

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
USAHA JASA MAKE UP ARTIST: STUDI KOMPARATIF
ANTARA AZHELLA *MAKEUP ARTIST* DAN MIPMOP
*MAKEUP ARTIST***

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Acc munagosa
9 juni 2026

Disusun Oleh:
Istiqomah
NIM: 21423137

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM ISLAM
Yogyakarta**

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP USAHA
JASA MAKE UP ARTIST: STUDI KOMPARATIF ANTARA
AZHELLA MAKEUP ARTIST DAN MIPMOP MAKEUP ARTIST**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Disusun Oleh:

Istiqomah

NIM: 21423137

Pembimbing:

Muhammad Iqbal, SEI. MSI

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM ISLAM

Yogyakarta

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Istiqomah

NIM : 21423137

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Jurusan : Ekonomi Islam

Tahun : 2025/2026

Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Jasa Makeup

Artist: Studi Komparatif Antara Azhella Makeup Artist dan
Mipmop Makeup Artist

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan bukan hasil karya orang lain kecuali yang diacu dalam penulisan dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka penulis bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini penulis buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 9 Juni 2026

Yang Menyatakan,



Istiqomah

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kalbarung km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. ia@uii.ac.id
W. ia.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 02 Juli 2026
Judul Tugas Akhir : Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Usaha Jasa
Makcup Artist: Studi Komparatif antara Azhella Makcup
Artist dan Mipmop Makeup Artist
Nama : ISTIQOMAH
Nomor Mahasiswa : 21423137

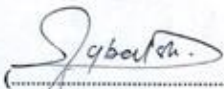
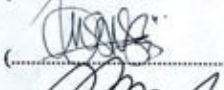
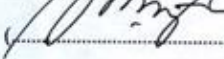
Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI

Ketua/Pembimbing
Muhammad Iqbal, SEI, MSI

Penguji 1
Tulasma, SEI, MEI

Penguji 2
Junaidi Safitri, SEI, MEI


(.....)

(.....)

(.....)

Yogyakarta, 02 Juli 2026
Fakultas Ilmu Agama Islam




Dr. Dik. Asmuni, MA

NOTA DINAS

NOTA DINAS

Yogyakarta, 23 Dzulhijjah 1447 H

9 Juni 2026

Hal: Skripsi

**Kepada: Yth. Kaprodi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu
Agama Islam Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta**

Assalamualaikum Wr. Wb

Berdasarkan penunjukan Kaprodi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor:

115/Kaprodi/10/DAATI/FIAI/II/2026, tanggal 20 Februari 2026 M atau bertepatan pada tanggal 2 Ramadhan 1447 H, atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Istiqomah

NIM : 21423137

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Jurusan : Ekonomi Islam

Tahun : 2025/2026

Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Jasa Makeup

Artist: Studi Komparatif Antara Azhella Makeup Artist dan
Mipmop Makeup Artist

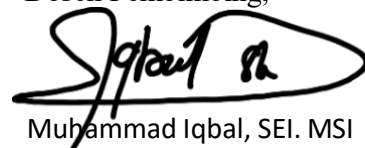
Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketepatan bahwa skripsi Saudara tersebut telah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasahkan.

Wassalamu 'alaikum, Wr. Wb.

MOTTO

Dosen Pembimbing,



Muhammad Iqbal, SEI. MSI

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴿١١٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tetaplah bersama orang-orang yang benar!”

(Q.S At-Taubah 119)

"Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang shiddiq (jujur), dan para syuhada."

Hadis (HR. Tirmidzi dan Ibnu Majah)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alam, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya. Dengan kehendak-Nya, karya ini akhirnya dapat terselesaikan, meskipun dalam keterbatasan ilmu dan kemampuan.

Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang ini. Dengan selesainya skripsi ini, penulis ingin mempersembahkan kepada :

1. Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia yang telah menjadi tempat untuk penulis bisa mengembangkan ilmu pengetahuan, keterampilan dan pengalaman yang sangat luar biasa di masa perkuliahan.
2. Diri sendiri, terimakasih telah berusaha dan berjuang sebaik mungkin sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Kedua orang tua penulis, Jasmani dan Munadi yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhirnya. Terimakasih kasih atas segala hal yang telah dilakukan demi penulis.
4. Teruntuk kakak-kakak yang agak penulis cintai, Ria Andriani, M.kom dan Rizki Tripuji Wanggono, M.Kom selaku donatur tetap penulis, yang selalu menunjang segala jenis kebutuhan penulis selama masa perkuliahan, terimakasih atas segala usaha dan perjuangan serta makanan sehat dan bergizi gratis dirumah sehingga penulis selalu sehat dan semangat menyelesaikan tugas akhirnya. Untuk Resti Arizka, S.Psi, terimakasih karena selalu memasak makanan enak sehingga penulis tetap dalam keadaan kenyang dan senang mengerjakan tugas akhir.
5. Teruntuk Prof. Dino, Rahagi Sambara Wanggono, keponakan kandung tercinta penulis, terimakasih sudah lahir dan menjadi sahabat baik bagi penulis, terimakasih karena selalu mengapresiasi semua hasil karya penulis, dan selalu mengatakan penulis

adalah tante terbaik dan terkeren sedunia.

6. Dan semua keluarga dan teman penulis yang telah memberikan dukungan semangat serta do'a kepada penulis selama ini.

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertandatangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi menyatakan bahwa mahasiswa:

Nama : Istiqomah

NIM : 21423137

Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Jasa Makeup

Artist: Studi Komparatif Antara Azhella Makeup Artist dan

Mipmop Makeup Artist

Berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini serta dilakukannya perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti Munaqasah Skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 9 Juni 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muhammad Iqbal', enclosed within a large, stylized oval loop.

Muhammad Iqbal, SEI. MSI

ABSTRAK

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP USAHA JASA MAKEUP ARTIST: STUDI KOMPARATIF ANTARA AZHELLA MAKEUP ARTIST DAN MIPMOP MAKEUP ARTIST

Oleh: Istiqomah

21423137

Perkembangan industri jasa kecantikan, khususnya usaha Makeup Artist (MUA), menuntut pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan aspek etika dalam menjalankan usahanya. Dalam perspektif Islam, etika bisnis menjadi pedoman penting untuk menciptakan praktik usaha yang adil, bertanggung jawab, dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi etika bisnis Islam pada usaha jasa Makeup Artist serta membandingkan penerapannya pada Azhella Makeup Artist dan Mipmop Makeup Artist.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif komparatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis penelitian difokuskan pada tiga prinsip etika bisnis Islam, yaitu equilibrium (keseimbangan/keadilan), responsibility (tanggung jawab), dan benevolence (ihsan/kualitas jasa). Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai implementasi etika bisnis Islam dalam usaha jasa Makeup Artist, mengidentifikasi persamaan dan perbedaan penerapannya pada kedua objek penelitian, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian Ekonomi Islam, khususnya pada sektor jasa kecantikan.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Makeup Artist, Equilibrium, Responsibility, Benevolence, Studi Komparatif.

ABSTRACT

**THE IMPLEMENTATION OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS
IN MAKEUP ARTIST SERVICE BUSINESSES: A
COMPARATIVE STUDY OF AZHELLA MAKEUP ARTIST
AND MIPMOP MAKEUP ARTIST**

By: Istiqomah
21423137

The growth of the beauty service industry, particularly Makeup Artist (MUA) businesses, requires business actors not only to pursue profit but also to uphold ethical values in their business practices. From an Islamic perspective, business ethics serves as an important guideline for creating fair, responsible, and high-quality services for consumers. This study aims to analyze the implementation of Islamic business ethics in Makeup Artist service businesses and compare its application between Azhella Makeup Artist and Mipmop Makeup Artist.

This research employs a qualitative approach with a descriptive-comparative research design. Data will be collected through observation, interviews, and documentation. The analysis focuses on three principles of Islamic business ethics: equilibrium (justice and balance), responsibility (accountability), and benevolence (ihsan/service quality). The findings are expected to provide an overview of the implementation of Islamic business ethics in Makeup Artist service businesses, identify the similarities and differences in their application between the two research objects, and contribute to the development of Islamic Economics studies, particularly in the beauty service sector.

Keywords: Islamic Business Ethics, Makeup Artist, Equilibrium, Responsibility, Benevolence, Comparative Study.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pendahuluan

Penelitian Transliterasi Arab – Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama. Badan Litbang Agama. Yang pelaksanaanya di mulai tahun anggaran 1983/1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu di bahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pemikiran para ahli agar dapat di jadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab – Latin memang di hajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di pergunakan untuk menuliskan kitab Agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadist), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf Latin untuk menuliskan bahasanya. Karena Ketiadaan pedoman uang baku, yang dapat di pergunakan untuk umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab–Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara Nasional.

Dalam seminar yang di adakantahunanggaran 1985/1986 telah di bahas beberapa makalah yang disajikan oleh para Ahli, yang kesemuanya memberikan

sumbangan yang besar bagi usaha kearah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut di bahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab – Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan, M.A, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunai, 4) Prof.Dr.H.B.Jassin, dan 5) Drs.Sudarno, M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Pengetahuan Keislaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengalaman agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman Transliterasi Arab–Latin yang baku telah lama di dambakan

karena sangat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan Instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, sangat memerlukan pedoman yang baku tentang Transliterasi Arab-Latin yang dapat di jadikan acuan dalam penelitian dan pengalih huruf n, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah di coba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam di Indonesia. Oleh karena itu dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya pedoman Transliterasi Arab – Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk di gunakan secara Nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab – Latin ini di susun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Di Sempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fenom satu lambang”.
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumus Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkret dalam pedoman Transliterasi Arab - Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf capital
10. Tajwid

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)

ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)

ض	Ḍad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	a	a
اِ	Kasrah	i	i
اُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَ...	Fathah dan ya	ai	a dan u
اَوْ...	Fathah dan wau	au	a dan u

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...إ...ئ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ي...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2..Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

1. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

2. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “I” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

3. *Hamzah*

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

3. **Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

4. **Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

5. *Tajwid*

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Ta'ala atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Pembeli Batik Has 711 Kota Pekalongan” dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam, yang telah menjadi teladan bagi umat manusia dari zaman jahiliyah hingga menuju jalan yang terang benderang.

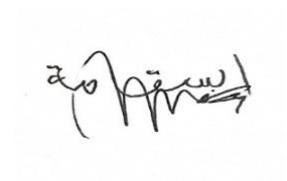
Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari proses akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menerima banyak dukungan, arahan, semangat, dan doa dari berbagai pihak sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Sebagai bentuk penghargaan, penulis dengan penuh rasa syukur ingin menyampaikan terima kasih yang amat tulus kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajaran, penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya atas kesempatan berharga yang diberikan kepada penulis untuk menimba ilmu di lingkungan yang menjadi ruang tumbuh yang bermakna dalam perjalanan penulis.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A., selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Bapak Anom Garbo, S.E.I., M.E., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam.
5. Bapak Muhammad Iqbal, S.E.I., M.S.I., selaku Dosen Pembimbing, yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan telah membimbing penulis. arahan, masukan, dan waktu yang diberikan menjadi bagian penting dalam proses penyelesaian tugas akhir ini. Semoga segala kebaikan beliau menjadi amal jariyah yang terus mengalir dan membawa keberkahan.

6. Seluruh dosen Program Studi Ekonomi Islam, yang telah menanamkan ilmu dengan penuh keikhlasan. Setiap pelajaran yang diberikan bukan hanya menjadi bekal akademik, tetapi juga menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.
7. Kedua orang tua penulis, Jasmani dan Munadi, terima kasih atas cinta yang tidak pernah berkurang, doa yang tidak pernah terputus, serta pengorbanan yang mungkin tidak selalu terlihat namun selalu terasa. Kalian adalah anugerah terbaik yang Allah berikan bagi penulis dan alasan untuk tetap bertahan di setiap lelah, tetap bangkit di setiap jatuh. Tidak ada kata yang cukup untuk menggambarkan betapa besar peran kalian dalam perjalanan ini. Semoga Allah Ta'ala membalas segala kebaikan dengan keberkahan yang berlipat.
8. Kepada kakak dan adik terinta penulis, Ria Andriani, M.Kom, Rizki Tripuji Wanggono, M.Kom, Resti Arizka, S.Psi, Rahagi Sambara Wanggono, kucing oren kesayangan Apin ganteng lucu imut, dan seluruh keluarga yang telah mendukung selama proses perkuliahan penulis.
9. Kepada Aziz Iman Nurmajid, S.Pd yang selalu membantu penulis selama perkuliahan dan setiap proses penyusunan tugas akhir.
10. Keluarga Besar MARCOMM FIAI UII, Muhammad Aziz Iman Nurmajid, S.Pd, Muhammad sonata Dena S, S.Pd, Riqza Nur Aini, S.H, Nadar Saputra, S.Pd, Zildan Tri Wibowo, S.Pd, dan seluruh teman-teman MARCOMM FIAI terima kasih telah kebersamai dan menemani perjuangan untuk mengasah keterampilan penulis.
11. Terimakasih kepada Alluca Studio, karena telah menjadi tempat belajar dan tempat berkreasi yang menyenangkan untuk penulis, dan terimakasih kepada semua customer yang sudah mendukung dalam perjalanan karir penulis.
12. Kepada pihak Azhella Makeup Artist dan Mipmop Makeup Artist, penulis mengucapkan terima kasih telah memberikan izin, kesempatan, serta bantuan yang diberikan selama proses penelitian berlangsung.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat baik bagi peneliti selanjutnya, kepada konsumen, serta menjadi bagian dari ikhtiar yang bernilai ibadah dan mendapatkan ridha Allah Ta'ala.
Wassalamualaikum Warohmatullahi Wabarakaatuh

Yogyakarta, 9 Juni 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Istiqomah', written in a cursive style.

Istiqomah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	<i>iii</i>
LEMBAR PENGESAHAN	<i>iv</i>
NOTA DINAS	<i>v</i>
MOTTO	<i>v</i>
HALAMAN PERSEMBAHAN	<i>vii</i>
REKOMENDASI PEMBIMBING	<i>ix</i>
ABSTRAK.....	<i>x</i>
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA ..	<i>xii</i>
DAFTAR ISI.....	<i>xxiv</i>
DAFTAR GAMBAR.....	<i>xxvii</i>
DAFTAR TABEL.....	<i>xxviii</i>
BAB I.....	<i>1</i>
PENDAHULUAN	<i>1</i>
A. Latar Belakang Masalah	<i>1</i>
B. Rumusan Masalah	<i>2</i>
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	<i>2</i>
D. Manfaat Penelitian.....	<i>3</i>
E. Sistematika Penulisan.....	<i>4</i>
BAB II.....	<i>6</i>
KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	<i>6</i>

A. Kajian Pustaka	6
B. Landasan Teori.....	11
1. Etika Bisnis	11
2. Etika Bisnis Islam	11
3. Prinsip Etika Bisnis Islam.....	12
4. Konsep Usaha Jasa	18
5. Usaha Jasa Makeup Artist	19
BAB III	21
METODE PENELITIAN.....	21
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	21
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
B. Subjek & Objek Penelitian	22
C. Sumber Data	22
D. Teknik Pengumpulan Data	23
E. Teknik Analisis Data	23
F. Uji Keabsahan Data.....	26
BAB IV	27
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
A. HASIL PENELITIAN	27
1. Profil.....	27
2. Implementasi Etika Bisnis Islam pada Azhella Makeup Artist.....	30
3. Implementasi Etika Bisnis Islam pada Mipmop Makeup Artist	31
4. Perbedaan Implementasi Etika Bisnis Islam pada Azhella Makeup Artist dan Mipmop Makeup Artist.....	33
5. Faktor yang Memengaruhi Perbedaan Implementasi Etika Bisnis Islam	35
B. PEMBAHASAN.....	37
1. Implementasi Etika Bisnis Islam pada Azhella Makeup Artist dan	

Mipmop Makeup Artist	37
2. Perbedaan Implementasi Etika Bisnis Islam antara Azhella Makeup Artist dan Mipmop Makeup Artist	40
BAB V.....	44
KESIMPULAN DAN SARAN.....	44
A. Kesimpulan.....	44
B. Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	51
A. Draft Wawancara	51
B. Lembar Observasi Penerapan Etika Bisnis Pada Usaha Jasa Makeup Artist	59
C. Dokumentasi Penelitian.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar lampiran 1 Wawancara Mipmop Makeup	75
Gambar lampiran 2 Studio Mipmop Makeup	76
Gambar lampiran 3 Chat Testimoni Klien	77
Gambar lampiran 4 Wawancara Azhella Makeup	78
Gambar lampiran 5 Studio Azhella Makeup	79
Gambar lampiran 6 Chat Testimoni Klien	80

DAFTAR TABEL

Tabel lampiran 1 observasi Azhe.....	66
Tabel lampiran 2 observasi Mipmop	74

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri jasa di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, salah satunya pada sektor jasa kecantikan, khususnya jasa *Make Up Artist* (MUA). Berdasarkan data BPS, terdapat rata-rata 2 juta pernikahan per tahun di Indonesia, di mana hampir seluruhnya menggunakan layanan tata rias profesional. Makeup artist merupakan jasa yang semakin dibutuhkan oleh masyarakat, terutama di momen penting seperti acara pernikahan, wisuda, lamaran, photoshoot, dll. Karena merupakan usaha jasa yang melibatkan interaksi langsung dengan konsumen, etika bisnis menjadi aspek yang sangat penting.

