosikan dagangan melalui *Digital Marketing* dapat dilihat dari pernyataan informan salah satunya adalah *Owner Coffe Box* menjelaskan:

“saya tertarik melakukan promosi melalui media sosial karena ada perbedaan dari segi pendapatan. Saya mempromosikan dengan cara selalu meng-*Share* di media sosial terkait dengan produk-produk saya, Dengan memposting berbagai macam menu yang kami jual dan vidio-vidio penjualan beserta vidio pendek pembuatan makanan untuk menarik perhatian pelanggan beserta promo yang selalu kami lakukan dihari jumat” (wawancara,komunikasi pribadi,2023).

Pemaparan diatas menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial sangatlah efisien karena terdapat perbedaan dari segi pendapatan misal dari bapak saiful diatas dan promo yang dilakukan setiap hari jumat bisa diketahui pelanggan karena media sosial.

Selanjutnya adalah tanggapan dari ibu Yanti yang awalnya hanya menjajankan usahanya dari rumah tapi atas saran dari orang sekitar memberanikan diri membuka usaha disekitar taman toppekong dan mempromosikan usahanya melalui media sosial dalam wawancara menjelaskan:

“Saya tertarik karena dengan mempromosikan disosial media orang yang tidak tau menjadi tau dagangan saya. Dan demkian pendapatan saya mulai meningkat”(Wawancara, Komunikasi Pribadi,2023)

Dari pemaparan diatas menunjukkan bahwa tujuan mempromosikan dagangannya adalah agar orang tidak tau menjadi tau. Bisa dilihat bahwa sosial media sangat berdampak pada pendapatan pelaku usaha karena mampu menjangkau pelanggan yang jauh dan dengan begitu bisa saling mengenal satu sama lain.

Hal yang sama dikatakan oleh Indah Sari selaku *Owner* best cireng, Pemuda yang sadar akan manfaat media sosial sehingga mempromosikan jajannya, yang dalam wawancaranya:

“Tertarik menggunakan sosial media karena dengan begitu pendapatannya bisa naik, ia memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi dan salah satu cara agar banyak orang yang tau usahanya adalah meminta pelanggan untuk meng-tag akun sosial media best cireng”(Wawancara, komunikasi pribadi,2023).

Senada dengan diatas yang dikatan Muqitzah, pemilik kebab sinjai yang kedainya bertempat di halaman rumahnya sendiri dan juga mempromosikan usahanya melalui media sosial mengatakan bahwa:

“Dengan mempromosikan dagangan di media sosial maka akan memberikan dampak pada pendapatan karena semakin banyak yang tahu dan membuat vidio-vidio yang menarik lalu di *share* ke media sosial dan untuk pelanggan yang telah membeli kami minta untuk *tag* akun kami”(wawancara, kemunikasi pribadi,2023).

Tanggapan lain juga disampaikan oleh Muh Ikhwan Fauzan yang merupakan karyawan dari kedai AH Drink yang mana sejak bekerja di kedai tersebut beliau tau

semua aktivitas yang ada di kedai tersebut termasuk dalam hal promosi, berikut petikan hasil wawancaranya:

“Dampak promosi secara online sangat dirasakan, memposting foto-foto produk, menyajikan tampilan-tampilan yang menarik” (wawancara, komunikasi pribadi,2023).

Dari semua pemaparan diatas didapatkan bahwa mempromosikan usaha atau produk di media sosial dapat menghemat biaya pemasaran namun dapat menambah pendapatan, dan dampak lain dari *Digital Marketing* adalah memperluas jangkauan bisnis sehingga orang yang tidak tau produk kita dapat mengetahuinya.

Kemudian selanjutnya adalah mengenai etika, dimana etika dibagi menjadi dua teori dasar yaitu etika teologi dan etika deontologi. Etika teologi menilai suatu tindakan itu baik atau buruk dari sudut tujuan, hasil sasaran, atau keadaan optimum yang dapat dicapai. Sedangkan etika deontologi adalah suatu tindakan itu baik bukan nilai dan dibenarkan berdasarkan akibat atau tujuan baik dari tindakan tersebut, melainkan tindakan itu sendiri (Jualiana, 2019).

Islam menegaskan nilai-nilai keluhuran ilahiah sebagai landasan dalam praktik bisnis islam, namun demikian tidak sedikit pelaku bisnis yang cenderung mempraktikkan bisnis yang merugikan orang lain bahkan terhadap lingkungan Sehingga bisa di simpulkan bahwa Etika bisnis itu adalah aturan main prinsip dalam suatu organisasi yang menjadi pedoman membuat keputusan dan tingkah laku (Abdurrahman, 2017).

Dalam ajaran islam ada beberapa prinsip yang secara implisit terkandung di dalam norma-norma etika berbentuk perintah, larangan, atau kebolehan untuk melakukan tindakan sosial sekaligus menilai dan menentukan posisi tindakan tersebut. Dimana prinsip-prinsip yang dimaksud adalah prinsip ihsan, prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas dan prinsip tanggungjawab.

Berkaitan dengan pengimplementasian etika bisnis islam dalam melakukan promosi yang dimana didalamnya terdapat 5 prinsip yaitu prinsip ihsan, tauhid, keseimbangan, kehendak bebas dan tanggung jawab yang dilakukan terhadap pelaku UMKM yang ada di kecamatan

Sinjai Utara dapat di uraikan melalui hasil wawancara dengan beberapa informan salah satunya adalah tanggapan dari ibu wana selaku pemilik kedai minuman segar yang berada di jalan Persatuan Raya mengatakan bahwa:

“menggunakan bahan-bahan yang segar dan memberikan harga yang sesuai dan takaran yang sesuai, melaksanakan solat 5 waktu jika telah tiba dan memberikan sedekah adalah cara untuk menerapkan prinsip tersebut”(wawancara, komunikasi pribadi,2023).

Dari hasil wawancara diatas menunjukkan sikap atau tingkah laku yang dilakukan ibu wana dalam menjalankan bisnis yang sesuai dengan prinsip etika bisnis islam, juga banyak yang memberikan jawaban yang hampir sama dengan yang dilakukan oleh ibu wana seperti pernyataan dari bapak Syahrudin selaku pegawai Ternate Cafe berikut:

“prinsip etika bisnis islam diterapkan dengan tidak membeda-bedakan harga yang diberikan, takaran yang sesuai dan tidak membeda-bedakan harga sesuai pelanggan”(wawancara, komunikasi pribadi,2023).

Hal yang sama juga dikatakan oleh bapak Agus selaku *Owner* dari Suryani *Bakery* yang bertempat di jalan Persatuan Raya mengatakan bahwa:

“Menggunakan bahan-bahan yang berkualitas, memberikan takaran yang sama dan harga yang sepadan serta melaksanakan solat adalah cara yang dilakukan untuk menerapkan prinsip etika bisnis islam dalam melakukan bisnis”

Selanjutnya hasil wawancara dari ibu ratmila yang beralamat di lappa menjelaskan bahwa:

“memberikan harga yang sesuai, memberikan takaran yang sama kesetiap penaggan, memberikan sedekah dan tetap melaksanakan solat”

Berdasarkan hasil wawancara diatas mengenai promosi melalui *digital marketing* dan implementasi etika bisnis islam terlihat bahwa dalam penerapan etika bisnis islam dalam melakukan promosi para pelaku UMKM tetap melayani dan memperlakukan konsumen atau pelanggan dengan sikap sopan, ramah, dan tidak membedakan sehingga memiliki daya tarik yang terkesan yang akan memberikan dampak positif bagi usahanya, ini membuktikan bahwa prinsip-prinsip yang ada pada etika bisnis islam Selain daripada *habblu minnas* para pelaku UMKM juga memperbaiki hubungannya dengan penciptanya dengan tidak mengganggu pekerjaannya.

Dalam menjalankan bisnisnya pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Sinjai Utara tetap melaksanakan ibadah wajib dan ibadah sunnah dimana disini tidak terlepas dari sikap dan perbuatan seperti dalam QS.Al-Jumu'ah ayat 10:

فَإِذْ أَنْتَأْتِيهَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ
وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ
تُفْلِحُونَ

Terjemahan:

“Apabila solat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di Bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah SWT banyak-banyak agar kamu beruntung” (Kementrian Agama RI, 2014)

Kemudian ibadah sunnah yang dilakukan oleh para pelaku UMKM ini diperjelas dalam QS.Al-Baqarah ayat 271:

إِنَّ تَبَدُّوا الصَّدَقَاتِ فَنِعِمَّا هِيَ ^ط وَإِنْ تَخْفَوْهَا
 وَتَوْتَوْهَا الْفُقَرَاءَ فَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ ^ج وَيُكَفِّرُ عَنْكُمْ
 مِّنْ سَيِّئَاتِكُمْ ^ق وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Terjemahan:

“Jika kamu menampakkan sedekahmu, maka itu adalah baik sekali. Dan jika kamu menyembunyikannya dan kamu berikan kepada orang-orang fakir maka menyembunyikan itu lebih baik bagimu” (Kementrian Agama RI,2014).

BAB V **PENUTUP**

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dalam skripsi yang berjudul “implementasi etika bisnis islam terhadap pelaku UMKM dalam promosi melalui *digital marketing* di kecamatan sinjai utara” maka penulis menyimpulkan bahwa:

Telah ditemukan bukti empiris bahwa 10 narasumber yang telah melakukan promosi melalui sosial media mengalami perubahan dari segi pendapatan dikarenakan banyaknya pelanggan baru yang mendapatkan informasi melalui sosial media sehingga tertarik untuk membeli bahkan mentraktir temannya. Ini semua dampak dari sosial media yang begitu cepat mengirim informasi ke khalayak ramai dan Dengan perkembangan zaman sekarang ini para pelaku UMKM khususnya dibidang kuliner yang ada di Kecamatan Sinjai Utara tetap mengimplemetasikan etika bisnis islam dalam melakukan penjualan secara *online* maupun secara *offline*, ini dibuktikan dengan cara-cara yang dilakukan oleh para pelaku UMKM yang tetap berlaku jujur dan adil serta

bertanggungjawab terhadap ibadah wajib dan ibadah sunnahnya.

B. Saran

1. kepada para pelaku UMKM untuk tetap cerdas menggunakan sosial media dalam melakukan promosi agar tidak terjadi hal yang tidak di inginkan, serta tetap mempertahankan sikap dan tingkah laku yang sudah dipertahankan sejak lama termasuk beribadah.
2. Kepada para pelanggan atau konsumen agar tetap bijak dalam menggunakan media sosial dalam segala hal terutama dalam melakukan pesanan secara *online* untuk menghindari kesalahpahaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A. (2017). prinsip-prinsip praktik bisnis dalam islam bagi pelaku usaha muslim. *Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 24(3), 488.
- Abdussamad, Z. (2021). *metode penelitian kualitatif* (1 ed.). syakir media press.
- Anwar, M. (2019). *metode penelitian kualitatif dibidang pendidikan* (1 ed.). CV. Nata Karya.
- Arfan, A., nadiyah, N. (2019). *pengaruh digital marketing terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan menengah di kota makassar*. universitas muhammadiyah makassar.
- Asiyah, S., Rose, K., & Islam, U. (2022). digitalisasi pemasaran melalui sosial media marketing pelaku UMKM guna meningkatkan pendapatan. *jurnal pengabdian kepada masyarakat*, 3(2), 443.
- Barten, B. (2007). *Etika*. Gramedia Pustaka umum.
- Fahrizal, F. (2020). *Pemasaran Online Produk Karya Digital Perspektif Etika Bisnis Islam*.
- Fajar, M. (2015). *UMKM dan Globalisasi Ekonomi*.
- Fawahan, L., & Marianingsih, I. (2022). membangun branding

- produk UMKM melalui media sosial tiktok. *jurnal ekonomi, keuangan dan bisnis*, 4(2), 281.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.640>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *manajemen dewantara*, 1(2), 62.
- Frides, F., gardha, P., lilik C. (2021). Strategi pemasaran dan promosi melalui instagram di cimory on the valley. *destinasi pariwisata*, 9(2), 282.
- Aksan, H. H. (2014). *etika bisnis islam* (1 ed.).
- Hasbiansyah, H. (2008). pendekatan fenomenologi. *pengantar praktik dan ilmu sosial dan komunikasi*, 9(1), 167.
- Ichsana, Y. (2019). Penerapan Etika Pemasaran Islam dalam Penggunaan Digital Marketing pada Usaha Kecil Menengah (UKM). *jurnal pasca sarjana IAIN Mataram*, 8(2), 167.
- Jualiana, J. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro Syariah Puspa Bank Indonesia Wilayah jawa barat dibanding tahun 2027. *Pendidikan manajemen*

bisnis, 19(1), 36–38.

