

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Konsep Spiritualitas Bisnis Islam

1. Pengertian Spiritualitas dalam Islam

Spiritualitas dalam Islam merujuk pada upaya manusia untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT melalui penyucian jiwa, penguatan nilai tauhid, serta penerapan akhlak mulia dalam seluruh aspek kehidupan. Dalam Islam, spiritualitas tidak hanya dipahami sebagai ritual ibadah formal seperti salat, puasa, atau zikir, tetapi juga sebagai kesadaran batin yang terus hadir dalam setiap aktivitas, termasuk dalam bekerja dan berbisnis.¹ Spiritualitas dalam bisnis bukan hanya merupakan ekspresi pribadi keagamaan, tetapi dapat menjadi strategi yang nyata dan terukur dalam menjalankan usaha.

Lebih lanjut, kajian dari penelitian Halimatus Sa'diyah menegaskan bahwa spiritualitas Islam merupakan integrasi dimensi *zāhir* (lahir) dan *bāṭin* (batin). Dimensi lahir tampak pada ibadah ritual seperti shalat dan puasa, sedangkan dimensi batin tercermin dalam kesadaran moral, kejujuran, amanah, dan perilaku etis.² Dengan demikian, spiritualitas dalam Islam tidak

¹ Hanifiyah Yuliatul Hijriah, "Spiritualitas Islam dalam Kewirausahaan," *Tsaqafah*, 12.1 (2016), 187 <<https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v12i1.374>>.

² Halimatus Sa'diyah, "Spiritualitas Pendidikan Islam Perspektif Syed Muhammad Naquib Al-Atta" *Tadrīs: Jurnal Pendidikan Islam*, 8.2 (2013).

hanya menjadi aspek personal, melainkan memiliki dampak sosial karena mendorong terbentuknya perilaku yang adil, jujur, dan bertanggung jawab.

Dari perspektif kemasyarakatan, spiritualitas Islam juga berfungsi sebagai dasar pembentukan kesadaran sosial. Pemahaman tauhid yang benar mendorong manusia untuk berlaku adil, menghindari sifat egoistis, dan menghadirkan nilai etika dalam transaksi sosial maupun ekonomi.³ Hal ini menunjukkan bahwa spiritualitas tidak hanya membentuk hubungan vertikal manusia dengan Allah, tetapi juga hubungan horizontal dengan sesama manusia.

2. Pengertian spritualitas bisnis Islam

Spiritualitas bisnis merujuk pada integrasi nilai-nilai spiritual ke dalam aktivitas organisasi dan korporasi yang memberikan makna dan tujuan pada kehidupan kerja seseorang. Spiritualitas dalam bisnis tidak terbatas pada praktik keagamaan, tetapi berkaitan dengan cara individu menemukan makna yang lebih dalam pekerjaan mereka dan menganggapnya sebagai bentuk pengabdian pribadi. Spiritualitas bisnis juga membantu menciptakan harmoni antara kebutuhan material dan spiritual, mendorong orang untuk

³ Muhammad Fachrudin, "Hakikat Ibadah Mahdhoh dan Spiritualitas dalam Kehidupan," *BAZNAS Kota Surabaya*, 2025.
<<https://kotasurabaya.baznas.go.id/artikel/show/hakikat-ibadah-mahdhoh-dan-spiritualitas-dalam-kehidupan/30301>>. diakses 25 Oktober 2025

bekerja tidak hanya demi keuntungan, tetapi juga untuk berkontribusi secara positif bagi orang lain dan masyarakat secara keseluruhan.⁴

Penelitian Joan Marques menggambarkan bahwa spiritualitas bisnis sebagai upaya sadar individu dan organisasi untuk mengintegrasikan nilai-nilai moral, prinsip etika, dan empati ke dalam setiap aspek manajemen bisnis. Spiritualitas bisnis tidak berkaitan dengan praktik keagamaan, melainkan dengan menciptakan lingkungan kerja yang manusiawi di mana karyawan merasa memiliki tujuan dan rasa memiliki. Inti dari konsep ini terletak pada upaya mempromosikan hubungan harmonis antara pemilik bisnis, pekerja, dan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan kolektif dan harmoni organisasi.⁵

Spiritualitas bisnis mewakili perspektif holistik yang mengintegrasikan aspek pribadi, sosial, dan moral dalam aktivitas ekonomi. Peneliti Fahri Karakas menjelaskan bahwa spiritualitas di tempat kerja terdiri dari tiga dimensi inti: (1) menemukan makna dan tujuan dalam pekerjaan, (2) membangun rasa keterhubungan dengan orang lain dan

⁴ A *Spiritual Audit of Corporate America: A Hard Look at Spirituality, Religion, and Values in the Workplace* (California: Jossey-Bass, San Francisco, 1999).

