



## Optimalisasi *Enterpreneurship* Usaha Jasa Foto Zay Digital melalui Penerapan Etika Bisnis Islami

Nurul Amin  
Ahmad Fawwaz Fajri  
Institut Attaqwa KH Noer Alie Bekasi – Indonesia

**Submitted:** June 25, 2025; **Revised:** June 25, 2025; **Accepted:** June 30, 2025

\*Penulis Korespondensi: [nurulaminian23@gmail.com](mailto:nurulaminian23@gmail.com)

### ABSTRAK

Tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah untuk mengetahui kegiatan kewirausahaan yang dilakukan oleh pelaku unit ekonomi mikro. Di tengah arus modernisasi dan tantangan zaman yang kian berat, penulis ingin mengetahui usaha yang dilakukan oleh pelaku ekonomi mikro dalam memulai bisnis dan menjalankan kewirausahaannya. Metode pelaksanaan pengabdian ini melalui beberapa tahapan mulai dari pembekalan, observasi, analisis, dan penarikan simpulan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Zay Digital, sebuah usaha jasa fotografi di Babelan, Bekasi, telah berhasil menunjukkan potensinya untuk bertransformasi dari usaha sampingan menjadi bisnis yang berkelanjutan. Keberhasilan ini didukung oleh penerapan konsep manajemen yang adaptif, termasuk perencanaan yang matang, pengorganisasian yang fleksibel, disiplin waktu, serta perhatian pada hubungan manusiawi dengan klien melalui *follow-up* dan *feedback*. Strategi pemasaran holistik yang menggabungkan promosi aktif di media sosial, pemasaran dari mulut ke mulut, dan fokus pada kepuasan pelanggan juga menjadi faktor penting dalam menjangkau pasar dan membangun loyalitas. Selain itu, Zay Digital menjadikan prinsip-prinsip syariah sebagai landasan dalam berbisnis, tercermin dalam penerapan akad yang jelas, kerja sama yang adil, dan kejujuran dalam setiap transaksi. Kewirausahaan yang dilakukan Zay Digital dapat ditiru dan dijadikan motivasi bagi para enterpreneur pemula dalam membangun dan menjalankan ide-ide bisnisnya.

**Kata Kunci:** Entrepreneurship, bisnis Islami, Zay Digital

### ABSTRACT

*The purpose of implementing this community service activity is to discover the entrepreneurial activities carried out by microeconomic unit actors. Amid the increasingly complex current of modernization and challenges of the times, the author wants to know the efforts made by microeconomic actors in starting a business and running their entrepreneurship. Implementing this community service goes through several stages: provision, observation, analysis, and concluding. This study concludes that Zay Digital, a photography service business in Babelan, Bekasi, has succeeded in showing its potential to transform from a side business into a sustainable business. This success is supported by applying an adaptive management concept, including careful planning, flexible organization, time discipline, and attention to human relationships with clients through follow-up and feedback. A holistic marketing strategy combining active promotion on social media, word-of-mouth marketing, and a focus on customer satisfaction is also crucial in reaching the market and building loyalty. In addition, Zay Digital makes sharia principles the foundation of doing business, reflected in the application of clear contracts, fair cooperation, and honesty in every transaction. Entrepreneurship carried out by Zay Digital can be imitated and used as motivation for novice entrepreneurs in building and running their business ideas.*

**Keywords:** Entrepreneurship, Islamic business, Zay Digital

## PENDAHULUAN

Di tengah gelombang modernisasi yang kian pesat, kebutuhan dokumentasi untuk mengabadikan momen-momen berharga menjadi semakin esensial. Seperti yang diungkapkan dalam lirik lagu Ed Sheeran yang menyentuh, "*We keep this love in a photograph. We made these memories for ourselves,*" fotografi memiliki kekuatan untuk menyimpan kenangan dan emosi yang mendalam. Era digital saat ini, dengan dominasi *smartphone* berkamera mumpuni, memang menawarkan kemudahan dalam merekam setiap detik kehidupan.