- Julvianita, J. (2022). *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Penjualan Daging Sapi Dirumah Potong Hewan (RPH) Di Lingkungan Benteng Kelurahan Bongki Sinjai Utara*. Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
- Kristiyanti, M. (2012). *Peran Strategis Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Pembangunan Nasional*. 68–69.
- Kurniawan, N. (2021). *Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Di Kabupaten Siak*.
- Maman, R. (2015). *5 pendekatan penelitian kuantitatif, kualitatif, Mixed, PTK, R&D* (1 ed.). Magnum Pustaka Utama.
- Arsalan, M., I. (2021). *manajemen pemasaran berbasis etika bisnis islam dalam mendukung kegiatan pemasaran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada usaha kerupuk putri tunggal di dawuhanwetan, kedungbanteng, banyumas*.
- Musnaini, M., asriani, A., dede A., melda W. (2021). *UMKM digital era new normal*.
- Nafis, D. (2019). *implementasi etika bisnis islam dalam usaha rumah makan wong solo batoh aceh*. universitas islam negeri ar-raniry banda aceh.

- Nasrulloh, N. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam dan Transformasi digital UMKM madura dalam mendukung ketercapaian sustainable development goals. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 64.
- Noor, W. Y. N. M. (2014). *Etika Ekonomi dan Bisnis*.
- Nursapia, H. (2020). *Penelitian Kualitatif (i)*. Wal Ashri Publishing.
- Pattisahusiwa, H. mujahid, M. (2021). *strategi pengembangan usaha mikro keccil menengah di dinas koperasi kota makassar*. universitas muhammadiyah makassar.
- rosma, D. (2022). *Peran Digital Marketing bagi Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Bisnis Islam*. uin.
- Samsu, S. (2017). *metodelogi penelitian: (teori dan aplikasi penelitian kualitatif kuantitatif mixed Metdhos,serta research & development (I)*. Pusat studi agama dan masyarakatan.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global. *jurnal inovasi bisnis dan manajemen indonesia*, 2(1), 118.

- Rahmadania, S. E. (2020). Etika Bisnis (Business Ethic) Pada Pt. TN Jakarta. *Ekonomi dan Manajemen sistem Informasi*, 1(5), 426.
- Simorangkir, S. (2015). *etika bisnis*. Aksara Persada.
- Sirajuddin, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif*.
- Suci, Y. R. (2013). *perkembangan UMKM fi indonesia*.
- Sugiyono, D. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (XIX)*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2014). *metode penelitian kualitatif kuantitaif dan R&D*. alfabeta.
- Sugiyono, D. (2018). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D*. alfabeta, CV.
- Wardhana, A. (2015). *strategi figital marketing dan implikasinya pada keunggulan bersaing UKM di indonesia*.
- Wati, D., & Arif, S. (2022). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop Etika Bisnis Islam. *jurnal ekonomi dan bisnis islam*, 5(1), 142–143.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

SCHEDULE PENELITIAN

No	Bulan/Tahun	Kegiatan
1	20 Juni 2022	Pengajuan Judul
2	27 November 2022	Penyusunan Proposal
3	02 Desember 2022	Bimbingan Proposal
4	Desember 2022	Pendaftaran Ujian Proposal skripsi
5	20 Desember 2022	Ujian proposal skripsi
6	24 Desember 2022	Revisi proposal skripsi
7	12-13 Mei 2023	Penelitian
8	13 Mei 2023	Penyusunan skripsi
9	25-29 Mei 2023	Bimbingan skripsi
10	11 Juni 2023	Mendaftar Ujian Munaqasya Skripsi

Lampiran 2

KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

KISI-KISI INSTRUMEN YANG DIPERLUKAN UNTUK MENGETAHUI APAKAH PELAKU UMKM MENGIMPLEMENTASIKAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM MELAKUKAN PROMOSI MELALUI *DIGITAL MARKETING*

Variabel Penelitian	Indikator	Pertanyaan
1. Etika Bisnis islam	<ol style="list-style-type: none">1. Prinsip Tauhid2. Prinsip keadilan3. Prinsip kebebasan4. Prinsip amanah5. Prinsip Ihsan (kebajikan atau kejujuran)	<ol style="list-style-type: none">1. bagaimana cara anda menerapkan prinsip kejujuran dalam berbisnis2. Bagaimana cara anda menerapkan sikap keadilan dalam berbisnis3. Jika dagangan anda sedang ramai dan telah tiba waktu shalat bagaimana sikap Bapak/Ibu?4. Apakah Bapak/Ibu

		<p>selalu mengeluarkan zakat perdagangan yang dilakukan? dan Bagaimana cara Bapak/Ibu mengeluarkan zakat perdagangan tersebut?</p> <p>5. Apakah bapak/ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan</p> <p>6. Bagaimana cara bapak/ibu menetapkan harga produk yang ibu pasarkan?</p> <p>7. Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan</p>
--	--	--

		<p>bahan yang tidak sesuai dengan permintaan? Bagaimana tindakan bapak/ibu melihat hal tersebut</p> <p>8. Bagaimana cara bapak/ibu dalam menarik produk?</p>
<p>2. Promosi Melalui <i>Digital Marketing</i></p>	<p>1. Tingkat Daya Tarik</p> <p>2. Tingkat Komitmen</p> <p>3. Optimalisasi Keingintahuan</p>	<p>1. Apakah bapak/ibu tertarik mempromosikan produk menggunakan <i>Digital Marketing</i>?</p> <p>2. Dalam melakukan promosi, apakah inovasi yang Bapak/ibu lakukan untuk menarik perhatian konsumen</p> <p>3. Apakah Bahan-bahan dalam produk yang</p>

		<p>bapak/ibu promosikan selalu konsisten menggunakan bahan dengan merek yang sama</p> <p>4. Dalam melakukan promosi, bagaimana cara bapak/ibu agar calon pelanggan tertarik dengan informasi yang bapak/ibu <i>share</i>.</p>
--	--	---

Lampiran 3

**LEMBAR OBSERVASI
IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
PELAKU UMKM DALAM PROMOSI MELALUI
DIGITAL MARKETING DI KECAMATAN SINJAI
UTARA**

Nama :
Nama Usaha :
Tempat Usaha :
Waktu :
Hari/Tanggal :

No	Aspek yang diobsevasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
A.	Penerapan Prinsip dan Norma Etika Bisnis Islam		
1.	Apakah Bapak/Ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan		
2.	Apakah Bapak/Ibu menyamaratakan takaran konsumen atau membedakan sesuai dengan kemauan Sendiri		
3.	Jika waktu solat telah tiba dan dagangan sedang ramai apakah bapak/ibu tetap melanjutkan berdagang		

4.	Apakah bapak/bu mengeluarkan zakat dari dagangan		
5.	Penetapan harga produk sesuai dengan modal + untung (tidak riba)		
6.	Memakai bahan yang tidak sesuai dengan permintaan		
7.	apakah bapak/ibu mempunyai alat takar dalam menakar produk		
B.	Kreatifitas <i>Digital Marketing</i> Pelaku UMKM		
1.	bapak/ibu tertarik mempromosikan dagangan melalui media <i>Online</i>		
2.	Bapak/ibu mendapatkan untung yang banyak setelah melakukan promosi <i>Digital</i>		
3.	Bapak/ibu menciptakan inovasi untuk menarik perhatian konsumen		
4.	Bapak/ibu menggunakan merek yang sama dalam memilih bahan produk		
5.	Bapak/ibu selalu menggunakan <i>Digital Marketing</i> untuk mempromosikan dagangan		

Lampiran 4

HASIL WAWANCARA

1. Data Pribadi

Nama Pemilik Usaha : Muqitzah
Nama Usaha : Kebab Sinjai
Tempat Usaha : Jln. Basuki Rahmat
Waktu Penelitian : 15:28 WITA
(Jam)
Hari/Tanggal : Jumat, 12 Mei 2023

2. Pertanyaan

a. Dengan perkembangan zaman sekarang ini yang sudah masuk dalam dunia *Digital* apakah bapak/ibu memiliki daya tarik dalam melakukan promosi melalui media online tersebut?

Jawaban: Ya saya tertarik, karena mempromosikan dagangan di media sosial maka akan memberikan dampak pada pendapatan saya karena makin banyak yang tahu.

b. Bagaimana cara bapak/ibu memasarkan produk sebelum menggunakan *digital Marketing* dan bagaimana cara memasarkan produk menggunakan *Digital Marketing*?

Jawaban: Sejak awal saya membuka usaha ini saya sudah menggunakan sosial media karena sangat gampang digunakan dan tidak membutuhkan biaya banyak.

c. Apakah ada perbedaan disaat mempromosikan dagangan secara langsung dengan secara *Online*?

Jawaban: Iya tentu ada perbedaan, sebelum mempromosikan kami hanya mengandalkan tempat namun setelah mempromosikan dagangan melalui online tentunya pendapatan mulai bertambah.

d. bagaimana cara anda menerapkan prinsip kejujuran dalam berbisnis?

Jawaban: Saya rasa salah satu cara mempertahankan bisnis adalah berlaku jujur maka dari itu mulai dari harga, bahan, takaran dan yang berkaitan dengan dagangan saya selalu sesuaikan.

e. Bagaimana cara anda menerapkan sikap keadilan dalam berbisnis?

Jawaban: Kalau sikap keadilan saya menerapkannya dengan cara menyamaratakan takaran setiap pelanggan.

f. Jika dagangan anda sedang ramai dan telah tiba waktu shalat bagaimana sikap Bapak/Ibu?

Jawaban: kalau ramai pas adzan saya selesaikan dulu pesanan baru lanjut solat.

g. Apakah Bapak/Ibu selalu mengeluarkan zakat perdagangan yang dilakukan? dan Bagaimana cara Bapak/Ibu mengeluarkan zakat perdagangan tersebut?

Jawaban: Untuk zakat perdagangan, tidak tapi saya rasa sedekah atau promo-promo yang diberikan itu sudah termasuk sedekah.

h. Apakah bapak/ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan?

Jawaban: Untuk harga kami tidak membeda-bedakan karena sejak awal kami sudah tentukan harganya.

i. Bagaimana cara bapak/ibu menetapkan harga produk yang ibu pasarkan?

Jawaban: Saya menetapkan harga jualan saya dengan melihat harga bahan-bahan dan juga keuntungan yang akan saya dapatkan.

j. Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan bahan yang tidak sesuai dengan permintaan? Bagaimana tindakan bapak/ibu melihat hal tersebut?

