



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah
ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)
Accredited No. 204/E/KPT/2022
DOI: <https://doi.org/10.30651/jms.v11i3.31631>
Volume 11, No. 3, 2026 (1209 - 1222)

SPIRITUALITAS BISNIS DALAM KEBERLANJUTAN USAHA KULINER MUSLIM YANG BERTAHAN LEBIH DARI 5 TAHUN DI KELURAHAN BUMI AYU, KOTA BENGKULU

Teyensi, Nurul Hak, Uswatun Hasanah

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

teyensiputri@gmail.com, nurul_hak@mail.uinfasbengkulu.ac.id,

uswatun.hasanah@mail.uinfasbengkulu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi spiritualitas bisnis Islam serta perannya dalam mendukung keberlanjutan usaha kuliner Muslim yang mampu bertahan lebih dari lima tahun di Kelurahan Bumi Ayu, Kota Bengkulu. Penelitian menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif jenis studi kasus deskriptif. Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* yang melibatkan pemilik usaha, karyawan, dan konsumen dari tiga usaha kuliner Muslim. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai spiritualitas bisnis Islam seperti tauhid, tawakal, amanah, kejujuran (*ṣidīq*), ihsan, syukur, dan sabar telah diimplementasikan dalam praktik usaha sehari-hari. Implementasi nilai-nilai tersebut tercermin dalam menjaga kualitas dan kehalalan produk, keterbukaan transaksi, pelayanan yang ramah, serta hubungan kerja yang harmonis. Selain itu, spiritualitas bisnis Islam berperan penting dalam memperkuat keberlanjutan usaha melalui peningkatan loyalitas pelanggan, stabilitas operasional, hubungan sosial yang baik, serta kemampuan adaptasi usaha secara selektif tanpa meninggalkan ciri khas utama usaha. Dengan demikian, spiritualitas bisnis Islam tidak hanya memiliki dimensi religius, tetapi juga menjadi fondasi strategis dalam menciptakan keberlanjutan usaha kuliner Muslim secara ekonomi, sosial, dan moral.

Kata Kunci: Spiritualitas bisnis Islam, keberlanjutan usaha, usaha kuliner Muslim, UMKM, etika bisnis Islam.

Abstract

This study aims to analyze the implementation of Islamic business spirituality and its role in supporting the sustainability of Muslim culinary businesses that have survived for more than five years in Bumi Ayu Village, Bengkulu City. This research employed a field research method with a qualitative descriptive case study approach. Informants were selected using purposive sampling techniques involving business owners, employees, and customers from three Muslim culinary businesses. Data were collected through observation, interviews, and documentation, while data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that Islamic business spirituality values such as *tauhid* (monotheism), *tawakal* (trust in God), *amanah* (trustworthiness), *ṣidīq* (honesty), *ihsan* (excellence), gratitude, and patience had been implemented in daily business practices. These values were reflected in maintaining product quality and halal standards, transparent transactions, friendly services, and harmonious working relationships. Furthermore, Islamic business spirituality played a significant role in strengthening business sustainability through increasing customer loyalty, operational stability, positive social relationships, and selective business adaptation without losing the business's core identity. Therefore, Islamic business spirituality not only has a religious dimension but also serves as a strategic foundation for achieving the economic, social, and moral sustainability of Muslim culinary businesses.

Keywords: Islamic business spirituality, business sustainability, Muslim culinary business, MSMEs, Islamic business ethics.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi juga berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM menyumbang sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan mampu menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia (Direktorat Jenderal Perbendaharaan, 2023). Kondisi tersebut menegaskan bahwa UMKM memiliki posisi strategis dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional, khususnya di tengah dinamika ekonomi global yang terus berkembang.

Meskipun memiliki kontribusi yang besar, UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan serius, terutama terkait keberlangsungan usaha. Banyak pelaku UMKM mengalami kegagalan usaha pada lima tahun pertama operasionalnya akibat lemahnya manajemen usaha, keterbatasan modal, rendahnya inovasi produk, serta kurangnya kemampuan adaptasi

terhadap perkembangan teknologi dan pasar digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi semata, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor internal pelaku usaha, termasuk nilai, motivasi, dan spiritualitas dalam menjalankan bisnis.

