



**JKB**

Jurnal Kewirausahaan & Bisnis  
Volume 8 Issue 2, Year (67-76)

ISSN (online) : **3026-0167**

Homepage : <https://jurnalunived.com/index.php/JKB>

## Kewirausahaan Berbasis Nilai Islam: Integrasi Etika Bisnis Syariah Dalam UMKM

**Prawinda Mutiara Qalbu<sup>1</sup>, Septiyani Wulandari<sup>2</sup>, Amrina Rosyada<sup>3</sup>, Rinda Asytuti<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> Ekonomi Syariah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Indonesia

<sup>1</sup> [prawinda.mutiara.qalbu@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:prawinda.mutiara.qalbu@mhs.uingusdur.ac.id)

**Abstract.** The rapid growth of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia has not been fully accompanied by the internalization of ethical values in business practices, as issues such as lack of transparency and profit only orientation remain prevalent. This study aims to examine the conceptual foundations of Islamic business ethics in entrepreneurship, formulate an integration model of Islamic values in MSME operations, and analyze the impacts, challenges, and prospects of sharia-based MSME development in Indonesia. The method employed is a literature review with a descriptive-qualitative approach, drawing on various scientific journals, books, and research reports as secondary data. The findings indicate that the five core principles of Islamic business ethics tawhid, justice, free will, responsibility, and honesty can be comprehensively integrated across the production, financial, marketing, service, and social responsibility aspects of MSMEs. Consistent application of these principles has proven effective in building long-term customer trust and loyalty while enhancing business competitiveness. Despite ongoing challenges such as low sharia economic literacy and limited access to Islamic financing, the prospects for sharia-based MSMEs remain highly promising amid growing public halal awareness and digital transformation support. Integrating Islamic business ethics into MSMEs is not merely a moral choice, but an effective business strategy for achieving sustainable and high-value enterprises.

**Keywords:** *Islamic Business Ethics, Msmes, Islamic Entrepreneurship, Islamic Values, Business Sustainability.*

**Abstrak.** Perkembangan UMKM di Indonesia yang pesat belum sepenuhnya diimbangi dengan internalisasi nilai etika dalam praktik usaha, sehingga permasalahan seperti ketidaktransparanan dan orientasi keuntungan semata masih kerap ditemukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji landasan konseptual etika bisnis syariah dalam kewirausahaan, merumuskan model integrasi nilai-nilai Islam dalam operasional UMKM, serta menganalisis dampak, tantangan, dan prospek pengembangan UMKM berbasis syariah di Indonesia. Metode yang digunakan adalah literature review dengan pendekatan deskriptif-kualitatif melalui kajian berbagai jurnal ilmiah, buku, dan laporan penelitian sebagai data sekunder. Hasil kajian menunjukkan bahwa lima prinsip utama etika bisnis syariah—tauhid, keadilan, ikhtiar, tanggung jawab, dan kejujuran dapat diintegrasikan secara menyeluruh dalam aspek produksi, keuangan, pemasaran, pelayanan, dan tanggung jawab sosial UMKM. Penerapan prinsip-prinsip tersebut secara konsisten terbukti mampu membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan jangka panjang serta meningkatkan daya saing usaha. Meskipun masih menghadapi tantangan rendahnya literasi ekonomi syariah dan keterbatasan akses pembiayaan, prospek UMKM berbasis syariah tetap sangat menjanjikan seiring meningkatnya kesadaran halal masyarakat dan dukungan digitalisasi. Integrasi etika bisnis syariah dalam UMKM bukan sekadar pilihan moral, melainkan strategi bisnis yang efektif untuk mewujudkan usaha yang berkelanjutan dan bernilai.