Jawaban: Selama ini belum pernah, karena kami tidak pernah membeli bahan yang banyak karena ditakutkan rusak namun jika terjadi maka kami menukar barang tersebut ditempat pembelian bahan.

k. Bagaimana cara bapak/ibu dalam menakar produk?

Jawaban: Saya menakar produk menggunakan alat ukur yang telah kami sediakan

l. Dalam melakukan promosi, apakah inovasi yang Bapak/ibu lakukan untuk menarik perhatian konsumen?

Jawaban: Membuat vidio-vidio menarik terkait usaha kami dan memposting-posting pembelian pelanggan

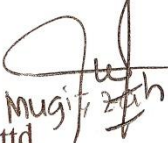
m. Apakah Bahan-bahan dalam produk yang bapak/ibu promosikan selalu konsisten menggunakan bahan dengan merek yang sama?

Jawaban: Kami selalu konsisten menggunakan bahan dengan merek yang sama karena kami takutkan jika tidak konsisten maka rasa dari produk kami berbeda.

n. Dalam melakukan promosi, bagaimana cara bapak/ibu agar calon pelanggan tertarik dengan informasi yang bapak/ibu *share*?

Jawaban: Selain membuat vidio-vidio menarik kami juga berharap pada pelanggan karena otomatis jika mereka sudah membeli apalagi anak muda zaman sekarang apapun yang akan dimakan pasti memposting di story mereka dan kami meminta untuk di *tag*.

Narasumber


Mugif ttd

HASIL WAWANCARA

1. Data Pribadi

Nama Pemilik Usaha : Indah Ashari
Nama Usaha : Best Cireng
Tempat Usaha : Jln. Persatuan Raya
Waktu Penelitian : 15: 39 WITA
(Jam)
Hari/Tanggal : Jumat. 12 Mei 2023

2. Pertanyaan

a. Dengan perkembangan zaman sekarang ini yang sudah masuk dalam dunia *Digital* apakah bapak/ibu memiliki daya tarik dalam melakukan promosi melalui media online tersebut?

Jawaban: Ya, karena sebelum membuka usaha kami hanya mengandalkan tempat kami namun tidak lama kemudian kami membuatkan akun instagram tersendiri untuk usaha kami dan mulai mempromosikannya dan alhamdulillah pendapatan mulai naik.

b. Bagaimana cara bapak/ibu memasarkan produk sebelum menggunakan *digital Marketing* dan bagaimana cara memasarkan produk menggunakan *Digital Marketing*?

Jawaban: Sebelum menggunakan media sosial cara kami mempromosikan hanya dengan mengandalkan spanduk yang ada di box kami, dan untuk promosi di sosial media kami memposting usaha kami dan meminta pelanggan meng-Tag akun kami.

c. Apakah ada perbedaan disaat mempromosikan dagangan secara langsung dengan secara *Online*?

Jawaban: Kalau Perbedaan tentu ada semua terletak pada pendapatan.

d. bagaimana cara anda menerapkan prinsip kejujuran dalam berbisnis?

Jawaban: Dengan memberikan harga yang sama dengan pelanggan lama dan yang baru.

e. Bagaimana cara anda menerapkan sikap keadilan dalam berbisnis?

Jawaban: Takaran dalam penjualan harus disamakan

f. Jika dagangan anda sedang ramai dan telah tiba waktu shalat bagaimana sikap Bapak/Ibu?

Jawaban: Melanjutkan pesanan karena berhubung kami berdua jadi gantian untuk solat.

g. Apakah Bapak/Ibu selalu mengeluarkan zakat perdagangan yang dilakukan? dan Bagaimana cara Bapak/Ibu mengeluarkan zakat perdagangan tersebut?

Jawaban: Untuk zakat perdagangan kami tidak mengeluarkan namun kami tetap menyumbang dengan cara memberikan *discount*.

h. Apakah bapak/ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan?

Jawaban: Kami tidak pernah membedakan harga setiap konsumen.

i. Bagaimana cara bapak/ibu menetapkan harga produk yang ibu pasarkan?

Jawaban: Cara kami menetapkan harga dengan melihat tingkat pengerjaan pesanan dan bahan yang digunakan.

j. Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan bahan yang tidak sesuai dengan permintaan? Bagaimana tindakan bapak/ibu melihat hal tersebut?

Jawaban: Selama ini kami belum mendapatkan bahan yang tidak sesuai namun jika hal itu terjadi maka kami tidak akan menggunakan bahan

tersebut karena akan mempengaruhi rasa dari produk kami.

k. Bagaimana cara bapak/ibu dalam menakar produk?

Jawaban: Dengan menakar bahan sesuai dengan porsinya.

l. Dalam melakukan promosi, apakah inovasi yang Bapak/ibu lakukan untuk menarik perhatian konsumen?

Jawaban: Membuat vidio-vidio yang menarik sesuai dengan kebutuhan konsumen.

m. Apakah Bahan-bahan dalam produk yang bapak/ibu promosikan selalu konsisten menggunakan bahan dengan merek yang sama?

Jawaban: Ya selalu karena kami berpikir bahwa jika tidak dengan merek yang sama maka rasa juga tidak akan sama.

n. Dalam melakukan promosi, bagaimana cara bapak/ibu agar calon pelanggan tertarik dengan informasi yang bapak/ibu *share*?

Jawaban: Ya selalu memposting menyajikan konten-konten terkait dengan manfaat dan harga yang terjangkau.

Narasumber



ttd
Indah Ashari

HASIL WAWANCARA

1. Data Pribadi

Nama Pemilik Usaha : Wana
Nama Usaha : Minuman Segar
Tempat Usaha : Jln. Persatuan Raya
Waktu Penelitian : 15: 45 WITA
(Jam)
Hari/Tanggal : Jumat, 12 Mei 2023

2. Pertanyaan

a. Dengan perkembangan zaman sekarang ini yang sudah masuk dalam dunia *Digital* apakah bapak/ibu memiliki daya tarik dalam melakukan promosi melalui media online tersebut?

Jawaban: Ya, karena dengan begitu banyak orang yang tau usaha saya.

b. Bagaimana cara bapak/ibu memasarkan produk sebelum menggunakan *digital Marketing* dan bagaimana cara memasarkan produk menggunakan *Digital Marketing*?

Jawaban: Sebelum menggunakan *digital marketing* kami hanya menunggu pelanggan dan setelah memposting-posting di media sosial mulailah rame.

c. Apakah ada perbedaan disaat mempromosikan dagangan secara langsung dengan secara *Online*?

Jawaban: Tentu saja perbedaannya ada salah satunya adalah jumlah penjualan berbeda dari sebelumnya.

d. bagaimana cara anda menerapkan prinsip kejujuran dalam berbisnis?

Jawaban: Dengan menggunakan bahan-bahan yang segar, harga yang sesuai dan takaran yang sesuai.

e. Bagaimana cara anda menerapkan sikap keadilan dalam berbisnis?

Jawaban: Dengan tidak membedakan harga dan takaran.

f. Jika dagangan anda sedang ramai dan telah tiba waktu shalat bagaimana sikap Bapak/Ibu?

Jawaban: Saya gantian sama anak saya ununtuk menjejakan Kewajiban dan pesanan.

g. Apakah Bapak/Ibu selalu mengeluarkan zakat perdagangan yang dilakukan? dan Bagaimana cara Bapak/Ibu mengeluarkan zakat perdagangan tersebut?

Jawaban: Kalau zakat tidak, tetapi sedekah iyya.

h. Apakah bapak/ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan?

Jawaban: Tidak, saya tidak membedakan karena semua adalah pelanggan.

i. Bagaimana cara bapak/ibu menetapkan harga produk yang ibu pasarkan?

Jawaban: Kami lihat dari bahannya apakah susah didapat atau tidak.

j. Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan bahan yang tidak sesuai dengan permintaan? Bagaimana tindakan bapak/ibu melihat hal tersebut?

Jawaban: Karena kami selalu konsisten membeli ditempat yang sama maka untuk bahan kami belum mendapatkan yang tidak sesuai namun jika ada maka kami akan mengganti dengan yang baru.

k. Bagaimana cara bapak/ibu dalam menakar produk?

Jawaban: Dengan Alat takar.

l. Dalam melakukan promosi, apakah inovasi yang Bapak/ibu lakukan untuk menarik perhatian konsumen?

Jawaban: Kami hanya selalu memposting di media sosial kami.

m. Apakah Bahan-bahan dalam produk yang bapak/ibu promosikan selalu konsisten menggunakan bahan dengan merek yang sama?

Jawaban: Ya selalu konsisten.

n. Dalam melakukan promosi, bagaimana cara bapak/ibu agar calon pelanggan tertarik dengan informasi yang bapak/ibu *share*?

Jawaban: Tampilan yang menarik akan membuat para pelaku tertarik

Narasumber



ttd

Wawan

HASIL WAWANCARA

1. Data Pribadi

Nama Pemilik Usaha : Agus
Nama Usaha : Suryani Bakery
Tempat Usaha : Jln. Persatuan Raya
Waktu Penelitian : 16: 00 WITA
(Jam)
Hari/Tanggal : Jumat, 12 Mei 2023

2. Pertanyaan

a. Dengan perkembangan zaman sekarang ini yang sudah masuk dalam dunia *Digital* apakah bapak/ibu memiliki daya tarik dalam melakukan promosi melalui media online tersebut?

Jawaban: Ya tertarik, karena sekarang zamannya sosial media.

b. Bagaimana cara bapak/ibu memasarkan produk sebelum menggunakan *digital Marketing* dan bagaimana cara memasarkan produk menggunakan *Digital Marketing*?

Jawaban: Dengan cara mengandalkan tempat saja sedangkan disosial media kami memposting beberapa jenis usaha kami.

c. Apakah ada perbedaan disaat mempromosikan dagangan secara langsung dengan secara *Online*?

Jawaban: Ada cuman tidak seberapa.

d. bagaimana cara anda menerapkan prinsip kejujuran dalam berbisnis?

Jawaban: Selalu menggunakan bahan-bahan yang berkualitas, memberikan takaran yang sama, harga yang sepadan.

e. Bagaimana cara anda menerapkan sikap keadilan dalam berbisnis?

Jawaban: Harga disamaratakan dan karena usaha kami adalah makanan kemasan maka semua berat bersihnya sama.

f. Jika dagangan anda sedang ramai dan telah tiba waktu shalat bagaimana sikap Bapak/Ibu?

Jawaban: Solat dulu.

g. Apakah Bapak/Ibu selalu mengeluarkan zakat perdagangan yang dilakukan? dan Bagaimana cara Bapak/Ibu mengeluarkan zakat perdagangan tersebut?

Jawaban: Untuk zakat tidak, tapi sedekah ada.

h. Apakah bapak/ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan?

Jawaban: Tentu tidak karena sudah ada dikemas.

i. Bagaimana cara bapak/ibu menetapkan harga produk yang ibu pasarkan?

Jawaban: Dilihat dari harga bahan.

j. Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan bahan yang tidak sesuai dengan permintaan? Bagaimana tindakan bapak/ibu melihat hal tersebut?

Jawaban: Tidak digunakan dan mengganti yang baru karena ditakutkan rasa berubah

k. Bagaimana cara bapak/ibu dalam menakar produk?

Jawaban: Memakai alat takar yang sesuai dengan resep.

l. Dalam melakukan promosi, apakah inovasi yang Bapak/ibu lakukan untuk menarik perhatian konsumen?