Di karenakan jasa *makeup artist* adalah jasa yang berinteraksi langsung dengan klien, etika bisnis sangat di perlukan dalam proses pelayanan. Dalam islam, terdapat nilai-nilai etika bisnis yang seharusnya menjadi pedoman bagi pelaku usaha muslim, seperti kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab, dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Selain itu, dalam usaha jasa makeup artist ini juga banyak bermunculan Makeup Artist yang mengusung konsep syar'i, hal ini membuat peneliti tertarik untuk mengkaji apakah ada perbedaan penerapan etika bisnis islam pada usaha jasa makeup artist syar'i dan campuran, kemudian penelitian mengenai penerapan makeup artist pada industri makeup artist ini relatif terbatas atau belum banyak yang mengkaji, hal ini membuat peneliti tertarik untuk menganalisis dan membandingkan implementasi etika bisnis Islam pada Azhella Makeup Artist dan Mipmop Makeup Artist.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amalia Ilmi Khoir (2022) dalam jurnal yang berjudul *Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Promosi Make Up Artist (Studi Kasus Clarissa MUA Ganjar Agung Metro Barat)*. Yang dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif menunjukkan bahwa praktik promosi yang dilakukan oleh Clarissa MUA sebagian telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, khususnya prinsip kesatuan dan kebebasan berkehendak. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis

terletak pada penggunaan perspektif etika bisnis Islam dan objek penelitian berupa jasa Make Up Artist, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian yang menitikberatkan pada aspek promosi.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji dan membandingkan implementasi etika bisnis Islam terhadap produk Make Up Artist pada MUA khusus syariah dan MUA campuran, sehingga dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai praktik etika bisnis Islam dalam industri jasa kecantikan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka pertanyaan penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah :

1. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam khususnya pada prinsip *Equilibrium*, *Responsibility*, dan *Benevolence* pada Azhella Makeup Artist dan Mipmop Makeup Artist?
2. Adakah perbedaan implementasi prinsip *Equilibrium*, *Responsibility*, dan *Benevolence* pada Azhella Makeup Artist sebagai Make Up Artist berbasis syariah dan Mipmop Makeup Artist sebagai Makeup Artist berbasis konvensional?
3. Apa faktor yang memengaruhi perbedaan implementasi prinsip *Equilibrium*, *Responsibility*, dan *Benevolence* pada kedua Makeup Artist tersebut?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis implementasi prinsip *Equilibrium*, *Responsibility*, dan *Benevolence* pada Azhella Makeup Artist dan Mipmop Makeup Artist.
- b. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis perbedaan implementasi prinsip *Equilibrium*, *Responsibility*, dan *Benevolence* antara Azhella Makeup Artist

sebagai MUA berbasis syariah dan Mipmop *Makeup Artist* sebagai MUA konvensional.

- c. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perbedaan implementasi prinsip *Equilibrium, Responsibility, dan Benevolence* pada kedua *Makeup Artist* tersebut.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan keilmuan Ekonomi Islam, khususnya yang berkaitan dengan penerapan etika bisnis Islam pada sektor jasa, terutama pada industri jasa kecantikan dan Make Up Artist. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji topik serupa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha Make Up Artist

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi pelaku usaha Make Up Artist dalam menerapkan etika bisnis Islam dengan lebih konsisten, khususnya dalam penggunaan dan pemilihan produk kosmetik.

b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan kepada konsumen, khususnya konsumen Muslim, dalam memilih jasa Make Up Artist yang tidak hanya profesional, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam.

c. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan atau referensi bagi akademisi dan peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji etika bisnis Islam pada sektor jasa, khususnya industri kreatif dan kecantikan.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah yang menguraikan alasan dan urgensi dilakukannya penelitian mengenai implementasi etika bisnis Islam terhadap usaha jasa *Make Up Artist*. Selain itu, bab ini juga memuat rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

2. Bab II Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

Bab ini membahas teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, meliputi pengertian etika bisnis, etika bisnis Islam, prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang mencakup tauhid, *Equilibrium* (keseimbangan/keadilan), *free will* (kehendak bebas), *Responsibility* (tanggung jawab), dan *Benevolence* (ihsan), konsep usaha jasa, serta usaha jasa *Makeup Artist* yang meliputi pengertian *Makeup Artist*, *Makeup Artist* sebagai usaha jasa, dan kaitannya dengan etika bisnis Islam. Selain itu, pada bab ini juga disajikan kajian penelitian terdahulu yang relevan sebagai dasar penguatan teori, bahan referensi, dan pembandingan dalam penelitian ini.

3. Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta uji keabsahan data.

4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini memaparkan hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan mengenai implementasi etika bisnis Islam pada usaha jasa *Make Up Artist*, baik pada *Make Up Artist* syariah maupun *Make Up Artist* campuran. Selanjutnya dilakukan pembahasan dan analisis komparatif berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

5. Bab V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha *Make Up Artist*, akademisi, dan peneliti selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

penelitian terkait implementasi etika bisnis islam pada usaha telah banyak dilakukan, adapun penelitian pertama, oleh Amalia Ilmi Khoir (2022) dalam jurnal yang berjudul *Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Promosi Make Up Artist (Studi Kasus Clarissa MUA Ganjar Agung Metro Barat)*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik promosi yang dilakukan oleh Clarissa MUA sebagian telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, khususnya prinsip kesatuan dan kebebasan berkehendak. Namun, masih terdapat ketidaksesuaian pada prinsip keseimbangan, tanggung jawab, dan kebenaran, seperti perbedaan harga dan promosi yang tidak sepenuhnya sesuai dengan realitas layanan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan perspektif etika bisnis Islam dan objek penelitian berupa jasa *Make Up Artist*, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian yang menitikberatkan pada aspek promosi.

Kedua, penelitian oleh Intan Nisfan Naharo, dkk. (2025) dalam jurnal *Analisis Penerapan Etika Islam pada Layanan Perawatan Wajah di Salon Muslimah Rumah Cantik Sehat Muslimah Malang, Jurnal Tata Rias*, Vol. 14 No. 1. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Salon RSCSM Malang telah menerapkan prinsip etika Islam seperti ihsan, itqan (ketelitian), kejujuran, dan keadilan. Fasilitas pendukung yang tersedia meliputi ruang eksklusif untuk perempuan, produk bersertifikasi halal, dan ruang ibadah. Mayoritas konsumen memberikan respons positif terhadap pelayanan yang diberikan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian berupa usaha jasa kecantikan berbasis syariah dan penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian yang menitikberatkan pada layanan perawatan wajah di salon muslimah, bukan pada usaha jasa *Makeup Artist* dengan studi komparatif.

Ketiga, penelitian oleh Rahmawati dan Faraby (2023) dalam jurnal *Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Muslim pada Destinasi Wisata Pantai Lembang, Jurnal Industri Pariwisata*, Vol. 5 No. 2. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pedagang Muslim di destinasi wisata tersebut telah mengimplementasikan nilai-nilai etika bisnis Islam, khususnya dalam aspek kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan dalam bertransaksi. Namun, terdapat beberapa praktik yang belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, terutama dalam hal transparansi harga kepada konsumen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada kajian implementasi etika bisnis Islam pada pelaku usaha dan penggunaan pendekatan kualitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian berupa pedagang di destinasi wisata, bukan pada usaha jasa *Makeup Artist*.

Keempat, penelitian oleh Hardiati dan Rusyana (2021) dalam jurnal *Etika Bisnis Rasulullah SAW sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqashid Syariah, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 7 No. 1. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan (*library research*) dengan menganalisis praktik bisnis Rasulullah SAW dari perspektif maqashid syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Rasulullah SAW yang mencakup prinsip kejujuran (*shiddiq*), amanah, tabligh, dan fathonah merupakan landasan ideal bagi pelaku usaha Muslim. Penelitian ini juga menegaskan bahwa praktik bisnis yang berlandaskan nilai-nilai syariah akan menghasilkan keberkahan dan keberlanjutan usaha. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai kerangka analisis, sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian yang bersifat kepustakaan dan tidak mengkaji implementasi pada usaha jasa tertentu.

Kelima, penelitian oleh Silviyah dan Lestari (2022) dalam jurnal *Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan UMKM, Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, Vol. 10. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja UMKM. Indikator yang dinilai meliputi kejujuran dalam transaksi, penjualan produk yang halal dan baik, tanggung jawab terhadap konsumen, serta keadilan dalam penetapan harga. Penelitian ini menegaskan bahwa etika bisnis Islam memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada kajian etika bisnis Islam dan pengaruhnya terhadap praktik usaha, sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan (kuantitatif) dan objek penelitian berupa UMKM secara umum, bukan pada usaha jasa *Makeup Artist*.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Markha Syarifah Al-Hababa (2023) dalam skripsinya yang berjudul *Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis Islam yang meliputi lima prinsip, yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan, terbukti berpengaruh dalam membangun loyalitas pelanggan. Faktor utama yang memengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan, kejujuran, serta ketepatan waktu dalam pengerjaan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai kerangka analisis dan pendekatan kualitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian yang menitikberatkan pada loyalitas pelanggan dan objek penelitian yang berbeda.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Nurul Fadilah (2022) dalam jurnal yang berjudul *Analisis Implementasi Etika Bisnis pada UMKM Pandawa Profil Gypsum Desa Kalijaran Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap Perspektif Etika Bisnis Islam*, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Pandawa Profil Gypsum telah mengimplementasikan prinsip etika bisnis Islam, meskipun tidak secara keseluruhan. Prinsip yang telah diterapkan meliputi kejujuran, tanggung jawab, dan ihsan dalam pelayanan kepada konsumen, sedangkan penerapan prinsip keseimbangan masih perlu ditingkatkan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang sama (observasi, wawancara, dokumentasi) serta kajian implementasi etika bisnis Islam pada usaha, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian berupa UMKM industri gipsum, bukan usaha jasa *Makeup Artist*.

Kedelapan, Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Nurmeiny Putri Ramadhany, Havis Aravik, dan Choirunnisak (2023) dalam jurnal yang berjudul *Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Rozza Bakery Palembang*, yang diterbitkan dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rozza Bakery Palembang telah menerapkan lima prinsip etika bisnis Islam, yaitu prinsip kesatuan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Selain itu, respon konsumen terhadap penerapan etika bisnis Islam di Rozza Bakery tergolong baik, yang ditunjukkan melalui pelayanan yang ramah, jujur, adil, terbuka, serta mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data yang sama berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta sama-sama mengkaji implementasi etika bisnis Islam pada suatu usaha. Adapun perbedaannya terletak pada objek penelitian, yaitu penelitian ini dilakukan pada UMKM Rozza Bakery Palembang, sedangkan penelitian penulis dilakukan pada

usaha jasa Makeup Artist.

Berdasarkan uraian kedelapan penelitian terdahulu di atas, dapat disimpulkan bahwa kajian mengenai etika bisnis Islam telah dilakukan dari berbagai sudut pandang dan objek penelitian yang beragam. Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus membahas implementasi etika bisnis Islam terhadap usaha jasa *Make Up Artist* dengan pendekatan komparatif antara *Make Up Artist* berbasis syariah dan *Make Up Artist* campuran masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah penelitian tersebut sekaligus memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan keilmuan Ekonomi Islam, khususnya pada sektor jasa kecantikan.

B. Landasan Teori

1. Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan seperangkat prinsip etis yang digunakan untuk membedakan antara yang baik dan yang buruk, yang benar dan yang salah, serta hal-hal yang seharusnya dilakukan dalam kegiatan bisnis (HM Djakfar, 2012)). Prinsip-prinsip tersebut menjadi pedoman bagi individu dalam menerapkannya pada berbagai aktivitas dalam dunia usaha. Etika bisnis juga dapat diartikan sebagai seperangkat nilai dan norma yang harus dijunjung oleh pelaku usaha dalam melakukan transaksi, berperilaku, dan menjalin hubungan, guna mencapai tujuan bisnis secara baik dan aman (H. Aravik, 2020). Berdasarkan pengertian tersebut, etika bisnis menjadi landasan penting dalam menilai praktik usaha, termasuk pada jasa make up artist, khususnya dalam aspek interaksi dengan konsumen, penetapan harga, dan kualitas pelayanan yang diberikan.

2. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai dan norma yang bersumber dari ajaran Islam yang mengatur perilaku individu dan pelaku bisnis dalam menjalankan aktivitas ekonomi (MA Qadri dkk., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa dalam menjalankan usaha jasa make up artist, pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan nilai-nilai etika dalam setiap proses pelayanan kepada konsumen. Etika bisnis Islam merupakan seperangkat norma etika yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis yang dijadikan sebagai pedoman bagi setiap individu dalam menjalankan aktivitas bisnis (HM Djakfar, 2012). Dengan demikian, etika bisnis Islam dapat dipahami sebagai akhlak dalam berbisnis yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam, sehingga pelaku usaha dapat menjalankan kegiatan usahanya tanpa keraguan karena telah diyakini sesuai dengan prinsip kebaikan dan kebenaran. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis Islam menjadi hal yang penting dalam setiap aktivitas usaha, termasuk dalam bidang jasa. Dalam konteks penelitian ini, usaha jasa make up artist tidak hanya dinilai dari hasil riasan yang dihasilkan, tetapi juga dari bagaimana pelaku usaha menerapkan nilai-nilai etika dalam proses pelayanan kepada konsumen. Hal ini

meliputi aspek kejujuran, tanggung jawab, keadilan, serta upaya memberikan pelayanan terbaik. Dengan demikian, etika bisnis Islam menjadi landasan penting dalam menilai praktik usaha jasa make up artist, khususnya dalam melihat bagaimana nilai-nilai tersebut diimplementasikan dalam interaksi dan pelayanan kepada konsumen.

3. Prinsip Etika Bisnis Islam

a. Tauhid

Tauhid merupakan sikap atau tindakan yang berpegang teguh sesuai dengan tuntutan agama Islam, dimana tauhid memiliki tujuan yaitu usaha yang tidak hanya mencari keuntungan. Maka dari itu, dalam islam, kegiatan bisnis tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi semata, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah kepada Allah SWT (Devi Orlita Sari, 2022). Dalam Al-Qur'an, Allah berfirman:” Sesungguhnya Allah menyuruh kamu berlaku adil dan berbuat kebajikan...” (QS. An-Nahl: 90). Prinsip tauhid merupakan dasar utama dalam etika bisnis Islam yang menegaskan bahwa seluruh aktivitas manusia, termasuk kegiatan bisnis, harus berlandaskan keimanan kepada Allah SWT. Dari sudut pandang tauhid, manusia diciptakan sebagai khalifah- Nya atau wakil-Nya di bumi (M Ilham & N Nuryadi, 2025). Dengan demikian, konsep tauhid menempatkan manusia sebagai khalifah di bumi yang memiliki tanggung jawab untuk menjalankan aktivitasnya sesuai dengan batasan-batasan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Batasan tersebut bertujuan agar setiap tindakan yang dilakukan dapat memberikan manfaat tanpa merugikan atau menghilangkan hak pihak lain.

Menurut Intan Devi Orlita Sari (2022) Tauhid merupakan sikap atau tindakan yang berpegang teguh sesuai dengan tuntutan agama Islam, dimana tauhid memiliki tujuan yaitu usaha yang tidak hanya mencari keuntungan. Maka dari itu, dalam islam, kegiatan bisnis tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi semata, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah kepada Allah SWT.

Prinsip tauhid merupakan dasar utama dalam etika bisnis Islam yang menegaskan bahwa seluruh aktivitas manusia, termasuk kegiatan bisnis, harus berlandaskan keimanan kepada Allah SWT. Dari sudut pandang tauhid, manusia diciptakan sebagai khalifah- Nya atau wakil-Nya di bumi (Khaerul Aqbar dan Azwar Iskandar, 2021). Dengan demikian, konsep tauhid menempatkan manusia sebagai khalifah di bumi yang memiliki tanggung jawab untuk menjalankan aktivitasnya sesuai dengan batasan-batasan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Batasan tersebut bertujuan agar setiap tindakan yang dilakukan dapat memberikan manfaat tanpa merugikan atau menghilangkan hak pihak lain. Dalam konteks jasa Make Up Artist, prinsip tauhid tercermin dalam niat pelaku usaha untuk menjadikan aktivitas pelayanan sebagai bentuk ibadah. Pelaku usaha menyadari bahwa jasa yang diberikan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan estetika konsumen, tetapi juga harus selaras dengan nilai-nilai Islam, seperti menjaga batasan aurat, menghindari praktik yang bertentangan dengan syariat, serta menjaga profesionalitas dalam pelayanan.

b. *Equilibrium* (Keseimbangan/Keadilan)

Prinsip keseimbangan dalam etika bisnis Islam menekankan pentingnya keadilan dan proporsionalitas dalam setiap aktivitas usaha. Islam melarang segala bentuk penipuan, ketidakjelasan, serta perlakuan yang merugikan salah satu pihak dalam transaksi bisnis. Oleh karena itu, Islam mengajarkan pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan bisnis dengan menjunjung tinggi nilai keadilan dan kebajikan agar tidak merugikan pihak lain. Interaksi antar manusia bisa dikatakan sesuai dengan harkat martabat jika dari hubungan interaksi mampu mengaktualisasikan sifat-sifatmulia Allah SWT dalam kehidupannya, dalam konteks ini manusia mampu berbuat adil padadiri sendiri dan memperlakukan pula orang lain secara adil dalam berinteraksi (MA Susmaningsih, 2020). Prinsip keseimbangan dalam etika bisnis Islam menekankan pentingnya keadilan dan proporsionalitas dalam setiap aktivitas usaha. Islam melarang segala bentuk penipuan, ketidakjelasan, serta perlakuan yang merugikan salah satu pihak dalam transaksi bisnis.

Dalam produk jasa Make Up Artist, prinsip keseimbangan tercermin dalam pemberian layanan yang adil kepada setiap konsumen, kesesuaian antara harga jasa dengan kualitas layanan yang diberikan, serta kejelasan informasi mengenai paket dan proses pelayanan. Pelaku usaha dituntut untuk tidak membedakan perlakuan terhadap konsumen secara tidak proporsional dan tetap menjaga standar layanan sesuai dengan kesepakatan awal. Oleh karena itu, Islam mengajarkan pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan bisnis dengan menjunjung tinggi nilai keadilan dan kebajikan agar tidak merugikan pihak lain. Menurut Susminingsih (2020) menyatakan, interaksi antar manusia bisa dikatakan sesuai dengan harkat martabat jika dari hubungan interaksi mampu mengaktualisasikan sifat-sifat mulia Allah SWT dalam kehidupannya, dalam konteks ini manusia mampu berbuat adil padadiri sendiri dan memperlakukan pula orang lain secara adil dalam berinteraksi.

c. *Free Will (Kehendak Bebas)*

Prinsip kehendak bebas dalam etika bisnis Islam memberikan kebebasan kepada pelaku usaha dan konsumen untuk melakukan transaksi secara sukarela, tanpa paksaan, selama tidak bertentangan dengan ketentuan syariah. Kebebasan ini bukan bersifat mutlak, melainkan dibatasi oleh nilai-nilai moral dan hukum Islam. Penerapan konsep kehendak bebas dalam etika bisnis Islam ialah manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepati atau mengingkarinya. Seorang muslim yang telah menyerahkan hidupnya pada kehendak Allah SWT akan menepati kontrak yang telah dibuatnya. Pada prinsipnya, kebebasan dalam bisnis Islam bukanlah kebebasan yang bersifat mutlak, melainkan kebebasan yang dibatasi oleh ketentuan syariat (D Wati dkk., 2022).

Prinsip kehendak bebas dalam etika bisnis Islam memberikan kebebasan kepada pelaku usaha dan konsumen untuk melakukan transaksi secara sukarela, tanpa paksaan, selama tidak bertentangan dengan ketentuan syariah. Kebebasan ini bukan bersifat mutlak, melainkan dibatasi oleh nilai-nilai moral dan hukum Islam. Dalam konteks jasa Make Up Artist, prinsip kehendak bebas tercermin

dalam kebebasan konsumen untuk memilih jenis layanan, konsep riasan, serta paket jasa yang ditawarkan. Selain itu, pelaku usaha juga memiliki kebebasan dalam menetapkan sistem pelayanan dan SOP usaha, selama tetap memberikan informasi yang jelas dan tidak menyesatkan konsumen.