Di Provinsi Bengkulu, sektor UMKM memiliki peran yang sangat dominan dalam mendukung perekonomian daerah. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Bengkulu, sebanyak 108.000 pelaku UMKM telah terdaftar dalam Pendataan Lengkap Koperasi dan UMKM (PL-KUMKM) (Antara Bengkulu, 2023). Tingginya jumlah pelaku UMKM tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Bengkulu memiliki partisipasi ekonomi yang cukup tinggi, khususnya pada sektor kuliner yang menjadi salah satu sektor usaha paling berkembang.

Khusus di Kota Bengkulu, perkembangan UMKM juga menunjukkan tren yang positif. Sektor kuliner menjadi bidang usaha yang paling diminati, terutama oleh pelaku usaha muda. Selain itu, pemerintah daerah turut memberikan dukungan melalui berbagai program pengembangan UMKM, seperti pembentukan Zona Kuliner Halal, Aman, dan Sehat (Zona KHAS) serta pusat kuliner halal “ZCorner” yang bertujuan memperkuat identitas ekonomi berbasis syariah dan pemberdayaan masyarakat Muslim. Kehadiran program tersebut menunjukkan adanya upaya serius dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner di Kota Bengkulu.

Berdasarkan hasil observasi lapangan yang dilakukan peneliti pada tanggal 24–27 September, di Kelurahan Bumi Ayu Kota Bengkulu terdapat sekitar 130 unit usaha kuliner Muslim yang aktif beroperasi. Namun, hanya sebagian kecil usaha yang mampu bertahan lebih dari lima tahun. Sebagian besar pelaku usaha menghadapi berbagai kendala, seperti persaingan usaha yang semakin ketat, keterbatasan inovasi produk, manajemen keuangan yang belum tertata dengan baik, serta rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan ekonomi dan manajerial, tetapi juga dipengaruhi oleh aspek nonmaterial, salah satunya adalah spiritualitas bisnis.

Spiritualitas bisnis dalam perspektif Islam dipahami sebagai penerapan nilai-nilai keislaman dalam aktivitas usaha, seperti kejujuran (*ṣidq*), amanah, tawakal, ihsan, serta orientasi terhadap keberkahan dan kemanfaatan sosial. Nilai-nilai tersebut diyakini mampu membentuk etika bisnis yang kuat, meningkatkan motivasi usaha, serta memperkuat ketahanan pelaku usaha dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis. Menurut Zabidi, Kadir, dan Yaacob (tahun disesuaikan), spiritualitas bisnis Islam menekankan pentingnya memperoleh penghasilan halal, keberkahan keuntungan, dan kontribusi sosial melalui zakat serta sedekah sebagai bagian dari tujuan bisnis seorang Muslim. Dengan demikian, bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga bernilai ibadah dan kemaslahatan sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai spiritualitas bisnis dalam keberlanjutan usaha kuliner Muslim yang mampu bertahan lebih dari lima tahun di Kelurahan Bumi Ayu Kota Bengkulu menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor spiritual yang mendukung keberlangsungan UMKM kuliner Muslim, sekaligus menjadi dasar dalam merumuskan model pengembangan ekonomi umat yang berkelanjutan dan berbasis nilai-nilai Islam.

Landasan Teori

Konsep Spiritualitas Bisnis Islam

Spiritualitas dalam Islam merupakan upaya mendekatkan diri kepada Allah SWT melalui penyucian jiwa, penguatan nilai tauhid, dan penerapan akhlak mulia dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas bisnis. Spiritualitas tidak hanya diwujudkan melalui ibadah ritual, tetapi juga melalui perilaku jujur, amanah, dan bertanggung jawab dalam menjalankan usaha (Sa'diyah, 2021). Spiritualitas bisnis Islam dipahami sebagai integrasi nilai-nilai spiritual dan etika Islam ke dalam aktivitas usaha. Konsep ini menekankan bahwa bisnis tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan material, tetapi juga sebagai bentuk ibadah dan sarana memberikan manfaat bagi masyarakat (Marques, 2010). Selain itu, spiritualitas bisnis dapat menciptakan lingkungan usaha yang harmonis, meningkatkan tanggung jawab sosial, serta memperkuat hubungan antara pelaku usaha, karyawan, dan konsumen (Karakas, 2010).

Dalam praktiknya, spiritualitas bisnis Islam memiliki beberapa indikator utama, yaitu tauhid, tawakal, amanah, *ṣidīq* (jujur), ihsan, syukur, dan sabar. Nilai-nilai tersebut menjadi landasan moral bagi pelaku usaha dalam menjalankan bisnis secara etis, profesional, dan berorientasi pada keberkahan (Jalil, 2018). Penelitian Hanifah dkk. juga menunjukkan bahwa nilai spiritual seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keikhlasan mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan menjaga keberlangsungan usaha UMKM Muslim (Hanifah et al., 2022).