Jawaban: Buat vidio-vidio menarik.

m. Apakah Bahan-bahan dalam produk yang bapak/ibu promosikan selalu konsisten menggunakan bahan dengan merek yang sama?

Jawaban: Konsisten agar rasa yang diberikan pas.

n. Dalam melakukan promosi, bagaimana cara bapak/ibu agar calon pelanggan tertarik dengan informasi yang bapak/ibu *share*?

Jawaban: Memberikan gambaran terkait dengan produk kami.

Narasumb

ttd
Agus

HASIL WAWANCARA

1. Data Pribadi

Nama Pemilik : Syahrudin, S.Sos
Usaha
Nama Usaha : Ternate Cafe
Tempat Usaha : Jln. Persatuan Raya
Waktu Penelitian : 16: 25 WITA
(Jam)
Hari/Tanggal : Jumat, 12 Mei 2023

2. Pertanyaan

- a. Dengan perkembangan zaman sekarang ini yang sudah masuk dalam dunia *Digital* apakah bapak/ibu memiliki daya tarik dalam melakukan promosi melalui media online tersebut?

Jawaban: Ya sangat tertarik, dengan begitu orang-orang yang tidak bisa saya jangkau secara langsung bisa mengetahui usaha saya.

- b. Bagaimana cara bapak/ibu memasarkan produk sebelum menggunakan *digital Marketing* dan bagaimana cara memasarkan produk menggunakan *Digital Marketing*?

Jawaban: Sebelum menggunakan Media Sosial saya hanya mengandalkan tempat yang menurut saya cukup strategis karena dekat dengan

tempat perbelanjaan yang terhitung cukup rame. Setelah memasarkan produk secara *Online* mempostingan usaha atau menu-menu yang ada dalam kedai saya ini,

- c. Apakah ada perbedaan disaat mempromosikan dagangan secara langsung dengan secara *Online*?

Jawaban: Untuk perbedaan sangat saya rasa cukuplah menutupi target saya untuk setiap harinya.

- d. bagaimana cara anda menerapkan prinsip kejujuran dalam berbisnis?

Jawaban: Kejujuran dengan cara memberikan harga yang sesuai, takaran yang sesuai dan tidak membeda-bedakan harga sesuai pelanggan.

- e. Bagaimana cara anda menerapkan sikap keadilan dalam berbisnis?

Jawaban: Keadilan yah tentu saja dengan tidak membedakan pelanggan yang satu dengan yang lainnya.

- f. Jika dagangan anda sedang ramai dan telah tiba waktu shalat bagaimana sikap Bapak/Ibu?

Jawaban: Kadang saya solat dulu jika pelanggan tidak buru-buru dan jika buru-buru saya selesaikan dulu.

g. Apakah Bapak/Ibu selalu mengeluarkan zakat perdagangan yang dilakukan? dan Bagaimana cara Bapak/Ibu mengeluarkan zakat perdagangan tersebut?

Jawaban: Kalau zakat saya tidak mengeluarkan namun sedekah ada.

h. Apakah bapak/ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan?

Jawaban: Tentu tidak karena kami sudah memiliki harga tersendiri untuk setiap produknya.

i. Bagaimana cara bapak/ibu menetapkan harga produk yang ibu pasarkan?

Jawaban: Tentu dengan melihat harga bahan dan cara pembuatannya.

j. Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan bahan yang tidak sesuai dengan permintaan? Bagaimana tindakan bapak/ibu melihat hal tersebut?

Jawaban: Sampai saat ini belum namun jika seandainya kami mendapatkan maka kami tidak akan menggunakannya.

k. Bagaimana cara bapak/ibu dalam menakar produk?

Jawaban: Sudah ada alat yang kami gunakan untuk menakar setiap pembelian produk kami.

l. Dalam melakukan promosi, apakah inovasi yang Bapak/ibu lakukan untuk menarik perhatian konsumen?

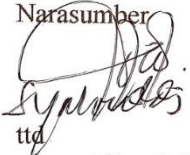
Jawaban: Karena kurangnya waktu jadi vidio-vidio yang kami posting hanya vidio-vidio lama dan vidio-vidio pembelian.

m. Apakah Bahan-bahan dalam produk yang bapak/ibu promosikan selalu konsisten menggunakan bahan dengan merek yang sama?

Jawaban: Ya, selalu konsisten karena itu juga yang akan mempengaruhi cita rasa yang ada dalam usaha kami.

n. Dalam melakukan promosi, bagaimana cara bapak/ibu agar calon pelanggan tertarik dengan informasi yang bapak/ibu *share*?

Jawaban: Seperti yang saya katakan tadi yaitu dengan memposting vidio-vidio penjualan dan manfaat akan minuman itu sendiri.

Narasumber

tda
Suphrudin, S. Sos

HASIL WAWANCARA

1. Data Pribadi

Nama Pemilik Usaha : Muh. Ikhwal Fauzan
Nama Usaha : AH Drink
Tempat Usaha : Jln. Petta Ponggawae
Waktu Penelitian : 17: 20 WITA
(Jam)
Hari/Tanggal : Jumat, 12 Mei 2023

2. Pertanyaan

- a. Dengan perkembangan zaman sekarang ini yang sudah masuk dalam dunia *Digital* apakah bapak/ibu memiliki daya tarik dalam melakukan promosi melalui media online tersebut?

Jawaban: Ya, tertarik karena sejak saya bekerja disini sejak saat itu juga mempromosikan menu-menu di sosial media.

- b. Bagaimana cara bapak/ibu memasarkan produk sebelum menggunakan *digital Marketing* dan bagaimana cara memasarkan produk menggunakan *Digital Marketing*?

Jawaban: Seperti yang saya katakan tadi sejak awal kami menggunakan media sosial untuk memperkenalkan usaha kami jadi untuk

Offline-nya kami cuman *stay* ditempat saja menunggu pelanggan.

c. Apakah ada perbedaan disaat mempromosikan dagangan secara langsung dengan secara *Online*?

Jawaban: Yang saya rasakan cuman dampak dari promosi secara *Online*.

d. bagaimana cara anda menerapkan prinsip kejujuran dalam berbisnis?

Jawaban: Harga selalu sesuai dan tidak membedakan pelanggan baru dengan pelanggan lama.

e. Bagaimana cara anda menerapkan sikap keadilan dalam berbisnis?

Jawaban: Ya tentu dengan memberikan perilaku, harga dan ukuran yang pas kesetiap pelanggan.

f. Jika dagangan anda sedang ramai dan telah tiba waktu shalat bagaimana sikap Bapak/Ibu?

Jawaban: Solat adalah kewajiban dan menghargai adalah prinsip kami jadi kami berlaku sesuai kondisi.

g. Apakah Bapak/Ibu selalu mengeluarkan zakat perdagangan yang dilakukan? dan Bagaimana cara Bapak/Ibu mengeluarkan zakat perdagangan tersebut?

Jawaban: Sampai sekarang ini kami tidak pernah mengeluarkan zakat terkhusus dari usaha kami tetapi sedekah selalu ada.

h. Apakah bapak/ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan?

Jawaban: Tentu tidak.

i. Bagaimana cara bapak/ibu menetapkan harga produk yang ibu pasarkan?

Jawaban Melihat bahan dan di sesuaikan dengan keuntungan yang diperoleh setiap penjualan.

j. Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan bahan yang tidak sesuai dengan permintaan? Bagaimana tindakan bapak/ibu melihat hal tersebut?

Jawaban: Sejauh ini belum pernah namun jika kami menemukan hal demikian, kami tidak akan memakai bahan tersebut.

k. Bagaimana cara bapak/ibu dalam menakar produk?

Jawaban: Menggunakan alat takar khusus.

l. Dalam melakukan promosi, apakah inovasi yang Bapak/ibu lakukan untuk menarik perhatian konsumen?

Jawaban: Dengan Memposting foto-foto produk kami.

m. Apakah Bahan-bahan dalam produk yang bapak/ibu promosikan selalu konsisten menggunakan bahan dengan merek yang sama?

Jawaban: Kami selalu konsisten dengan menggunakan merek yang sama.

n. Dalam melakukan promosi, bagaimana cara bapak/ibu agar calon pelanggan tertarik dengan informasi yang bapak/ibu *share*?

Jawaban: Dengan menyajikan tampilan-tampilan yang menarik dengan begitu para pengguna sosial media akan tertarik dan bisa memancing untuk berkunjung ke kedai.

Narasumber



ttd
Muhammad Ikhsan Fauzan

HASIL WAWANCARA

1. Data Pribadi

Nama Pemilik Usaha : Saiful Bahri, S.Pd
Nama Usaha : Coffe Box
Tempat Usaha : Jln. Persatuan Raya
Waktu Penelitian : 10: 29 WITA
(Jam)
Hari/Tanggal : Sabtu, 13 Mei 2023

2. Pertanyaan

a. Dengan perkembangan zaman sekarang ini yang sudah masuk dalam dunia *Digital* apakah bapak/ibu memiliki daya tarik dalam melakukan promosi melalui media online tersebut?

Jawaban: Ya tertarik, sejak awal merintis usaha ini saya sudah melakukan promosi online.

b. Bagaimana cara bapak/ibu memasarkan produk sebelum menggunakan *digital Marketing* dan bagaimana cara memasarkan produk menggunakan *Digital Marketing*?

Jawaban: Saya tidak pernah memasarkan produk saya secara *Offline*. Untuk yang *Online* saya selalu meng-*Share* di media sosial terkait dengan produk-produk saya.

c. Apakah ada perbedaan disaat mempromosikan dagangan secara langsung dengan secara *Online*?

Jawaban: Untuk perbedaan saya belum bisa menjelaskan karena saya selalu mempromosikan secara *Online*.

d. bagaimana cara anda menerapkan prinsip kejujuran dalam berbisnis?

Jawaban: Dengan memberikan pelayanan terbaik, harga yang sesuai, dan bahan yang bagus.

e. Bagaimana cara anda menerapkan sikap keadilan dalam berbisnis?

Jawaban: Dengan menyamakan harga pelanggan baru dengan yang lama, ukuran atau takaran juga disamakan.

f. Jika dagangan anda sedang ramai dan telah tiba waktu shalat bagaimana sikap Bapak/Ibu?

Jawaban: Kami memang selalu konsisten solat dan kami sudah menetapkan waktu 20 menit untuk waktu solat.

g. Apakah Bapak/Ibu selalu mengeluarkan zakat perdagangan yang dilakukan? dan Bagaimana cara Bapak/Ibu mengeluarkan zakat perdagangan tersebut?

Jawaban: Zakat perdagangan kami belum pernah namun untuk sedekah alhamdulillah Cuman kami tidak bisa menyebutkan berapa.

h. Apakah bapak/ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan?

Jawaban: Tentu tidak, karena harga sudah kami tetapkan diawal dan itu berubah jikalau harga bahan berubah.

i. Bagaimana cara bapak/ibu menetapkan harga produk yang ibu pasarkan?

Jawaban: Dengan melihat harga bahan, tingkat kesulitan pembuatan makan yang dipesan.

j. Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan bahan yang tidak sesuai dengan permintaan? Bagaimana tindakan bapak/ibu melihat hal tersebut?

Jawaban: Sampai saat ini kami belum mendapatkan karena kami menstok bahan tidak terlalu banyak dan kami membeli sendiri bahan tersebut secara langsung jadi kami bisa

memilah dan memilih bahan itu sendiri, jika kecerobohan kami nantinya mendapati bahayang tidak sesuai maka kami tidak akan menggunakannya.

k. Bagaimana cara bapak/ibu dalam menakar produk?

