

**ANALISIS PENERAPAN TRANSPARANSI HARGA BERDASARKAN PRINSIP EKONOMI ISLAM :
STUDI KASUS RUMAH MAKAN MADANG MURAH NASI BERJAMUR KARTASURA**

Aura Inas Murtaja¹, Ayu Fitriyana², Fatika Nur 'Aini³, Indika Rosalina Putri⁴, Khoirunnisa
Dini Nurwidi⁵, Khusnul Tri Prasetyo⁶, Muhammad Iqbal Putra Isandi⁷, Waluyo⁸

Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

auramurtaja@gmail.com, ayuf5462@gmail.com, fatika957@gmail.com, indhikars@gmail.com,
dininurwidi@gmail.com, khusnultri917@gmail.com, putraisandi.22@gmail.com,
Waluyo.ma@staff.uinsaid.ac.id

Abstract

This research aims to analyze the application of the principle of transparency in business practices at Rumah Makan Madang Murah as an effort to support Islamic business ethics. Transparency in this study is defined as openness and honesty in conveying information related to prices and product quality to consumers. The research method used is a descriptive qualitative approach with data collection techniques through interviews, observations, and documentation. The results of the study indicate that Rumah Makan Madang Murah consistently applies the principle of transparency, particularly in communicating information regarding the increase in the prices of basic ingredients and the adjustment of product prices. The application of this principle contributes to enhancing consumer trust and strengthening the values of Islamic business ethics in daily operations. The transparency implemented also creates honest, fair, and responsible business relationships, in line with the principles of muamalah in Islam. This research recommends that other business actors adopt the principle of transparency as part of a sustainable commitment to business ethics.

Keywords: *Transparency, Islamic Business Ethics, Restaurant, Qualitative, Muamalah*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan prinsip transparansi dalam praktik bisnis di Rumah Makan Madang Murah sebagai upaya mendukung etika bisnis Islam. Transparansi dalam penelitian ini didefinisikan sebagai keterbukaan dan kejujuran dalam penyampaian informasi terkait harga dan kualitas produk kepada konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Makan Madang Murah secara konsisten menerapkan prinsip transparansi, khususnya dalam menyampaikan informasi mengenai kenaikan harga bahan pokok dan penyesuaian harga produk. Penerapan prinsip ini berkontribusi pada peningkatan kepercayaan konsumen serta penguatan nilai-nilai etika bisnis Islami dalam operasional sehari-hari. Transparansi yang diterapkan juga menciptakan hubungan bisnis yang jujur, adil, dan bertanggung jawab, selaras dengan prinsip muamalah dalam Islam. Penelitian ini merekomendasikan agar pelaku usaha lain dapat mengadopsi prinsip transparansi sebagai bagian dari komitmen etika bisnis yang berkelanjutan.

Article history

Received: Mei 2025

Reviewed: Mei 2025

Published: Mei 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :
[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed
under a [creative
commons attribution-
noncommercial 4.0
international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

<i>Kata kunci: Transparansi, Etika Bisnis Islam, Rumah Makan, Kualitatif, Muamalah</i>	
--	--

1. Pendahuluan

Sistem pengelolaan keuangan berlandaskan prinsip transparansi merupakan salah satu objek pembahasan dalam Ilmu Ekonomi yang menarik untuk dianalisis. Secara Epistemologi, istilah transparansi merupakan kata yang bermakna keterbukaan. Dalam konteks informasi publik, Transparansi mengacu pada keterbukaan penyampaian informasi oleh suatu lembaga baik perusahaan maupun instansi kepada khalayak secara jujur dan dapat dipertanggungjawabkan (Rahim et al., 2023).

Salah satu contohnya adalah keterbukaan harga, yaitu ketika penjual menyampaikan informasi terkait biaya secara jelas kepada pembeli. Hal ini memungkinkan konsumen untuk menilai apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan kondisi pasar. Penerapan strategi keterbukaan harga ini dapat mempengaruhi konsumen terhadap keputusan dan perilaku serta pemahaman terhadap kualitas layanan (Khadijah & Soewondo, 2024).