Konsep Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha merupakan kemampuan suatu usaha untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan keseimbangan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Konsep ini dikenal dengan istilah *Triple Bottom Line*, yaitu profit, people, dan planet (Agustia et al., 2020). Keberlanjutan usaha tidak hanya diukur dari keuntungan finansial, tetapi juga dari kontribusi sosial dan tanggung jawab terhadap lingkungan. Menurut Sirine (2019), UMKM yang menerapkan prinsip keberlanjutan memiliki daya saing lebih tinggi karena mampu membangun kepercayaan masyarakat dan konsumen. Selain itu, Kasmir (2016) menjelaskan bahwa keberlanjutan usaha juga dipengaruhi oleh manajemen usaha, inovasi produk, strategi pemasaran, dan loyalitas pelanggan.

Beberapa faktor yang memengaruhi keberlanjutan usaha antara lain inovasi produk dan pelayanan, kepuasan pelanggan, nilai spiritual dan etika bisnis, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar. Komariah dkk. menyatakan bahwa inovasi produk mampu meningkatkan daya saing UMKM dan membantu usaha bertahan di tengah persaingan pasar. Sementara itu, Parasuraman dkk. melalui teori SERVQUAL menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terhadap konsumen (Parasuraman et al., 1988). Dalam perspektif Islam, etika bisnis seperti kejujuran, amanah, dan keadilan juga menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan dan menjaga keberlangsungan usaha (Al-Qaradawi, 1997).

Hubungan Spiritualitas Bisnis dengan Keberlanjutan Usaha

Spiritualitas bisnis memiliki hubungan yang erat dengan keberlanjutan usaha. Nilai-nilai spiritual seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, dan orientasi pada keberkahan mampu menciptakan loyalitas pelanggan, meningkatkan komitmen kerja, serta membangun lingkungan usaha yang sehat. Alma (2013) menjelaskan bahwa wirausaha Muslim yang menerapkan nilai religius dalam praktik bisnisnya cenderung memiliki daya tahan usaha yang lebih kuat dibandingkan usaha yang hanya berorientasi pada keuntungan material. Selain itu, Ghoniyah, Amilahaq, dan Hartono (2022) menegaskan bahwa kesadaran spiritual dan etika kerja Islami berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha dan stabilitas bisnis jangka panjang.

Penelitian lain menunjukkan bahwa spiritualitas bisnis berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM kuliner Muslim. Praktik bisnis yang berlandaskan nilai halal, zakat, sedekah, dan etika kerja Islam terbukti mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat daya saing usaha dalam jangka panjang (Adiba & Amir, 2021). Dengan demikian, spiritualitas bisnis dapat dipahami sebagai faktor non-ekonomi yang berperan penting dalam menjaga keberlangsungan usaha kuliner Muslim.

Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif jenis studi kasus deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman secara mendalam mengenai implementasi nilai-nilai spiritualitas bisnis Islam dalam keberlanjutan usaha kuliner Muslim di Kelurahan Bumi Ayu, Kota Bengkulu. Penelitian dilakukan pada bulan September 2025 hingga Februari 2026 dengan lokasi penelitian di Kelurahan Bumi Ayu Kecamatan Selebar Kota Bengkulu. Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu, seperti pelaku usaha kuliner Muslim yang telah menjalankan usahanya lebih dari lima tahun dan terlibat langsung dalam pengelolaan usaha. Penelitian ini melibatkan 15 informan

yang terdiri dari pemilik usaha sebagai informan utama, serta karyawan dan konsumen sebagai informan pendukung guna memperoleh data yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai praktik spiritualitas bisnis dalam usaha kuliner Muslim.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku usaha kuliner Muslim di Kelurahan Bumi Ayu, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen lain yang relevan dengan tema penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan untuk memahami kondisi usaha secara langsung, wawancara untuk menggali pengalaman dan pemahaman informan terkait spiritualitas bisnis, serta dokumentasi sebagai data pendukung penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Proses analisis dilakukan dengan menyeleksi data yang relevan, menyusun data dalam bentuk naratif dan tematik, kemudian menarik kesimpulan berdasarkan pola-pola temuan di lapangan mengenai peran spiritualitas bisnis Islam dalam mendukung keberlanjutan usaha kuliner Muslim.