**Kata Kunci:** *Etika Bisnis Syariah, UMKM, Kewirausahaan Islam, Nilai-Nilai Islam, Keberlanjutan Usaha.*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menunjukkan kontribusi yang sangat signifikan terhadap perekonomian nasional, terutama dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB). Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Namun, di tengah pertumbuhan tersebut, masih ditemukan berbagai permasalahan dalam praktik usaha, seperti rendahnya transparansi, ketidakjujuran dalam transaksi, serta orientasi keuntungan semata tanpa memperhatikan nilai etika. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek moral dan etika dalam kewirausahaan belum sepenuhnya terinternalisasi, sehingga diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif melalui integrasi etika bisnis syariah dalam aktivitas UMKM (Hidayat & Ahmad, 2023)

Etika bisnis syariah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis menawarkan prinsip-prinsip dasar seperti kejujuran (shiddiq), amanah, keadilan ('adl), serta tanggung jawab sosial yang dapat menjadi pedoman dalam menjalankan usaha secara berkelanjutan. Penerapan nilai-nilai tersebut tidak hanya berdampak pada aspek spiritual, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing usaha. Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang mengintegrasikan prinsip syariah cenderung memiliki loyalitas pelanggan yang lebih tinggi serta ketahanan usaha yang lebih baik dalam menghadapi krisis (Rahman et al., 2022)

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi: (1) bagaimana landasan konseptual etika bisnis syariah dan prinsip-prinsip Islam dalam kewirausahaan; (2) bagaimana strategi dan model integrasi etika bisnis syariah dalam operasional UMKM; serta (3) bagaimana dampak, tantangan, dan prospek pengembangan UMKM berbasis syariah di Indonesia. Penelitian terdahulu cenderung masih terfokus pada aspek konseptual atau pengaruh parsial terhadap kinerja usaha. Terkait model integrasi yang komprehensif antara nilai etika syariah dengan praktik operasional UMKM secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan model integrasi etika bisnis syariah yang aplikatif guna mendukung pengembangan UMKM yang berkelanjutan dan berbasis nilai Islam.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan literature review dengan teknik library research, yaitu mengkaji dan mengintegrasikan berbagai sumber pustaka relevan seperti jurnal ilmiah, buku, dan laporan penelitian sebagai data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran database akademik, sedangkan analisis data menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan cara mengelompokkan dan menginterpretasikan temuan untuk memperoleh kesimpulan yang sistematis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Landasan Konseptual Etika Bisnis Syariah dan Nilai- Nilai Islam dalam Kewirausahaan Pengertian dan Hakikat Etika Bisnis Islam**

Etika bisnis Islam berasal dari Al-Qur'an dan Hadis dan berfungsi sebagai pedoman bagi setiap bisnis dalam menjalankan operasinya. Kata "etika" berasal dari bahasa Yunani kuno, "ethos", yang secara jamak berarti adat atau kebiasaan. Secara Islam, etika didefinisikan sebagai akhlak, yaitu nilai dasar yang menjadi dasar setiap tindakan manusia dalam setiap aspek kehidupan, termasuk bisnis dan perdagangan (Rahayu, 2025)

Bisnis Islam mencakup berbagai bentuk produksi, distribusi, dan konsumsi. Islam tidak membatasi berapa banyak harta yang dapat dimiliki atau berapa banyak keuntungan yang dapat diperoleh dari harta tersebut, tetapi bisnis membatasi bagaimana harta tersebut dapat diperoleh dan digunakan sesuai dengan prinsip halal dan haram. Kode etik Islami di dunia bisnis berasal dari batas-batas ini. Dalam praktik perdagangan, Rasulullah SAW sendiri telah

menunjukkan sifat-sifat baik, seperti shiddiq (jujur), amanah (dapat dipercaya), fathanah (cerdas), tabligh (menyampaikan kebenaran), dan syaja'ah (berani).

Para ahli dalam bidang ekonomi Islam berpendapat bahwa etika bisnis Islam adalah sebuah filosofi yang memengaruhi keputusan dan perilaku bisnis. Dalam Ihyā' Ulumuddin, Al-Ghazali menyatakan bahwa aktivitas ekonomi merupakan bagian penting dari ibadah yang bernilai secara spiritual, selama dilakukan dengan niat yang benar dan mengikuti koridor syariah. Bahkan dia menyebut perdagangan sebagai tugas fardhu kifayah yang sangat penting untuk kemaslahatan masyarakat luas. (Solikhah et al., 2026)

Kesuksesan bisnis bergantung pada etika bisnis yang diterapkan oleh pekerjanya. Hal ini dapat dijelaskan dengan menggabungkan aspek ekonomi dengan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, yang mencakup kesatuan (tauhid), keseimbangan (keadilan), kehendak bebas (ikhtiar), tanggung jawab, dan kebenaran, yang mencakup kebijakan dan kejujuran. Kelima prinsip inilah yang harus digunakan oleh setiap wirausaha Muslim untuk membangun usaha yang tidak hanya menghasilkan uang, tetapi juga menghasilkan keberkahan dan manfaat bagi orang lain.