Menurut Destiya Wati (2022) Penerapan konsep kehendak bebas dalam etika bisnis Islam ialah manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepati atau mengingkarinya. Seorang muslim yang telah menyerahkan hidupnya pada kehendak Allah SWT akan menepati kontrak yang telah dibuatnya. Pada prinsipnya, kebebasan dalam bisnis Islam bukanlah kebebasan yang bersifat mutlak, melainkan kebebasan yang dibatasi oleh ketentuan syariat. Pelaku usaha diberikan keleluasaan dalam menentukan dan menjalankan jenis usahanya selama tidak mengandung unsur yang diharamkan. Selain itu, sikap saling menghormati antarindividu perlu diterapkan agar tercipta tatanan sosial dalam kegiatan bisnis yang mengutamakan kepentingan bersama. Oleh karena itu, umat Islam perlu menyadari bahwa dalam kondisi apa pun, setiap tindakan hendaknya berlandaskan pada ketentuan Allah SWT serta senantiasa berpijak pada aturan- aturan syariat Islam yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW.

d. Responsibility (Tanggung Jawab)

Tanggung jawab merupakan salah satu aspek penting dalam etika bisnis Islam. Prinsip ini dimaknai sebagai kesiapan individu untuk menerima dan menanggung setiap konsekuensi dari tindakan maupun ucapan yang telah dilakukan (Aura Tafana dkk., 2024). Setiap tindakan dalam kegiatan usaha harus disertai dengan sikap tanggung jawab yang jelas. Prinsip tanggung jawab menjadi sangat penting dalam bisnis syariah karena berfungsi sebagai landasan dalam mengarahkan aktivitas usaha agar dapat dijalankan dan dimanfaatkan secara optimal oleh semua pihak. Melalui penerapan aturan yang jelas, pelaku usaha dapat lebih fokus dalam meningkatkan produktivitas serta kualitas pelayanan kepada konsumen. Tanggung jawab tersebut melekat pada pelaku bisnis untuk menjamin kesesuaian dan kelayakan timbal balik yang diterima konsumen, sehingga kepercayaan pembeli terhadap penjual dapat terbangun

secara berkelanjutan. Setiap tindakan dalam kegiatan usaha harus disertai dengan sikap tanggung jawab yang jelas. Prinsip tanggung jawab menjadi sangat penting dalam bisnis syariah karena berfungsi sebagai landasan dalam mengarahkan aktivitas usaha agar dapat dijalankan dan dimanfaatkan secara optimal oleh semua pihak. Melalui penerapan aturan yang jelas, pelaku usaha dapat lebih fokus dalam meningkatkan produktivitas serta kualitas pelayanan kepada konsumen. Tanggung jawab tersebut melekat pada pelaku bisnis untuk menjamin kesesuaian dan kelayakan timbal balik yang diterima konsumen, sehingga kepercayaan pembeli terhadap penjual dapat terbangun secara berkelanjutan. Dalam produk jasa Make Up Artist, tanggung jawab tercermin dalam kesungguhan pelaku usaha untuk melaksanakan pelayanan sesuai SOP yang telah ditetapkan, menjaga kualitas hasil riasan, serta menindaklanjuti keluhan atau komplain dari konsumen. Pelaku usaha juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh proses pelayanan tidak menimbulkan mudarat dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Penerimaan terhadap prinsip tanggung jawab individu menegaskan bahwa setiap manusia akan dimintai pertanggungjawaban secara pribadi di hadapan Allah SWT kelak. Setiap individu memiliki hubungan langsung dengan Allah SWT, sehingga permohonan ampunan atas kesalahan yang dilakukan tidak dapat diwakilkan kepada pihak lain. Dalam konteks etika bisnis Islam, penerapan prinsip tanggung jawab menuntut pelaku usaha muslim untuk bertanggung jawab penuh atas setiap tindakan yang diambil. Apabila terjadi perilaku bisnis yang tidak sesuai dengan etika, pelaku usaha tidak dibenarkan untuk menyalahkan tekanan persaingan usaha atau perilaku tidak etis pihak lain, melainkan harus menerima dan menanggung konsekuensi atas perbuatannya sendiri.

e. Benevolence (Ihsan/Kualitas Jasa)

Ihsan merupakan kesungguhan dan kegigihan seseorang dalam menjalankan usahanya, tidak mudah menyerah, bekerja secara optimal. Ihsan dalam etika

bisnis Islam dimaknai sebagai upaya memberikan hasil terbaik secara optimal dalam setiap aktivitas usaha (Izaatun Maghfirah, 2022). Dalam konteks penelitian ini, ihsan tidak dipahami semata-mata sebagai sikap personal seperti keramahan atau kesantunan, melainkan sebagai kualitas pelaksanaan produk jasa. Prinsip ini berkaitan dengan sikap pelaku usaha dalam memberikan pelayanan serta memperlakukan konsumen. Perilaku yang santun, ramah, sabar, dan penuh kepedulian dalam melayani konsumen dapat menimbulkan kesan positif dan meningkatkan daya tarik usaha. Sebaliknya, sikap yang kurang sopan, tidak ramah, tidak sabar, serta adanya perlakuan yang tidak adil terhadap konsumen akan menimbulkan kesan negatif dan dapat mengurangi kepercayaan konsumen. Pada jasa Make Up Artist, prinsip ihsan tercermin dalam profesionalitas pelaku usaha, konsistensi penerapan SOP, ketepatan waktu pelayanan, serta kesungguhan dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada konsumen.

Dengan demikian, ihsan menjadi indikator kualitas produk jasa yang menunjukkan sejauh mana pelaku usaha memberikan manfaat optimal kepada konsumennya. Prinsip ini berkaitan dengan sikap pelaku usaha dalam memberikan pelayanan serta memperlakukan konsumen. Perilaku yang santun, ramah, sabar, dan penuh kepedulian dalam melayani konsumen dapat menimbulkan kesan positif dan meningkatkan daya tarik usaha. Sebaliknya, sikap yang kurang sopan, tidak ramah, tidak sabar, serta adanya perlakuan yang tidak adil terhadap konsumen akan menimbulkan kesan negatif dan dapat mengurangi kepercayaan konsumen.

Dalam penelitian ini, peneliti tidak menggunakan seluruh prinsip etika bisnis Islam, melainkan memfokuskan pada tiga prinsip, yaitu *Equilibrium* (keseimbangan/keadilan), *Responsibility* (tanggung jawab/ amanah), dan *Benevolence* (ihsan). Pemilihan ketiga prinsip tersebut didasarkan pada relevansinya dengan karakteristik usaha jasa make up artist yang menekankan pada interaksi langsung, kualitas pelayanan, serta tanggung jawab kepada konsumen.

1. Konsep Usaha Jasa

Menurut Sadono Sukirno, usaha merupakan kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menghasilkan barang dan/atau jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat serta memperoleh keuntungan (Sadono Sukirno, 2017). Sedangkan jasa menurut Philip Kotler merupakan setiap tindakan atau aktivitas yang dapat ditawarkan kepada pihak lain yang bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2016). Berdasarkan pendapat tersebut, dapat dipahami bahwa usaha jasa merupakan kegiatan ekonomi yang berfokus pada pemberian layanan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud. Disimpulkan menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Malhotra (2002), terdapat empat karakteristik utama jasa yang paling banyak dijadikan acuan. Pertama, *intangibility* (tidak berwujud), yaitu jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, maupun dicium sebelum dibeli. Kedua, *inseparability* yang menunjukkan bahwa jasa umumnya dijual terlebih dahulu, kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan pada waktu dan tempat yang sama. Ketiga, *heterogeneity* atau *variability* (ketidakkonsistenan), yaitu jasa bersifat beragam dan tidak terstandarisasi, sehingga kualitas dan bentuknya dapat berbeda-beda tergantung pada siapa yang memberikan, kapan, dan di mana jasa tersebut dilakukan. Keempat, *perishability*, yang berarti jasa tidak dapat disimpan, dijual kembali,

maupun digunakan kembali di waktu yang akan datang (AS Bharmawan & N Hanif, 2022).

5. Usaha Jasa *Makeup Artist*

a. Pengertian

Menurut Kevin Aucoin, make up artist (MUA) merupakan individu yang memiliki keahlian dalam seni merias wajah untuk meningkatkan penampilan dan menyesuaikan riasan dengan karakter serta kebutuhan klien (K Aucoin & K Diamond, 2004). Berdasarkan pengertian tersebut, make up artist dapat dipahami sebagai pelaku usaha di bidang jasa yang menyediakan layanan tata rias kepada konsumen. Dalam praktiknya, layanan yang diberikan tidak hanya berupa hasil riasan, tetapi juga mencakup proses pelayanan, komunikasi, serta interaksi antara pelaku usaha dengan klien. Oleh karena itu, dalam usaha jasa make up artist, aspek etika bisnis menjadi penting, khususnya dalam hal kejujuran, tanggung jawab, dan kualitas pelayanan kepada konsumen.

b. MUA sebagai usaha jasa

Makeup Artist (MUA) termasuk dalam usaha jasa karena menawarkan layanan, bukan produk dan tidak ada perpindahan kepemilikan. Dalam praktiknya, layanan yang diberikan tidak hanya berupa hasil riasan, tetapi juga mencakup proses pelayanan mulai dari konsultasi, pelaksanaan rias, hingga hasil akhir yang dirasakan oleh klien (Nabilah Nada, 2025). Usaha jasa make up artist sangat menekankan interaksi langsung antara pelaku usaha dan konsumen, sehingga komunikasi dan kualitas pelayanan menjadi hal yang penting. Selain itu, kualitas layanan yang dihasilkan sangat bergantung pada keterampilan dan kemampuan masing-masing make up artist, sehingga setiap hasil riasan dapat berbeda. Oleh karena itu, dalam usaha jasa make up artist, penerapan etika bisnis menjadi hal yang penting, terutama dalam menjaga kepercayaan, tanggung jawab, serta memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

c. Kaitan dengan etika bisnis Islam

Sebagai usaha yang bergerak di bidang jasa, make up artist tidak hanya

berfokus pada hasil riasan, tetapi juga pada proses pelayanan yang melibatkan interaksi langsung dengan konsumen. Proses tersebut mencakup komunikasi, penetapan harga, serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada klien. Oleh karena itu, dalam menjalankan usaha jasa make up artist, diperlukan penerapan etika bisnis yang baik agar tercipta hubungan yang saling percaya antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam perspektif Islam, etika bisnis menjadi pedoman penting dalam mengatur perilaku pelaku usaha agar tetap menjunjung nilai kejujuran, tanggung jawab, serta memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan prinsip syariah (MA Susmaningsih, 2020).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif komparatif. Menurut J Creswel, Penelitian kualitatif merupakan suatu proses penyelidikan yang bertujuan untuk memahami fenomena berdasarkan tradisi metodologis tertentu yang digunakan dalam mengkaji permasalahan sosial atau kemanusiaan (J Cresswel, 1998). Dalam penelitian ini, peneliti membangun pemahaman yang bersifat kompleks dan menyeluruh, melakukan analisis terhadap data berupa kata-kata, menyajikan pandangan informan secara rinci, serta melaksanakan penelitian dalam kondisi yang alamiah. Sedangkan menurut Sugiyono Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui data berupa kata-kata, hasil wawancara, dan dokumentasi (D Sugiyono, 2013). Kemudian metode deskriptif dipakai untuk menggambarkan secara rinci masing-masing objek penelitian. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif (AN Wini, 2025). Kemudian metode komparatif dipakai untuk membandingkan persamaan dan perbedaan implementasi etika bisnis Islam pada dua jenis usaha Make Up Artist, yaitu *Azhella Makeup Artist*, yang menerapkan prinsip syariah secara penuh, dan *Mipmop Makeup Artist*, yang melayani baik riasan syariah maupun non-syariah. Studi komparatif adalah salah satu jenis metode yang menganalisis fenomena dan kemudian menyatukannya untuk menemukan titik dan kesamaan (N Hasanati & M Faridl, 2021). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menganalisis perbandingan secara objektif dan sistematis. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menilai kesesuaian praktik kedua MUA dengan prinsip etika bisnis Islam serta mengidentifikasi persamaan dan perbedaannya. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menilai kesesuaian praktik kedua MUA dengan prinsip etika bisnis Islam serta mengidentifikasi persamaan dan perbedaannya.

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

penelitian ini dilaksanakan di kedua usaha Make Up Artist terletak di Azhella *Makeup Artist* yang berlokasi di Sleman, dan Mipmop *Makeup Artist* yang berlokasi di Bantul.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember hingga April 2026. Tahapan penelitian meliputi persiapan penelitian, pengumpulan data, analisis data, dan penyusunan laporan. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Januari 2026 melalui wawancara dengan pemilik usaha jasa make up artist, observasi, serta dokumentasi berupa percakapan WhatsApp dengan pelanggan.

B. Subjek & Objek Penelitian

Subjek penelitian terdiri dari pemilik dan pelaku usaha kedua Make Up Artist, yaitu Azhella *Makeup Artist* yang berlokasi di Sleman, dan Mipmop *Makeup Artist* yang berlokasi di Bantul. Sedangkan objek penelitiannya adalah penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas kedua usaha jasa *Makeup Artist* tersebut. Sedangkan objek penelitian ini adalah implementasi etika bisnis Islam pada usaha jasa Makeup Artist. Penelitian ini memfokuskan analisis pada tiga prinsip etika bisnis Islam, yaitu *Equilibrium* (keseimbangan/keadilan), *Responsibility* (tanggung jawab), dan *Benevolence* (ihsan).

C. Sumber Data

1. Data primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui kegiatan wawancara dengan pihak owner dan pelanggan. Wawancara dilakukan untuk menggali informasi yang mendalam dan relevan terkait objek penelitian, sehingga data yang diperoleh bersifat aktual dan sesuai dengan kondisi di lapangan.

2. Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber pendukung, seperti dokumentasi, literatur yang berkaitan dengan topik penelitian, serta chat

testimoni pelanggan berupa tangkapan layar chat admin dengan pelanggan. Data sekunder ini digunakan untuk melengkapi dan memperkuat data primer, sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan dapat dipertanggungjawabkan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini di kumpulkan melalui beberapa Teknik, yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi (Sugiyono & Nurul Anwar, 2025). Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan cara mengamati secara seksama aktivitas pelaku usaha, mulai dari pemilihan produk, interaksi dengan klien, hingga prosedur pelayanan yang diterapkan.

2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat di konstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono & Nurul Anwar, 2025).

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan dari catatan peristiwa yang sudah berlaku baik berbentuk tulisan, gambar/foto atau karya-karya monumental dari seseorang/instansi (Sugiyono & Nurul Anwar, 2025).

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami, dan temuannya dapat di informasikan kepada oranglain (Sugiyono & Nurul Anwar, 2025).

1. Mengolah dan Mempersiapkan Data

Tahap pertama dilakukan dengan mengumpulkan serta mempersiapkan seluruh data hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data hasil wawancara dengan owner Azhella *Makeup Artist* dan Mipmop *Makeup Artist* ditranskrip ke dalam bentuk tulisan agar memudahkan proses analisis. Selain itu, data dokumentasi seperti pricelist, SOP pelayanan, foto kegiatan, serta chat testimoni pelanggan dikumpulkan dan disusun secara sistematis sesuai kebutuhan penelitian.

2. Membaca Keseluruhan Data

Setelah data terkumpul, peneliti membaca seluruh data secara menyeluruh untuk memperoleh gambaran umum mengenai implementasi etika bisnis Islam pada kedua usaha jasa *Makeup Artist* tersebut. Melalui proses ini, peneliti memahami pola pelayanan, bentuk interaksi dengan konsumen, sistem penetapan harga, bentuk tanggung jawab pelaku usaha, serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

3. Proses Coding (Pengkodean Data)

Tahap selanjutnya adalah melakukan coding atau pengkodean terhadap data yang dianggap relevan dengan fokus penelitian. Proses coding dilakukan dengan memberikan tanda atau kategori tertentu pada data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi berdasarkan tema-tema yang berkaitan dengan prinsip etika bisnis Islam.

Dalam penelitian ini, coding difokuskan pada tiga prinsip utama etika bisnis Islam, yaitu:

1. *Equilibrium* (keseimbangan/keadilan),
2. *Responsibility* (tanggung jawab/amanah),
3. *Benevolence* (ihsan/kualitas jasa).

Sebagai contoh, data mengenai transparansi pricelist dan kejelasan informasi layanan dikategorikan ke dalam prinsip *Equilibrium*, data mengenai penanganan komplain dan tanggung jawab terhadap hasil makeup dimasukkan ke dalam prinsip *Responsibility*, sedangkan data mengenai kebersihan alat makeup, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan dimasukkan ke dalam prinsip *Benevolence*.

4. Membentuk Tema dan Kategori

Data yang telah melalui proses coding kemudian dikelompokkan ke dalam beberapa tema sesuai dengan hasil temuan penelitian di lapangan. Pengelompokan tema dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam melihat pola implementasi etika bisnis Islam pada masing-masing usaha jasa *Makeup Artist* serta menemukan persamaan dan perbedaannya.

Tema-tema yang muncul dalam penelitian ini meliputi transparansi informasi layanan, keadilan pelayanan, tanggung jawab terhadap konsumen, penanganan komplain,

profesionalitas pelayanan, kualitas jasa, batasan layanan syar'i, dan peningkatan keterampilan *Makeup Artist*.

5. Mendeskripsikan dan Menyajikan Data

Data yang telah dikelompokkan kemudian disajikan dalam bentuk uraian deskriptif naratif agar hasil penelitian mudah dipahami. Penyajian data dilakukan dengan mendeskripsikan implementasi prinsip etika bisnis Islam pada *Azhella Makeup Artist* dan *Mipmop Makeup Artist* berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, data juga disajikan secara komparatif untuk melihat persamaan dan perbedaan penerapan etika bisnis Islam pada kedua usaha tersebut.

6. Data dan Menarik Kesimpulan

Tahap terakhir dilakukan dengan menafsirkan data yang telah dianalisis dan menarik kesimpulan penelitian. Peneliti menghubungkan hasil temuan lapangan dengan teori etika bisnis Islam yang digunakan dalam penelitian. Dari proses tersebut diperoleh pemahaman mengenai implementasi prinsip *Equilibrium*, *Responsibility*, dan *Benevolence* pada *Azhella Makeup Artist* dan *Mipmop Makeup Artist*, serta faktor-faktor yang memengaruhi perbedaan penerapannya.