Jawaban: Kami punya 2 ukuran yang pertam *Large* dan yang kedua *Small*.

l. Dalam melakukan promosi, apakah inovasi yang Bapak/ibu lakukan untuk menarik perhatian konsumen?

Jawaban: Dengan memposting berbagai macam menu yang kami jual dan vidio-vidio penjualan beserta vidio pendek pembuatan makanan.

m. Apakah Bahan-bahan dalam produk yang bapak/ibu promosikan selalu konsisten menggunakan bahan dengan merek yang sama?

Jawaban: Ya selalu dengan merek yang sama, karena itu juga yang akan mempengaruhi rasa dari produk kami.

n. Dalam melakukan promosi, bagaimana cara bapak/ibu agar calon pelanggan tertarik dengan informasi yang bapak/ibu *share*?

Jawaban Selalu memposting vidio-vidio, foto-foto dan harga produk beserta promo yang selalu kami lakukan dihari jumat.

Narasumber



ttd
Saiful Bahri, S.Pd

HASIL WAWANCARA

1. Data Pribadi

Nama Pemilik Usaha : Yanti
Nama Usaha : Totol Stick
Tempat Usaha : Jln. Bhayangkari
Waktu Penelitian : 11: 02 WITA
(Jam)
Hari/Tanggal : Sabtu, 13 Mei 2023

2. Pertanyaan

a. Dengan perkembangan zaman sekarang ini yang sudah masuk dalam dunia *Digital* apakah bapak/ibu memiliki daya tarik dalam melakukan promosi melalui media online tersebut?

Jawaban: Ya tertarik, karena sebelumnya saya hanya menjual dirumah namun karena disarankan teman saya dan coba-coba alhamdulillah saya bisa menjual di taman ini.

b. Bagaimana cara bapak/ibu memasarkan produk sebelum menggunakan *digital Marketing* dan bagaimana cara memasarkan produk menggunakan *Digital Marketing*?

Jawaban: Dulu saya hanya menjajankan usaha saya dirumah namun setelah berani membuka usaha ditaman ini dan mempromosikannya

secara *Online* dengan cara men-*Share* di sosial media agar orang yang tidak tau menjadi tau.

c. Apakah ada perbedaan disaat mempromosikan dagangan secara langsung dengan secara *Online*?

Jawaban: Untuk perbedaanya hanya terletak pada pendapatan saja.

d. bagaimana cara anda menerapkan prinsip kejujuran dalam berbisnis?

Jawaban: Dengan memberikan harga yang sesuai.

e. Bagaimana cara anda menerapkan sikap keadilan dalam berbisnis?

Jawaban: Harga yang berikan sama dan ukuran juga sesuai.

f. Jika dagangan anda sedang ramai dan telah tiba waktu shalat bagaimana sikap Bapak/Ibu?

Jawaban: Solat dulu baru dilanjutin pesanan karena pelanggan rata-rata paham.

g. Apakah Bapak/Ibu selalu mengeluarkan zakat perdagangan yang dilakukan? dan Bagaimana cara Bapak/Ibu mengeluarkan zakat perdagangan tersebut?

Jawaban: Untuk zakat dagang kami sendiri belum, cuman sedekah kami selalu sempatkan.

h. Apakah bapak/ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan?

Jawaban: Tentu tidak, karena semua berhak mendapatkan harga yang sama.

i. Bagaimana cara bapak/ibu menetapkan harga produk yang ibu pasarkan?

Jawaban: Untuk harga kami selalu konsisten, harga bahan naik kami tetap berlakukan harga yang dari awal kami membuka usaha kami.

j. Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan bahan yang tidak sesuai dengan permintaan? Bagaimana tindakan bapak/ibu melihat hal tersebut?

Jawaban: Sampai sekarang belum, namun jika kami mendapatkan bahan yang tidak sesuai maka kami tidak akan menggunakannya.

k. Bagaimana cara bapak/ibu dalam menakar produk?

Jawaban: Untuk takaran stick kami sudah kami buat dirumah dengan takaran kira-kira dengan mencoba rasa, untuk minumannya kami punya gelas yang kami jadikan takaran.

l. Dalam melakukan promosi, apakah inovasi yang Bapak/ibu lakukan untuk menarik perhatian konsumen?

Jawaban: Memposting makanan dan minuman kami yang terjual disosial media.

m. Apakah Bahan-bahan dalam produk yang bapak/ibu promosikan selalu konsisten menggunakan bahan dengan merek yang sama?

Jawaban: Bahan-bahan yang kami gunakan selalu dengan merek yang sama.

n. Dalam melakukan promosi, bagaimana cara bapak/ibu agar calon pelanggan tertarik dengan informasi yang bapak/ibu *share*?

Jawaban: Memposting tampilan yang menarik.

Narasumber


ttd
Ibu Yanti

HASIL WAWANCARA

1. Data Pribadi

Nama Pemilik Usaha : Muh. Tiar
Nama Usaha : Top Teh
Tempat Usaha : Jln. Latimojong
Waktu Penelitian : 11: 17 WITA
(Jam)
Hari/Tanggal : Sabtu, 13 Mei 2023

2. Pertanyaan

a. Dengan perkembangan zaman sekarang ini yang sudah masuk dalam dunia *Digital* apakah bapak/ibu memiliki daya tarik dalam melakukan promosi melalui media online tersebut?

Jawaban: Ya tertarik.

b. Bagaimana cara bapak/ibu memasarkan produk sebelum menggunakan *digital Marketing* dan bagaimana cara memasarkan produk menggunakan *Digital Marketing*?

Jawaban: Sebelumnya saya hanya mengandalkan tempat.

Setelah membuat akun media sosial saya kemudian meng-*share* usaha saya.

c. Apakah ada perbedaan disaat mempromosikan dagangan secara langsung dengan secara *Online*?

Jawaban: Tidak jauh berbeda mungkin karena banyaknya macam minuman.

d. bagaimana cara anda menerapkan prinsip kejujuran dalam berbisnis?

Jawaban: Dengan memberikan harga yang sesuai.

e. Bagaimana cara anda menerapkan sikap keadilan dalam berbisnis?

Jawaban: Dengan memberikan takaran yang sama kesetiap pelanggan.

f. Jika dagangan anda sedang ramai dan telah tiba waktu shalat bagaimana sikap Bapak/Ibu?

Jawaban: Menyelesaikan pesanan.

g. Apakah Bapak/Ibu selalu mengeluarkan zakat perdagangan yang dilakukan? dan Bagaimana cara Bapak/Ibu mengeluarkan zakat perdagangan tersebut?

Jawaban: Tidak, tapi kami memberikan *Discount* sebagai bentuk sedekah.

h. Apakah bapak/ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan?

Jawaban: Tentu tidak, karena kami sudah pantenkan harga.

i. Bagaimana cara bapak/ibu menetapkan harga produk yang ibu pasarkan?

Jawaban: Melihat dari harga bahan dan jika sekiranya dijual akan mendapatkan untung.

j. Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan bahan yang tidak sesuai dengan permintaan? Bagaimana tindakan bapak/ibu melihat hal tersebut?

Jawaban: Sampai saat ini saya tidak pernah mendapatkan bahan yang tidak sesuai. Dan apabila suatu saat saya mendapatkan bahan yang tidak sesuai maka tidak akan digunakan.

k. Bagaimana cara bapak/ibu dalam menakar produk?

Jawaban: Menggunakan alat takar.

l. Dalam melakukan promosi, apakah inovasi yang Bapak/ibu lakukan untuk menarik perhatian konsumen?

Jawaban: Membuat video-video menarik tentang teh.


m. Apakah Bahan-bahan dalam produk yang bapak/ibu promosikan selalu konsisten menggunakan bahan dengan merek yang sama?

Jawaban: Ya selalu konsisten karena itu akan mempengaruhi rasa pada teh.

n. Dalam melakukan promosi, bagaimana cara bapak/ibu agar calon pelanggan tertarik dengan informasi yang bapak/ibu *share*?

Jawaban: Dengan memposting vidio tentang teh dan manfaatnya beserta ke-estetikan jika difoto.

Narasumber



ttd
Mun. Tiar

HASIL WAWANCARA

1. Data Pribadi

Nama Pemilik Usaha : Ratmila
Nama Usaha : Kedai Adinda
Tempat Usaha : Lappa
Waktu Penelitian : 12: 22 WITA
(Jam)
Hari/Tanggal : Sabtu, 13 Mei 2023

2. Pertanyaan

- a. Dengan perkembangan zaman sekarang ini yang sudah masuk dalam dunia *Digital* apakah bapak/ibu memiliki daya tarik dalam melakukan promosi melalui media online tersebut?

Jawaban: Ya tertarik.

- b. Bagaimana cara bapak/ibu memasarkan produk sebelum menggunakan *digital Marketing* dan bagaimana cara memasarkan produk menggunakan *Digital Marketing*?

Jawaban: Sebelum memasarkan produk kami hanya menggantung spanduk di box kami, lalu pemasaran secara *Online* itu kami memposting di *facebook* dan Whatsapp dagangan kami.

c. Apakah ada perbedaan disaat mempromosikan dagangan secara langsung dengan secara *Online*?

Jawabann: Untuk perbedaan tentu ada sedikit karena banyak yang tau dagangan kami.

d. bagaimana cara anda menerapkan prinsip kejujuran dalam berbisnis?

Jawaban: Dengan menyamakan Harga.

e. Bagaimana cara anda menerapkan sikap keadilan dalam berbisnis?

Jawaban: Harga yang sama ke setiap pelanggan.

f. Jika dagangan anda sedang ramai dan telah tiba waktu shalat bagaimana sikap Bapak/Ibu?

Jawaban: Solat dulu kalau pesanannya memakan waktu untuk dibuat kecuali kalau sebentar kami layani dulu.

g. Apakah Bapak/Ibu selalu mengeluarkan zakat perdagangan yang dilakukan? dan Bagaimana cara Bapak/Ibu mengeluarkan zakat perdagangan tersebut?

Jawaban: Untuk zakat tidak namun memberikan gratisan kami biasa lakukan.

h. Apakah bapak/ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan?

Jawaban Tidak karena kami sudah menetapkan harga kecuali ada perjanjian sebelumnya dengan pelanggan yang ingin menjual kembali.

- i. Bagaimana cara bapak/ibu menetapkan harga produk yang ibu pasarkan?

Jawaban: Dengan melihat harga bahan.

- j. Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan bahan yang tidak sesuai dengan permintaan? Bagaimana tindakan bapak/ibu melihat hal tersebut?

Jawaban: Kalau terigu kami tetap pakai dengan cara mentapis namun kalau bahan lain kami tidak pakai.

- k. Bagaimana cara bapak/ibu dalam menakar produk?

Jawaban: Untuk makanan karena kami buat dirumah jadi kami takar dengan kira-kira saja kecuali minuman kami menggunakan alat takar.

- l. Dalam melakukan promosi, apakah inovasi yang Bapak/ibu lakukan untuk menarik perhatian konsumen?

Jawaban: Kami hanya memposting saja tanpa editan.

- m. Apakah Bahan-bahan dalam produk yang bapak/ibu promosikan selalu konsisten menggunakan bahan dengan merek yang sama?

Jawaban: Untuk bahan kami konsisten karena ditakutkan jika mengganti merek maka rasanya akan berbeda dan perlu percobaan lagi jika tidak menggunakan merek yang sama.

n. Dalam melakukan promosi, bagaimana cara bapak/ibu agar calon pelanggan tertarik dengan informasi yang bapak/ibu *share*?