Namun, eksistensi kamera digital yang terus berinovasi dengan teknologi canggihnya tetap memegang peranan penting dalam menghasilkan kualitas gambar yang superior. Fenomena inilah yang menarik perhatian pada perkembangan dinamis usaha jasa fotografi, khususnya di wilayah Babelan, Bekasi. Lebih spesifik lagi, munculnya beragam inisiatif usaha sampingan yang bertransformasi menjadi penyedia jasa fotografi yang menjanjikan menjadi fokus utama pengamatan. Zay Digital, sebagai salah satu contoh yang representatif, memperlihatkan bagaimana sebuah usaha yang bermula dari hobi dan keahlian individu dapat bertumbuh menjadi entitas bisnis yang memiliki potensi keberlanjutan.

Kisah perkembangan Zay Digital dari sekadar usaha sampingan menuju bisnis yang beroperasi secara profesional memunculkan serangkaian pertanyaan krusial. Bagaimana sebenarnya perjalanan sebuah inisiatif kecil mampu bertransformasi menjadi bisnis yang berkelanjutan, mampu bertahan, dan bahkan berkembang di tengah persaingan pasar? Lebih lanjut, faktor-faktor spesifik apa saja yang menjadi kunci keberhasilan bagi usaha fotografi skala kecil seperti ini? Pemahaman mendalam mengenai aspek-aspek internal dan eksternal yang memengaruhi performa bisnis menjadi penting untuk diungkap. Selain itu, bagaimana konsep-konsep manajemen modern dan strategi marketing yang efektif diterapkan dalam konteks usaha jasa yang unik ini?

Penerapan strategi yang tepat dalam mengelola sumber daya, operasional, dan menjangkau pasar menjadi penentu daya saing dan pertumbuhan bisnis. Tidak hanya aspek komersial, penelitian ini juga menyoroti dimensi etika dan nilai dalam menjalankan usaha. Dalam konteks Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, pertanyaan mengenai bagaimana prinsip-prinsip syariah dapat diintegrasikan ke dalam operasional usaha jasa foto menjadi sangat relevan. Penerapan nilai-nilai seperti kejujuran, transparansi, keadilan dalam bertransaksi, serta menghindari praktik-praktik yang dilarang agama menjadi aspek penting dalam membangun keberkahan dan kepercayaan pelanggan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif praktik manajemen yang diterapkan, strategi marketing yang dijalankan, serta bagaimana prinsip-prinsip syariah diimplementasikan dalam operasional sehari-hari Zay Digital. Melalui analisis mendalam ini, diharapkan penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman dinamika usaha jasa fotografi di tingkat lokal, tetapi juga memberikan wawasan praktis dan inspiratif bagi pengembangan usaha sejenis lainnya, khususnya dalam mengintegrasikan nilai-nilai agama dalam praktik bisnis.

## KERANGKA TEORI

*Entrepreneurship* adalah kata dalam bahasa Inggris yang dalam bahasa Indonesia bermakna kewirausahaan. Kewirausahaan adalah proses penerapan inovasi dan kreasi untuk menciptakan sesuatu yang berbeda dan memiliki nilai serta kemampuan menghadapi tantangan hidup dengan cara melihat peluang

dari berbagai risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan (Administrator, 2025). *Entrepreneurship* juga diartikan sebagai semua hal yang berkaitan dengan sikap, tindakan, dan proses yang dilakukan oleh para entrepreneur dalam merintis, menjalankan, dan mengembangkan usaha mereka. *Entrepreneur* bermakna seseorang yang mengorganisasikan kegiatan bisnis atau usaha dan menanggung berbagai risikonya (Riadi, 2021). *Entrepreneur* juga bermakna seseorang yang mulai menjalankan bisnisnya, sedangkan *entrepreneurship* bermakna kegiatan awal menjalankan bisnis hingga berjalan dan berkembang seperti yang diinginkan (Staff, 2025).