Melalui tahapan analisis data tersebut, peneliti dapat memahami implementasi etika bisnis Islam pada kedua usaha jasa *Makeup Artist* secara lebih mendalam, sistematis, dan sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan.

F. Uji Keabsahan Data

Untuk menjaga keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menerapkan beberapa strategi sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan teknik pertama yang digunakan dalam pengujian data dengan memanfaatkan beberapa informan sebagai sumber informasi. Teknik ini dilakukan melalui pengecekan kembali data yang diperoleh selama penelitian dari berbagai sumber atau informan guna meningkatkan kredibilitas data penelitian (A Alfansyur & M Mariyani, 2020). Sumber yang digunakan antara lain:

- a. Wawancara dengan pemilik usaha jasa Make Up Artist
- b. Observasi praktik pelayanan terhadap klien
- c. Dokumentasi berupa foto, percakapan whatsapp antara Make Up Artist dengan pelanggan serta testimoni pelanggan yang berkaitan dengan pelayanan jasa MUA. Dokumentasi tersebut digunakan untuk mendukung dan memperkuat data hasil wawancara dan observasi.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda (Sugiyono & Nurul Anwar, 2025).

Teknik yang digunakan:

- a. Wawancara mendalam (in-depth interview)
- b. Observasi langsung
- c. Dokumentasi tertulis dan visual

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu merupakan teknik pengujian data yang memperhatikan pengaruh waktu terhadap tingkat kepercayaan data. Waktu pengambilan data dapat memengaruhi kualitas informasi yang diperoleh. Misalnya, wawancara yang dilakukan pada pagi hari, ketika narasumber masih dalam kondisi segar dan belum banyak menghadapi aktivitas maupun permasalahan, cenderung menghasilkan data yang lebih valid dan kredibel (Wiyanda Vera Nurfajriani dkk., 2024)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penerapan prinsip etika bisnis Islam pada usaha jasa *Makeup Artist*, dengan studi komparatif antara *Azhella Makeup Artist* dan *Mipmop Makeup Artist*. Pembahasan diawali dengan gambaran umum masing-masing objek penelitian, kemudian dilanjutkan dengan analisis berdasarkan prinsip keseimbangan (*Equilibrium*), tanggung jawab (*Responsibility*), dan ihsan (*Benevolence*). Melalui pemaparan ini, penelitian bertujuan untuk memahami bagaimana nilai-nilai etika bisnis Islam diimplementasikan dalam praktik usaha jasa *Makeup Artist* serta mengidentifikasi persamaan dan perbedaan penerapannya pada kedua objek penelitian.

1. Profil

a. *Azhella Makeup Artist*

Azhella Makeup Artist merupakan usaha jasa tata rias yang berdiri secara resmi sejak tahun 2019. Usaha ini dimiliki dan dikelola langsung oleh Zinniroh Kumailah. Dalam pengembangannya, *Azhella Makeup Artist* memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan klien, khususnya melalui akun Instagram @azhella_makeupartist. Dalam operasionalnya, *Azhella Makeup Artist* lebih banyak melayani jasa rias secara home service, yaitu melakukan tata rias di lokasi klien. Namun demikian, klien juga diperkenankan untuk melakukan makeup di kediaman pemilik usaha yang beralamat di Jl. Palagan Km 7, Panggungsari, Sariharjo, Ngaglik, Sleman. Hingga saat ini, usaha tersebut masih berbasis rumah dan belum memiliki studio khusus. Selama kurang lebih tujuh tahun menjalankan profesi sebagai *Makeup Artist*, pengelolaan usaha dilakukan secara mandiri oleh pemilik. Dalam pelaksanaannya, *Azhella Makeup Artist* belum memiliki tim tetap, melainkan menggunakan sistem freelance apabila dibutuhkan, seperti untuk hijab stylist, henna artist, maupun tim makeup keluarga. Selain itu, usaha ini juga menjalin kerja sama dengan beberapa vendor pendukung acara

seperti wedding organizer, dekorasi, dan fotografer guna menunjang pelayanan kepada klien.

Dalam penggunaan produk kosmetik, Azhella *Makeup Artist* menggunakan berbagai merek yang telah terdaftar BPOM dan memiliki sertifikasi halal. Beberapa produk yang digunakan antara lain Make Over, Wardah, MUAQ, LT Pro, Mecredi, Make Over Powerstay (MOP), Somethinc, BLP, dan lainnya. Pemilihan produk juga diupayakan tidak terafiliasi dengan produk yang bertentangan dengan nilai yang diyakini oleh pemilik usaha. Sejak awal merintis usaha, Azhella *Makeup Artist* memposisikan diri sebagai *Makeup Artist* syar'i. Konsep syar'i yang dimaksud tidak terletak pada teknik dasar tata rias, karena secara teknis tahapan makeup, penggunaan produk, serta hasil riasan yang tahan lama dan halus pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan *Makeup Artist* konvensional. Perbedaan utama terletak pada prinsip dan batasan yang diterapkan dalam proses berhias, yang disesuaikan dengan pemahaman terhadap syariat Islam berdasarkan hadits yang shahih.

Beberapa prinsip yang diterapkan oleh Azhella *Makeup Artist* antara lain:

- a. Tidak menerima makeup lamaran karena mempertimbangkan kondisi praktik lamaran pada masa kini yang tidak lagi sederhana dan berpotensi menghadirkan interaksi antara laki-laki dan perempuan yang bukan mahram dalam jarak yang dekat.
- b. Tidak menggunakan bulu mata palsu
- c. Tidak mencukur atau membentuk alis
- d. Penggunaan hijab yang wajib menutup dada, tidak menggunakan hijab dengan model cepol yang menyerupai punuk unta
- e. Selalu menjaga agar riasan tidak berlebihan.

Prinsip tersebut menjadi identitas dan pembeda utama antara Azhella *Makeup Artist* dengan *Makeup Artist* konvensional. Selain layanan tata rias, dalam dua tahun terakhir Azhella *Makeup Artist* juga mengembangkan usaha persewaan attire wedding. Dalam layanan ini, ketentuan syar'i tetap diterapkan, seperti desain gaun yang tidak ketat dan tidak membentuk lekuk tubuh, panjang gaun yang tidak berlebihan, serta penggunaan hijab yang menutup dada. Dengan demikian, konsep syar'i tidak hanya diterapkan pada riasan, tetapi juga pada keseluruhan layanan

pendukung yang ditawarkan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Azhella Makeup Artist* merupakan usaha jasa tata rias yang secara konsisten mengusung konsep syar'i dalam praktik operasionalnya, baik dari segi proses, hasil riasan, maupun layanan pendukung lainnya.

b. Mipmop Makeup Artist

Mipmop Makeup Artist merupakan usaha jasa tata rias yang dikelola oleh Miftahul Jannah Hudaibi. Pemilik mulai menjalankan profesi sebagai *Makeup Artist* sejak tahun 2009, sehingga memiliki pengalaman yang cukup panjang dalam bidang tata rias. Dalam kegiatan promosi dan komunikasi dengan klien, *Mipmop Makeup Artist* memanfaatkan media sosial melalui akun Instagram @mipmopmakeup. *Mipmop Makeup Artist* telah memiliki studio yang berlokasi di daerah Madukismo, Kasihan, Bantul. Layanan yang diberikan meliputi tata rias di studio maupun home service sesuai dengan kebutuhan dan permintaan klien. Dalam sistem operasionalnya, usaha ini dijalankan secara mandiri oleh pemilik. Namun, dalam pelaksanaan acara tertentu, *Mipmop Makeup Artist* juga melibatkan tenaga freelance sebagai tim pendukung. Sistem kerja yang diterapkan bersifat fleksibel dan menyesuaikan dengan kebutuhan layanan. *Mipmop Makeup Artist* melayani berbagai jenis tata rias, baik makeup syar'i maupun makeup konvensional. Pelayanan diberikan berdasarkan permintaan dan preferensi klien, sehingga konsep usaha yang diterapkan bersifat adaptif dan tidak terbatas pada satu segmentasi tertentu. Dalam penggunaan produk kosmetik, *Mipmop Makeup Artist* menggunakan berbagai merek profesional, seperti MUAQ dan LT Pro, serta beberapa produk high-end seperti Laura Mercier, MAC, dan Dior. Pemilihan produk dilakukan untuk menunjang kualitas hasil riasan serta menyesuaikan dengan kebutuhan klien. Selain layanan tata rias, *Mipmop Makeup Artist* juga memiliki galeri persewaan kebaya sebagai layanan pendukung. Layanan persewaan tersebut tidak secara khusus menerapkan konsep syar'i, melainkan menyediakan pilihan busana yang dapat disesuaikan dengan permintaan pelanggan.

Kemudian dalam kegiatan pemasaran, *Mipmop Makeup Artist* juga kerap menerima kerja sama endorse dari beberapa produk kosmetik. Aktivitas tersebut dilakukan melalui media sosial sebagai bagian dari strategi promosi dan

pengembangan jaringan usaha. Selain itu, Mipmop *Makeup Artist* juga membuka private class bagi *Makeup Artist* pemula sebagai bentuk pengembangan usaha di bidang edukasi tata rias. Berdasarkan uraian tersebut, Mipmop *Makeup Artist* merupakan usaha jasa tata rias yang memiliki pengalaman operasional yang cukup lama, dengan layanan yang bersifat fleksibel, segmentasi pasar yang luas, serta pengembangan usaha melalui promosi endorse dan kelas pelatihan.

2. Implementasi Etika Bisnis Islam pada Azhella *Makeup Artist*

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan, Azhella Makeup Artist telah mengimplementasikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam praktik usahanya, khususnya pada aspek *Equilibrium* (keseimbangan/keadilan), *Responsibility* (tanggung jawab), dan *Benevolence* (ihsan/kualitas jasa). Pada prinsip *Equilibrium*, penerapan nilai keadilan terlihat dalam penetapan harga, keterbukaan informasi layanan, serta perlakuan terhadap konsumen. Azhella Makeup Artist menetapkan harga berdasarkan jenis acara, waktu pengerjaan, serta tingkat tanggung jawab layanan yang diberikan, seperti perbedaan antara makeup wedding dan makeup reguler. Selain itu, Azhella Makeup Artist juga tidak menerima layanan makeup lamaran maupun prewedding karena mempertimbangkan prinsip syariat yang diyakini oleh pemilik usaha. Dalam menjaga transparansi, seluruh informasi terkait paket layanan, fasilitas, harga, sistem booking, hingga ketentuan pelunasan disampaikan secara jelas sejak awal melalui katalog pricelist sebelum terjadi kesepakatan dengan konsumen. Pemilik usaha juga menyatakan bahwa seluruh klien diperlakukan secara sama tanpa membedakan jenis paket yang dipilih. Bahkan calon klien yang hanya berkonsultasi tanpa melakukan transaksi tetap dilayani dengan baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa prinsip keseimbangan diwujudkan melalui keterbukaan informasi, pelayanan yang adil, serta penerapan batasan layanan yang disesuaikan dengan konsep syar'i yang diterapkan dalam usaha.

Selain itu, penerapan prinsip *Responsibility* (tanggung jawab) pada Azhella Makeup Artist terlihat melalui pelayanan yang terstruktur dan profesional. Pemilik usaha memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) yang mencakup sistem

konsultasi, booking, reschedule, pembatalan, persiapan alat, hingga proses pelaksanaan makeup. Sebelum hari pelaksanaan, pemilik melakukan diskusi terlebih dahulu dengan klien untuk menentukan konsep makeup yang sesuai dengan karakter wajah dan tone kulit konsumen. Pemilik juga menyatakan bertanggung jawab penuh terhadap hasil riasan hingga klien merasa puas, termasuk bersedia melakukan perbaikan apabila terdapat bagian riasan yang kurang sesuai selama proses makeup berlangsung. Setelah acara selesai, pemilik melakukan evaluasi dengan meminta umpan balik dari klien sebagai bahan perbaikan pelayanan ke depan. Dalam menghadapi komplain, pemilik berupaya mendengarkan kritik dan saran dengan baik serta menjadikannya sebagai bahan evaluasi agar kualitas pelayanan dapat terus ditingkatkan. Dengan demikian, prinsip tanggung jawab diterapkan melalui komunikasi yang baik dengan konsumen, pelayanan yang sistematis, serta kesediaan melakukan evaluasi terhadap hasil pelayanan yang diberikan.

Sementara itu, prinsip *Benevolence* (ihsan/kualitas jasa) diwujudkan melalui upaya memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dengan menjaga kualitas hasil riasan dan profesionalitas kerja. Dalam menjaga kualitas pelayanan, pemilik berupaya meningkatkan keterampilan melalui pelatihan dan pembelajaran dari makeup artist yang lebih berpengalaman. Selain itu, dilakukan pembaruan alat dan produk makeup serta menjaga kebersihan peralatan yang digunakan. Dalam pelaksanaan layanan, pemilik memastikan kesiapan alat sebelum hari pelaksanaan, datang lebih awal ke lokasi klien, serta bekerja secara teliti dan profesional selama proses makeup berlangsung. Penjadwalan kerja juga dilakukan secara teratur agar pelayanan dapat berjalan tepat waktu. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa Azhella Makeup Artist berupaya menerapkan prinsip ihsan melalui peningkatan kualitas pelayanan, kesiapan kerja, serta profesionalitas dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

3. Implementasi Etika Bisnis Islam pada Mipmop Makeup Artist

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan, Mipmop Makeup Artist telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam praktik usahanya,

khususnya pada aspek equilibrium (keseimbangan/keadilan), responsibility (tanggung jawab), dan benevolence (ihsan/kualitas jasa). Pada prinsip equilibrium, penerapan nilai keadilan terlihat dalam keterbukaan informasi layanan dan perlakuan terhadap konsumen. Dalam aspek penetapan harga, narasumber menyatakan bahwa tidak terdapat patokan baku dalam menentukan harga jasa makeup artist karena harga dipandang bersifat fleksibel dan dapat dipengaruhi oleh kondisi pasar serta tingkat permintaan. Meskipun demikian, seluruh ketentuan layanan seperti sistem booking, pembayaran, fasilitas, serta aturan tambahan telah dijelaskan sejak awal melalui pricelist sebelum terjadi kesepakatan dengan klien. Selain itu, narasumber juga menyatakan bahwa seluruh konsumen memperoleh pelayanan yang sama tanpa membedakan jenis layanan yang dipilih, baik untuk layanan makeup wisuda maupun wedding. Hal tersebut menunjukkan adanya upaya penerapan prinsip keseimbangan melalui keterbukaan informasi dan perlakuan yang adil kepada konsumen.

Selanjutnya, penerapan prinsip responsibility (tanggung jawab) pada Mipmop Makeup Artist terlihat melalui adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam pelayanan jasa serta upaya memberikan pelayanan secara maksimal kepada konsumen. Narasumber menyatakan bertanggung jawab terhadap hasil riasan yang diberikan kepada klien, baik pada layanan reguler maupun wedding (Miftahul Jannah Hudaibi, komunikasi pribadi, 16 April 2026). Dalam praktiknya, apabila terjadi kesalahan atau ketidakpuasan dari konsumen, narasumber bersedia meminta maaf dan memberikan bentuk ganti rugi yang disesuaikan dengan tingkat kesalahan yang terjadi, seperti pemberian layanan gratis pada kesempatan berikutnya. Sikap tersebut menunjukkan adanya tanggung jawab pelaku usaha dalam menjaga kepuasan konsumen serta kesediaan memperbaiki kesalahan dalam proses pelayanan.

Sementara itu, prinsip benevolence (ihsan/kualitas jasa) diwujudkan melalui upaya menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan. Narasumber menyatakan terus berlatih dan menjaga keterampilan makeup agar kualitas hasil riasan tetap konsisten. Selain menerima job makeup, narasumber juga aktif membuat konten sebagai sarana untuk mempertahankan kemampuan dan

meningkatkan kreativitas dalam bidang tata rias. Narasumber menekankan pentingnya konsistensi praktik dalam menjaga kualitas hasil makeup. Dalam aspek ketepatan waktu, narasumber menyatakan selalu berusaha datang tepat waktu, bahkan memberikan estimasi waktu lebih awal guna mengantisipasi kemungkinan kendala di lapangan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa Mipmop Makeup Artist berupaya menerapkan prinsip ihsan melalui peningkatan kualitas keterampilan, kedisiplinan kerja, serta profesionalitas dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

4. Perbedaan Implementasi Etika Bisnis Islam pada Azhella Makeup Artist dan Mipmop Makeup Artist

Berdasarkan hasil penelitian, setelah dilakukan perbandingan, di temukan beberapa perbedaan pada kedua usaha jasa *makeup artist* ini. Pertama, pada prinsip *Equilibrium* (keseimbangan/keadilan) dalam etika bisnis Islam berkaitan dengan penerapan keadilan dalam transaksi, keterbukaan informasi layanan, serta perlakuan yang setara terhadap konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, Azhella Makeup Artist dan Mipmop Makeup Artist sama-sama menunjukkan penerapan prinsip keseimbangan dalam praktik usahanya, terutama dalam aspek transparansi layanan dan perlakuan terhadap konsumen. Kedua usaha menjelaskan informasi terkait paket layanan, fasilitas, sistem booking, serta ketentuan pembayaran melalui katalog pricelist sebelum terjadinya kesepakatan dengan konsumen. Selain itu, baik Azhella Makeup Artist maupun Mipmop Makeup Artist juga menyatakan memberikan pelayanan yang sama kepada seluruh konsumen tanpa membedakan jenis layanan ataupun paket yang dipilih (Miftahul Jannah Hudaibi, komunikasi pribadi, 16 April 2026).

Kemudian, dalam aspek penetapan harga, kedua usaha sama-sama menentukan harga berdasarkan tingkat kesulitan pengerjaan dan tanggung jawab layanan yang diberikan. Layanan makeup wedding, misalnya, memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan makeup wisuda atau reguler karena membutuhkan persiapan yang lebih detail, durasi pengerjaan yang lebih lama, serta tingkat tanggung jawab yang lebih besar. Namun demikian, terdapat perbedaan pada kisaran harga yang ditetapkan oleh kedua usaha tersebut. Mipmop Makeup Artist

cenderung menetapkan harga yang lebih tinggi dibandingkan Azhella Makeup Artist. Berdasarkan hasil wawancara, hal tersebut dipengaruhi oleh reputasi dan pengalaman Mipmop Makeup Artist yang telah cukup dikenal di Yogyakarta serta beberapa kali menangani klien dari kalangan artis dan model. Sementara itu, Azhella Makeup Artist lebih menekankan penyesuaian harga berdasarkan jenis layanan dan kebutuhan konsumen. Dengan demikian, meskipun kedua usaha menerapkan prinsip keseimbangan melalui keterbukaan informasi dan pelayanan yang adil, terdapat perbedaan dalam faktor yang memengaruhi penetapan harga jasa, yaitu reputasi dan pengalaman usaha pada Mipmop Makeup Artist.