Rumah Makan Madang Murah Nasi Berjamur Kartasura merupakan salah satu usaha dibidang kuliner yang menarik untuk dianalisis dari sudut pandang prinsip ekonomi syariah. Salah satu aspek yang menarik untuk dikaji adalah penerapan transparansi harga, yang tercermin dari keterbukaan informasi mengenai harga bahan baku kepada konsumen. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan transparansi harga berdasarkan prinsip ekonomi syariah melalui studi kasus rumah makan tersebut.

Keterbukaan dalam penetapan harga mendorong persaingan sehat di antara rumah makan. Saat pelanggan bisa dengan mudah membandingkan harga, hal ini mendorong pemilik rumah makan untuk mencari cara inovatif dalam menyajikan makanan berkualitas dengan biaya yang lebih efisien. Transparansi ini juga dapat memicu inovasi dalam pelayanan, serta memberikan dorongan bagi rumah makan untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi operasional. Dengan begitu, rumah makan punya kesempatan untuk menawarkan harga yang lebih kompetitif dan meningkatkan nilai layanan guna menarik dan mempertahankan pelanggan (Lumbanraja & Sjaaf, 2023). Saat ini, bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat, baik dari segi skala maupun kompleksitasnya. Hal ini mendorong perusahaan, termasuk UKM, untuk terus berinovasi dan beradaptasi dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Perusahaan UKM *Express*, sebagai salah satu pelaku usaha kecil dan menengah, memiliki peran penting sebagai pendorong ekonomi lokal. Dengan sumber daya yang terbatas, UKM harus mengoptimalkan setiap elemen dalam organisasi, termasuk kualitas kepemimpinan dan kinerja karyawan, untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian pustaka (library research) yang berfokus pada pembahasan isu-isu penting dalam metode penelitian kualitatif (Somantri, 2005). Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam suatu fenomena berdasarkan makna yang terkandung di dalamnya. Penelitian jenis ini tidak hanya menekankan pada hasil akhir, tetapi lebih pada proses dan makna di balik fenomena sosial yang diamati (Safrudin et al., 2023). Data dalam penelitian ini bersifat empiris dengan kriteria valid, reliabel, dan objektif. Validitas data menunjukkan sejauh mana data yang

diperoleh mencerminkan kenyataan yang sebenarnya terjadi di lapangan. Data dianggap valid apabila dapat diuji melalui pengukuran reliabilitas dan objektivitas. Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi data dalam kurun waktu tertentu, sedangkan objektivitas menunjukkan bahwa data tidak dipengaruhi oleh subjektivitas peneliti (Nasution, 2023).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini meliputi wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Observasi dilakukan terhadap gejala sosial yang muncul secara spontan dan berkaitan dengan pola-pola perilaku tertentu. Pendekatan observasi ini sejalan dengan kerangka teori interaksionisme simbolik, di mana peneliti berperan aktif dalam proses interaksi sosial dengan subjek penelitiannya (Hasanah, 2017).

Fokus utama dari penelitian ini adalah mengkaji penerapan prinsip transparansi harga dan kejelasan informasi yang disampaikan kepada konsumen oleh pihak Rumah Makan Madang Murah. Secara khusus, penelitian ini menyoroti kasus penyajian makanan, khususnya nasi yang ditemukan dalam kondisi tidak layak konsumsi (berjamur), serta bagaimana pihak rumah makan menyampaikan informasi kepada pelanggan terkait kondisi tersebut. Fenomena ini dianalisis sebagai bagian dari tanggung jawab etika dan kualitas layanan dalam industri kuliner.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Ekonomi Islam dan Prinsip Transparansi

Dalam Islam, praktik bisnis tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan materiil, melainkan juga mengandung nilai-nilai ibadah. Aktivitas ekonomi yang dijalankan oleh seorang Muslim seharusnya seimbang antara orientasi duniawi dan ukhrawi. Tujuan ini menjadi pembeda utama antara bisnis dalam perspektif Islam dan sistem bisnis modern yang umumnya berorientasi pada profit semata. Salah satu prinsip utama dalam etika bisnis Islam adalah transparansi (al-shafaiyyah).

Transparansi dipahami sebagai keterbukaan dan kejujuran dalam penyampaian informasi kepada seluruh pihak yang terlibat dalam aktivitas bisnis, terutama konsumen. Prinsip ini mengharuskan pelaku usaha menyampaikan informasi penting secara akurat, adil, dan mudah dipahami, sehingga tidak terjadi kecurangan atau manipulasi dalam proses transaksi.