Kegiatan *entrepreneurship* memiliki banyak tujuan. Di antaranya adalah mendukung munculnya usaha-usaha kecil, membangun kesejahteraan masyarakat, serta menambahkan semangat berinovasi (Rosyda, 2024). *Entrepreneurship* mendukung dan memberikan peluang kepada seseorang untuk dapat menentukan nasibnya sendiri, melakukan perubahan, mencapai potensi sepenuhnya, mendapatkan keuntungan tanpa batas, berperan dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usaha yang dilakukan, serta dapat melakukan sesuatu yang disukainya.

Bisnis dalam Islam dimaknai sebagai berbagai bentuk kegiatan atau aktivitas bisnis yang meliputi memproduksi, memperdagangkan, dan memasarkannya dengan memperhatikan nilai-nilai atau etika dalam agama Islam (Zikwan, 2023). Etika bisnis dalam Islam berarti mempelajari baik-buruk, benar-salah, terpuji-tercela, wajar-tidak wajar, atau pantas-tidak pantas dari perilaku manusia dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip moralitas dan ajaran agama Islam (Ghafur, 2018).

Di antara etika bisnis Islam yang harus dipahami dan diaplikasikan oleh para pelaku bisnis Muslim adalah menerapkan prinsip-prinsip bisnis Islami yang bersumber dalam Alquran dan hadis Rasulullah SAW. Di antara prinsip-prinsip tersebut yaitu prinsip *tauhid*, prinsip *nubuwwah*, prinsip *maslahah*, prinsip keadilan, dan lain-lain (Alfaqiih, 2017). Prinsip tauhid berarti meyakini bahwa kegiatan bisnis tidak hanya semata urusan dunia, tetapi juga suatu kegiatan ibadah yang diganjar pahala oleh Allah SWT.

Prinsip *nubuwwah* yang dapat diterapkan yaitu berupa sifat jujur, amanah, tablig, dan fathanah. Prinsip *maslahah* bermakna bahwa kegiatan bisnis dalam Islam membawa manfaat bagi para pelaku dan orang-orang di sekitarnya. Keyakinan bahwa bisnis merupakan bagian dari ibadah harus menjadi bagian integral pada setiap Muslim dalam bisnisnya karena bisnis dalam Islam semata-mata tidak hanya untuk urusan dunia tetapi harus menanamkan visi akhirat yang jelas (Wati et al., 2021). Dengan pemikiran seperti itulah maka persoalan etika dalam bisnis menjadi sorotan penting dalam ekonomi Islam.

Jadi, bisnis merujuk pada aktivitas yang dijalankan oleh individu atau kelompok dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam pandangan Islam, bisnis tidaklah mengandung aspek negatif. Bahkan, Islam menganjurkan agar setiap Muslim terlibat dalam berbisnis guna memenuhi kebutuhan. Karena itu, Islam mengemukakan beberapa prinsip dasar untuk membimbing pelaksanaan bisnis. Prinsip-prinsip tersebut meliputi prinsip tauhid, prinsip kenabian, prinsip kemaslahatan, kesukarelaan, keadilan, kebebasan, dan tanggung jawab (Zikwan, 2023).

## METODE PENELITIAN

Mata kuliah Manajemen Bisnis Syariah pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah di Institut Attaqwa KH Noer Alie Bekasi mengharuskan mahasiswanya untuk melakukan penelitian tentang kewirausahaan pada unit usaha mikro dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini berbentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan penulis selama satu bulan, yaitu

bulan Mei 2025. Metode pelaksanaan pengabdian ini melalui beberapa tahapan mulai dari pembekalan, observasi, analisis, dan penarikan simpulan. Tahapan ini dilakukan agar penelitian dapat berjalan dengan lancar.