Kemudian, penerapan prinsip *responsibility* (tanggung jawab) pada kedua usaha terlihat melalui upaya memberikan pelayanan secara profesional serta kesiapan dalam menangani kebutuhan maupun keluhan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, Azhella Makeup Artist menerapkan tanggung jawab melalui sistem pelayanan yang lebih terstruktur dengan adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) yang mengatur proses konsultasi, booking, hingga pelaksanaan makeup pada hari acara. Sebelum pelaksanaan, komunikasi dilakukan secara intensif dengan klien untuk mendiskusikan konsep dan referensi riasan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, Azhella Makeup Artist juga bersedia melakukan perbaikan apabila terdapat bagian riasan yang kurang sesuai selama proses makeup berlangsung serta melakukan evaluasi setelah acara selesai melalui konfirmasi kepuasan konsumen dan penerimaan kritik maupun saran. Di sisi lain, Mipmop Makeup Artist juga menunjukkan penerapan prinsip tanggung jawab melalui upaya memberikan pelayanan maksimal baik pada layanan reguler maupun wedding. Namun, pendekatan yang digunakan lebih menekankan pada kesediaan menerima konsekuensi apabila terjadi kesalahan dalam pelayanan. Narasumber menyatakan bahwa apabila konsumen merasa tidak puas, maka pihak usaha bersedia meminta maaf dan memberikan kompensasi yang disesuaikan dengan tingkat kesalahan, seperti pemberian layanan gratis pada kesempatan berikutnya. Berdasarkan perbandingan tersebut, kedua usaha sama-sama menunjukkan tanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan, tetapi Azhella Makeup Artist lebih menekankan komunikasi dan evaluasi pelayanan secara berkelanjutan, sedangkan

Mipmop Makeup Artist lebih menekankan bentuk penyelesaian dan kompensasi atas kesalahan pelayanan yang terjadi.

Sementara itu, pada prinsip *benevolence* (ihsan/kualitas jasa) pada kedua usaha tercermin melalui upaya memberikan pelayanan terbaik dan menjaga kualitas hasil riasan secara konsisten. Berdasarkan hasil penelitian, Azhella Makeup Artist lebih menekankan kesiapan teknis dan kenyamanan konsumen dalam proses pelayanan. Hal tersebut terlihat dari persiapan alat sebelum hari pelaksanaan, menjaga kebersihan peralatan makeup, datang tepat waktu, serta melakukan diskusi konsep riasan bersama klien agar hasil yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen. Selain itu, Azhella Makeup Artist juga menekankan pentingnya komunikasi yang baik, sikap ramah, dan suasana nyaman selama proses makeup berlangsung. Upaya peningkatan kualitas pelayanan dilakukan melalui pembelajaran berkelanjutan dan evaluasi berdasarkan masukan konsumen. Berbeda dengan Azhella Makeup Artist, Mipmop Makeup Artist lebih menekankan pentingnya menjaga konsistensi keterampilan melalui latihan yang dilakukan secara terus-menerus. Narasumber menyatakan tetap melakukan praktik makeup dan pembuatan konten meskipun tidak terdapat jadwal klien sebagai upaya mempertahankan kualitas hasil riasan. Dalam aspek profesionalitas, Mipmop Makeup Artist juga berupaya datang lebih awal untuk mengantisipasi kemungkinan kendala teknis, terutama pada acara wedding. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, kedua usaha sama-sama menunjukkan penerapan prinsip ihsan melalui komitmen terhadap kualitas pelayanan dan profesionalitas kerja. Namun demikian, Azhella Makeup Artist lebih berfokus pada kesiapan pelayanan dan kenyamanan konsumen, sedangkan Mipmop Makeup Artist lebih berfokus pada konsistensi latihan dan pengembangan keterampilan sebagai bentuk menjaga kualitas jasa yang diberikan.

5. Faktor yang Memengaruhi Perbedaan Implementasi Etika Bisnis Islam

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi perbedaan implementasi etika bisnis Islam pada *Azhella Makeup Artist* dan *Mipmop Makeup Artist*. Faktor pertama adalah latar belakang dan konsep usaha

yang diterapkan oleh masing-masing pemilik usaha. *Azhella Makeup Artist* sejak awal memposisikan diri sebagai *Makeup Artist* berbasis syariah sehingga pelayanan yang diberikan disesuaikan dengan prinsip syariat Islam yang diyakini oleh pemilik usaha. Sementara itu, *Mipmop Makeup Artist* menerapkan konsep usaha yang lebih fleksibel dan menyesuaikan kebutuhan pasar. Faktor kedua adalah segmentasi pasar dan kebutuhan konsumen. *Azhella Makeup Artist* lebih berfokus pada konsumen yang menginginkan layanan makeup dengan konsep syar'i, sedangkan *Mipmop Makeup Artist* melayani konsumen dengan kebutuhan yang lebih beragam, baik makeup syar'i maupun konvensional. Faktor ketiga adalah cara masing-masing pelaku usaha memaknai tanggung jawab dan kualitas pelayanan. *Azhella Makeup Artist* lebih menekankan pelayanan yang sesuai dengan nilai syariat serta komunikasi dengan klien, sedangkan *Mipmop Makeup Artist* lebih menekankan profesionalitas pelayanan, fleksibilitas, dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, perbedaan implementasi etika bisnis Islam pada kedua *Makeup Artist* tersebut dipengaruhi oleh konsep usaha, nilai yang dianut pemilik usaha, segmentasi pasar, serta cara masing-masing pelaku usaha memaknai pelayanan kepada konsumen.

B. PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan pembahasan atas hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, dengan mengaitkan temuan lapangan terhadap teori etika bisnis Islam serta menjawab ketiga rumusan masalah penelitian secara sistematis.

1. Implementasi Etika Bisnis Islam pada Azhella Makeup Artist dan Mipmop Makeup Artist

a. Prinsip *Equilibrium* (Keseimbangan/Keadilan)

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pada usaha jasa Azhella Makeup Artist, penerapan prinsip keseimbangan/keadilan terlihat dalam penetapan harga, keterbukaan informasi layanan, serta perlakuan yang sama terhadap semua klien makeup. Begitu juga dengan Mipmop Makeup, kedua usaha telah mengimplementasikan prinsip ini melalui mekanisme yang serupa, yakni penyampaian informasi layanan secara terbuka kepada konsumen sebelum terjadinya akad. Baik Azhella Makeup Artist maupun Mipmop Makeup Artist menyampaikan pricelist, sistem booking, fasilitas yang didapat, serta ketentuan pembayaran secara transparan di awal. Praktik ini mencerminkan nilai kejujuran dalam berbisnis yang menjadi bagian inti dari etika bisnis Islam.

Dalam penetapan harga, terdapat perbedaan cara pandang antara keduanya. Azhella Makeup Artist menetapkan harga berdasarkan jenis layanan, durasi pengerjaan, dan tingkat tanggung jawab yang diemban, sehingga harga antara makeup *wedding* dan makeup reguler dibedakan secara proporsional. Pendekatan ini selaras dengan nilai keadilan dalam Islam yang menekankan kesesuaian antara nilai layanan dengan imbalan yang diterima. Sementara itu, Mipmop Makeup Artist memandang harga sebagai sesuatu yang bersifat fleksibel dan mengikuti dinamika pasar serta tingkat permintaan. Meskipun pendekatan ini berbeda, keduanya tetap mengedepankan transparansi kepada konsumen dan tidak mengandung unsur penipuan dalam penentuan harga, sehingga prinsip keseimbangan masih terpenuhi. Dalam hal perlakuan terhadap konsumen, kedua usaha menyatakan memberikan pelayanan yang setara kepada seluruh klien tanpa memandang jenis paket yang

dipilih. Hal ini mencerminkan sikap adil yang menjadi bagian dari prinsip *Equilibrium* dalam etika bisnis Islam, di mana interaksi antarmanusia dikatakan sesuai dengan harkat martabat apabila mampu mengaktualisasikan sifat-sifat mulia Allah SWT, termasuk berbuat adil kepada diri sendiri dan memperlakukan orang lain secara adil dalam berinteraksi (Amalia Ilmi Khoir, 2022)

b. Prinsip *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Prinsip tanggung jawab dalam etika bisnis Islam melekat pada pelaku bisnis untuk menjamin kesesuaian dan kelayakan timbal balik yang diterima konsumen, sehingga kepercayaan pembeli terhadap penjual dapat terbangun secara berkelanjutan. Tanggung jawab tidak hanya bersifat horizontal kepada konsumen, tetapi juga bersifat vertikal kepada Allah SWT sebagai pemilik segala sesuatu. *Azhella Makeup Artist* mengoperasionalkan prinsip tanggung jawab melalui beberapa mekanisme yang terstruktur. Pertama, adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) yang mencakup seluruh alur pelayanan mulai dari konsultasi awal, sistem *booking*, hingga pelaksanaan pada hari acara. Kedua, adanya komunikasi intensif sebelum hari pelaksanaan untuk menyelaraskan konsep riasan dengan karakter dan keinginan klien. Ketiga, kesediaan melakukan perbaikan saat proses berlangsung apabila terdapat bagian yang kurang memuaskan. Keempat, evaluasi pasca-acara dengan meminta umpan balik dari klien sebagai bahan perbaikan ke depan. Selain itu, *Azhella Makeup Artist* juga memahami tanggung jawab dalam dimensi yang lebih luas, yaitu tanggung jawab terhadap nilai-nilai yang diyakini. Penolakan terhadap layanan makeup lamaran, misalnya, bukan merupakan bentuk diskriminasi terhadap konsumen, melainkan bentuk tanggung jawab pelaku usaha kepada dirinya sendiri dan kepada Allah SWT atas praktik yang berpotensi bertentangan dengan syariat. Hal ini selaras dengan pemahaman bahwa tanggung jawab dalam bisnis Islam tidak hanya mencakup kepuasan konsumen semata, tetapi juga mencakup pertanggungjawaban kepada Tuhan atas setiap aktivitas yang dijalankan.

Mipmop Makeup Artist pun menunjukkan komitmen terhadap prinsip tanggung jawab melalui penerapan SOP pelayanan serta kesediaan memberikan

kompensasi apabila terjadi kesalahan, seperti pemberian layanan gratis pada kesempatan berikutnya. Dalam perspektif etika bisnis Islam, kesediaan memberikan kompensasi ini mencerminkan sikap amanah, yaitu kesediaan menanggung konsekuensi atas kewajiban yang belum terpenuhi dengan baik.

c. Prinsip *Benevolence* (Ihsan/Kualitas Jasa)

Ihsan dalam etika bisnis Islam dimaknai sebagai upaya memberikan hasil terbaik secara optimal dalam setiap aktivitas usaha. Ihsan merupakan kesungguhan dan kegigihan seseorang dalam menjalankan usahanya, tidak mudah menyerah, dan bekerja secara optimal (Izaatun Maghfirah, 2022). Dalam konteks jasa, ihsan tidak hanya berkaitan dengan sikap personal, tetapi menyentuh kualitas teknis pelaksanaan layanan secara menyeluruh. Azhella *Makeup Artist* mewujudkan prinsip ihsan melalui persiapan teknis yang matang sebelum hari pelaksanaan, mencakup pemastian kebersihan alat, kesiapan produk, kedatangan lebih awal di lokasi klien, serta diskusi konsep riasan yang dilakukan secara seksama. Selain itu, upaya peningkatan kualitas dilakukan secara berkelanjutan melalui pelatihan dan pembelajaran dari *Makeup Artist* yang lebih berpengalaman. Dalam aspek estetika, Azhella *Makeup Artist* juga menjaga agar hasil riasan tidak berlebihan, sehingga tetap indah namun sesuai dengan nilai yang diyakini. Hal ini menunjukkan bahwa ihsan tidak sekadar berorientasi pada kepuasan konsumen semata, melainkan juga pada nilai-nilai yang menjadi landasan usaha.

Sedangkan Mipmop *Makeup Artist* mewujudkan prinsip ihsan melalui konsistensi latihan dan praktik yang berkelanjutan, termasuk melalui pembuatan konten ketika tidak terdapat jadwal klien. Pendekatan ini mencerminkan komitmen bahwa keterampilan merias wajah perlu dijaga melalui kebiasaan praktik yang tidak terputus. Dalam aspek manajemen waktu, narasumber menyatakan selalu berupaya datang lebih awal dari waktu yang disepakati untuk mengantisipasi kendala teknis, khususnya pada layanan *wedding* yang memiliki tingkat kompleksitas tinggi. Pengalaman profesional sejak tahun 2009, keterlibatan sebagai konten kreator, serta kolaborasi dengan berbagai *Makeup Artist* lain juga menjadi modal penting dalam menjaga dan meningkatkan kualitas layanan. Dengan demikian, kedua usaha telah

mengimplementasikan ketiga prinsip etika bisnis Islam yang menjadi fokus penelitian ini, meskipun dengan pendekatan dan karakteristik yang berbeda sesuai dengan konsep usaha dan nilai yang dianut masing-masing pelaku usaha.

2. Perbedaan Implementasi Etika Bisnis Islam antara Azhella *Makeup Artist* dan Mipmop *Makeup Artist*

Berdasarkan analisis komparatif yang telah dilakukan, ditemukan bahwa perbedaan antara kedua usaha bukan terletak pada ada atau tidaknya penerapan prinsip etika bisnis Islam, melainkan pada cara memaknai dan mengoperasionalkan prinsip-prinsip tersebut dalam praktik usaha sehari-hari. Pada prinsip keseimbangan, kedua usaha menunjukkan komitmen yang setara dalam hal transparansi informasi dan keadilan perlakuan terhadap konsumen. Perbedaan muncul pada cara menetapkan harga. Azhella *Makeup Artist* mengaitkan penetapan harga dengan tingkat tanggung jawab dan kompleksitas layanan yang diberikan, sedangkan Mipmop *Makeup Artist* memandang harga sebagai variabel yang responsif terhadap kondisi pasar. Keduanya sah secara etika Islam sepanjang tidak mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan) atau penipuan, dan faktanya keduanya tetap menyampaikan harga secara transparan kepada konsumen.

Perbedaan yang paling substantif terletak pada prinsip tanggung jawab. Azhella *Makeup Artist* memahami tanggung jawab dalam cakupan yang lebih luas, yakni tidak hanya kepada konsumen tetapi juga kepada nilai syariat yang diyakini. Hal ini terwujud dalam batasan-batasan layanan yang diterapkan secara konsisten, seperti tidak menerima makeup lamaran, tidak menggunakan bulu mata palsu, tidak mencukur atau membentuk alis, serta penerapan ketentuan hijab yang menutup dada dan tidak menyerupai punuk unta. Bagi Azhella *Makeup Artist*, batasan-batasan ini bukan sekadar preferensi personal, melainkan bentuk pertanggungjawaban kepada Allah SWT atas setiap aktivitas usaha yang dijalankan. Sedangkan Mipmop *Makeup Artist*, sebaliknya, memaknai tanggung jawab dalam konteks kepuasan konsumen dan fleksibilitas layanan. Dengan melayani berbagai jenis riasan sesuai permintaan klien, Mipmop *Makeup Artist* berupaya memenuhi tanggung jawab kepada konsumen secara maksimal.

Pendekatan ini tidak bertentangan dengan etika bisnis Islam, mengingat Islam juga menghormati prinsip kehendak bebas (*free will*) dalam transaksi, di mana konsumen memiliki kebebasan memilih layanan yang sesuai dengan kebutuhannya selama tidak melanggar ketentuan syariat yang jelas (Destiya Wati, 2022).

Pada prinsip ihsan, kedua usaha menunjukkan komitmen yang sebanding terhadap kualitas layanan. Perbedaannya bersifat teknis-metodologis: *Azhella Makeup Artist* menekankan kenyamanan klien, kebersihan alat, serta kesiapan teknis sebagai indikator ihsan dalam pelayanan; sementara *Mipmop Makeup Artist* lebih menekankan konsistensi latihan, pengembangan keterampilan, dan kedisiplinan waktu. Kedua pendekatan ini sama-sama merupakan manifestasi dari semangat memberikan yang terbaik dalam bekerja, yang menjadi inti dari prinsip ihsan. Secara keseluruhan, perbedaan implementasi antara keduanya mencerminkan variasi yang wajar dalam memahami dan menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam. Etika bisnis Islam tidak mensyaratkan keseragaman cara, melainkan keselarasan nilai, sebagaimana ditegaskan bahwa etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai dan norma yang bersumber dari ajaran Islam yang mengatur perilaku individu dan pelaku bisnis dalam menjalankan aktivitas ekonomi (Rafiqi Rafiqi dkk., 2024).

2. Faktor yang Memengaruhi Perbedaan Implementasi Etika Bisnis Islam

Perbedaan implementasi etika bisnis Islam antara *Azhella Makeup Artist* dan *Mipmop Makeup Artist* tidak terjadi secara kebetulan, melainkan dipengaruhi oleh beberapa faktor mendasar yang membentuk cara pandang dan cara kerja masing-masing pelaku usaha. Pertama, latar belakang dan konsep usaha. *Azhella Makeup Artist* sejak awal dibangun di atas fondasi konsep syar'i sebagai identitas usaha. Pemosisian diri sebagai *Makeup Artist* berbasis syariah bukan sekadar strategi pemasaran, melainkan cerminan dari komitmen nilai yang dipegang oleh pemilik usaha. Hal ini berdampak pada seluruh dimensi operasional, mulai dari jenis layanan yang diterima, produk yang digunakan, hingga batasan-batasan estetika yang diterapkan. *Mipmop Makeup Artist*, sebaliknya, dibangun dengan konsep

yang adaptif dan berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pasar yang beragam. Konsep ini mendorong fleksibilitas dalam layanan, sehingga usaha dapat menjangkau segmen konsumen yang lebih luas.