Jawaban: Memposting dengan cara meng-*share* dagangan kami dan penjualan kami setiap harinya untuk bisa menarik perhatian para calon konsumen dan dengan begitu maka para calon konsumen bisa mengetahui tempat dan produk kami.

Narasumber



ttd

R. A. W. A. W. A.

Lampiran 5

HASIL OBSERVASI IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PELAKU UMKM DALAM PROMOSI MELALUI DIGITAL MARKETING DI KECAMATAN SINJAI UTARA

Nama : Muqitzah
Nama Usaha : Kebab Sinjai
Tempat Usaha : Jln. Basuki Rahmat
Waktu : 15: 28 WITA
Hari/Tanggal : Jumat, 12 mei 2023

No	Aspek yang diobsevasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
A.	Penerapan Prinsip dan Norma Etika Bisnis Islam		
1.	Apakah Bapak/Ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan		✓
2.	Apakah Bapak/Ibu menyamaratakan	✓	

	takaran konsumen atau membedakan sesuai dengan kemauan Sendiri		
3.	Jika waktu solat telah tiba dan dagangan sedang ramai apakah bapak/ibu tetap melanjutkan berdagang		✓
4.	Apakah bapak/bu mengeluarkan zakat dari dagangan		✓
5.	Penetapan harga produk sesuai dengan modal + untung (tidak riba)	✓	
6.	Memakai bahan yang tidak sesuai dengan permintaan		✓
7.	apakah bapak/ibu mempunyai alat takar dalam menakar produk	✓	
B.	Kreatifitas <i>Digital Marketing</i> Pelaku UMKM		
1.	bapak/ibu tertarik mempromosikan dagangan melalui media <i>Online</i>	✓	
2.	Bapak/ibu mendapatkan untung yang banyak setelah melakukan promosi <i>Digital</i>	✓	

3.	Bapak/ibu menciptakan inovasi untuk menarik perhatian konsumen	✓	
4.	Bapak/ibu menggunakan merek yang sama dalam memilih bahan produk	✓	
5.	Bapak/ibu selalu menggunakan <i>Digital Marketing</i> untuk mempromosikan dagangan	✓	

HASIL OBSERVASI
IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
PELAKU UMKM DALAM PROMOSI MELALUI
DIGITAL MARKETING DI KECAMATAN SINJAI
UTARA

Nama : Indah Ashari
 Nama Usaha : Best Cireng
 Tempat Usaha : Jln. Persatuan Raya
 Waktu : 15:39 WITA
 Hari/Tanggal : Jumat, 12 Mei 2023

No	Aspek yang diobservasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
A.	Penerapan Prinsip dan Norma Etika Bisnis Islam		
1.	Apakah Bapak/Ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan		✓
2.	Apakah Bapak/Ibu menyamaratakan takaran konsumen atau membedakan sesuai dengan kemauan	✓	

	Sendiri		
3.	Jika waktu solat telah tiba dan dagangan sedang ramai apakah bapak/ibu tetap melanjutkan berdagang		✓
4.	Apakah bapak/bu mengeluarkan zakat dari dagangan		✓
5.	Penetapan harga produk sesuai dengan modal + untung (tidak riba)	✓	
6.	Memakai bahan yang tidak sesuai dengan permintaan		✓
7.	Apakah bapak/ibu mempunyai alat takar dalam menakar produk	✓	
B.	Kreatifitas <i>Digital Marketing</i> Pelaku UMKM		
1.	Bapak/ibu tertarik mempromosikan dagangan melalui media <i>Online</i>	✓	
2.	Bapak/ibu mendapatkan untung yang banyak setelah melakukan promosi <i>Digital</i>	✓	
3.	Bapak/ibu menciptakan inovasi untuk menarik perhatian konsumen	✓	

4.	Bapak/ibu menggunakan merek yang sama dalam memilih bahan produk	✓	
5.	Bapak/ibu selalu menggunakan <i>Digital Marketing</i> untuk mempromosikan dagangan	✓	

HASIL OBSERVASI
IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
PELAKU UMKM DALAM PROMOSI MELALUI
DIGITAL MARKETING DI KECAMATAN SINJAI
UTARA

Nama : Wana
 Nama Usaha : Minuman Segar
 Tempat Usaha : Jln. Persatuan Raya
 Waktu : 15: 45 WITA
 Hari/Tanggal : Jumat, 12 Mei 2023

No	Aspek yang diobservasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
A.	Penerapan Prinsip dan Norma Etika Bisnis Islam		
1.	Apakah Bapak/Ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan		✓
2.	Apakah Bapak/Ibu menyamaratakan takaran konsumen atau membedakan sesuai dengan kemauan	✓	

	Sendiri		
3.	Jika waktu solat telah tiba dan dagangan sedang ramai apakah bapak/ibu tetap melanjutkan berdagang		✓
4.	Apakah bapak/bu mengeluarkan zakat dari dagangan		✓
5.	Penetapan harga produk sesuai dengan modal + untung (tidak riba)	✓	
6.	Memakai bahan yang tidak sesuai dengan permintaan		✓
7.	apakah bapak/ibu mempunyai alat takar dalam menakar produk	✓	
B.	Kreatifitas <i>Digital Marketing</i> Pelaku UMKM		
1.	bapak/ibu tertarik mempromosikan dagangan melalui media <i>Online</i>	✓	
2.	Bapak/ibu mendapatkan untung yang banyak setelah melakukan promosi <i>Digital</i>	✓	
3.	Bapak/ibu menciptakan inovasi untuk menarik perhatian konsumen	✓	

4.	Bapak/ibu menggunakan merek yang sama dalam memilih bahan produk	✓	
5.	Bapak/ibu selalu menggunakan <i>Digital Marketing</i> untuk mempromosikan dagangan	✓	

HASIL OBSERVASI
IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
PELAKU UMKM DALAM PROMOSI MELALUI
DIGITAL MARKETING DI KECAMATAN SINJAI
UTARA

Nama : Agus
 Nama Usaha : Suryani Bakery
 Tempat Usaha : Jln. Persatuan Raya
 Waktu : 16:00
 Hari/Tanggal : Jumat, 12 Mei 2023

No	Aspek yang diobservasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
A.	Penerapan Prinsip dan Norma Etika Bisnis Islam		
1.	Apakah Bapak/Ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan		✓
2.	Apakah Bapak/Ibu menyamaratakan takaran konsumen atau membedakan sesuai dengan kemauan	✓	

	Sendiri		
3.	Jika waktu solat telah tiba dan dagangan sedang ramai apakah bapak/ibu tetap melanjutkan berdagang		✓
4.	Apakah bapak/bu mengeluarkan zakat dari dagangan		✓
5.	Penetapan harga produk sesuai dengan modal + untung (tidak riba)	✓	
6.	Memakai bahan yang tidak sesuai dengan permintaan		✓
7.	apakah bapak/ibu mempunyai alat takar dalam menakar produk	✓	
B.	Kreatifitas <i>Digital Marketing</i> Pelaku UMKM		
1.	bapak/ibu tertarik mempromosikan dagangan melalui media <i>Online</i>	✓	
2.	Bapak/ibu mendapatkan untung yang banyak setelah melakukan promosi <i>Digital</i>	✓	
3.	Bapak/ibu menciptakan inovasi untuk menarik perhatian konsumen	✓	

4.	Bapak/ibu menggunakan merek yang sama dalam memilih bahan produk	✓	
5.	Bapak/ibu selalu menggunakan <i>Digital Marketing</i> untuk mempromosikan dagangan	✓	

HASIL OBSERVASI
IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
PELAKU UMKM DALAM PROMOSI MELALUI
DIGITAL MARKETING DI KECAMATAN SINJAI
UTARA

Nama : Syahrudin, S.Sos
 Nama Usaha : Ternate Cafe
 Tempat Usaha : Jln. Persatuan Raya
 Waktu : 16: 25 WITA
 Hari/Tanggal : Jumat, 12 Mei 2023

No	Aspek yang diobsevasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
A.	Penerapan Prinsip dan Norma Etika Bisnis Islam		
1.	Apakah Bapak/Ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan		✓
2.	Apakah Bapak/Ibu menyamaratakan takaran konsumen atau membedakan sesuai dengan kemauan	✓	

	Sendiri		
3.	Jika waktu solat telah tiba dan dagangan sedang ramai apakah bapak/ibu tetap melanjutkan berdagang		✓
4.	Apakah bapak/bu mengeluarkan zakat dari dagangan		✓
5.	Penetapan harga produk sesuai dengan modal + untung (tidak riba)	✓	
6.	Memakai bahan yang tidak sesuai dengan permintaan		✓
7.	apakah bapak/ibu mempunyai alat takar dalam menakar produk	✓	
B.	Kreatifitas <i>Digital Marketing</i> Pelaku UMKM		
1.	Bapak/ibu tertarik mempromosikan dagangan melalui media <i>Online</i>	✓	
2.	Bapak/ibu mendapatkan untung yang banyak setelah melakukan promosi <i>Digital</i>	✓	
3.	Bapak/ibu menciptakan inovasi untuk menarik perhatian konsumen	✓	

4.	Bapak/ibu menggunakan merek yang sama dalam memilih bahan produk	✓	
5.	Bapak/ibu selalu menggunakan <i>Digital Marketing</i> untuk mempromosikan dagangan	✓	

HASIL OBSERVASI
IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
PELAKU UMKM DALAM PROMOSI MELALUI
DIGITAL MARKETING DI KECAMATAN SINJAI
UTARA

Nama : Muh. Ikhwal Fauzan
 Nama Usaha : AH Drink
 Tempat Usaha : Jln. Petta Ponggawae
 Waktu : 17: 20 WITA
 Hari/Tanggal : Jumat, 12 Mei 2023

No	Aspek yang diobsevasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
A.	Penerapan Prinsip dan Norma Etika Bisnis Islam		
1.	Apakah Bapak/Ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan		✓
2.	Apakah Bapak/Ibu menyamaratakan takaran konsumen atau membeda-	✓	

	bedakan sesuai dengan kemauan Sendiri		
3.	Jika waktu solat telah tiba dan dagangan sedang ramai apakah bapak/ibu tetap melanjutkan berdagang		✓
4.	Apakah bapak/bu mengeluarkan zakat dari dagangan		✓
5.	Penetapan harga produk sesuai dengan modal + untung (tidak riba)	✓	
6.	Memakai bahan yang tidak sesuai dengan permintaan		✓
7.	apakah bapak/ibu mempunyai alat takar dalam menakar produk	✓	
B.	Kreatifitas <i>Digital Marketing</i> Pelaku UMKM		
1.	bapak/ibu tertarik mempromosikan dagangan melalui media <i>Online</i>	✓	
2.	Bapak/ibu mendapatkan untung yang banyak setelah melakukan promosi <i>Digital</i>	✓	
3.	Bapak/ibu menciptakan inovasi	✓	

	untuk menarik perhatian konsumen		
4.	Bapak/ibu menggunakan merek yang sama dalam memilih bahan produk	✓	
5.	Bapak/ibu selalu menggunakan <i>Digital Marketing</i> untuk mempromosikan dagangan	✓	

HASIL OBSERVASI
IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
PELAKU UMKM DALAM PROMOSI MELALUI
DIGITAL MARKETING DI KECAMATAN SINJAI
UTARA

Nama : Saiful Bahri, S.Pd
 Nama Usaha : Coffe Box
 Tempat Usaha : Jln. Persatuan Raya
 Waktu : 10:29 WITA
 Hari/Tanggal : Sabtu, 13 Mei 2023

No	Aspek yang diobsevasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
A.	Penerapan Prinsip dan Norma Etika Bisnis Islam		
1.	Apakah Bapak/Ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan		✓
2.	Apakah Bapak/Ibu menyamaratakan takaran konsumen atau membedakan sesuai dengan kemauan	✓	