Metodologi yang digunakan dalam melaksanakan pengabdian pada masyarakat ini meliputi: (1) Mendapatkan penjelasan seputar prinsip-prinsip bisnis syariah dari dosen pengampu; (2) Mencari alumni yang menekuni kewirausahaan dalam bentuk unit usaha mikro; (3) Melakukan observasi kepada unit usaha tersebut selama satu bulan; (4) Menganalisis penerapan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan bisnis di unit usaha tersebut; (5) Menuliskan hasil observasi dalam bentuk hasil penelitian lengkap berupa laporan penelitian atau berbentuk jurnal; (6) Mengadakan diskusi panel dengan mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah dan dosen pengampu untuk membahas hasil penelitian tersebut dengan mengusahakan kehadiran objek penelitian; (7) Menentukan kebermanfaatan hasil penelitian tersebut dan menyosialisasikannya kepada seluruh sivitas akademika kampus.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dalam penelitian ini meliputi deskripsi tempat penelitian, konsep manajemen, konsep marketing, dan penerapan bisnis syariah dalam usaha jasa foto Zay Digital.

### *Deskripsi Tempat Penelitian*

Zay Digital adalah sebuah unit usaha yang bergerak di ranah jasa dokumentasi visual yang berlokasi strategis di Jalan Kampung Asem RT 007 RW 005, tepat di seberang Indomaret dan bersebelahan dengan Fahya Futsal, Desa Babelan Kota, Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi. Di lokasi ini juga terdapat foto studio yang siap melayani berbagai kebutuhan pemotretan sesuai kebutuhan pelanggan.

Nama Zay Digital sendiri memiliki cerita unik di baliknya. Zay merupakan panggilan akrab sang pemilik, Zaenal Abidin, seorang pemuda kelahiran Bekasi pada tanggal 10 Agustus 1998. Perjalanan pendidikannya ditempuh mulai dari Madrasah Ibtidaiyah Attaqwa 13 Pulo Asem mulai tahun 2006 hingga 2011, dilanjutkan ke Madrasah Tsanawiyah Attaqwa 03 Babelan pada tahun 2011 hingga 2014), kemudian Madrasah Aliyah Attaqwa 02 Babelan mulai tahun 2014 hingga 2017, hingga akhirnya menyelesaikan studi strata satunya di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) di Institut Attaqwa KH Noer Alie Bekasi (dulu Sekolah Tinggi Agama Islam Attaqwa) tahun 2017 hingga 2021.

Sementara itu, kata *Digital* dipilih untuk mencerminkan cakupan layanan usaha yang luas, melampaui sekadar fotografi. Zay Digital memang hadir untuk memenuhi berbagai kebutuhan dokumentasi, mulai dari jasa pemotretan berbagai momen spesial seperti foto keluarga, wisuda, hingga berbagai acara lainnya. Selain itu, Zay Digital juga menyediakan jasa cetak foto untuk mengabadikan kenangan dalam bentuk fisik. Lebih dari itu, Zay Digital merambah ke bidang videografi, pembuatan pas foto untuk berbagai keperluan, dokumentasi foto wisuda, hingga kreasi undangan digital yang modern dan praktis. Zay Digital beroperasi setiap hari mulai pukul 08.00 pagi hingga pukul 20.00 malam WIB.

Target konsumen utama Zay Digital adalah masyarakat di sekitar wilayah Babelan, termasuk para pelajar dan mahasiswa, serta keluarga yang ingin mengabadikan momen-momen berharga mereka. Salah satu keunggulan Zay Digital adalah lokasinya yang sangat strategis, berada di dekat fasilitas umum seperti Indomaret dan Fahya Futsal, sehingga mudah dijangkau. Selain itu, usaha ini juga didukung oleh pengalaman keluarga pemilik di bidang fotografi,

yang tentu saja memberikan landasan keahlian dan pemahaman yang kuat dalam setiap layanan yang ditawarkan.

Menariknya, Zay Digital sangat memahami bahwa penilaian terhadap hasil gambar bersifat subjektif. Oleh karena itu, mereka memiliki fleksibilitas untuk mengikuti selera klien dan memastikan kepuasan pelanggan menjadi prioritas. Keunggulan lainnya adalah harga yang terjangkau dan batas waktu pengerjaan yang lebih fleksibel. Sebagai contoh, untuk layanan foto pernikahan, Zay Digital dapat memberikan waktu peliputan yang lebih panjang, mulai dari pukul 08.00 pagi hingga 20.00 malam, berbeda dengan penyedia jasa lain yang mungkin memiliki batasan waktu lebih singkat.