⁵ Joan Marques, "Spirituality at Work : Internal Growth With Potential External Challenges" *Spirituality at Work : Internal Growth With Potential External Challenges*, *Journal of Management Development*, 27(8), October 2008 , 885–895.

komunitas yang lebih luas, dan (3) menyelaraskan nilai-nilai individu dengan nilai-nilai organisasi. Dalam kerangka ini, spiritualitas bisnis tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan produktivitas, tetapi juga sebagai sarana untuk memperdalam kemanusiaan dan menumbuhkan tanggung jawab sosial di antara para pelaku bisnis.⁶

Spiritualitas dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja dan keberlangsungan usaha UMKM Muslim. Penelitian Hanifah dkk, menemukan bahwa nilai-nilai spiritual seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keikhlasan mendorong pelaku usaha untuk menjaga kualitas produk dan pelayanan secara konsisten.⁷ Selain itu, *Islamic branding* menciptakan kepercayaan dan loyalitas pelanggan yang menjadi pondasi penting bagi keberlanjutan bisnis. Penelitian ini memperkuat teori bahwa spiritualitas bisnis mendorong pelaku usaha untuk tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai moral dan keislaman yang berkontribusi pada keberlanjutan dan daya tahan usaha.

Menurut penelitian Sumarta dkk, spiritualitas dalam bisnis berfungsi untuk menanamkan kesadaran bahwa bekerja adalah bentuk ibadah yang harus dilakukan dengan amanah,

⁶ Fahri Karakas, "Spirituality and Performance in Organizations: A Literature Review," *Journal of Business Ethic*, 94(1).0 (2010), 89–106.

⁷ I Made Murjana Ida Ayu Nursanty, Endang Kartini, "Spiritualitas Dalam Akuntansi Sang Pembebas Dari Kuasa Kapitalisme," *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 11.1 (2021) <<https://doi.org/10.37859/jae.v11i1.2549>>.

ihsan, dan profesionalisme. Dengan demikian, spiritualitas bisnis tidak hanya menjadi pendorong motivasi kerja, tetapi juga menjadi faktor utama dalam menciptakan keberlanjutan usaha yang beretika, berkeadilan, dan bernilai kemanusiaan.⁸

3. Indikator Spiritualitas Bisnis

Merujuk pada peneliti Jalil disebut bahwa terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur dan memahami spiritualitas dalam praktik bisnis Islam yaitu⁹ sebagai berikut:

a. Tauhid

Kesadaran bahwa usaha dijalankan semata-mata untuk mencari ridha Allah bukan semata mengejar keuntungan. Pelaku usaha menyadari bahwa semua rezeki datang dari Allah dan usaha adalah bentuk ibadah.

b. Tawakal

Sikap berserah diri kepada Allah setelah melakukan usaha secara maksimal. Tidak mudah putus asa saat menghadapi kesulitan karena percaya bahwa hasil akhir adalah kehendak Allah.

⁸ Sumarta, Yana Hidayat, Maulana, Muhamad Ibnu Hermawan, dan Universitas Pelita Bangsa, "Spiritualitas Kerja dalam Islam dan Kapitalisme Etis," *Jurnal Inovasi global*, 3.7 (2025), 1048–53.

⁹ Abdul Jalil, *Transformasi Spiritual Kewirausahaan: Spiritual Entrepreneurship* (Yogyakarta: LKiS, 2013).

c. Amanah

Menjaga kepercayaan dari pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat. Tidak menyalahgunakan kepercayaan yang diberikan dan menjalankan usaha dengan penuh tanggung jawab.

d. Shidiq (Jujur)

Kejujuran dalam menawarkan produk, kualitas, harga, dan pelayanan. Tidak melakukan penipuan atau manipulasi dalam transaksi.

e. Ihsan

Memberikan pelayanan terbaik, bekerja sepenuh hati, dan senantiasa berbuat baik dalam menjalankan usaha.

f. Syukur dan Sabar

Menerima hasil usaha dengan rasa syukur dan bersabar dalam menghadapi ujian usaha. Tidak terburu-buru, serta menjaga ketenangan dalam mengambil keputusan.