Kedua, segmentasi pasar dan kebutuhan konsumen. Segmentasi pasar yang berbeda secara langsung memengaruhi cara pelaku usaha mengimplementasikan nilai-nilai etika dalam praktik usahanya. *Azhella Makeup Artist* yang menyasar konsumen dengan kebutuhan layanan syar'i harus secara konsisten menjaga standar yang sesuai dengan nilai tersebut karena inilah yang menjadi ekspektasi utama konsumennya. Di sisi lain, *Mipmop Makeup Artist* yang melayani konsumen dari berbagai latar belakang dan preferensi dituntut untuk lebih adaptif dalam memberikan layanan, termasuk dalam hal jenis riasan dan produk yang digunakan. Perbedaan segmentasi ini pada akhirnya membentuk pola implementasi etika bisnis Islam yang berbeda, namun keduanya tetap dalam koridor nilai-nilai yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

Ketiga, pemaknaan terhadap tanggung jawab dan kualitas pelayanan. Cara masing-masing pelaku usaha memaknai tanggung jawab sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai yang diyakini. Bagi *Azhella Makeup Artist*, tanggung jawab dipahami secara komprehensif sebagai kewajiban kepada konsumen sekaligus kepada Allah SWT, sehingga menjaga batasan syariat merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari tanggung jawab sebagai pelaku usaha Muslim. Bagi *Mipmop Makeup Artist*, tanggung jawab lebih diartikulasikan sebagai komitmen profesional kepada konsumen, yaitu memberikan pelayanan maksimal dan siap menanggung konsekuensi apabila terjadi kesalahan. Perbedaan pemaknaan ini tidak menunjukkan superioritas salah satu pihak, melainkan mencerminkan bahwa etika bisnis Islam dapat dihayati dan diwujudkan melalui berbagai cara yang disesuaikan dengan konteks, nilai, dan kapasitas masing-masing pelaku usaha.

Dengan mempertimbangkan ketiga faktor tersebut, dapat dipahami bahwa perbedaan implementasi etika bisnis Islam antara *Azhella Makeup Artist* dan *Mipmop Makeup Artist* merupakan hasil dari interaksi kompleks antara nilai yang

diyakini pemilik usaha, konsep usaha yang dibangun, serta kebutuhan pasar yang dilayani. Pemahaman atas faktor-faktor ini penting agar penilaian terhadap implementasi etika bisnis Islam tidak dilakukan secara hitam-putih, melainkan secara kontekstual dan proporsional sesuai dengan kondisi masing-masing usaha. Sebagaimana ditegaskan bahwa norma-norma etika bisnis Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis dijadikan sebagai pedoman bagi setiap individu dalam menjalankan aktivitas bisnis (Muhammad Djakfar, dalam Bab II penelitian ini), dan pedoman tersebut dapat diimplementasikan melalui berbagai pendekatan selama tetap berlandaskan pada nilai kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan ihsan.

3. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan terhadap *Azhella Makeup Artist* dan *Mipmop Makeup Artist*, dapat disimpulkan bahwa kedua pelaku usaha telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan jasa *Makeup Artist*, meskipun dengan bentuk implementasi yang berbeda. Perbedaan utama terletak pada cara memaknai dan mengoperasionalkan nilai-nilai tersebut dalam praktik usaha. *Azhella Makeup Artist* secara konsisten menjadikan konsep syar'i sebagai identitas dan batasan operasional dalam pelayanan, sedangkan *Mipmop Makeup Artist* menekankan aspek profesionalitas, tanggung jawab personal, dan fleksibilitas dalam pelayanan sesuai kebutuhan pasar. Namun demikian, pada aspek transparansi, tanggung jawab terhadap konsumen, serta upaya menjaga kualitas pelayanan, kedua usaha menunjukkan komitmen yang sejalan dengan prinsip etika bisnis Islam. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai etika dalam bisnis dapat diimplementasikan melalui pendekatan yang berbeda sesuai dengan visi, konsep usaha, dan karakter pelaku usaha masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam bersifat fleksibel dalam implementasinya, selama tetap berlandaskan pada nilai-nilai dasar yang menekankan keadilan, tanggung jawab, dan pelayanan terbaik kepada konsumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai implementasi etika bisnis Islam pada Azhella Makeup Artist dan Mipmop Makeup Artist, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Implementasi etika bisnis Islam pada Azhella Makeup Artist dan Mipmop Makeup Artist menunjukkan bahwa kedua usaha telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang menjadi fokus penelitian, yaitu prinsip equilibrium (keseimbangan/keadilan), responsibility (tanggung jawab), dan benevolence (ihsan). Penerapan prinsip tersebut terlihat melalui transparansi informasi kepada konsumen, pemberian pelayanan yang adil tanpa membedakan pelanggan, tanggung jawab terhadap hasil riasan, serta upaya memberikan pelayanan yang ramah, profesional, dan berkualitas. Dengan demikian, kedua Makeup Artist telah mengimplementasikan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya, meskipun terdapat perbedaan pada beberapa aspek penerapannya. Terdapat perbedaan implementasi etika bisnis Islam antara Azhella Makeup Artist sebagai Makeup Artist berbasis syariah dan Mipmop Makeup Artist sebagai Makeup Artist berbasis konvensional. Azhella Makeup Artist menerapkan prinsip etika bisnis Islam secara lebih ketat dengan membatasi layanan sesuai ketentuan syariah, seperti hanya melayani pelanggan perempuan dan menggunakan produk yang dipilih berdasarkan pertimbangan kehalalan. Sementara itu, Mipmop Makeup Artist lebih menekankan profesionalisme pelayanan dan kualitas jasa tanpa menerapkan pembatasan layanan berdasarkan konsep syariah. Meskipun demikian, kedua usaha tetap menerapkan nilai keadilan, tanggung jawab, dan pelayanan yang baik kepada seluruh konsumennya.

2. Terdapat perbedaan implementasi etika bisnis Islam antara Azhella Makeup Artist sebagai Makeup Artist berbasis syariah dan Mipmop Makeup Artist sebagai Makeup Artist berbasis konvensional. Azhella Makeup Artist menerapkan prinsip etika bisnis Islam secara lebih ketat dengan membatasi layanan sesuai ketentuan syariah, seperti hanya melayani pelanggan perempuan dan menggunakan produk yang dipilih berdasarkan pertimbangan kehalalan. Sementara itu, Mipmop Makeup Artist lebih menekankan profesionalisme pelayanan dan kualitas jasa tanpa menerapkan pembatasan layanan berdasarkan konsep syariah. Meskipun demikian, kedua usaha tetap menerapkan nilai keadilan, tanggung jawab, dan pelayanan yang baik kepada seluruh konsumennya.
3. Perbedaan implementasi etika bisnis Islam pada kedua Makeup Artist dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu latar belakang konsep usaha yang dijalankan, pemahaman pemilik usaha terhadap etika bisnis Islam, segmentasi pasar yang dituju, serta kebijakan operasional masing-masing usaha. Azhella Makeup Artist mengembangkan usahanya dengan berlandaskan konsep syariah sehingga penerapan etika bisnis Islam menjadi bagian dari identitas usahanya. Sebaliknya, Mipmop Makeup Artist menjalankan usaha dengan konsep yang lebih umum atau konvensional sehingga penerapan etika bisnis Islam lebih difokuskan pada aspek profesionalitas pelayanan, tanggung jawab kepada konsumen, dan kualitas jasa yang diberikan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada usaha jasa make up artist tidak bersifat tunggal, melainkan dapat diwujudkan melalui berbagai pendekatan yang berbeda. Azhella cenderung menekankan pada penjagaan nilai dan batasan dalam layanan, sedangkan Mipmop lebih menekankan pada fleksibilitas dan pengembangan kualitas layanan. Perbedaan tersebut tidak menunjukkan adanya pertentangan nilai, melainkan mencerminkan variasi dalam memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam praktik usaha jasa, khususnya dalam menyeimbangkan antara nilai yang dianut dan kebutuhan konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha jasa *Makeup Artist*, pelaku usaha make up artist diharapkan dapat terus meningkatkan penerapan etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya, khususnya dalam menjaga keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan konsumen dan konsistensi terhadap nilai-nilai yang dianut. Selain itu, pelaku usaha juga disarankan untuk mempertahankan transparansi informasi, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memperkuat komunikasi dengan konsumen guna menciptakan kepercayaan dan kepuasan yang berkelanjutan.
2. Bagi *Azhella Makeup Artist* dan *Mipmop Makeup Artist*, disarankan untuk terus menjaga konsistensi kualitas pelayanan, meningkatkan profesionalitas, serta melakukan inovasi layanan agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar tanpa mengabaikan nilai-nilai etika yang menjadi dasar usaha.
3. Bagi calon konsumen jasa *Makeup Artist*, diharapkan lebih selektif dalam memilih penyedia jasa dengan mempertimbangkan kesesuaian konsep, nilai, serta sistem pelayanan yang ditawarkan. Konsumen juga diharapkan memahami dan menghormati ketentuan yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha agar tercipta transaksi yang adil dan saling menguntungkan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan memperluas objek penelitian, menambahkan perspektif konsumen sebagai informan pendukung, atau menggunakan pendekatan metode yang berbeda untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Alviani, R. (2024). Tinjauan hukum Islam terhadap praktik jasa make up artist Byends di Desa Kertosari Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo [Skripsi, IAIN Ponorogo]. Repository IAIN Ponorogo.

Aqbar, K., & Iskandar, A. (2021). Prinsip tauhid dalam implementasi ekonomi Islam: The tawhid principle in Islamic economics implementation. *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah Dan Ekonomi Islam*, 1(1), 34–44.

Arifin, D. (2009). *Etika bisnis Islam*. Alfabeta.

Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. SAGE Publications.

Djakfar, M. (2012). *Etika bisnis: Menangkap spirit ajaran langit dan pesan moral ajaran bumi*. Penebar Plus.

Hadi, A. S., Probosawitro, B. A. M., Nathaniel, F., Shelly, G., Purba, I. A., Angie, M., & Kosasih, T. H. P. (2023). Pendampingan peningkatan manajemen bisnis make up artist (MUA) yaitu Aquarel Makeup di Kabupaten Kuningan dalam program community development 2023. *Pengabdian Masyarakat Sumber Daya Unggul*, 1(2), 113–125.

Harisa, N. P. (2023). Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap penentuan upah asisten make up artist: Studi di Clarissa Wedding Organizer Desa Rejomulyo Metro Selatan [Skripsi, UIN Raden Intan Lampung]. Repository UIN Raden Intan Lampung.

Hasanati, N. (2021). *Metode penelitian komparatif dalam ilmu sosial* [Skripsi, Universitas Islam Negeri]. Repository UIN.

Khoir, A. I. (2022). Tinjauan etika bisnis Islam terhadap promosi make up artist: Studi kasus Clarissa MUA Ganjar Agung Metro Barat [Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro]. Repository IAIN Metro.

Kotler, P. (2002). Manajemen pemasaran. Prenhallindo.

Maghfirah, I. (2022). Analisis strategi pemasaran hotel yang berbasis syariah ditinjau dari etika bisnis Islam dan marketing syariah. *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah*, 5(1), 64–74.

Meydita, A. (2019). Analisis faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa make up artist [Skripsi]. Repository Universitas.

Miri, S. M., & Shahrokh, Z. D. (2019). Comparative research methodology. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(4), 51–57.

Rafiqi, M., dkk. (2024). Etika bisnis Islam dalam praktik usaha kontemporer. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(1), 1–15.

Saifullah, M. (2011). Etika bisnis Islam dalam praktek bisnis Rasulullah. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), 127–156.

Sari, I. D. O., & Rahmawati, L. (2022). Analisis penerapan prinsip etika bisnis Islam pada UKM olahan laut. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(2), 55–68.

Sugiyono. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Sugiyono. (2025). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Rev. ed.). Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi. Pustaka Baru Press.

Sukirno, S. (2010). Mikro ekonomi teori pengantar (3rd ed.). RajaGrafindo Persada.

- Susminingsih, M. A. (2020). Etika bisnis Islam. IAIN Pekalongan Press.
- Wati, D. (2022). Penerapan konsep kehendak bebas dalam etika bisnis Islam pada UMKM. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 45–58.
- Widyadari, P. (2023). Laporan akhir proyek bisnis make up artist By Widya [Skripsi, Universitas Islam Indonesia]. Repository UII.
- Yunia, N. (2018). Implementasi etika bisnis Islam dalam menjalankan usaha kecil. *Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 22–35.
- Zakiyah. (2019). Fenomena endorsement terhadap penjualan suatu produk ditinjau dari etika bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 88–102.
- Zamzam, F., & Aravik, H. (2020). Etika bisnis Islam: Seni berbisnis keberkahan. Deepublish.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: A critical review of extant knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362–375.
- A Alfansyur & M Mariyani. (2020). *Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial*.
- Amalia Ilmi Khoir. (2022). *Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Promosi Make Up Artist (Studi Kasus Clarissa MUA Ganjar Agung Metro Barat)*.
- AN Wini. (2025). *IMPLEMENTASI PEMBELAJARAN BERBASIS STEAM (SCIENCE, TECHNOLOGY, ENGINEERING, ART, MATHEMATICS) DALAM PEMBUATAN ALAT*
- AS Bharmawan & N Hanif. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Aura Tafana, ayu Andika, Mahyuz, Feby Nurhalizah Siregar, & Fahira Rizka Olivia. (2024). *Etika bisnis islam*.
- D Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- D Wati, S Arif, & A Devi. (2022). *Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop*.

- Devi Orlita Sari. (2022). *Analisis penerapan prinsip etika bisnis Islam pada UKM olahan laut*.
- H. Aravik, HF. Z. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*.
- HM Djakfar. (2012). *Etika bisnis: Menangkap spirit ajaran langit dan pesan moral ajaran bumi*.
- Izaatun Maghfirah. (2022). *Analisis strategi pemasaran hotel yang berbasis syariah ditinjau dari etika bisnis Islam dan marketing syariah*.
- J Cresswel. (1998). *Metode Penelitian*.
- K Aucoin & K Diamond. (2004). *Kevyn Aucoin a Beautiful Life: The Success, Struggles, and Beauty Secrets of a Legendary Makeup Artist*.
- M Ilham & N Nuryadi. (2025). *Restorasi Etika Bisnis Global Melalui Nilai Tauhid dan Keadilan dalam Ekonomi Islam*.
- MA Qadri, MI Bafadhal, & MA Qadri. (2024). *Etika Bisnis Islam*.
- MA Susmaningsih. (2020). *Etika Bisnis Islam*.
- N Hasanati & M Faridl. (2021). *MAKALAH DESAIN PENELITIAN KOMPARATIF*.
- Nabilah Nada. (2025). *IMPLEMENTASI MAKE UP ARTIST (MUA) BERLABEL SYAR' I DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (STUDI KASUS FAFA MAKE UP SYAR' I JOGJA)*.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (14 ed.).
- Rafiqi Rafiqi, Muhammad Iqbal Bafadhal, & M Amin Qadri. (2024). *Etika Bisnis Islam*.
- Sadono Sukirno. (2017). *Pengantar Bisnis*.
- Sugiyono & Nurul Anwar. (2025). *METODE PENELITIAN EKONOMI*.
- Wiyanda Vera Nurfajriani, Muhammad Wahyu Ilhami, ArivanMahendra, Rusdy Abdullah Sirodj, & M Win Afgani. (2024). *Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif*.

LAMPIRAN

A. Draft Wawancara

1. Lampiran Transkrip Wawancara Informan 1

Fokus Penelitian	:	Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Jasa Make Up Artist: Studi Komparatif Antara Azhella <i>Makeup Artist</i> Dan Mipmop <i>Makeup Artist</i>
Narasumber	:	Zinniroh Kumailah
Jabatan	:	Owner Azhella Makeup Artist
Hari/Tanggal	:	Kamis, 15 Februari 2026
Tempat	:	Studio Azhella Makeup

4. Kapan usaha Make Up Artist ini mulai didirikan dan bagaimana proses awal terbentuknya usaha tersebut?

Azhella Makeup Artist mulai saya rintis sekitar tujuh tahun yang lalu. Awalnya saya memang memiliki ketertarikan di bidang makeup dan kecantikan sejak lama. Dari situ saya mulai belajar makeup secara mandiri melalui media sosial dan beberapa pelatihan makeup. Awalnya hanya merias teman dekat dan keluarga untuk acara tertentu. Setelah beberapa kali merias, hasil makeup saya mulai dikenal dari rekomendasi teman ke teman, kemudian mulai ada orang lain yang tertarik menggunakan jasa saya. Dari situ saya mulai memberanikan diri membuka jasa makeup secara lebih serius hingga akhirnya berkembang menjadi Azhella Makeup Artist seperti sekarang.

5. Bagaimana perkembangan usaha Make Up Artist ini sejak awal berdiri hingga saat ini?

Kalau dibandingkan dengan awal merintis usaha, perkembangannya cukup terasa. Di

awal usaha, jumlah klien masih sedikit dan kebanyakan berasal dari teman dekat atau hasil rekomendasi. Setelah mulai aktif di media sosial dan mengunggah hasil makeup, perlahan semakin banyak orang yang mengenal jasa saya. Sekarang kliennya sudah lebih beragam dan tidak hanya untuk acara wisuda saja, tetapi juga wedding, engagement, dan acara formal lainnya. Selain itu, jadwal makeup juga sudah lebih rutin dibandingkan saat awal membuka usaha.

3. Dimana lokasi operasional atau studio usaha Make Up Artist yang digunakan saat ini?

Saat ini saya memiliki studio pribadi yang digunakan untuk melayani klien makeup. Namun selain melayani di studio, saya juga menerima layanan panggilan langsung ke lokasi klien, terutama untuk acara wedding atau acara tertentu yang membutuhkan persiapan di lokasi.

4. Apakah usaha Make Up Artist ini hanya beroperasi sendiri atau bekerja sama dengan tim makeup lain?

Dalam pelaksanaannya saya tidak sepenuhnya bekerja sendiri. Untuk beberapa acara, terutama wedding atau ketika jumlah klien cukup banyak, saya bekerja sama dengan tim agar proses pelayanan bisa berjalan lebih maksimal dan tepat waktu.

5. Bagaimana sistem pelayanan yang diterapkan, apakah hanya melayani di studio atau juga menerima layanan panggilan ke lokasi klien?

Sistem pelayanannya fleksibel. Klien bisa datang langsung ke studio atau menggunakan layanan panggilan ke lokasi. Untuk acara wedding biasanya saya datang langsung ke lokasi karena proses persiapannya lebih panjang dan membutuhkan penyesuaian dengan rundown acara.

6. Apa saja jenis layanan makeup yang tersedia pada usaha ini?

Layanan yang tersedia cukup beragam, seperti makeup wedding, wisuda, party, engagement, dan beberapa kebutuhan acara formal lainnya. Namun untuk beberapa jenis layanan tertentu saya memiliki batasan yang disesuaikan dengan prinsip yang saya pegang dalam menjalankan usaha.

7. Bagaimana penentuan harga jasa makeup untuk setiap jenis layanan yang diberikan?

Penentuan harga biasanya disesuaikan dengan jenis layanan, tingkat kesulitan makeup, durasi pengerjaan, serta tanggung jawab yang diberikan. Makeup wedding

tentu berbeda dengan makeup wisuda atau party karena prosesnya lebih detail dan membutuhkan persiapan yang lebih banyak. Selain itu penggunaan produk, waktu pengerjaan, dan tingkat ketahanan makeup juga menjadi pertimbangan dalam menentukan harga jasa.