Prinsip transparansi dalam bisnis Islam memiliki dasar normatif yang kuat dalam Alquran, salah satunya terdapat dalam Surah Al-Baqarah ayat 282. Ayat ini menekankan pentingnya pencatatan dan penyampaian informasi secara jelas dalam transaksi, demi menciptakan keadilan dan menghindari perselisihan di kemudian hari. Hal ini menunjukkan bahwa transparansi merupakan bagian integral dari sistem muamalah Islam, tidak hanya dalam transaksi keuangan, tetapi juga dalam interaksi produsen dan konsumen secara umum (Sari et al., 2022).

Penerapan prinsip transparansi ini dapat ditemukan pada praktik bisnis yang dilakukan oleh Rumah Makan Madang Murah. Dalam menjalankan usahanya, rumah makan tersebut telah berupaya memberikan informasi kepada konsumen terkait harga dan kondisi produk yang ditawarkan. Hal ini mencerminkan kepatuhan terhadap etika bisnis Islam, khususnya dalam aspek keterbukaan terhadap konsumen. Upaya rumah makan dalam memberikan penjelasan kepada konsumen merupakan bentuk awal penerapan prinsip transparansi. Langkah ini dapat dijadikan sebagai indikator bahwa pelaku usaha tersebut memiliki niat untuk menerapkan etika Islam dalam kegiatan operasionalnya (Sari et al., 2022).

Tabel 1.1 Tabel Perkiraan Kenaikan Harga

Harga Bahan Dasar Produksi

Bahan Pokok	Januari-Desember 2023	Januari-April 2024	%
Jamur Tiram/Kg	12.000-13.00 $\bar{x}$ 12.500	14.000-20.000 $\bar{x}$ 17.000	+15,25%
Beras/Sak	237.500-280.000 $\bar{x}$ 258.750	320.000-331.000 $\bar{x}$ 325.500	+11,42%
Minyak Goreng/Kg	9.900-13.600 $\bar{x}$ 11.750	13.950-15.350 $\bar{x}$ 14.650	+10,98%
Tepung Terigu/Sak	244.000-251.000 $\bar{x}$ 247.500	218.500	- 6,22%
Tepung Beras/Karton	115.000-120.000 $\bar{x}$ 117.500	127.000-132.000 $\bar{x}$ 129.500	+4,86%
Telur	21.000-26.400 $\bar{x}$ 23.700	26.000-31.000 $\bar{x}$ 28.500	+9,19%
Kenaikan rata-rata/mean 2023-2024			$\bar{x}$ 7,58%

Sumber: Data Madang Murah Nasi Berjamur (Diolah)

Data hasil wawancara dengan Bapak Hakim selaku pemilik rumah makan Madang Murah Nasi Berjamur menunjukkan dari tabel diatas terlihat bahwa kenaikan harga rata-rata/mean ($\bar{x}$) bahan dasar produksi nasi berjamur sebesar 7,58% belum termasuk bumbu-bumbu, maka nasi berjamur yang semula Rp. 8.000,- per 06 Mei 2024 naik menjadi Rp. 9.000,- per porsi. Berdasarkan latar belakang kenaikan diatas, rumah makan ini telah menerapkan prinsip transparansi harga untuk menjaga kualitas serta tetap dapat beroperasi. Prinsip transparansi ini juga menjadi bagian penting dari etika bisnis islam yang menyeimbangkan antara keuntungan dunia dan tanggung jawab akhirat.

3.2 Etika bisnis dalam Islam

Rumah Makan Madang Murah telah mengimplementasikan prinsip transparansi sebagai bagian integral dalam sistem bisnisnya. Transparansi ini diwujudkan melalui keterbukaan informasi mengenai harga dan kualitas produk yang disediakan. Dengan demikian, konsumen dapat dengan mudah memperoleh informasi yang akurat dan relevan, yang pada gilirannya mendorong terwujudnya praktik bisnis yang etis dan dapat dipertanggungjawabkan.