B. Konsep Keberlanjutan Usaha (*Business Sustainability*)

1. Pengertian keberlanjutan usaha

Keberlanjutan usaha merupakan kemampuan suatu organisasi atau pelaku bisnis untuk mempertahankan eksistensinya dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Menurut Dian Agustia dkk, keberlanjutan usaha tidak hanya berkaitan dengan pencapaian profit semata,

tetapi juga bagaimana sebuah usaha dapat beroperasi tanpa merugikan generasi mendatang. Hal ini dikenal dengan konsep *Triple Bottom Line* yang menekankan pada tiga aspek utama, yaitu bahwa keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh keuntungan ekonomi (*profit*), tetapi juga oleh kontribusi sosial (*people*), dan tanggung jawab terhadap lingkungan (*planet*).¹⁰ Keberlanjutan usaha harus diukur dari kinerja keuangan, sosial, dan lingkungan. Pelaku usaha yang hanya fokus pada keuntungan finansial akan rentan terhadap perubahan, sedangkan usaha yang memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan akan lebih dipercaya dan mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat.¹¹

Peneliti Hani Sirine menjelaskan bahwa UMKM yang mengadopsi prinsip keberlanjutan memiliki daya saing yang lebih tinggi. Hal ini karena konsumen modern cenderung memilih produk dari usaha yang memiliki tanggung jawab sosial dan ramah lingkungan. Oleh karena itu, keberlanjutan bukan hanya sebuah tuntutan moral, tetapi juga strategi bisnis

¹⁰ Sendy Dwi Haryanto Dian Agustia, Iman Harymawan, Yani Permatasari, *Sustainability: Konsep dan Pelaporan* (Surabaya: Universitas Airlangga Press (Unair Press) Universitas Airlangga, 2022).

¹¹ Eko Ganis dan Wuryan Andayani Sukaharsono, *Akuntansi Keberlanjutan* (Malang: UB Press, Malang, 2021).

yang memperkuat daya tahan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.¹²

Dalam usaha kecil dan menengah di Indonesia, Kasmir menjelaskan bahwa keberlanjutan usaha ditentukan oleh pengelolaan manajemen yang baik, inovasi produk, strategi pemasaran, serta kepercayaan konsumen. Nilai-nilai etika, kejujuran, dan amanah juga menjadi faktor penting dalam menjaga loyalitas pelanggan dan keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, keberlanjutan usaha kuliner Muslim tidak hanya dipandang dari sisi ekonomi semata, tetapi juga dari aspek sosial, lingkungan, serta spiritual yang terintegrasi dalam praktik bisnis sehari-hari.¹³

Dengan demikian, teori keberlanjutan usaha memberikan pemahaman bahwa sebuah bisnis tidak hanya dinilai dari keuntungan jangka pendek, tetapi juga dari kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan. Konsep ini menjadi semakin relevan bagi pelaku usaha kuliner Muslim yang tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga keberkahan dan tanggung jawab sosial sesuai dengan nilai-nilai Islam.

¹² Hani Sirine, *Strategi Keberlanjutan UMKM: Implementasi Triple Bottom Line* (Bandung: Widina Press, Bandung, 2023).

¹³ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).

1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha mengacu pada kemampuan suatu bisnis untuk beradaptasi, berkembang, dan bertahan dalam lingkungan yang dinamis. Menurut literatur bisnis dan manajemen modern, keberlanjutan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor operasional dan ekonomi, tetapi juga oleh inovasi, loyalitas pelanggan, spiritualitas, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis.

a. Inovasi Produk dan Pelayanan

Inovasi produk dan pelayanan merupakan salah satu faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan usaha, terutama bagi sektor UMKM. Menurut Komariah dkk, dalam temuannya inovasi produk yang dilakukan oleh UMKM makanan dan minuman halal di Kota Bekasi Utara terbukti meningkatkan daya saing dan kemampuan bertahan di tengah perubahan pasar. Inovasi tidak hanya terkait dengan pengembangan rasa atau kemasan, tetapi juga dengan bagaimana pelaku usaha mampu menyesuaikan produknya dengan preferensi dan nilai-nilai konsumen.¹⁴