	Sendiri		
3.	Jika waktu solat telah tiba dan dagangan sedang ramai apakah bapak/ibu tetap melanjutkan berdagang		✓
4.	Apakah bapak/bu mengeluarkan zakat dari dagangan		✓
5.	Penetapan harga produk sesuai dengan modal + untung (tidak riba)	✓	
6.	Memakai bahan yang tidak sesuai dengan permintaan		✓
7.	apakah bapak/ibu mempunyai alat takar dalam menakar produk	✓	
B.	Kreatifitas <i>Digital Marketing</i> Pelaku UMKM		
1.	bapak/ibu tertarik mempromosikan dagangan melalui media <i>Online</i>	✓	
2.	Bapak/ibu mendapatkan untung yang banyak setelah melakukan promosi <i>Digital</i>	✓	
3.	Bapak/ibu menciptakan inovasi untuk menarik perhatian konsumen	✓	

4.	Bapak/ibu menggunakan merek yang sama dalam memilih bahan produk	✓	
5.	Bapak/ibu selalu menggunakan <i>Digital Marketing</i> untuk mempromosikan dagangan	✓	

HASIL OBSERVASI
IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
PELAKU UMKM DALAM PROMOSI MELALUI
DIGITAL MARKETING DI KECAMATAN SINJAI
UTARA

Nama : Yanti
 Nama Usaha : Totol Stick
 Tempat Usaha : Jln. Bhayangkari
 Waktu : 11:02 WITA
 Hari/Tanggal : Sabtu, 13 Mei 2023

No	Aspek yang diobservasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
A.	Penerapan Prinsip dan Norma Etika Bisnis Islam		
1.	Apakah Bapak/Ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan		✓
2.	Apakah Bapak/Ibu menyamaratakan takaran konsumen	✓	

	atau membeda-bedakan sesuai dengan kemauan Sendiri		
3.	Jika waktu solat telah tiba dan dagangan sedang ramai apakah bapak/ibu tetap melanjutkan berdagang		✓
4.	Apakah bapak/bu mengeluarkan zakat dari dagangan		✓
5.	Penetapan harga produk sesuai dengan modal + untung (tidak riba)	✓	
6.	Memakai bahan yang tidak sesuai dengan permintaan		✓
7.	apakah bapak/ibu mempunyai alat takar dalam menakar produk	✓	
B.	Kreatifitas <i>Digital Marketing</i> Pelaku UMKM		
1.	bapak/ibu tertarik mempromosikan dagangan melalui media <i>Online</i>	✓	
2.	Bapak/ibu mendapatkan untung yang banyak setelah melakukan promosi <i>Digital</i>	✓	
3.	Bapak/ibu menciptakan inovasi	✓	

	untuk menarik perhatian konsumen		
4.	Bapak/ibu menggunakan merek yang sama dalam memilih bahan produk	✓	
5.	Bapak/ibu selalu menggunakan <i>Digital Marketing</i> untuk mempromosikan dagangan	✓	

HASIL OBSERVASI
IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
PELAKU UMKM DALAM PROMOSI MELALUI
DIGITAL MARKETING DI KECAMATAN SINJAI
UTARA

Nama : Muh. Tiar
 Nama Usaha : Top Teh
 Tempat Usaha : Jln. Latimojong
 Waktu : 11: 17 WITA
 Hari/Tanggal : Sabtu, 13 Mei 2023

No	Aspek yang diobsevasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
A.	Penerapan Prinsip dan Norma Etika Bisnis Islam		
1.	Apakah Bapak/Ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan		✓
2.	Apakah Bapak/Ibu menyamaratakan takaran	✓	

	konsumen atau membeda-bedakan sesuai dengan kemauan Sendiri		
3.	Jika waktu solat telah tiba dan dagangan sedang ramai apakah bapak/ibu tetap melanjutkan berdagang		✓
4.	Apakah bapak/bu mengeluarkan zakat dari dagangan		✓
5.	Penetapan harga produk sesuai dengan modal + untung (tidak riba)	✓	
6.	Memakai bahan yang tidak sesuai dengan permintaan		✓
7.	apakah bapak/ibu mempunyai alat takar dalam menakar produk	✓	
B.	Kreatifitas <i>Digital Marketing</i> Pelaku UMKM		
1.	bapak/ibu tertarik mempromosikan dagangan melalui media <i>Online</i>	✓	
2.	Bapak/ibu mendapatkan untung yang banyak setelah melakukan	✓	

	promosi <i>Digital</i>		
3.	Bapak/ibu menciptakan inovasi untuk menarik perhatian konsumen	✓	
4.	Bapak/ibu menggunakan merek yang sama dalam memilih bahan produk	✓	
5.	Bapak/ibu selalu menggunakan <i>Digital Marketing</i> untuk mempromosikan dagangan	✓	

HASIL OBSERVASI
IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
PELAKU UMKM DALAM PROMOSI MELALUI
***DIGITAL MARKETING* DI KECAMATAN SINJAI**
UTARA

Nama : Ratmila
 Nama Usaha : Kedai Adinda
 Tempat Usaha : Lappa
 Waktu : 12: 22 WITA
 Hari/Tanggal : Sabtu, 13 Mei 2023

No	Aspek yang diobsevasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
A.	Penerapan Prinsip dan Norma Etika Bisnis Islam		
1.	Apakah Bapak/Ibu membedakan harga produk antara konsumen yang sudah berlangganan dibandingkan dengan tidak berlangganan		✓
2.	Apakah Bapak/Ibu menyamaratakan takaran konsumen atau membedakan sesuai dengan kemauan		✓

	Sendiri		
3.	Jika waktu solat telah tiba dan dagangan sedang ramai apakah bapak/ibu tetap melanjutkan berdagang		✓
4.	Apakah bapak/bu mengeluarkan zakat dari dagangan		✓
5.	Penetapan harga produk sesuai dengan modal + untung (tidak riba)	✓	
6.	Memakai bahan yang tidak sesuai dengan permintaan		✓
7.	apakah bapak/ibu mempunyai alat takar dalam menakar produk	✓	
B.	Kreatifitas <i>Digital Marketing</i> Pelaku UMKM		
1.	bapak/ibu tertarik mempromosikan dagangan melalui media <i>Online</i>	✓	
2.	Bapak/ibu mendapatkan untung yang banyak setelah melakukan promosi <i>Digital</i>		✓
3.	Bapak/ibu menciptakan inovasi untuk menarik perhatian konsumen		✓

4.	Bapak/ibu menggunakan merek yang sama dalam memilih bahan produk	✓	
5.	Bapak/ibu selalu menggunakan <i>Digital Marketing</i> untuk mempromosikan dagangan	✓	

Lampiran 6

SURAT IZIN PENELITIAN



1202319009000033

PEMERINTAH KABUPATEN SINJAI DINAS PENANAMAN MODAL & PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Alamat: Jalan Penyatuan Raya No. 116, Kelurahan Bihigero Kabupaten Sinjai Telpun : (0482) 21069 Fax : (0482) 22450 Kode Pos : 92812 Kabupaten Sinjai

Nomor : 00048/16/01/DPM-PTSP/II/2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Yth. Kepala Dinas Koperasi UKM dan
Ketenagakerjaan Kab. Sinjai

Di
Tempat

Berdasarkan Surat Dekan Fak. Ekonomi dan hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai, Nomor : 009.D3/III.3.AU/F/2023, Tanggal 10 Januari 2023 Perihal Penelitian .

Bahwa Mahasiswa/Peneliti yang tersebut di bawah ini :

Nama : **A. WAHYUNI**
Tempat / Tanggal Lahir : Arallae/20 Mei 2001
Nama Perguruan Tinggi : **INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI) MUHAMMADIYAH SINJAI**
NIM : 190303011
Program Studi : **EKONOMI SYARIAH**
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa (S1)
Alamat : Arallae, Kel./Desa Arallae, Kec. Kahu, Kab. Bone, Kabupaten Bone

Bermaksud akan mengadakan Penelitian di Daerah/Instansi Saudara Dalam Rangka Penyusunan Skripsi, Dengan Judul : **IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PELAKU UMKM DALAM PROMOSI MELALUI DIGITAL MARKETING DI KECAMATAN SINJA UTARA**

Yang akan dilaksanakan dari : **Tgl. 30 Januari s/d 30 april 2023**
Pengikut : -

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan yang bersangkutan harus melaporkan diri kepada instansi tersebut di atas;
 2. Kegiatan tidak boleh menyimpang dari masalah yang telah diizinkan semata-mata kepentingan pengumpulan data;
 3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan dan mengindahkan adat istiadat setempat;
 4. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil Laporan kepada instansi tersebut di atas; dan
 5. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil Laporan kepada Bupati Sinjai Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sinjai.
- Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kabupaten Sinjai
Pada tanggal : 19 Januari 2023
a.n. **BUPATI SINJAI**
KEPALA DINAS,



LUKMAN DAHLAN, S.IP, M.SI

Pangkat : Pembina Utama Muda / IVc
NIP : 197011301990031002

Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. Bupati Sinjai (sebagai laporan);
2. Rektor IAI Muhammadiyah Sinjai
3. Yang Berangkutan (A. Wahyuni)
4. Arsip



INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAX 049221418, KODE POS 92612

Email : info@iaim-sinjai.ac.id

Website : <http://www.iaim-sinjai.ac.id>

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT NOMOR SK : 1088/SK/BAN-PT/Akred/PT/XII/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 009.D3/III.3.AU/F/2023
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Sinjai, 16 Jumadil Akhir 1444 H
10 Januari 2023 M

Kepada Yang Terhormat

Kepala Dinas KOPERASI UKM dan Ketenaga Kerjaan
di
Sinjai

Assalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat,

Semoga rahmat Allah SWT senantiasa tercurah kepada kita semua, sehingga kita dimudahkan dalam melaksanakan amanah Nya

Dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa program Strata Satu (S1) Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI) IAIM Sinjai, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : A. Wahyuni
NIM : 190303011
Prodi Studi : Ekonomi Syariah
Semester : VIII (Delapan)

akan mengadakan penelitian dengan judul :

“ Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Pelaku UMKM dalam Promosi Melalui Digital Marketing di Kecamatan Sinjai Utara”.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dimohon kiranya yang bersangkutan dapat diberikan izin melaksanakan penelitian di tempat bapak.

Atas perhatian dan kerjasama kami ucapkan terima kasih

Wassalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Abd. Muhaemin Nabir, S.E., M.Ak

NBM.1213397



INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAX 048221418, KODE POS 92612

Email : info@iain-sinjai.ac.id Website : <http://www.iain-sinjai.ac.id>

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT NOMOR SK : 1088/SK/BAN-PT/Akred/PT/Nil/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 009.D3/III.3.AU/F/2023
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Sinjai, 16 Jumadil Akhir 1444 H
10 Januari 2023 M

Kepada Yang Terhormat

Pelaku UMKM

di

Sinjai

Assalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat,

Semoga rahmat Allah SWT senantiasa tercurah kepada kita semua, sehingga kita dimudahkan dalam melaksanakan amanah Nya

Dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa program Strata Satu (S1) Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI) IAIM Sinjai, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : A. Wahyuni
NIM : 190303011
Prodi Studi : Ekonomi Syariah
Semester : VIII (Delapan)

akan mengadakan penelitian dengan judul :

“ Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Pelaku UMKM dalam Promosi Melalui Digital Marketing di Kecamatan Sinjai Utara”.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dimohon kiranya yang bersangkutan dapat diberikan izin melaksanakan penelitian di tempat bapak.