Meskipun demikian, Zay Digital saat ini masih memiliki keterbatasan pada peralatan dan belum memiliki banyak perangkat kelas atas karena masih dalam tahap pengembangan dan pengadaan alat secara bertahap. Namun, dengan semangat dan inovasi yang terus dikembangkan oleh Zaenal Abidin, Zay Digital berupaya untuk terus memberikan layanan terbaik dan memenuhi kebutuhan dokumentasi visual bagi para pelanggannya.



Gambar 1. Zainal Abidin, Pendiri Zay Digital

### *Konsep Manajemen*

Zay Digital sebagai sebuah usaha di bidang fotografi lahir dari sinergi antara pengalaman pribadi dan aspirasi sang pemilik atau pengelola. Perjalanan ini bermula dari keterlibatan dalam proyek fotografi bersama abangnya semasa kuliah, sebuah pengalaman praktis yang tak hanya mengasah keterampilan teknis namun juga menumbuhkan benih keinginan untuk berwirausaha. Motivasi kemandirian dan pengembangan usaha atas nama sendiri menjadi pendorong utama dalam perencanaan yang semakin terstruktur ini.

Dalam kerangka teori manajemen klasik, tahap perencanaan ini mencerminkan prinsip *foresight* (perencanaan), di mana pemilik atau pengelola secara sadar merumuskan tujuan-tujuan yang ingin dicapai, baik dalam jangka pendek seperti membangun basis pelanggan di Babelan dan sekitarnya, menghasilkan pendapatan yang memadai, dan menawarkan layanan berkualitas dengan harga bersaing, maupun dalam jangka panjang berupa pendirian studio representatif, diversifikasi layanan (*event*, *prewedding*, produk), peningkatan profitabilitas, dan perluasan pangsa pasar. Untuk mewujudkan visi ini, Zay Digital menyusun strategi yang mencakup aspek finansial (pembelian bertahap, prioritas barang *second*, penyisihan pendapatan), operasional (kualitas hasil dan pelayanan, efisiensi sumber daya), dan pemasaran (jaringan pribadi, *word of mouth*, kehadiran online). Langkah implementasi kemudian dijabarkan dalam rencana tindakan yang konkret, mulai dari daftar peralatan hingga tahapan pendirian studio dan rencana pemasaran awal.

Dalam hal pengorganisasian, struktur awal Zay Digital yang sederhana dengan pemilik atau pengelola sebagai sentral kegiatan secara bertahap mengalami evolusi seiring perkembangan usaha. Penerapan prinsip

*organization* (pengorganisasian) terlihat dalam pembagian tugas yang mulai muncul, yaitu istri pemilik atau pengelola turut membantu dalam aspek operasional tertentu. Kolaborasi sesekali dengan teman, terutama dalam hal teknis fotografi, serta fleksibilitas dalam melibatkan pihak lain untuk proyek-proyek tertentu, menunjukkan adaptasi struktur organisasi terhadap kebutuhan spesifik.

Lebih lanjut, filosofi teori hubungan manusia mulai tampak dalam praktik membangun hubungan dengan pihak eksternal. Pemberian *fee* kepada kenalan yang memberikan rekomendasi proyek merupakan implementasi dari pemahaman bahwa hubungan sosial dan apresiasi dapat meningkatkan loyalitas dan kerjasama, melampaui sekadar transaksi bisnis.

Pelaksanaan operasional Zay Digital sangat dipengaruhi oleh nilai disiplin waktu yang menjadi prioritas utama dalam memenuhi janji kepada klien dan menyelesaikan pekerjaan. Hal ini selaras dengan prinsip *discipline* (disiplin) yang menekankan pentingnya kepatuhan terhadap aturan dan kesepakatan. Lebih dari sekadar efisiensi teknis, Zay Digital juga menunjukkan perhatian besar terhadap aspek manusiawi dalam interaksi dengan klien.