### **Landasan Etika Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an dan Sunnah**

Dalam Islam, tujuan paling utama bisnis adalah untuk mendapatkan keuntungan materi dan non-materi, pertumbuhan bisnis, keberlanjutan, dan keberkahan. Rasulullah SAW mencontohkan praktik bisnis ini, yang dikenal dengan kejujuran, amanah, menghindari kecurangan, dan menghindari konflik dengan mitra atau pelanggan. Selain itu, Rasulullah SAW menjalankan bisnis dengan sifat-sifat baik, yaitu shiddiq (jujur), amanah (dapat dipercaya), fathanah (cerdas), tabligh (menyebarkan kebenaran), dan syaja'ah (berani) (Rahayu, 2025).

Pengusaha yang beretika Islam tidak hanya mengejar keuntungan semata, namun juga mengejar keberkahan, yaitu memantapkan usahanya dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan mendapatkan keridhaan Allah SWT. Terpacu terhadap Al-Qur'an dan Sunnah dapat membantu pengusaha dalam membangun keimanan yang kuat, karena hal tersebut merupakan dasar dari pembentukan etika dan moral yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa agama Islam melarang memperoleh harta dengan cara yang tidak etis, seperti korupsi, penipuan, maysir, dan tindakan buruk lainnya yang melanggar aturan syariat Islam. Bertujuan untuk mempertahankan nilai disiplin dalam bisnis, untuk menciptakan keadilan dalam masyarakat, dan menekankan betapa pentingnya menjaga iman dan ketaqwaan sebagai landasan utama dalam segala bentuk operasi ekonomi.

Sikap Rasulullah SAW berperilaku dalam bertransaksi mencerminkan etika bisnis Islam. seperti kejujuran, sikap saling tolong-menolong, memberikan manfaat terhadap sesama, menghindari elemen gharar (ketidakjelasan) dan riba, tidak melakukan monopoli, hanya menjual produk halal, dan memastikan bahwa kedua belah pihak ridho sama ridho serta atas kesepakatan dan kerelaan bersama (Sumarni et al., 2023).

### **Ruang Lingkup Etika Bisnis Syariah**

Kesuksesan perusahaan bergantung pada etika bisnis yang diterapkan. Menurut (Maslukhah et al., 2022), lima prinsip utama etika bisnis Islam diterapkan dan aspek ekonomi digabungkan untuk menjelaskan ruang lingkup etika bisnis Islam. Sebagaimana diuraikan di bawah ini, kelima prinsip tersebut berfungsi sebagai dasar untuk membangun bisnis yang beretika dan berkeadilan.

#### **1. Prinsip Kesatuan (Tauhid)**

Tauhid merupakan landasan utama etika bisnis Islam, yang berpusat pada keyakinan murni kepada Allah SWT. Prinsip ini mendorong para pelaku bisnis untuk mengubah cara mereka bertindak dan segala sesuatu yang mereka lakukan selaras dengan perintah-Nya. Dalam hal bisnis, prinsip tauhid diperlukan agar para pelaku tidak melakukan diskriminasi, tidak melanggar hukum dan undang-undang, dan tidak menimbun harta yang sebenarnya adalah amanah dari Allah SWT. Pemilik bisnis yang menerapkan prinsip tauhid sangat

memperhatikan aturan dan tidak menunda atau melalaikan kepentingan Allah, karena apabila sebuah usaha dijalankan sesuai dengan aturan dan perintah Allah, usaha tersebut pasti akan memperoleh keberkahan.