Atas perhatian dan kerjasama kami ucapkan terima kasih

Wassalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.





PEMERINTAH KABUPATEN SINJAI
DINAS KOPERASI UKM DAN TENAGA KERJA

Alamat: Jl. Jend. Sudirman No. 19 Kabupaten Sinjai Prop. Sulawesi Selatan Tlp Kode Pos 92612 (0482)2425381

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 800/17.91/V/Diskopnaker/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Dinas Koperasi UKM dan Tenaga Kerja Kab. Sinjai menerangkan bahwa :

Nama : A. WAHYUNI
Tempat /Tgl Lahir : Arallae, 20 Mei 2001
Pekerjaan : Mahasiswi (SI)
NIM : 190303011
Program Studi : Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN
SINJAI

Bahwa yang tersebut namanya di atas adalah benar melakukan penelitian pada tanggal 12 Mei - 13 Mei 2023 dengan judul penelitian "IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PELAKU UMKM DALAM PROMOSI MELALUI DIGITAL MARKETING DI KECAMATAN SINJAI UTARA"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sinjai, 24 Mei 2023

An: Kepala Dinas Kasubag Umum dan
Kepegawaian,



DESY ARYANA MANNAN, SE

Pangkat: Penata IIIc

Nip. 198212122010012047



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Nomor : 0426.G1.I/III.3.AU/D/KET/2023

Sinjai, 21 Zulqaidah 1444 H

Lampiran :

10 Juni 2023 M

Hal : **Surat Keterangan**

Gugus Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (GP2M) Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai menerangkan bahwa telah melakukan pemeriksaan duplikasi **Skripsi** dengan menggunakan aplikasi Turnitin secara online pada tanggal 10 Juni 2023.

Nama Penulis	A.Wahyuni
N I M	190303011
Judul Tulisan	Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Pelaku UMKM Dalam Promosi Melalui <i>Digital Marketing</i> Di Kecamatan Sinjai Utara.
Program Studi	Ekonomi Syariah
No. Pemeriksaan	oid:30061:37262857
Status	Memenuhi Syarat

Dengan hasil sebagai berikut :

Tingkat Kesamaan diseluruh artikel (Similarity Index) yaitu 35%

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ketua



St. Hadjah Wahid, S.H., M.H
NBM. 1309673



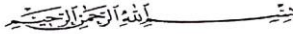
**INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM**

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAK 08221418, F.O.DI POS 92612

Email: fehi.iainsinjai@gmail.com

Website: <http://www.iain-sinjai.ac.id>

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT SK NOMOR : 1089/SK/BAN-PT/Akred/PT/11/2020



**SURAT KEPUTUSAN
NOMOR:729.D3/III.3.AU/F/KEP/2022**

**TENTANG
DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN PROPOSAL SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM T.A 2022-2023**

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI**

- Menimbang : 1. Bahwa dalam rangka penyusunan proposal skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2022-2023, maka Dosen Pembimbing Penyusunan Proposal skripsi dipandang perlu ditetapkan dalam Surat Keputusan.
- : 2. Bahwa nama-nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas yang di amanahkan kepadanya.
- Mengingat : a. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah.
- : b. Undang-undang No. 20 tahun 2003 tentang Sisdiknas.
- : c. Undang-Undang R.I No. 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi.
- : d. Keputusan Menteri Agama R.I No. 6722 Tahun 2015, tentang perubahan nama STAI Muhammadiyah Sinjai menjadi Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
- : e. Surat Keputusan Rektor IAIM Nomor : 312/1.3.AU/D/KEP/2016 tentang Pembagian Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI)
- : f. Pedoman PP. Muhammadiyah No. 02/PED/1.0/B/2012 tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah.
- : g. Statuta Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
- Memperhatikan : Kalender Akademik Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2022-2023.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai tentang Dosen Pembimbing penyusunan proposal skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam.
- Pertama : Mengangkat dan menetapkan saudara :

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Rahmatullah, S.Sos.I, MA	Srianti Permata, S.Pd, M.Pd

untuk penulisan skripsi mahasiswa:

Nama : A. Wahyuni
 NIM : 190303011
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Promosi Melalui Digital Marketing Pelaku UMKM Di Kabupaten Sinjai

- Kedua : Hal-hal yang menyangkut pendapatan/nafkah karena tugas dan tanggung jawabnya diberikan sesuai peraturan yang berlaku di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.



INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAX 048221414, KODE POS 92612

Email: fdh.iainsinjai@gmail.com

Website: <http://www.iain-sinjai.ac.id>

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT SK NOMOR : 1088/SK/BAN-PT/Akred/PT/11/2020

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

- Ketiga : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagai amanat dengan penuh rasa tanggung jawab.
- Kemapat : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Sinjai

Pada Tanggal : 29 Rabi'ul Akhir 1444 H

: 23 November 2022 M



Abd. Muhaemin Nabir, SE., M.Ak., Ak.
NBM.1213397

Tembusan disampaikan kepada Yth:

1. Ketua BPH IAIM Sinjai di Sinjai
2. Rektor IAIM Sinjai di Sinjai.
3. Ketua Prodi Ekonomi Syariah IAIM Sinjai di Sinjai.

Lampiran 10

DOKUMENTASI PENELITIAN



Bersama Pemilik Kedai Kebab



Owner Best Cireng



Pemilik Kedai



Owner Suryani Bakery



Pegawai Ternate Cafe



Karyawan AH Drink



Owner Coffe Box



Owner Totol Stick



Owner Top Teh



Owner Kedai Adinda

Lampiran 11

SURAT KETERANGAN KEABSAHAN ABSTRAK



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
SURAT KETERANGAN KEABSAHAN ABSTRAK
Nomor: 107.L4/III.3.AU/A/KET/2023

Lembaga Bahasa IAI Muhammadiyah Sinjai, dengan ini menyatakan bahwa abstrak yang berjudul:

“Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Pelaku UMKM Dalam Promosi Melalui *Digital Marketing* di Kecamatan Sinjai Utara”

dengan identitas pemilik:

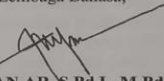
Nama : **A. WAHYUNI**
NIM : 190303011
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diterjemahkan dan direvisi oleh LEMBAGA BAHASA Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai dan dinyatakan LAYAK untuk dipublikasikan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sinjai, 01 Safar 1445 H
16 Agustus 2023 M

Ketua Lembaga Bahasa,


AMRAN AR, S.Pd.I., M.Pd.I.
NBM: 1230119



Lampiran 12

BIODATA PENULIS



Nama : A.Wahyuni
NIM : 190303011
Tempat/Tgl. : Arallae, 20 Mei 2001
Lahir
Alamat : Dusun Abbumpungeng,
Desa Arallae, Kec.
Kahu. Kab.Bone

Pengalaman Organisasi : 1. SMP : Anggota Pramuka SMP Negeri 3 Salomekko tahun 2013-2015
2. MA An-Nusa : 1.Pengurus PMR Wira Unit 019 MA-An-nur Nusa tahun 2016-2019
2.Pengurus OSIM MA An-nur Nusa tahun 2017-2019
3. UIAD : 1.Pengurus Himpunan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah 2020-2021
2.Wakil Komandan KSR-PMI Unit 101 IAIM Sinjai Tahun 2020-2021

Riwayat Pendidikan :
1. SD/MI : SD INPRES 10/72 Arallae
2. SLTP/MTS : SMP Negeri 3 Salomekko

3. SMU/ : MA An-Nur Nusa
MA

Handphone : 082346209221

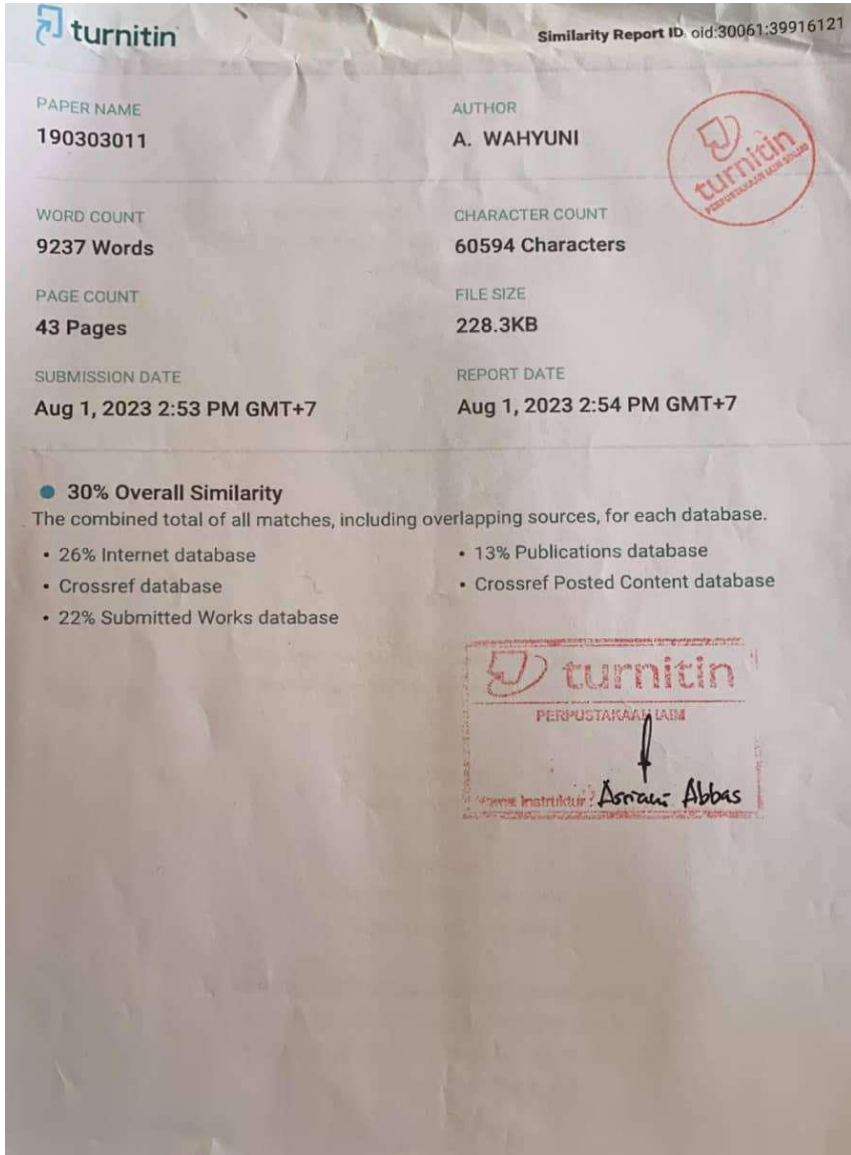
Email : [Andiwahyuni0109@gmail.Com](mailto:Andiwahyuni0109@gmail.com)

Nama Orang : Ayah : A.Udding
Tua

Ibu : A.Ufrah

Lampiran 13

KETERANGAN TURNITIN



turnitin Similarity Report ID: oid:30061:39916121

PAPER NAME 190303011	AUTHOR A. WAHYUNI
WORD COUNT 9237 Words	CHARACTER COUNT 60594 Characters
PAGE COUNT 43 Pages	FILE SIZE 228.3KB
SUBMISSION DATE Aug 1, 2023 2:53 PM GMT+7	REPORT DATE Aug 1, 2023 2:54 PM GMT+7

● **30% Overall Similarity**
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 26% Internet database
- 13% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 22% Submitted Works database

turnitin
PERPUSTAKAAN LAM
Name Instruktur: *Asriani Abbas*