Praktik aktif melakukan *follow-up* dan meminta *feedback* mengenai kualitas hasil foto mencerminkan fokus pada kepuasan pelanggan, sebuah elemen penting dalam teori hubungan manusia. Pertanyaan spesifik yang diajukan bukan hanya untuk evaluasi, tetapi juga untuk membangun komunikasi dua arah dan menunjukkan bahwa pendapat klien dihargai. Dengan demikian, Zay Digital tidak hanya berorientasi pada hasil akhir yang berkualitas, tetapi juga pada proses interaksi yang positif dan membangun hubungan baik dengan para pelanggannya.



Gambar 2. Kegiatan Peliputan Kru Zay Digital

### *Konsep Marketing*

Konsep pemasaran yang diterapkan oleh Zay Digital berakar pada pendekatan yang holistik, yaitu memanfaatkan kekuatan platform digital dan interaksi personal. Strategi utama mereka adalah promosi aktif di media sosial, merangkul platform populer seperti Instagram, TikTok, dan Facebook untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menampilkan portofolio karya mereka secara visual. Selain itu, Zay Digital sangat mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut yang terbukti efektif melalui rekomendasi dari teman dan pengalaman positif dari para klien sebelumnya. Testimoni dan cerita sukses dari pelanggan setia menjadi aset berharga dalam membangun kepercayaan dan menarik calon konsumen baru.

Konsep marketing Zay Digital ini selaras dengan beberapa teori pemasaran modern. Salah satunya adalah konsep *Integrated Marketing Communications* (IMC). Teori ini menekankan pentingnya mengintegrasikan berbagai saluran komunikasi pemasaran untuk menyampaikan pesan yang konsisten dan membangun citra merek yang kuat. Penggunaan media sosial dan referensi dari

mulut ke mulut oleh Zay Digital menunjukkan upaya untuk menciptakan sinergi antara komunikasi daring dan luring.

Selain itu, pendekatan Zay Digital juga mencerminkan prinsip *relationship marketing*, yaitu menekankan pentingnya membangun dan memelihara hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan pelanggan. Fokus Zay Digital pada kepuasan klien dan potensi rekomendasi dari mereka adalah implementasi nyata dari konsep ini. Pengalaman positif yang dirasakan pelanggan akan mendorong mereka untuk menjadi "marketer sukarela" bagi Zay Digital.

Lebih lanjut, pemanfaatan media sosial secara aktif oleh Zay Digital sejalan dengan perkembangan *digital marketing*. Media sosial merupakan sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas landasan ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *User Generated Content*. Kehadiran Zay Digital di berbagai platform media sosial memungkinkan mereka untuk berinteraksi langsung dengan calon pelanggan, membangun komunitas, dan mempromosikan layanan mereka secara visual dan dinamis.

Dengan mengkombinasikan kekuatan pemasaran digital, rekomendasi personal, dan fokus pada kepuasan pelanggan, Zay Digital membangun strategi pemasaran yang adaptif dan relevan dengan perilaku konsumen saat ini. Pendekatan ini tidak hanya membantu mereka menjangkau pasar yang lebih luas, tetapi juga membangun loyalitas pelanggan yang kuat.



Gambar 3. Bentuk Marketing Zay Digital di Media Sosial

### *Penerapan Prinsip Syariah*

Dalam menjalankan roda bisnisnya, Zay Digital berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah sebagai landasan operasional. Penerapan akad yang jelas menjadi prioritas utama dalam setiap transaksi dan layanan yang ditawarkan. Perjanjian antara Zay Digital dan klien selalu didasarkan pada akad yang disepakati bersama secara transparan, menghindari adanya *gharar* (ketidakjelasan) yang dapat menimbulkan perselisihan di kemudian hari.