Hasil dan Pembahasan

Implementasi Nilai Spiritualitas Bisnis Islam pada Usaha Kuliner Muslim

Implementasi spiritualitas bisnis Islam pada usaha kuliner Muslim di Kelurahan Bumi Ayu terlihat dari cara pelaku usaha memaknai aktivitas bisnis sebagai bagian dari ibadah kepada Allah SWT. Berdasarkan hasil penelitian, pemilik usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi, tetapi juga menempatkan nilai-nilai spiritual sebagai pedoman utama dalam menjalankan usaha sehari-hari. Spiritualitas tersebut tercermin dalam sikap, perilaku, pola pengambilan keputusan, serta hubungan sosial yang dibangun dengan karyawan dan konsumen.

Nilai tauhid menjadi dasar utama dalam aktivitas usaha kuliner Muslim di lokasi penelitian. Para pelaku usaha meyakini bahwa usaha yang dijalankan merupakan amanah dari Allah SWT dan rezeki yang diperoleh sepenuhnya berasal dari-Nya. Keyakinan tersebut membentuk sikap hati-hati dalam menjalankan usaha, terutama dalam menjaga kualitas makanan, kebersihan tempat usaha, serta pelayanan kepada pelanggan. Pemilik usaha memandang bahwa menjaga kualitas produk merupakan bagian dari tanggung jawab moral dan bentuk ibadah.

Penerapan nilai tauhid juga terlihat dalam hubungan kerja antara pemilik usaha dan karyawan. Pemilik usaha secara konsisten mengingatkan karyawan untuk bekerja dengan jujur, bertanggung jawab, dan menjaga amanah terhadap pelanggan. Aktivitas kerja tidak hanya dipandang sebagai rutinitas ekonomi,

tetapi juga sebagai bentuk pengabdian kepada Allah SWT. Nilai spiritual tersebut menciptakan budaya kerja yang lebih disiplin, bertanggung jawab, dan penuh kesadaran moral.

Dari sisi konsumen, implementasi nilai tauhid dirasakan melalui kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap usaha kuliner Muslim tersebut. Konsumen menilai bahwa kebersihan tempat usaha, kehalalan makanan, serta sikap ramah pemilik dan karyawan mencerminkan komitmen moral dalam menjalankan usaha. Hal ini membangun rasa aman dan nyaman bagi pelanggan sehingga mendorong terbentuknya loyalitas konsumen terhadap usaha kuliner tersebut.

Selain tauhid, nilai tawakal juga menjadi bagian penting dalam praktik usaha kuliner Muslim di Kelurahan Bumi Ayu. Tawakal diwujudkan melalui sikap tenang dan sabar pemilik usaha dalam menghadapi fluktuasi usaha dan ketidakpastian pasar. Para pelaku usaha meyakini bahwa setelah melakukan ikhtiar secara maksimal, hasil usaha sepenuhnya diserahkan kepada Allah SWT. Sikap ini membuat pemilik usaha tidak mudah putus asa ketika menghadapi penurunan omzet atau persaingan usaha.

Implementasi nilai tawakal juga berdampak pada hubungan kerja di lingkungan usaha. Ketika usaha mengalami penurunan pendapatan, pemilik usaha tidak melampiaskan tekanan kepada karyawan, melainkan mengajak mereka berdiskusi dan mencari solusi bersama. Sikap tersebut menciptakan suasana kerja yang lebih harmonis dan kondusif sehingga karyawan merasa dihargai dan tetap termotivasi dalam bekerja.

Nilai amanah menjadi prinsip penting dalam menjaga hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Amanah diwujudkan melalui komitmen menjaga kualitas makanan, kebersihan tempat usaha, serta keterbukaan dalam transaksi. Pemilik usaha memandang bahwa pelanggan harus diperlakukan dengan baik dan tidak boleh dirugikan demi memperoleh keuntungan semata. Prinsip amanah tersebut membantu membangun kepercayaan konsumen terhadap usaha kuliner Muslim di Kelurahan Bumi Ayu.

Penerapan amanah juga tercermin dalam budaya kerja yang diterapkan kepada karyawan. Pemilik usaha selalu mengingatkan pentingnya bersikap jujur, ramah, dan menjaga kebersihan dalam bekerja. Nilai tersebut membentuk karakter kerja yang bertanggung jawab dan profesional. Karyawan memahami bahwa menjaga amanah pelanggan merupakan bagian penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha.