Penerapan transparansi tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Rumah Makan Madang Murah, tetapi juga menciptakan suasana bisnis yang jujur dan adil. Hal ini memperkuat nilai-nilai etika bisnis yang menjadi landasan operasional sehari-hari dalam usaha tersebut. Oleh karena itu, transparansi memegang peranan penting dalam menjamin keberlangsungan bisnis yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dan prinsip keadilan sosial. Bisnis adalah suatu aktivitas yang menghasilkan peningkatan nilai tambah melalui penyerahan jasa, perdagangan, atau pengolahan barang (produksi). Dalam terminologi bahasa ini, pembiayaan adalah pendanaan, baik aktif maupun pasif, yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan kepada nasabah. Sedangkan bisnis adalah aktivitas berupa jasa, perdagangan, dan industri untuk memaksimalkan nilai keuntungan. Islam menempatkan aktivitas bisnis dalam posisi yang sangat dihargai.

Dalam praktik bisnis, penerapan sikap hati-hati dan sopan santun tidak hanya merupakan bagian dari norma sosial, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam membangun praktik bisnis yang etis dan berkelanjutan. Berikut ini adalah beberapa alasan yang mendasari pentingnya menjalankan bisnis dengan etika dan tanggung jawab moral:

1. Bisnis bukan hanya soal Keuntungan Finansial, Orientasi bisnis yang hanya berfokus pada keuntungan ekonomi berisiko menimbulkan dampak negatif bagi individu maupun kelompok

lain. Oleh karena itu, pelaku bisnis juga harus mempertimbangkan aspek kemanusiaan dan sosial demi menciptakan kesejahteraan yang inklusif.

2. Bisnis sebagai Aktivitas Sosial yang mewajibkan kesesuaian, Dalam interaksi bisnis, prinsip-prinsip kesopanan, kejujuran, dan keadilan perlu dijunjung tinggi, sebagaimana seseorang menjalin hubungan sosial dengan sesama. Etika bisnis berfungsi sebagai pedoman untuk menjaga keharmonisan dan kepercayaan antar pelaku usaha.

3. Tingginya Persaingan Menuntut Integritas. Dalam konteks persaingan pasar yang semakin kompetitif, integritas menjadi nilai penting. Setiap pelaku usaha dituntut untuk tetap menjaga kejujuran dan tidak merugikan pihak lain agar tercipta iklim usaha yang adil dan sehat.

4. Kepatuhan terhadap Hukum Tidak Selalu Menjamin Keberetikan, Meskipun aktivitas bisnis dapat berjalan sesuai hukum positif, belum tentu tindakan tersebut memenuhi standar etika. Oleh karena itu, selain legalitas, pelaku usaha juga perlu mempertimbangkan apakah tindakannya mencerminkan nilai-nilai kebaikan dan tanggung jawab moral.

5. Etika Bukan Sekadar Konsep Normatif yang Statis, Etika bersifat dinamis dan kontekstual. Ia berfungsi sebagai kerangka pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang baik dan benar, tidak hanya berdasarkan praktik umum atau kebiasaan yang telah ada.

6. Keadaan Khusus Bukan Alasan untuk Mengabaikan Etika, Dalam situasi yang tidak lazim atau penuh tekanan, prinsip etika tetap relevan. Keadaan luar biasa tidak dapat dijadikan pembenaran untuk melakukan pelanggaran moral atau tindakan yang merugikan pihak lain.

7. Tingginya Respons Sosial terhadap Praktik Bisnis yang Tidak Etis, Protes atau kritik dari masyarakat terhadap praktik bisnis yang dianggap tidak etis menunjukkan bahwa masyarakat masih memiliki ekspektasi tinggi terhadap kejujuran, tanggung jawab, dan kesantunan dalam dunia usaha. (Zamzam & Aravik, 2020)

Etika adalah bagian dari filsafat yang membahas tentang prinsip-prinsip moral yang membedakan antara yang baik dan buruk. Dalam kehidupan sehari-hari, etika berfungsi sebagai panduan untuk mempertimbangkan tindakan sebelum melakukannya. Etika tidak hanya berfungsi sebagai larangan atau batasan perilaku tertentu tapi etika juga mencerminkan kemampuan seseorang untuk berpikir kritis dan memahami tanggung jawab moral dari setiap tindakan yang diambil. Etika juga melibatkan refleksi, di mana individu akan menganalisis dampak dari setiap keputusan yang diambil terhadap orang lain. Hal ini merupakan proses berpikir etis yang menunjukkan bagaimana akal budi manusia terlibat. Oleh karena itu, etika dianggap sebagai bagian penting dari filsafat. Etika membantu kita menjawab pertanyaan-pertanyaan dasar tentang tindakan yang seharusnya kita lakukan agar bisa menjadi pribadi yang bertanggung jawab (ErlyJuliyani, 2016).