Lebih lanjut, Zay Digital juga mengedepankan prinsip kerja sama yang adil. Contohnya, ketika mendapatkan proyek melalui pihak ketiga, mereka menerapkan sistem bagi hasil yang proporsional, seperti pembagian keuntungan

sesuai dengan kesepakatan yang dibangun atas dasar musyawarah. Kejujuran juga menjadi nilai inti dalam setiap interaksi. Ketika klien memberikan tambahan dana di luar kesepakatan awal, Zay Digital memperlakukannya sebagai hadiah murni tanpa adanya unsur paksaan atau pemanfaatan situasi.

Dengan menjunjung tinggi akad yang jelas, perjanjian yang sesuai kesepakatan, prinsip kerja sama yang adil, dan kejujuran dalam setiap transaksi, Zay Digital berupaya membangun bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga membawa keberkahan dan keberlangsungan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.



Gambar 4. Studio Foto Zay Digital

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Zay Digital, sebuah usaha jasa fotografi di Babelan, Bekasi, telah berhasil menunjukkan potensinya untuk bertransformasi dari usaha sampingan menjadi bisnis yang berkelanjutan. Keberhasilan ini didukung oleh penerapan konsep manajemen yang adaptif, termasuk perencanaan yang matang, pengorganisasian yang fleksibel, disiplin waktu, serta perhatian pada hubungan manusiawi dengan klien melalui *follow-up* dan *feedback*.

Strategi pemasaran holistik yang menggabungkan promosi aktif di media sosial, pemasaran dari mulut ke mulut, dan fokus pada kepuasan pelanggan juga menjadi faktor penting dalam menjangkau pasar dan membangun loyalitas. Selain itu, Zay Digital menjadikan prinsip-prinsip syariah sebagai landasan dalam berbisnis, tercermin dalam penerapan akad yang jelas, kerja sama yang adil, dan kejujuran dalam setiap transaksi.

Untuk pengembangan lebih lanjut, penelitian ini menyarankan agar Zay Digital mempertimbangkan pengembangan peralatan, diversifikasi layanan fotografi, peningkatan kehadiran online, dan penerapan manajemen keuangan yang lebih terstruktur.

## DAFTAR PUSTAKA

- Administrator. (2025). *Entrepreneurship*.  
<https://businessjargons.com/entrepreneurship.html>
- Alfaqih, A. (2017). Prinsip-Prinsip Praktik Bisnis Dalam Islam Bagi Pelaku Usaha Muslim. *Jurnal Hukum IUS Quia Iustum*, 24(3), 448–466.  
<https://doi.org/10.20885/iustum.vol24.iss3.art6>
- Agustin, Hamdi. (2019). *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Depok: Rajawali Pers
- Ghafur, A. (2018). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), 1–21.

- Kadir, A. (2019). *Hukum Bisnis Syariah dalam Alquran*. Jakarta: Amzah
- Muhammad. (2018). *Bisnis Syariah: Transaksi dan Pola Pengikatannya*. Depok: Rajawali Pers
- Riadi, M. (2021). *Entrepreneurship (Pengertian, Sifat, Manfaat, dan Tahapan)*. <https://www.kajianpustaka.com/2020/01/entrepreneurship-pengertian-sifat-manfaat-dan-tahapan.html>
- Rosyda. (2024). *Pengertian Entrepreneurship, Tujuan, Manfaat, hingga Tahapannya*. <https://www.gamedia.com/literasi/pengertian-entrepreneurship/>
- Staff, C. (2025). *What is Entrepreneurship?* <https://www.coursera.org/articles/what-is-entrepreneurship>
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2021). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141–154. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>

#### BIODATA PENULIS

---

Nurul Amin

Dosen Institut Attaqwa KH. Noer Alie Bekasi, Jawa Barat, Indonesia. Penulis dapat dihubungi melalui email: [nurulaminian23@gmail.com](mailto:nurulaminian23@gmail.com)

Ahmad Fawwaz Fajri

Dosen Institut Attaqwa KH. Noer Alie Bekasi, Jawa Barat, Indonesia. Penulis dapat dihubungi melalui email: [fawazfajri123@gmail.com](mailto:fawazfajri123@gmail.com)