Hal ini sejalan dengan penelitian Tustiati yang menegaskan bahwa strategi inovasi produk di era digital menjadi sarana penting dalam menciptakan keunggulan

¹⁴ Neng Siti Komariah et al., “Determinasi Inovasi Produk Pada UMKM Sektor Makanan dan Minuman Halal di Kota Bekasi Utara,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.03 (2023), 3824–28.

kompetitif dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Inovasi yang berkelanjutan membantu UMKM memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, serta menjaga relevansi bisnis dalam lingkungan persaingan yang semakin dinamis.¹⁵

b. Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan

Kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam menjaga keberlanjutan usaha karena berhubungan langsung dengan loyalitas konsumen dan reputasi bisnis. Menurut Parasuraman dkk, dalam teori *SERVQUAL*, kepuasan muncul ketika kinerja layanan sesuai atau bahkan melampaui harapan pelanggan, yang diukur melalui lima dimensi: *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

Teori ini telah menjadi dasar dalam banyak penelitian modern, termasuk dalam ekonomi Islam.¹⁶ Kepuasan pelanggan tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada nilai religiusitas dan citra merek Islami yang mencerminkan integritas pelaku usaha. Kejujuran, pelayanan yang ramah, serta kesesuaian produk dengan

¹⁵ tustiati, "Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm di era digital," *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 02 (2025), 1–6.

¹⁶ Valarie A Zeithaml dan Leonard L Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (*SERVQUAL*)," *Journal of Retailing*, 64(1), (1985), 12–40 <<https://doi.org/10.2307/1251430>>.

prinsip halal menjadi faktor utama dalam membangun kepuasan dan kepercayaan pelanggan Muslim terhadap suatu usaha.

c. Nilai Spritual dan Etika Bisnis

Nilai spiritual dalam bisnis menjadi pondasi penting bagi pelaku usaha untuk menjaga keseimbangan antara keuntungan material dan tanggung jawab moral. Menurut penelitian Al-Qaradawi dalam bukunya *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, aktivitas ekonomi seorang Muslim harus berlandaskan nilai-nilai tauhid, keadilan, dan kejujuran. Bisnis dalam pandangan Islam bukan semata-mata sarana mencari keuntungan, tetapi juga bentuk ibadah yang mengandung nilai sosial dan moral.¹⁷ Prinsip etika seperti keadilan dalam transaksi, kejujuran dalam promosi, dan larangan terhadap penipuan menjadi dasar terbentuknya kepercayaan dan keberkahan usaha.

Penerapan nilai-nilai spiritual dan etika bisnis Islam berperan penting dalam menjaga keberlanjutan usaha mikro kecil menengah (UMKM). Dalam UMKM kuliner *Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah*, pelaku usaha menginternalisasikan nilai-nilai seperti amanah, kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan sebagai bagian dari

¹⁷ Al-Qaradawi, Y. *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press., 2021).

spiritualitas kerja. Nilai-nilai tersebut tidak hanya menjadi pedoman moral, tetapi juga menjadi dasar dalam pengambilan keputusan bisnis dan interaksi dengan konsumen maupun karyawan. Dimensi spiritualitas pelaku usaha tercermin dalam cara mereka memandang aktivitas bisnis sebagai bentuk ibadah yang menuntut keikhlasan serta integritas tinggi dalam bertransaksi dan melayani pelanggan.¹⁸

Lebih lanjut, penerapan etika bisnis Islam tidak hanya berdampak pada reputasi moral pelaku usaha, tetapi juga memperkuat kepercayaan dan loyalitas konsumen. Prinsip-prinsip seperti *ṣidq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *‘adl* (adil), dan *ihsan* (berbuat baik) menjadi faktor penting dalam membangun hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen. Nilai-nilai spiritual tersebut menciptakan lingkungan usaha yang sehat, menghindari praktik curang, serta mendorong keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa spiritualitas bisnis dan etika Islam saling berkelindan dalam membentuk perilaku usaha yang berorientasi pada keberkahan dan keberlanjutan, bukan semata-mata keuntungan material.