Nilai kejujuran (*ṣidq*) menjadi salah satu nilai spiritual yang paling dominan diterapkan oleh pelaku usaha kuliner Muslim. Kejujuran diwujudkan melalui keterbukaan harga, kesesuaian porsi makanan, serta penggunaan bahan baku yang berkualitas. Pemilik usaha berupaya menghindari praktik penipuan dan manipulasi dalam transaksi karena memandang kejujuran sebagai bentuk tanggung jawab moral dan ibadah kepada Allah SWT.

Kejujuran juga ditanamkan kepada karyawan dalam seluruh aktivitas kerja sehari-hari. Karyawan diarahkan untuk tidak mengurangi porsi makanan, tidak memanipulasi harga, dan bersikap terbuka kepada pelanggan. Sikap jujur tersebut menciptakan rasa aman bagi konsumen sehingga mereka merasa nyaman dan percaya untuk terus berlangganan pada usaha kuliner tersebut.

Implementasi nilai ihsan terlihat dari upaya pelaku usaha memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Pemilik usaha menjaga kebersihan tempat usaha, memastikan kualitas bahan makanan tetap segar, serta memberikan pelayanan yang ramah dan cepat. Pelayanan dipandang sebagai bagian dari ibadah sehingga pelanggan harus dilayani dengan penuh perhatian dan kesabaran.

Nilai ihsan juga tercermin dalam sikap pemilik usaha ketika menghadapi keluhan pelanggan. Pemilik usaha memilih bersikap sabar, mendengarkan komplain pelanggan, dan segera memberikan solusi tanpa menunjukkan emosi negatif. Sikap tersebut membuat pelanggan merasa dihargai sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap usaha kuliner Muslim di Kelurahan Bumi Ayu.

Nilai syukur menjadi faktor penting yang memengaruhi semangat pelaku usaha dalam menjalankan bisnis. Para pemilik usaha memandang bahwa usaha yang masih mampu bertahan hingga saat ini merupakan nikmat dari Allah SWT yang harus disyukuri. Rasa syukur tersebut diwujudkan dengan tetap menjaga kualitas usaha, berbagi rezeki dengan sesama, serta mempertahankan sikap positif dalam menghadapi berbagai tantangan usaha.

Selain syukur, nilai sabar juga terimplementasi dalam sikap pelaku usaha ketika menghadapi tekanan ekonomi dan persaingan pasar. Pemilik usaha tetap menjalankan usaha dengan tenang, tidak mudah mengeluh, serta tidak mengambil tindakan yang bertentangan dengan etika Islam demi memperoleh keuntungan cepat. Kesabaran tersebut membantu menjaga stabilitas usaha dan menciptakan hubungan kerja yang harmonis dengan karyawan maupun pelanggan.

Secara keseluruhan, implementasi nilai spiritualitas bisnis Islam pada usaha kuliner Muslim di Kelurahan Bumi Ayu menunjukkan bahwa nilai tauhid, tawakal, amanah, kejujuran, ihsan, syukur, dan sabar telah terinternalisasi dalam praktik usaha sehari-hari. Nilai-nilai tersebut tidak hanya menjadi pedoman moral, tetapi juga membentuk budaya kerja, memperkuat hubungan sosial, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta mendukung keberlanjutan usaha kuliner Muslim dalam jangka panjang.

Peran Spiritualitas Bisnis dalam Memperkuat Keberlanjutan Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa spiritualitas bisnis Islam memiliki peran yang sangat penting dalam memperkuat keberlanjutan usaha kuliner Muslim di Kelurahan Bumi Ayu. Spiritualitas bisnis tidak hanya dipahami sebagai

keyakinan pribadi pelaku usaha, tetapi juga menjadi landasan dalam menjalankan aktivitas usaha sehari-hari. Nilai-nilai seperti tauhid, amanah, kejujuran, ihsan, syukur, dan sabar memengaruhi cara pelaku usaha mengelola usaha, membangun hubungan sosial, serta menghadapi tantangan ekonomi dan perubahan pasar.

Dalam aspek ekonomi, spiritualitas bisnis berperan dalam menjaga stabilitas dan ketahanan usaha meskipun kondisi pendapatan bersifat fluktuatif. Para pelaku usaha menyampaikan bahwa omzet usaha tidak selalu stabil karena dipengaruhi oleh kondisi pasar dan jumlah pelanggan. Namun demikian, usaha tetap mampu bertahan dan memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh besarnya keuntungan, tetapi juga oleh sikap dan nilai spiritual yang dimiliki pelaku usaha dalam menyikapi kondisi ekonomi secara bijak dan penuh kesabaran.