8. Apakah terdapat perbedaan teknik, proses, atau persiapan makeup pada setiap jenis acara yang ditangani?

Iya, tentu ada perbedaan. Untuk makeup wedding biasanya persiapannya lebih detail dibandingkan makeup wisuda atau party. Mulai dari pemilihan produk, teknik complexion, ketahanan makeup, hingga penyesuaian dengan pencahayaan dan konsep acara semuanya diperhatikan lebih detail karena tanggung jawabnya juga lebih besar.

9. Bagaimana cara Anda memberikan informasi terkait paket layanan, harga, dan ketentuan kepada konsumen sebelum terjadinya kesepakatan?

Biasanya semua informasi dijelaskan di awal melalui katalog pricelist yang berisi paket layanan, fasilitas yang didapatkan, harga, sistem booking, dan ketentuan pembayaran. Jadi sebelum konsumen melakukan booking, mereka sudah mengetahui informasi layanan secara jelas agar tidak terjadi kesalahpahaman di kemudian hari.

10. Bagaimana bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar merasa nyaman selama proses makeup berlangsung?

Saya berusaha menjaga komunikasi yang baik dengan konsumen sejak awal konsultasi sampai proses makeup selesai. Selain itu saya juga berusaha menciptakan suasana yang nyaman agar klien tidak merasa tegang selama proses makeup berlangsung. Menurut saya kenyamanan konsumen juga menjadi bagian penting dalam pelayanan jasa makeup.

11. Apakah usaha ini memiliki aturan atau Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam pelayanan jasa makeup?

Iya, ada. Saya memiliki SOP mulai dari proses konsultasi, booking, persiapan alat, jadwal keberangkatan, sampai pelaksanaan makeup di hari acara. SOP tersebut dibuat supaya pelayanan lebih teratur dan meminimalisir kesalahan saat bekerja.

12. Bagaimana bentuk tanggung jawab Anda terhadap hasil riasan yang diberikan kepada konsumen?

Saya berusaha bertanggung jawab penuh terhadap hasil makeup yang diberikan kepada konsumen. Sebelum hari pelaksanaan biasanya saya melakukan diskusi terlebih dahulu terkait konsep makeup yang diinginkan klien agar hasilnya sesuai dengan ekspektasi mereka. Kalau saat proses makeup ada bagian yang kurang sesuai, saya juga bersedia memperbaikinya sampai klien merasa nyaman dan puas.

13. Bagaimana cara Anda menangani keluhan atau komplain dari konsumen apabila terjadi ketidakpuasan terhadap hasil layanan?

Kalau ada komplain dari konsumen, biasanya saya akan mendengarkan terlebih dahulu apa yang menjadi keluhan mereka. Setelah itu saya akan mencoba mencari solusi dan melakukan perbaikan jika memang diperlukan. Bagi saya kritik dan saran dari konsumen juga penting sebagai bahan evaluasi agar pelayanan ke depannya bisa menjadi lebih baik.

14. Bagaimana cara Anda menjaga kualitas hasil riasan dan pelayanan kepada konsumen?

Untuk menjaga kualitas pelayanan, saya berusaha terus belajar dan mengikuti perkembangan tren makeup. Selain itu saya juga menjaga kebersihan alat makeup, memperbarui produk yang digunakan, dan memastikan semua perlengkapan siap sebelum hari pelaksanaan agar pelayanan berjalan dengan baik.

15. Apa upaya yang dilakukan untuk meningkatkan keterampilan dan kualitas pelayanan dalam usaha Make Up Artist ini?

Saya biasanya mengikuti pelatihan, belajar dari makeup artist lain yang lebih berpengalaman, serta terus berlatih agar kemampuan makeup tetap berkembang. Menurut saya dunia makeup terus berkembang, jadi sebagai makeup artist juga harus terus belajar supaya kualitas hasil makeup tetap terjaga.

16. Bagaimana cara Anda memastikan pelayanan dilakukan tepat waktu dan sesuai dengan standar yang telah ditentukan?

Biasanya saya sudah mempersiapkan alat dan kebutuhan makeup sejak sebelum hari acara. Selain itu saya juga berusaha datang lebih awal ke lokasi klien agar ada waktu cadangan jika terjadi kendala di perjalanan atau saat persiapan. Dengan begitu proses makeup bisa berjalan sesuai jadwal yang sudah disepakati dengan konsumen.

2. Lampiran Transkrip Wawancara Informan 2

Fokus Penelitian	:	Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Jasa Make Up Artist: Studi Komparatif Antara Azhella <i>Makeup Artist</i> Dan Mipmop <i>Makeup Artist</i>
Narasumber	:	Miftahul Jannah Hudaibi
Jabatan	:	Owner Mipmop Makeup Artist
Hari/Tanggal	:	Kamis, 5 Februari 2026
Tempat	:	Studio Mipmop Makeup

1. Kapan usaha Make Up Artist ini mulai didirikan dan bagaimana proses awal terbentuknya usaha tersebut?

Saya mulai menekuni dunia makeup sekitar tahun 2009. Awalnya memang karena saya sudah menyukai makeup sejak lama dan cukup tertarik dengan dunia kecantikan serta seni visual. Selain itu, dulu saya juga beberapa kali menjadi model untuk kebutuhan foto dan konten sehingga semakin sering berhubungan dengan makeup. Dari situ saya mulai tertarik mempelajari teknik makeup lebih dalam. Karena latar belakang pendidikan saya berasal dari jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV), saya juga cukup terbiasa memahami warna, detail, komposisi, dan estetika visual, sehingga hal tersebut cukup membantu dalam proses belajar makeup. Awalnya saya

sering membuat video tutorial makeup di YouTube sebagai media untuk belajar dan menunjukkan hasil makeup yang saya buat. Waktu itu ternyata respons dari orang-orang cukup baik dan perlahan mulai banyak yang mengenal hasil makeup saya melalui media sosial. Dari situ mulai ada yang meminta dirias untuk acara tertentu, kemudian berkembang menjadi pekerjaan yang lebih serius hingga akhirnya terbentuk Mipmop Makeup Artist seperti sekarang.

2. Bagaimana perkembangan usaha Make Up Artist ini sejak awal berdiri hingga saat ini?

Kalau dibandingkan dengan awal mulai tentu perkembangannya cukup besar. Dulu saya hanya menerima job kecil seperti makeup wisuda atau acara pribadi. Namun setelah aktif membuat konten makeup di YouTube dan media sosial, nama saya mulai lebih dikenal. Pada waktu itu media sosial cukup membantu perkembangan usaha karena banyak orang melihat hasil makeup saya dari internet.

Seiring berjalannya waktu, klien yang datang juga semakin beragam. Tidak hanya dari kalangan mahasiswa atau umum, tetapi saya juga beberapa kali menangani model dan artis. Hal tersebut cukup berpengaruh terhadap perkembangan usaha dan membuat jasa makeup saya semakin dikenal, khususnya di Yogyakarta.

3. Dimana lokasi operasional atau studio usaha Make Up Artist yang digunakan saat ini?

Saat ini saya memiliki studio sendiri yang digunakan untuk melayani konsumen. Namun untuk acara tertentu seperti wedding atau photoshoot, saya juga melayani makeup langsung ke lokasi klien sesuai kebutuhan acara.

4. Apakah usaha Make Up Artist ini hanya beroperasi sendiri atau bekerja sama dengan tim makeup lain?

Dalam menjalankan usaha saya tidak selalu bekerja sendiri. Untuk acara besar seperti wedding biasanya saya bekerja sama dengan tim agar proses makeup bisa lebih efektif dan sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan.

5. Bagaimana sistem pelayanan yang diterapkan, apakah hanya melayani di studio atau juga menerima layanan panggilan ke lokasi klien?

Pelayanannya fleksibel. Konsumen bisa datang langsung ke studio atau

menggunakan layanan home service. Untuk wedding dan acara tertentu biasanya saya datang langsung ke lokasi karena membutuhkan persiapan yang lebih kompleks dan harus menyesuaikan dengan rundown acara.

6. Apa saja jenis layanan makeup yang tersedia pada usaha ini?

Layanan yang tersedia cukup beragam, mulai dari makeup wisuda, wedding, engagement, party, prewedding, photoshoot, hingga makeup untuk kebutuhan konten dan fashion.

7. Bagaimana penentuan harga jasa makeup untuk setiap jenis layanan yang diberikan?

Penentuan harga biasanya dilihat dari jenis layanan, tingkat kesulitan makeup, durasi pengerjaan, serta kebutuhan acara. Makeup wedding tentu berbeda dengan makeup wisuda karena persiapan dan tanggung jawabnya jauh lebih besar. Selain itu, harga juga dipengaruhi oleh pengalaman kerja, kualitas produk yang digunakan, dan permintaan pasar. Menurut saya dalam dunia makeup memang tidak ada patokan harga yang benar-benar tetap karena setiap makeup artist memiliki standar dan segmentasi pasar yang berbeda.

8. Apakah terdapat perbedaan teknik, proses, atau persiapan makeup pada setiap jenis acara yang ditangani?

Iya, tentu ada perbedaannya. Untuk wedding biasanya teknik makeup dibuat lebih tahan lama dan detail karena digunakan dalam waktu yang panjang dan terkena pencahayaan kamera maupun acara outdoor. Sedangkan makeup wisuda atau party biasanya lebih ringan. Selain itu saya juga menyesuaikan warna dan karakter makeup dengan bentuk wajah, warna kulit, tema acara, dan kepribadian klien supaya hasilnya lebih cocok.

9. Bagaimana cara Anda memberikan informasi terkait paket layanan, harga, dan ketentuan kepada konsumen sebelum terjadinya kesepakatan?

Biasanya saya memberikan informasi melalui pricelist dan penjelasan langsung kepada konsumen. Di situ sudah dijelaskan mengenai paket layanan, fasilitas yang didapatkan, sistem booking, serta ketentuan pembayaran supaya konsumen memahami detail layanan sebelum melakukan booking.

10. Bagaimana bentuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar merasa nyaman

selama proses makeup berlangsung?

Saya berusaha membangun komunikasi yang santai dengan konsumen supaya mereka merasa nyaman selama proses makeup. Selain itu saya juga mendengarkan keinginan dan referensi makeup dari klien karena menurut saya kenyamanan dan kepuasan konsumen itu penting dalam pelayanan jasa.

11. Apakah usaha ini memiliki aturan atau Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam pelayanan jasa makeup?

Iya, ada beberapa SOP yang diterapkan dalam pelayanan, mulai dari sistem booking, jadwal makeup, kesiapan alat, hingga teknis pelayanan pada hari acara. Hal itu penting supaya pekerjaan lebih teratur dan meminimalisir kesalahan saat bekerja.

12. Bagaimana bentuk tanggung jawab Anda terhadap hasil riasan yang diberikan kepada konsumen?

Saya berusaha memberikan hasil makeup terbaik sesuai kebutuhan konsumen. Sebelum makeup biasanya saya melakukan konsultasi terlebih dahulu supaya konsep makeup yang dipilih sesuai dengan karakter wajah dan acara yang akan dihadiri. Jadi hasil akhirnya bisa sesuai dengan ekspektasi klien.

13. Bagaimana cara Anda menangani keluhan atau komplain dari konsumen apabila terjadi ketidakpuasan terhadap hasil layanan?

Kalau ada komplain, biasanya saya akan mendengarkan terlebih dahulu keluhan konsumen dan mencoba memahami bagian mana yang dirasa kurang sesuai. Kalau memang ada kesalahan dari pihak saya, saya akan meminta maaf dan bertanggung jawab sesuai kondisi yang terjadi. Menurut saya komplain juga bisa menjadi evaluasi agar pelayanan ke depannya menjadi lebih baik.

14. Bagaimana cara Anda menjaga kualitas hasil riasan dan pelayanan kepada konsumen?

Saya menjaga kualitas dengan terus berlatih dan mengikuti perkembangan tren makeup. Selain itu saya juga cukup memperhatikan detail warna, teknik blending, dan kecocokan makeup dengan karakter wajah konsumen karena latar belakang saya di bidang seni membuat saya cukup terbiasa memperhatikan detail visual.

15. Apa upaya yang dilakukan untuk meningkatkan keterampilan dan kualitas pelayanan

dalam usaha Make Up Artist ini?

Saya terus belajar dan mengikuti perkembangan dunia makeup, baik melalui pelatihan, media sosial, maupun praktik secara langsung. Selain menerima job, saya juga sering membuat konten makeup untuk melatih kreativitas dan menjaga kemampuan agar tetap berkembang.

16. Bagaimana cara Anda memastikan pelayanan dilakukan tepat waktu dan sesuai dengan standar yang telah ditentukan?

Biasanya saya sudah mempersiapkan seluruh alat dan kebutuhan makeup sebelum hari acara. Saya juga selalu berusaha datang lebih awal ke lokasi klien untuk mengantisipasi kemungkinan kendala di perjalanan atau perubahan jadwal acara sehingga proses makeup tetap berjalan tepat waktu.

B. Lembar Observasi Penerapan Etika Bisnis Pada Usaha Jasa Makeup Artist

6. Laporan Observasi Azhella Makeup Artist

Nama Usaha : Azhella Makeup Artist

Lokasi : Jl. Palagan Km 7, Panggungsari, Sariharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta

Tanggal Observasi : Senin, 13 Juni 2026

Observer : Istiqomah

No.	Aspek yang Diamati	Ya	Tidak	Catatan
1.	Pelaku usaha menyampaikan informasi harga secara terbuka kepada konsumen	√		Azhella MUA menyampaikan seluruh informasi harga melalui katalog pricelist yang

				diberikan kepada calon klien sebelum terjadi kesepakatan
2.	Pelaku usaha menjelaskan fasilitas layanan secara jelas	√		Informasi terkait paket layanan, fasilitas, sistem booking, hingga ketentuan pelunasan dijelaskan secara transparan sejak awal
3.	Pelaku usaha memberikan pelayanan tanpa membedakan konsumen	√		Seluruh klien diperlakukan secara sama tanpa membedakan jenis paket yang dipilih; calon klien yang hanya berkonsultasi tanpa transaksi pun dilayani dengan baik
4.	Pelaku usaha memberikan kesempatan konsultasi kepada konsumen	√		Pemilik usaha memberikan kesempatan konsultasi, termasuk kepada calon klien yang belum melakukan pemesanan
5.	Pelaku usaha memberikan kebebasan kepada klien untuk memilih paket makeup	√		Klien diberikan kebebasan memilih paket sesuai kebutuhan; namun terdapat batasan layanan tertentu yang disesuaikan dengan prinsip syar'i (tidak menerima makeup lamaran dan prewedding)
6.	Pelaku usaha memiliki prosedur pelayanan yang jelas	√		Azhella MUA memiliki SOP yang mencakup proses konsultasi, booking,

				reschedule, pembatalan, persiapan alat, dan pelaksanaan makeup
7.	Pelaku usaha menjaga komunikasi dengan pelanggan	√		Komunikasi dilakukan secara intensif sebelum, saat, dan setelah acara, termasuk diskusi konsep dan konfirmasi kepuasan konsumen
8.	Pelaku usaha bersedia menangani keluhan pelanggan	√		Pemilik usaha mendengarkan kritik dan saran dari klien serta menjadikannya sebagai bahan evaluasi untuk peningkatan kualitas layanan
9.	Pelaku usaha memberikan kompensasi apabila terjadi kesalahan	√		Pemilik bersedia melakukan perbaikan apabila terdapat bagian riasan yang kurang sesuai selama proses berlangsung
10.	Pelaku usaha berupaya memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai kesepakatan	√		Sebelum hari pelaksanaan, pemilik mendiskusikan konsep makeup yang sesuai karakter wajah dan tone kulit klien, kemudian mengerjakan sesuai kesepakatan
11.	Pelaku usaha mengerjakan makeup sesuai request klien	√		Proses diskusi dan konsultasi sebelum pelaksanaan memastikan

				hasil riasan sesuai dengan referensi dan keinginan klien
12.	Pelaku usaha mengerjakan makeup dengan professional	√		Pengerjaan dilakukan secara teliti dan profesional; pemilik memastikan kesiapan alat sebelum hari pelaksanaan dan datang lebih awal ke lokasi klien
13.	Datang tepat waktu sesuai jadwal yang telah disepakati	√		Penjadwalan kerja dilakukan secara teratur; pemilik datang lebih awal ke lokasi klien untuk memastikan pelayanan berjalan tepat waktu
14.	Menyelesaikan proses makeup sesuai waktu yang ditentukan	√		Pelayanan dijalankan sesuai SOP yang terstruktur sehingga pengerjaan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah direncanakan
15.	Memberikan informasi apabila terjadi keterlambatan atau perubahan jadwal	√		SOP mencakup mekanisme reschedule dan pembatalan yang dikomunikasikan kepada klien secara transparan
16.	Menjaga komunikasi yang baik sebelum, saat, dan setelah pelayanan	√		Komunikasi berlangsung sejak konsultasi awal, selama proses makeup, hingga evaluasi pasca-acara melalui konfirmasi kepuasan konsumen

17.	Mendengarkan kebutuhan dan keinginan klien	√		Pemilik mendiskusikan konsep, referensi, dan preferensi klien secara intensif sebelum pelaksanaan untuk memastikan kesesuaian hasil riasan
18.	Memberikan solusi apabila terjadi kesalahan dalam pelayanan	√		Pemilik bertanggung jawab penuh terhadap hasil riasan dan bersedia melakukan perbaikan hingga klien merasa puas
19.	Membersihkan kuas, spons, dan perlengkapan sebelum digunakan	√		Kebersihan peralatan makeup dijaga secara konsisten sebagai bagian dari standar profesionalitas pelayanan Azhella MUA
20.	Menggunakan produk yang aman dan layak pakai	√		Produk yang digunakan telah terdaftar BPOM dan bersertifikasi halal, antara lain Make Over, Wardah, MUAQ, LT Pro, Somethinc, BLP, dan merek lainnya
21.	Memperhatikan kondisi kulit konsumen untuk menghindari iritasi atau alergi	√		Melalui sesi konsultasi sebelum pengerjaan, pemilik mendiskusikan karakter wajah dan kondisi kulit konsumen untuk menyesuaikan produk yang digunakan