¹⁸ Elce Purwandari dan Agus Mukmin, “Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam dalam Praktik UMKM Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah,” 07.01 (2025), 19–28.

d. Kemampuan Adaptasi terhadap Perubahan Pasar

Kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar merupakan elemen penting dalam memastikan keberlanjutan usaha di tengah persaingan dan dinamika ekonomi modern. kemampuan adaptasi bisnis mencakup fleksibilitas pelaku usaha dalam mengubah strategi pemasaran, inovasi produk, dan pola layanan agar tetap relevan dengan preferensi konsumen dan perubahan lingkungan eksternal.¹⁹ Mereka menekankan bahwa adaptasi pasar yang efektif tidak hanya mengandalkan kreativitas, tetapi juga pemahaman mendalam terhadap perilaku konsumen dan perkembangan teknologi. Adaptasi yang baik memungkinkan pelaku usaha untuk meminimalkan risiko dan memaksimalkan peluang dalam setiap perubahan siklus pasar.

C. Hubungan Spiritualitas Bisnis dengan Keberlanjutan Usaha

Integrasi antara spiritualitas bisnis dan keberlanjutan usaha menunjukkan bahwa praktik bisnis yang berlandaskan nilai-nilai spiritual mampu menciptakan kepercayaan, loyalitas konsumen, serta iklim kerja yang sehat. Kejujuran, amanah, dan tanggung jawab bukan hanya menjadi prinsip etika, tetapi juga strategi jangka panjang yang menjaga kelangsungan usaha. Dengan demikian,

¹⁹ Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed (New Jersey: Pearson Education, 2016).

spiritualitas bisnis dapat dipahami sebagai faktor non-ekonomi yang berperan penting dalam mendukung daya tahan usaha kuliner Muslim. Alma menjelaskan bahwa wirausaha Muslim yang memadukan nilai religius dalam praktik bisnisnya memiliki daya tahan dan daya saing lebih kuat dibandingkan yang semata-mata mengejar keuntungan jangka pendek.²⁰

Spiritualitas bisnis memiliki keterkaitan erat dengan keberlanjutan usaha, terutama pada konteks usaha yang berbasis nilai-nilai Islam. Ghoniyah, Amilahaq, & Hartono menegaskan bahwa kesadaran keberlanjutan (*sustainability awareness*) dan etika kerja Islami merupakan faktor penting yang mendorong kinerja keberlanjutan lembaga bisnis.²¹ Penelitian mereka menunjukkan bahwa integrasi spiritualitas dalam aktivitas usaha bukan hanya meningkatkan kepercayaan, tetapi juga menciptakan stabilitas jangka panjang dalam menghadapi dinamika pasar global. Sementara itu, Muhajir, Erwin, Hamida, dan Sukran menunjukkan bahwa etika kerja Islam berpengaruh signifikan terhadap komitmen organisasi dan kinerja karyawan pada restoran halal, sehingga

²⁰ Buchari Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2018).

²¹ Nunung Ghoniyah, Farikha Amilahaq, dan Sri Hartono, "Business sustainability performance through sustainability awareness and business work ethics in Islamic institutions," *Cogent Business and Management*, 11.1 (2024) <<https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2303789>>.

penerapan spiritualitas bisnis tidak hanya menguntungkan pemilik usaha, tetapi juga memperkuat keterlibatan sumber daya manusia.²²

Dalam perspektif perbankan syariah, dimensi spiritualitas terbukti berperan sebagai variabel penting dalam menciptakan keberlanjutan. melalui pendekatan *structural equation modeling* dan *artificial neural network* menemukan bahwa spiritualitas mampu memperkuat fondasi keberlanjutan lembaga keuangan syariah. Temuan ini mengimplikasikan bahwa nilai-nilai spiritual bukan sekadar pelengkap, melainkan menjadi motor penggerak bagi keberlanjutan bisnis yang etis, berdaya saing, dan selaras dengan tujuan sosial.

Pada tingkat usaha mikro dan kecil, penelitian Elfira Maya Adiba dan Faizal Amir dalam jurnal nasional menekankan bahwa spiritualitas Islam yang diwujudkan melalui praktik penghasilan halal, keberkahan keuntungan, serta kontribusi sosial seperti zakat dan sedekah, berpengaruh signifikan terhadap daya tahan usaha kuliner Muslim.²³ Prinsip tersebut tidak hanya memperkuat hubungan dengan konsumen, tetapi juga membangun loyalitas yang

²² Muhammad Nur Alam et al., "The Influence of Islamic Work Ethics on Organizational Commitment and Performance of Halal Restaurant Employees," *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 16.1 (2023), 97 <<https://doi.org/10.24843/jekt.2023.v16.i01.p06>>.