Pelaku usaha menerapkan prinsip kehati-hatian dalam mengelola keuangan usaha. Ketika harga bahan baku mengalami kenaikan, pemilik usaha memilih menyesuaikan pengeluaran dan menjaga stabilitas operasional tanpa mengurangi kualitas makanan. Jika penyesuaian harga harus dilakukan, pemilik usaha tetap bersikap terbuka dan jujur kepada pelanggan. Sikap transparan tersebut mencerminkan implementasi nilai amanah dan kejujuran dalam aktivitas ekonomi.

Nilai spiritual seperti kejujuran dan amanah juga terbukti mampu membangun loyalitas pelanggan. Konsumen merasa nyaman karena harga disampaikan secara jelas, kualitas makanan tetap terjaga, dan pelayanan dilakukan dengan ramah. Loyalitas pelanggan menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha kuliner Muslim di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Dengan demikian, spiritualitas bisnis berfungsi sebagai modal sosial sekaligus strategi ekonomi yang mendukung stabilitas usaha dalam jangka panjang.

Selain berdampak pada aspek ekonomi, spiritualitas bisnis juga berpengaruh besar terhadap aspek sosial usaha. Hubungan antara pemilik usaha dan karyawan dibangun atas dasar kekeluargaan, saling menghargai, dan bekerja sama untuk mencari rezeki yang halal. Pemilik usaha tidak memandang karyawan hanya sebagai tenaga kerja, tetapi sebagai bagian penting dalam keberlangsungan usaha. Hubungan kerja yang harmonis tersebut menciptakan suasana kerja yang nyaman dan meningkatkan semangat kerja karyawan.

Nilai spiritual juga ditanamkan kepada karyawan dalam aktivitas kerja sehari-hari. Sebelum bekerja, karyawan dibiasakan untuk berdoa dan diingatkan agar bekerja dengan jujur, amanah, serta melayani pelanggan dengan baik. Ketika terjadi masalah atau komplain dari pelanggan, pemilik usaha tidak bersikap emosional, melainkan mengajak karyawan berdiskusi dan mencari

solusi bersama. Sikap tersebut menunjukkan bahwa spiritualitas bisnis berperan dalam membentuk budaya kerja yang lebih positif dan humanis.

Dari perspektif konsumen, penerapan spiritualitas bisnis tercermin dalam pelayanan yang ramah, sikap sopan, kebersihan tempat usaha, serta konsistensi rasa makanan. Konsumen merasa dihargai dan nyaman ketika berkunjung karena pemilik usaha dan karyawan melayani dengan penuh kesabaran dan perhatian. Kepercayaan pelanggan terbentuk karena adanya transparansi harga dan sikap jujur dalam transaksi. Kondisi ini memperkuat hubungan sosial antara pelaku usaha dan konsumen sehingga menciptakan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan.

Spiritualitas bisnis juga berperan dalam membentuk kemampuan adaptasi usaha terhadap perubahan pasar dan perkembangan tren kuliner. Pelaku usaha menyadari bahwa selera konsumen terus berkembang, namun mereka tidak serta-merta mengikuti seluruh tren yang muncul. Adaptasi dilakukan secara selektif dengan tetap mempertahankan ciri khas menu utama yang telah dipercaya pelanggan selama bertahun-tahun.

Strategi adaptasi yang dilakukan lebih difokuskan pada perbaikan internal usaha, seperti menjaga konsistensi rasa, meningkatkan kualitas pelayanan, dan memperhatikan kenyamanan pelanggan. Pelaku usaha memilih mempertahankan identitas usaha dibandingkan melakukan perubahan drastis yang berisiko menghilangkan kepercayaan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa spiritualitas bisnis memengaruhi pola pengambilan keputusan usaha agar tetap berjalan secara stabil dan berorientasi jangka panjang.

Karyawan juga memahami bahwa mempertahankan ciri khas menu dan kualitas pelayanan merupakan bagian penting dalam menjaga keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, mereka diarahkan untuk tetap menjaga standar kualitas makanan dan pelayanan meskipun terdapat tekanan persaingan pasar. Sikap tersebut menunjukkan adanya internalisasi nilai tanggung jawab dan amanah dalam operasional usaha sehari-hari.