Secara umum, ajaran Islam memberikan panduan menyeluruh dalam aktivitas ekonomi, yang mencakup dua aspek penting, yaitu etika dalam memperoleh keuntungan dan etika dalam menjalankan profesi.

1. Etika Mencari Keuntungan

Al-Qur'an mengajarkan bahwa setidaknya terdapat empat karakter yang tertanam dalam diri seseorang yang layak meraih kesuksesan dalam bisnis. Pertama, menjadikan aktivitas perdagangan sebagai bagian dari keimanan dan ketakwaan. Kedua, memiliki komitmen kuat dalam berdzikir serta senantiasa bersyukur. Ketiga, menjaga kemurnian hati dan terbuka untuk bertaubat. Keempat, memiliki semangat tinggi dalam menegakkan kebaikan dan mencegah kemungkaran.

2. Etika dalam Menjalankan Profesi

Menjadi pembisnis Syariah merupakan profesi yang menuntut penerapan etika secara khusus sebagai (way of Life) yang selaras dengan keyakinan agama Islam. Seorang muslim memperoleh bimbingan tidak hanya melalui kalamullah (ayat-ayat Al-Qur'an), selain itu bimbingan juga

didapatkan melalui tanda-tanda kebesaran Allah yang tercermin dalam alam semesta (filullah). Perpaduan antara bimbingan kalamullah dan filullah inilah yang membentuk dasar etika dalam profesi tersebut (Susminingsih, 2020).

Etika bisnis merupakan bidang kajian yang secara khusus mengenal moral yang benar dan salah serta memfokuskan pada standar moral dalam kebijakan, lembaga, dan perilaku dalam lingkungan bisnis. Standar tersebut diterapkan ke dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern dalam proses produksi serta distribusi barang dan jasa. (Susminingsih, 2020).

Islam adalah agama yang memiliki sistem nilai yang komprehensif dan mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, baik dalam lingkup individu maupun sosial. Salah satu aspek yang paling ditekankan dalam ajaran Islam adalah etika (akhlak). Etika dalam Islam tidak hanya berlaku dalam perkara-perkara besar dan formal, seperti pelaksanaan ibadah dan transaksi ekonomi (muamalah), tetapi juga mencakup hal-hal sederhana dalam kehidupan sehari-hari, seperti etika saat bersin, menguap, makan, dan berbicara. Pentingnya nilai etika dalam Islam tercermin dalam banyak ayat Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad SAW. Salah satu hadis yang relevan dalam konteks ini adalah "Innamā bu'ithtu li-utammima makārim al-akhilāq" yang artinya Sesungguhnya aku diutus tidak lain hanyalah untuk menyempurnakan akhlak yang mulia (HR. Al-Bukhari dalam Al-Adab Al-Mufrad).

Hadis ini menunjukkan bahwa misi utama kenabian Rasulullah SAW adalah untuk menyempurnakan akhlak manusia. Dengan kata lain, akhlak bukanlah pelengkap dari ajaran Islam, melainkan inti dari risalah Islam itu sendiri. Dalam kehidupan seorang Muslim, nilai-nilai etika Islam diterapkan secara menyeluruh, baik dalam hubungan dengan Allah (hablum minallah), sesama manusia (hablum minannas), maupun dengan lingkungan. Etika ini diwujudkan dalam sikap jujur, adil, sabar, amanah, serta menjaga lisan dan perilaku. Islam menuntun umatnya untuk menampilkan karakter yang mulia dalam setiap aktivitas, baik yang bersifat ibadah ritual maupun sosial (Wartoyo, 2018).