22.	Bersikap sopan dan ramah kepada konsumen	√		Komunikasi yang baik, sikap ramah, dan suasana nyaman selama proses makeup menjadi perhatian utama Azhella MUA dalam memberikan pelayanan
23.	Menjaga privasi dan kenyamanan klien	√		Layanan home service dan pelayanan di kediaman pemilik dilakukan dengan menjaga kenyamanan serta privasi klien
24.	MUA bersikap ramah dan sopan kepada konsu	√		Seluruh interaksi dengan klien dilakukan dengan sikap sopan dan ramah; hal ini merupakan bagian dari penerapan prinsip ihsan dalam pelayanan
25.	MUA berusaha memberikan hasil makeup terbaik	√		Pemilik berupaya meningkatkan keterampilan melalui pelatihan dan pembelajaran dari MUA yang lebih berpengalaman, serta melakukan pembaruan alat dan produk makeup
26.	MUA memberikan konsultasi dan saran kepada konsumen	√		Konsultasi diberikan sebelum dan selama proses pengerjaan, termasuk saran terkait konsep riasan yang sesuai dengan karakter wajah dan preferensi klien

27.	MUA menjaga kebersihan alat dan perlengkapan makeup	√		Kebersihan peralatan dijaga secara konsisten dan menjadi bagian dari SOP operasional Azhella MUA
28.	Membatasi layanan berdasarkan prinsip syariah	√		Iya, pelaku usaha sangat membatasi layanan makeup, seperti tidak menggunakan bulumata palsu, tidak mencukur alis, atau menggunakan aksesoris berlebihan
29.	Menerima makeup lamaran		√	Tidak, Azhella makeup tidak menerima makeup lamaran, karena menurutnya pada saat ini kebanyakan acara lamaran tidak sesuai dengan syariat, dimana perempuan dan laki-laki yang belum sah berdampingan sebelum akad
30.	Menggunakan konsep usaha syar'i sebagai identitas utama	√		Benar, dari awal Azhella makeup sudah membranding dirinya sebagai makeup khusus syar'i
31.	Menyediakan attire wedding dengan ketentuan syar'i	√		Benar, attire yang disediakan cenderung longgar dan menutup aurat
32.	Membuat social media khusus akhwat	√		Azhella makeup membuat social media khusus untuk akhwat, dimana social media tersebut bersifat private dan

				hanya menerima klien dari kalangan wanita, hal ini dilakukan untuk menjaga privasi klien yang kebanyakan tidak ingin mernampakkan diri kepada laki-laki
--	--	--	--	---

Tabel lampiran 1 observasi Azhella

2. Laporan Observasi Mipmop Makeup Artist

Nama Usaha : Mipmop Makeup Artist

Lokasi : Bantul, Yogyakarta

Tanggal Observasi : Kamis, 9 April 2026

Observer : Istiqomah

No.	Aspek yang Diamati	Ya	Tidak	Catatan
1.	Pelaku usaha menyampaikan informasi harga secara terbuka kepada konsumen	√		Admin langsung mengirim price list dari awal chat dengan klien
2.	Pelaku usaha menjelaskan fasilitas layanan secara jelas	√		Admin menjelaskan fasilitas tiap paket makeup, misal untuk makeup wisuda sudah include hijab stylish atau hairdo simple untuk yang tidak berhijab
3.	Pelaku usaha memberikan pelayanan tanpa membedakan konsumen	√		Pelaku usaha tidak membedakan klien meskipun paket makeup yang diambil berbeda, antara klien yang memilih paket lebih mahal ataupun murah tetap dilayani dengan baik

4.	Pelaku usaha memberikan kesempatan konsultasi kepada konsumen	√		Admin selalu terbuka kepada calon klien untuk bertanya terkait look makeup, model hijab, ataupun model rambut, dll
5.	Pelaku usaha memberikan kebebasan kepada klien untuk memilih paket makeup	√		Tidak ada paksaan kepada para calon klien dalam memilih paket makeup wisuda maupun wedding
6.	Pelaku usaha memiliki prosedur pelayanan yang jelas	√		Prosedur layanan sudah jelas, mulai dari proses booking, konsultasi, pengaturan jam makeup, selama proses makeup, hingga selesai makeup, semua dijelaskan di dalam chat admin dari awal
7.	Pelaku usaha menjaga komunikasi dengan pelanggan	√		Admin selalu melakukan update kepada klien terkait jam makeup, perubahan, dll kepada klien jauh sebelum hari H
8.	Pelaku usaha bersedia menangani keluhan pelanggan	√		Admin selalu meminta feedback kepada klien setelah selesai acara, dan menangani keluhan dengan baik dan sesuai prosedur yang di berlakukan
9.	Pelaku usaha memberikan kompensasi apabila terjadi kesalahan	√		Apabila ada kesalahan yang berasal dari pelaku usaha, pelaku usaha akan berusaha

				memberikan solusi, seperti memberikan free makeup di even selanjutnya atau bahkan me refund secara penuh apabila kesalahannya fatal
10.	Pelaku usaha berupaya memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai kesepakatan	√		Pelaku usaha selalu menyesuaikan hasil makeup dengan keinginan, tema acara, serta karakter wajah klien yang telah dikonsultasikan sebelumnya
11.	Pelaku usaha mengerjakan makeup sesuai request klien	√		Pelaku usaha selalu menyesuaikan hasil makeup dengan keinginan, tema acara, serta karakter wajah klien yang telah dikonsultasikan sebelumnya
12.	Pelaku usaha mengerjakan makeup dengan professional	√		Pelaku usaha selalu menyesuaikan hasil makeup dengan keinginan, tema acara, serta karakter wajah klien yang telah dikonsultasikan sebelumnya
13.	Datang tepat waktu sesuai jadwal yang telah disepakati	√		Pelaku usaha selalu memperkirakan sampai 1 jam lebih awal untuk mengantisipasi kendala yang kemungkinan terjadi, seperti klien belum bangun dan bersiap, resiko dijalan, ban

				bocor, dll agar tidak mengganggu jam mulai makeup dan tidak mengganggu kelangsungan acara
14.	Menyelesaikan proses makeup sesuai waktu yang ditentukan	√		MUA selalu memberi estimasi makeup 2 jam, dalam 1 ½ jam makeup biasanya sudah selesai, dan 30 menit digunakan untuk memeriksa ada kekurangan atau tidak, untuk makeup, hijab stylish, serta untuk dokumentasi foto atau video hasil makeup
15.	Memberikan informasi apabila terjadi keterlambatan atau perubahan jadwal	√		Admin biasanya menghubungi klien saat hendak berangkat, dan tetap menjaga komunikasi selama perjalanan, jadi jika ada kendala, admin akan menginformasikan kepada klien
16.	Menjaga komunikasi yang baik sebelum, saat, dan setelah pelayanan	√		Pelaku usaha aktif berkomunikasi dengan klien mulai dari tahap konsultasi, pelaksanaan makeup, hingga meminta tanggapan setelah pelayanan selesai
17.	Mendengarkan kebutuhan	√		Pelaku usaha memberikan

	dan keinginan klien			kesempatan kepada klien untuk menyampaikan kebutuhan dan preferensi makeup sebelum proses pelayanan dilakukan
18.	Memberikan solusi apabila terjadi kesalahan dalam pelayanan	√		Jika terjadi kesalahan atau ketidaksesuaian hasil, pelaku usaha berusaha memberikan perbaikan atau solusi yang dapat diterima oleh klien
19.	Membersihkan kuas, spons, dan perlengkapan sebelum digunakan	√		Pelaku makeup selalu membersihkan alat makeup langsung di hari yang sama, seperti mencuci spons makeup, brush, dan produk-produk makeup, biasanya dilakukan oleh asisten makeup
20.	Menggunakan produk yang aman dan layak pakai	√		Produk yang digunakan adalah produk yang baik, sesuai standar BPOM, dan juga kualitasnya memang bagus, seperti produk makeup dari MUAQ, LT PRO, dll
21.	Memperhatikan kondisi kulit konsumen untuk menghindari iritasi atau alergi	√		MUA selalu bertanya kepada klien sebelum memulai makeup, misal apakah klien memiliki kulit kering, berminyak, atau sensitif,

				jadi produk yang digunakan bisa disesuaikan
22.	Bersikap sopan dan ramah kepada konsumen	√		Pelaku usaha, baik MUA atau tim nya selalu bersikap sopan, seperti mengetuk pintu dan mengucapkan salam ketika sampai rumah atau lokasi makeup klien, menggunakan Bahasa yang baik dan tidak kasar atau menyinggung klien
23.	Menjaga privasi dan kenyamanan klien	√		MUA selalu menjaga privasi klien, contohnya saat di akhir makeup, MUA selalu bertanya dulu apakah boleh mengambil dokumentasi atau tidak, jika tidak, maka pelaku usaha tidak akan memaksakan kehendak atau bahkan mengambil dokumantasi secara diam-diam
24.	MUA bersikap ramah dan sopan kepada konsumen	√		Pelaku usaha, baik MUA atau tim nya selalu bersikap sopan, seperti mengetuk pintu dan mengucapkan salam ketika sampai rumah atau lokasi makeup klien, menggunakan Bahasa yang baik dan tidak kasar atau

				menyinggung klien
25.	MUA berusaha memberikan hasil makeup terbaik	√		MUA selalu berusaha yang terbaik, dan tiap detail di kerjakan benar-benar rapi, bahkan menggambar alis kadang membutuhkan waktu lama untuk menyamakan kanan dan kirinya
26.	MUA memberikan konsultasi dan saran kepada konsumen	√		Sebelum mengerjakan makeup, MUA biasanya selalu menyarankan 3 warna yang cocok dengan tone warna kulit klien, misal referensi yang diberikan konsumen kurang sesuai, MUA biasanya memberikan saran agar hasil makeupnya bagus dan memuaskan, kebanyakan klien bersedia mendengar saran dari MUA karena kadang banyak klien yang kurang paham makeup seperti apa yang cocok dengan mereka
27.	MUA menjaga kebersihan alat dan perlengkapan makeup	√		Pelaku makeup selalu membersihkan alat makeup langsung di hari yang sama, seperti mencuci spons makeup, brush, dan produk-produk makeup, biasanya

				dilakukan oleh asisten makeup
28.	Membatasi layanan berdasarkan prinsip syariah		√	Pelaku usaha tidak membatasi layanan makeup, pelaku usaha lebih fleksibel tergantung permintaan klien, Mipmop Makeup melayani makeup syar'i ataupun tidak, melayani makeup untuk pengantin laki-laki juga
29.	Menerima makeup lamaran	√		Iya, di Mipmop Makeup menerima makeup lamaran
30.	Menggunakan konsep usaha syar'i sebagai identitas utama		√	Tidak, usaha jasa ini tidak membranding dirinya sebagai makeup syar'i
31.	Menyediakan attire wedding dengan ketentuan syar'i	√		Tidak, Mipmop makeup menyediakan attire untuk klien dengan konsep beragam, hijab ataupun tidak
3.	Membuat social media khusus akhwat		√	Sosial media Mipmop lebih umum, tetapi untuk foto klien yang di upload sudah dipastikan mendapat izin sebelumnya dari klien tersebut

Tabel lampiran 2 observasi MipMop

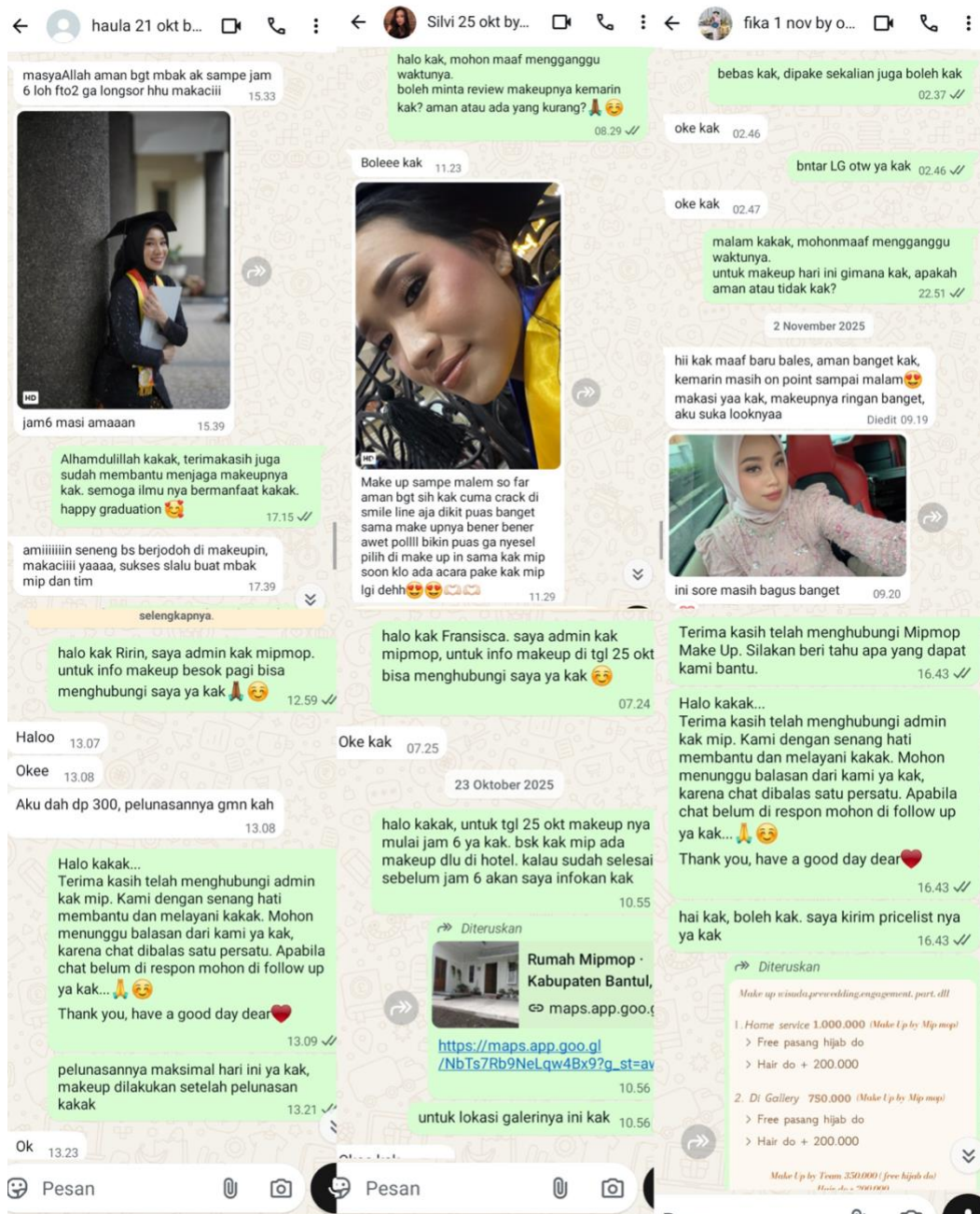
C. Dokumentasi Penelitian



Gambar lampiran 1 Wawancara Mipmop Makeup



Gambar lampiran 2 Studio Mipmop Makeup



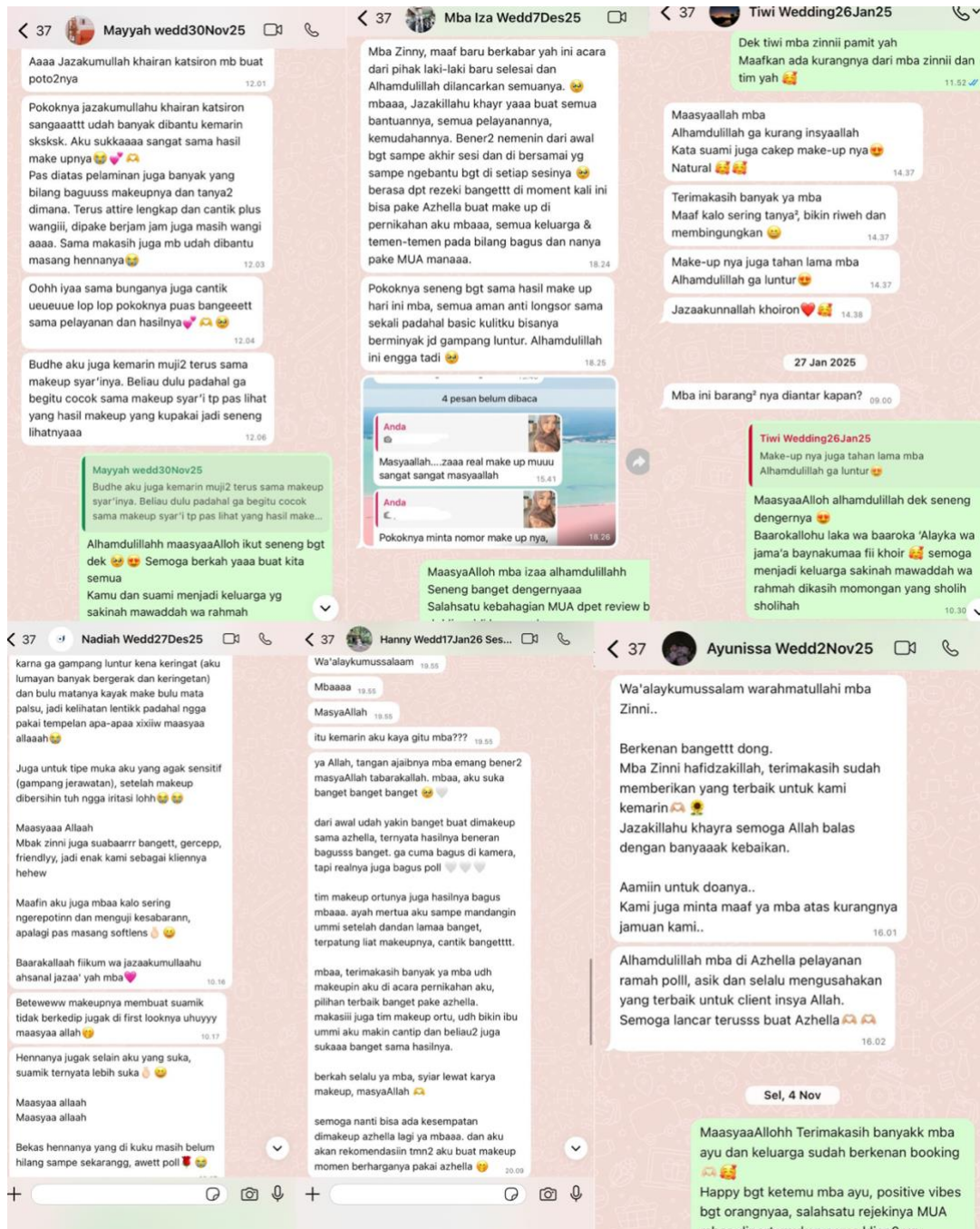
Gambar lampiran 3 Chat Testimoni Klien



Gambar lampiran 4 Wawancara Azhella Makeup



Gambar lampiran 5 Studio Azhella Makeup



Gambar lampiran 6 Chat Testimoni Klient