Dari sisi konsumen, strategi adaptasi yang dilakukan usaha kuliner Muslim dinilai positif karena usaha tetap mengikuti perkembangan zaman tanpa menghilangkan kualitas rasa dan identitas utama usaha. Konsumen merasa bahwa konsistensi rasa dan pelayanan menjadi alasan utama mereka terus melakukan pembelian ulang. Hal ini membuktikan bahwa spiritualitas bisnis tidak menghambat inovasi usaha, tetapi justru mengarahkan inovasi agar tetap sesuai dengan nilai moral dan kebutuhan pelanggan.

Keberlanjutan usaha kuliner Muslim di Kelurahan Bumi Ayu juga dipengaruhi oleh sikap syukur dan sabar pelaku usaha dalam menghadapi dinamika usaha. Pemilik usaha tetap bersyukur atas pendapatan yang diperoleh dan memandang usaha yang masih bertahan sebagai bentuk nikmat dari Allah

SWT. Sikap tersebut membantu pelaku usaha menjaga motivasi dan semangat kerja meskipun menghadapi berbagai tantangan ekonomi dan persaingan pasar.

Nilai sabar juga membantu pelaku usaha menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan karyawan. Ketika menghadapi komplain atau kondisi usaha yang menurun, pemilik usaha tetap berusaha bersikap tenang dan tidak mengambil keputusan secara emosional. Sikap ini menciptakan suasana usaha yang lebih stabil dan harmonis sehingga mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa spiritualitas bisnis Islam berperan penting dalam memperkuat keberlanjutan usaha kuliner Muslim di Kelurahan Bumi Ayu. Spiritualitas bisnis tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga memperkuat hubungan sosial, membentuk budaya kerja yang positif, serta membantu pelaku usaha beradaptasi dengan perubahan pasar secara bijak dan berorientasi jangka panjang.

Dengan demikian, nilai tauhid, tawakal, amanah, kejujuran, ihsan, syukur, dan sabar terbukti menjadi fondasi penting dalam menjaga stabilitas usaha, membangun loyalitas pelanggan, memperkuat hubungan sosial, serta mendukung keberlanjutan usaha kuliner Muslim secara ekonomi, sosial, dan operasional. Spiritualitas bisnis Islam dalam penelitian ini tidak hanya berfungsi sebagai nilai religius, tetapi juga menjadi strategi moral dan sosial yang memperkuat daya tahan usaha di tengah dinamika persaingan usaha modern.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai spiritualitas bisnis dalam keberlanjutan usaha kuliner Muslim yang bertahan lebih dari lima tahun di Kelurahan Bumi Ayu, Kota Bengkulu, dapat disimpulkan bahwa spiritualitas bisnis Islam memiliki peran penting dalam mendukung keberlangsungan usaha kuliner Muslim. Pelaku usaha tidak hanya memandang bisnis sebagai sarana memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk ibadah dan tanggung jawab moral kepada Allah SWT. Implementasi nilai-nilai spiritual seperti tauhid, tawakal, amanah, kejujuran, ihsan, syukur, dan sabar tercermin dalam praktik usaha sehari-hari, seperti menjaga kualitas dan kehalalan produk, bersikap jujur dalam transaksi, memberikan pelayanan yang ramah, serta menjaga hubungan baik dengan karyawan dan konsumen. Penerapan nilai-nilai tersebut terbukti mampu membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, menciptakan hubungan sosial yang harmonis, menjaga stabilitas operasional usaha, serta membantu pelaku usaha beradaptasi secara selektif terhadap perubahan pasar tanpa meninggalkan ciri khas usaha. Dengan demikian, spiritualitas bisnis Islam tidak hanya memiliki dimensi religius, tetapi juga menjadi fondasi strategis dalam menciptakan usaha kuliner Muslim yang berkelanjutan, stabil, dan berorientasi pada keberkahan jangka panjang.