²³ Elfira Maya Adiba dan Faizal Amir, "Membangun mindset bisnis halal melalui kesadaran halal untuk UMKM sektor kuliner," *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5.3 (2024), 489–99 <<https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i3.21881>>.

berkelanjutan, yang merupakan kunci keberlanjutan UMKM di tengah persaingan pasar.

Dari beberapa pendapat para peneliti uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan spiritualitas bisnis dengan keberlanjutan usaha sangat erat, di mana nilai-nilai kejujuran, amanah, keberkahan, serta kepatuhan pada prinsip halal menjadi fondasi yang memperkuat ketahanan usaha. Ditambah dengan etika bisnis Islami dan literasi finansial yang baik, spiritualitas bisnis tidak hanya menjadikan usaha kuliner Muslim lebih kompetitif, tetapi juga lebih berkelanjutan dalam menghadapi dinamika pasar.

D. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kajian teori yang telah dijabarkan sebelumnya, dapat disusun kerangka berpikir bahwa spiritualitas bisnis Islam menjadi fondasi utama dalam keberlanjutan usaha kuliner Muslim di Kelurahan Bumi Ayu, Kota Bengkulu. Spiritualitas bisnis tidak hanya berkaitan dengan hubungan individu dengan Tuhan, tetapi juga mencakup nilai-nilai moral, sosial, dan etika yang membentuk perilaku bisnis yang berkeadilan dan berkelanjutan. Nilai-nilai seperti Tauhid, Tawakal, amanah, Shidig, kejujuran, Ihsan, Syukur dan Sabar, menjadi faktor penggerak yang menciptakan hubungan harmonis antara pelaku usaha, konsumen, dan lingkungan usaha.

Nilai-nilai spiritualitas yang tertanam pada diri pelaku usaha kemudian memengaruhi perilaku bisnis sehari-hari, seperti bagaimana mereka melayani pelanggan, mengelola usaha,

mengambil keputusan, menjaga kualitas halal, menjaga kejujuran dalam transaksi, serta menjalankan usaha sesuai prinsip etika Islam.²⁴ Perilaku bisnis yang berlandaskan nilai spiritualitas ini membentuk karakter usaha yang dapat dipercaya dan dihormati oleh masyarakat.

Selanjutnya, perilaku bisnis yang baik dan konsisten tersebut berkontribusi langsung terhadap keberlanjutan usaha kuliner Muslim, terutama bagi usaha yang mampu bertahan lebih dari lima tahun di Kelurahan Bumi Ayu. Keberlanjutan usaha tercermin dari kemampuan usaha bertahan dalam jangka panjang, adaptasi terhadap perubahan pasar, loyalitas pelanggan, stabilitas pendapatan, dan reputasi yang baik.²⁵ Dengan demikian, hubungan antara nilai-nilai spiritualitas, perilaku bisnis, dan keberlanjutan usaha bersifat linear dan kausal, di mana spiritualitas menjadi landasan utama yang memengaruhi perilaku bisnis, dan perilaku bisnis berkontribusi pada ketahanan serta keberlanjutan usaha.

Berdasarkan pemaparan tersebut, kerangka pemikiran penelitian ini menegaskan bahwa nilai-nilai spiritualitas merupakan landasan utama yang membentuk pola perilaku bisnis pelaku usaha kuliner Muslim. Dengan demikian, semakin kuat penerapan nilai-nilai spiritualitas dalam bisnis, maka semakin besar pula kemampuan

²⁴ Adrian Bayu Rosandy, "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Praktik UMKM Digital : Studi Kasus Transparansi dan Kejujuran di Platform E-Commerce UMKM Fashion," 9.2 (2024), 126–36.

²⁵ Rizka Aldira Marpaung, "Al-Ihsan : Jurnal Bisnis dan Ekonomi Syariah," 3.1 (2025), 11–29.

usaha kuliner Muslim untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

Tabel 2.1 Kerangka Berpikir