Dalam Islam, etika bisnis terdiri dari sejumlah perilaku etis bisnis yang disebut "akhlaq al Islamiyah", yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang fokus pada hal-hal yang halal dan haram. Oleh karena itu, tindakan yang bermoral adalah tindakan yang mengikuti perintah Allah dan meninggalkan perintah-Nya. Al-Quran dan sunnaturnasul adalah sumber utama etika bisnis Islam, yang telah dibahas dalam banyak literatur. Pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis sepanjang waktu. Kepercayaan, keadilan, dan kejujuran adalah kunci kesuksesan di kemudian hari (Khairul Azmi, 2021).

Dan dalam bertransaksi secara syaria'h, ada beberapa prinsip yang harus dipegang, yakni:

1. Saling ridha (An Taradhin), Prinsip saling ridha dalam ajaran Islam menggarisbawahi bahwa semua transaksi harus bersifat sukarela dari semua pihak, sesuai dengan QS. An-Nisa ayat 29 serta hadis Nabi. Jika ada elemen tekanan atau penipuan, maka perjanjian tersebut dianggap tidak sah. Kesepakatan ini merupakan aspek krusial dalam kerja sama serta transaksi, yang tidak selalu memerlukan pernyataan formal, melainkan cukup dengan persetujuan yang tulus dan tanpa paksaan. Dalam perjanjian seperti mudharabah, keabsahan kontrak bergantung pada persetujuan kedua pihak yang sudah ada sejak awal. Prinsip ini memastikan keadilan serta kebenaran dalam interaksi sosial dalam konteks Islam (Sahban, 2017).

2. Bebas manipulasi/Gharar (menipu) berarti membuat orang tertarik dengan kebohongan. Salah satu contoh Gharar adalah pertukaran barang antara dua pihak yang melibatkan unsur yang tidak diketahui atau tersembunyi dari salah satu pihak, yang dapat merugikan atau membahayakan pihak lain. Dalam konteks ini, Gharar merujuk pada ketidakpastian yang muncul dalam transaksi akibat tidak dipenuhinya ketentuan syariah.

Transaksi yang mengandung Gharar dapat menyebabkan ketidakadilan bagi salah satu pihak yang terlibat, sehingga praktik ini dilarang dalam Islam (Shohih & Setyowati, 2021).

3. Mudharat, istilah "mudharat (aman/tidak membahayakan)" merujuk pada sesuatu yang berbahaya atau merugikan. Secara etimologis, mudharat berasal dari kata al-dharar, yang berarti sesuatu yang datang membawa kerugian tanpa ada yang mampu menolaknya. Al-dharar diartikan sebagai tindakan yang membahayakan orang lain secara umum, sedangkan al-dhirar mengacu pada bentuk bahaya yang dilakukan dengan cara yang tidak dibenarkan oleh syariat. Dalam pengertian terminologis, beberapa ulama memberikan definisi yang lebih spesifik. Abu Bakar al-Jashas, misalnya, menyebut bahwa dharar adalah rasa takut seseorang terhadap ancaman yang membahayakan nyawa atau bagian tubuhnya (Syam & Musyahid, 2022).

4. Terbebas dari unsur spekulatif (maysir). Dalam prinsip ekonomi syariah, maysir merujuk pada aktivitas yang mengandung unsur perjudian. Islam secara tegas melarang praktik maysir, karena harta yang diperoleh melalui cara tersebut tidak diakui sebagai kepemilikan yang sah menurut ketentuan Allah swt (Muchtar, 2017).

5. Tidak ada monopoli dan menimbun (ihtikar), Dalam islam, monopoli dikenal dengan istilah ihtikār dan dalam Lisān al-`Arab yang diartikan bahwa ihtikār yang merujuk pada praktik "menimbun dan menahan makanan atau kebutuhan pokok karena menunggu harga tinggi". Menurut Al-Sayyid Sabiq dalam Fiqh al-Sunnah menyatakan ihtikār terjadi ketika seorang membeli suatu barang lalu menyimpannya hingga barang tersebut berkurang di masyarakat sehingga menyebabkan harga naik dan akhirnya masyarakat mendapatkan kesulitan akibat kelangkaan barang tersebut. (Rodin, 2015).