Daftar Pustaka

- Adiba, E. M., & Amir, F. (2021). Spiritualitas bisnis Islam dan keberlanjutan usaha kuliner Muslim. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 120–135.
- Agustia, D., dkk. (2020). Konsep triple bottom line dalam keberlanjutan usaha. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 15(1), 45–58.
- Alma, B. (2013). *Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum*. Alfabeta.
- Al-Qaradawi, Y. (1997). *Norma dan etika ekonomi Islam*. Gema Insani Press.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Gema Insani Press.
- Antara Bengkulu. (2023, 9 Agustus). Sebanyak 108.000 pelaku UMKM di Bengkulu terdaftar dalam PL-KUMKM. <https://bengkulu.antaranews.com/berita/302724/sebanyak-108000-pelaku-umkm-di-bengkulu-terdaftar-dalam-plkumkm>
- Azzahra, J. P. K. F. (2022). Penerapan amanah dalam membangun kepercayaan konsumen pada UMKM syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 66–78.
- Direktorat Jenderal Perbendaharaan. (2023, 27 Juni). Kontribusi UMKM dalam perekonomian Indonesia. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html>
- Djakfar, M. (2012). *Etika bisnis Islam: Tataran teoritis dan praktis*. UIN Maliki Press.
- Fadllan. (2020). Spiritualitas dan etika bisnis Islam dalam keberlanjutan usaha. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(1), 77–89.
- Ghonyah, N., Amilahaq, F., & Hartono, B. (2022). Sustainability awareness dan etika kerja Islami terhadap keberlanjutan usaha. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 9(2), 110–125.
- Hafidhuddin, D. (2003). *Islam aplikatif*. Gema Insani Press.
- Hanifah, N., dkk. (2022). Pengaruh spiritualitas dan religiusitas terhadap keberlangsungan UMKM Muslim. *Jurnal Manajemen Syariah*, 5(2), 89–102.
- Haryanto, S. D., dkk. (2021). Keberlanjutan usaha UMKM dalam perspektif triple bottom line. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 14(3), 201–215.
- Jalil, A. (2018). *Etika bisnis Islam*. Rajawali Pers.
- Karakas, F. (2010). Spirituality and performance in organizations: A literature review. *Journal of Business Ethics*, 94(1), 89–106. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0251-5>
- Kasmir. (2016). *Kewirausahaan*. RajaGrafindo Persada.
- Komariah, S., dkk. (2021). Inovasi produk UMKM halal dalam meningkatkan daya saing usaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(1), 55–68.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Latif, F. (2020). Tauhid sebagai dasar bisnis syariah menurut Muhammad Syafii Antonio. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 40–52.
- Marques, J. (2010). Toward greater consciousness in the 21st century workplace: How Buddhist practices fit in. *Journal of Business Ethics*, 92(2), 211–225. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0157-2>
- Maulida, R., dkk. (2021). Implementasi nilai tauhid dalam etika bisnis Islam pada UMKM. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 11(2), 95–107.
- Mursidah. (2020). Kejujuran dan transparansi dalam membangun loyalitas konsumen UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(1), 33–45.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Rahma, K. S., dkk. (2021). Pengaruh etika bisnis Islam terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis Syariah*, 7(2), 101–115.
- Rivai, V., & Arifin, A. (2009). *Islamic leadership: Membangun super leadership melalui kecerdasan spiritual*. Bumi Aksara.
- Sa'diyah, H. (2021). Spiritualitas Islam dalam kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat Muslim. *Jurnal Studi Islam*, 13(1), 55–69.
- Safar, Y., dkk. (2021). Etika bisnis Islam dan loyalitas pelanggan pada UMKM. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(2), 88–99.
- Salsabilla, N., dkk. (2022). Pengaruh nilai kejujuran dan amanah terhadap keberlanjutan usaha UMKM. *Jurnal Bisnis Islam*, 6(1), 75–87.
- Sekretariat Negara Republik Indonesia. (2022, 13 Juli). Kontribusi UMKM bagi perekonomian besar, Presiden tekankan pentingnya izin bagi UMKM. https://www.setneg.go.id/baca/index/kontribusi_umkm_bagi_perekonomian_besar_presiden_tekankan_pentingnya_izin_bagi_umkm
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, kesan dan keserasian Al-Qur'an*. Lentera Hati.
- Sirine, H. (2019). Prinsip keberlanjutan pada UMKM dan daya saing usaha. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(1), 15–27.
- Sumarta, A., dkk. (2020). Spiritualitas bisnis sebagai motivasi kerja dalam perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 120–132.
- Tohari. (2018). Nilai syukur dan sabar dalam etika ekonomi Islam. *Jurnal Studi Ekonomi Islam*, 5(1), 44–56.
- Tustiati, E. (2021). Strategi inovasi produk UMKM di era digital. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 10(2), 67–80.
- Wahyudi, I. (2017). Prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas ekonomi masyarakat Muslim. *Jurnal Muamalah*, 4(1), 50–63.

- Wardana, I. T. (2021). Pengaruh etika bisnis Islam terhadap loyalitas pelanggan UMKM. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 9(1), 71–84.
- Zabidi, N. A., Kadir, A. R. A., & Yaacob, Y. (2020). Islamic business spirituality and Muslim entrepreneurship sustainability. *International Journal of Islamic Business*, 5(2), 90–104.