6. Dalam Islam, semua bentuk riba dilarang. Secara bahasa, riba berarti "tambahan". Dalam hukum Islam, riba adalah tambahan yang harus dibayar oleh peminjam kepada pemberi pinjaman di luar dari jumlah pokok pinjaman, baik dalam bentuk uang, barang, atau jasa, saat waktu pengembalian tiba. Praktik ini sangat dilarang dalam sistem keuangan syariah. Baik riba yang kecil maupun besar tetap dianggap haram karena bisa merugikan salah satu pihak. Islam melarang siapapun baik individu maupun lembaga untuk terlibat dalam riba, karena hal ini bertentangan dengan prinsip keadilan dalam Islam (Najmi, n.d.).

7. Dan halalan thayyiban adalah ide tentang makanan dan minuman yang harus dihormati oleh semua orang, terutama umat Islam . Ini mencakup topik makanan dan minuman yang halal sebagai dasar dan hukum yang harus diikuti ummat Islam. Makanan dan minuman yang haram tidak termasuk. Dengan demikian, pendekatan thayyiban (baik) dapat dilakukan secara medis atau uji standar kesehatan, sedangkan penyampaian terhadap makanan dan minuman yang dilarang dapat dijadikan standar untuk menilai kehalalan sebuah benda (Nuraini, 2018).

Dalam etika bisnis Islam, setiap pelaku usaha diwajibkan untuk menjalankan aktivitas bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Islami yang menekankan keadilan dan kemaslahatan bersama. Imam Al-Ghazali, yang dikutip oleh Sofyan (tahun), menjelaskan beberapa prinsip dasar dalam bisnis Islami yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha.

Pertama, ketika seseorang membutuhkan suatu barang, pelaku usaha disarankan untuk mengambil laba seminimal mungkin. Dalam kondisi tertentu, pelaku usaha dianjurkan untuk tidak mengambil keuntungan sama sekali demi membantu pemenuhan kebutuhan tersebut.

Kedua, apabila penjualan dilakukan kepada individu yang kurang mampu secara ekonomi, harga yang ditawarkan sebaiknya tidak dibebankan secara berlebihan, melainkan harus sesuai dengan kemampuan pembeli guna menjaga keadilan sosial.

Ketiga, dalam hal terdapat pihak yang berhutang namun tidak mampu melunasi kewajibannya tepat waktu, pelaku usaha disarankan untuk memberikan kelonggaran dengan memperpanjang waktu pelunasan tanpa memberatkan debitur. Bahkan, jika memungkinkan, pelaku usaha

dianjurkan untuk membebaskan hutang tersebut sebagai bentuk kemurahan hati dan solidaritas sosial.

Keempat, bagi konsumen yang telah melakukan pembelian namun merasa tidak puas dan ingin mengembalikan barang, pelaku usaha harus menerima pengembalian tersebut dengan sikap terbuka dan tidak memberatkan konsumen.

Kelima, pengutang diharapkan memiliki itikad baik untuk melunasi hutangnya lebih awal apabila memungkinkan.

Keenam, dalam transaksi penjualan secara kredit, pelaku usaha sebaiknya tidak memaksa pembayaran apabila pembeli masih mengalami kesulitan finansial, sehingga prinsip kasih sayang dan keadilan dapat dijaga dalam hubungan bisnis.

Dengan demikian, prinsip-prinsip etika bisnis menurut Imam Al-Ghazali ini memberikan landasan moral bagi pelaku usaha dalam menjalankan bisnis secara adil, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kesejahteraan sosial sesuai dengan ajaran Islam (Khairul Azmi, 2021).

4. Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Rumah Makan Madang Murah telah secara konsisten dalam menerapkan prinsip transparansi harga dalam praktik bisnisnya, terutama dengan keterbukaan terhadap perubahan harga bahan pokok dan penyesuaian harga jual kepada konsumen. Penerapan dari bisnis tersebut sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yang menekankan kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam bermuamalah. Transparansi yang telah dijalankan terbukti meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat etika bisnis Islami dalam operasional sehari-hari.

Selain itu, penerapan transparansi mendorong terciptanya persaingan usaha yang sehat dan mendorong inovasi dalam pelayanan serta efisiensi produksi. Hal ini juga menunjukkan bahwa prinsip etika dalam Islam tidak hanya relevan secara spiritual, tetapi juga membawa dampak positif secara ekonomi dan sosial.

Akhirnya, penelitian ini menunjukan kepada pelaku usaha yang lain agar menjadikan transparansi sebagai bagian dari komitmen terhadap etika bisnis Islam yang berkelanjutan, dengan menjunjung nilai-nilai akhlak, keadilan, dan kemaslahatan sebagaimana diajarkan oleh Al-Qur'an dan sunnah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] ErlyJuliyani. (2016). 63 Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, VII(1), 63-74.
- [2] Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- [3] Khadijah, A. E., & Soewondo, P. (2024). *Transparansi Harga (Price Transparency) Sebagai Strategi Marketing dalam Pelayanan Kesehatan : A Literature Review*. 5(5), 1863-1869.
- [4] Khairul Azmi. (2021). Etika Bisnis Islam Sebuah Pengenalan. *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 55-65. <https://doi.org/10.57113/his.v1i1.78>
- [5] Lumbanraja, L. M. J. R., & Sjaaf, A. C. (2023). Efektivitas Penerapan Transparansi Harga Pelayanan Rumah Sakit Dalam Memberikan Sinyal Informasi Kepada Pasien Dan Rumah Sakit. *Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (Online)*, 4(3), 222-232.
- [6] Muchtar, E. H. (2017). Muamalah Terlarang: Maysir dan Gharar. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 18, 82-100.
- [7] Najmi, M. (n.d.). *SOLUSI BEBAS RIBA MENGGUNAKAN BANK SYARIAH*. 1(1).
- [8] Nasution, A. fattah. (2023). METODE PENELITIAN KUALITATIF. In *Sustainability*

- (Switzerland) (Vol. 11, Issue 1).
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- [9] Nuraini, N. (2018). Halalan Thayyiban Alternatif Qurani Untuk Hidup Sehat. *Jurnal Ilmiah Al-Mu'ashirah*, 15(1), 82. <https://doi.org/10.22373/jim.v15i1.5460>
- [10] Rahim, M., Akib, M., Natsir, M., & Mirosea, N. (2023). Penerapan Prinsip Transparansi Dalam Pengelolaan Keuangan di Kantor Camat Latambaga Kabupaten Kolaka. *JPEP (Jurnal Progres ...)*, 8, 195-204. <https://journal.uho.ac.id/index.php/jpep/article/view/554%0Ahttps://journal.uho.ac.id/index.php/jpep/article/download/554/220>
- [11] Rodin, D. (2015). Pemberdayaan Ekonomi Fakir Miskin Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 71-102. <https://doi.org/10.21580/economica.2015.6.1.787>
- [12] Safrudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *Journal Of Social Science Research*, 3(2), 1-15.
- [13] Sahban. (2017). *ESENSI AKAD MUDHARABAH DAN MUSYARAKAH PADA PERBANKAN SYARIAH DALAM MEWUJUDKAN KEADILAN EKONOMI*. 11(1), 92-105.
- [14] Sari, D. N., Previdayana, K. S., & Djasuli, M. (2022). Implementasi Prinsip Transparansi Dalam Kaidah Islam. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 2(1), 911-915. <https://doi.org/10.47233/jeps.v2i3.343>
- [15] Shohih, H., & Setyowati, R. (2021). Perspektif Hukum Islam Mengenai Praktik Gharar Dalam Transaksi Perbankan Syariah. *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis Dan Investasi*, 12(2), 69-82. <https://doi.org/10.28932/di.v12i2.3323>
- [16] Somantri, G. R. (2005). Memahami Metode Kualitatif. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 9(2), 57. <https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122>
- [17] Susminingsih. (2020). Etika Bisnis Islam. *PT. Nasya Expanding Management.*, 1-2.
- [18] Syam, S., & Musyahid, A. (2022). Aspek Masalahah-Mudharat Terhadap Pelegalan Ganja Sebagai Obat Perspektif Hukum Islam. *Shautuna: Jurnal Ilmiah ...*, 03(1), 219-231. <https://doi.org/10.24252/shautuna.vi.24138>
- [19] Wartoyo, W. (2018). Etika Bisnis Islam: Konstruksi Nilai Keseimbangan Dan Kemanusiaan. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(2), 229. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i2.3369>
- [20] Zamzam, H. F., & Aravik, H. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=hE5bEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=etika+bisnis+&ots=UZkYnhM9GO&sig=Kc5Kv537Veml75uYgAbpuu4Z19M&redir_esc=y#v=onepage&q=etika+bisnis&f=false