2. Prinsip Keseimbangan (Keadilan)

Dalam etika bisnis Islam, keseimbangan berarti bahwa pelaku bisnis harus berlaku adil kepada diri mereka sendiri dan kepada orang lain secara bersamaan. Bisnis yang baik harus berjalan dengan memastikan bahwa semua pihak yang terlibat berada dalam keseimbangan, bukan hanya mengejar keuntungan setinggi mungkin. Dalam kerja sama, loyalitas kedua belah pihak sangat penting. Perusahaan yang menyediakan produk berkualitas tinggi akan membuat pelanggan setia kepada perusahaan tersebut.

3. Prinsip Kehendak Bebas (Ikhtiar)

Prinsip kehendak bebas dalam Islam mengarah pada kebaikan dan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan. Konsep ini diwujudkan melalui kehalalan produk yang dijual, jaminan keamanan produk, dan sertifikasi dari lembaga yang berwenang, sehingga pembeli tidak perlu khawatir tentang produk. Tidak adil untuk bersaing dan merugikan orang lain.

4. Prinsip Tanggung Jawab

Tanggung jawab erat terkait dengan adanya kehendak bebas, jadi setiap tindakan bisnis harus dipertanggungjawabkan oleh seluruh pihak yang terlibat jika memenuhi tuntutan kesatuan dan keadilan. Pelaku bisnis dapat menerapkan prinsip ini dengan melakukan usaha mereka secara legal, membayar karyawan dengan tepat waktu, memberikan hak-hak kepada pihak yang berkepentingan, dan memberdayakan komunitas. Dalam praktiknya, perusahaan yang bertanggung jawab segera mengakui kesalahan dan memperbaikinya, serta meminta maaf kepada pelanggan jika layanan kurang sesuai.

5. Prinsip Kebenaran (Kejujuran)

Dalam setiap aktivitas bisnis, kejujuran adalah kunci utama dalam niat, sikap, dan perilaku terpuji. Pelaku usaha tidak boleh berbohong, menipu, atau memanipulasi produk. Dalam bisnis, kejujuran sangat penting karena semua yang dilakukan harus dilakukan dengan jujur, termasuk mengakui kesalahan dan segera memperbaikinya. Menjaga hubungan dengan pelanggan secara terbuka, termasuk menyelesaikan masalah atau keluhan, merupakan salah satu bentuk kejujuran bisnis (Apriliani & Safar, 2024).

### **Nilai-nilai Islam sebagai Fondasi Kewirausahaan Berkelanjutan**

Menurut perspektif Islam, kewirausahaan berkelanjutan adalah cara berbisnis yang bertujuan untuk menghasilkan nilai bagi masyarakat dan lingkungan dalam jangka pendek dan jangka panjang. Studi yang melibatkan empat perusahaan rintisan berbasis syariah di Indonesia menunjukkan bahwa aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dari kewirausahaan yang berkelanjutan didukung secara intrinsik oleh etika bisnis Islam, yang mencakup prinsip-prinsip seperti tauhid, keadilan, amanah, dan tanggung jawab sosial, serta larangan riba dan gharar.

Bisnis yang menginternalisasi nilai-nilai Islam cenderung mengadopsi praktik bisnis yang transparan, adil terhadap karyawan dan mitra, bertanggung jawab secara sosial melalui pemberdayaan masyarakat, dan sangat berhati-hati dalam menjalankan bisnis mereka. Motivasi internal yang lebih kuat dan berkelanjutan yang diberikan oleh nilai-nilai Islam adalah dari sumber yang lebih kuat.

Konsep halalan thayyiban dalam kewirausahaan Islam tidak hanya mencakup aspek kehalalan suatu produk dari sisi hukum syariah, tetapi juga menuntut kualitas, kebaikan, dan etika dalam proses produksinya. Dalam konteks bisnis modern, dimensi thayyiban ini diwujudkan melalui implementasi praktik manajemen rantai pasok yang ramah lingkungan dan etis. Pendekatan ini mempertegas bahwa legalitas halal semata tidaklah cukup; pelaku usaha

Muslim dituntut untuk melampaui kepatuhan hukum menuju etika operasional yang berdampak positif secara menyeluruh (Warto et al., 2025)

Prinsip tauhid memberikan landasan bagi wirausaha untuk memandang dirinya sebagai khalifah di muka bumi yang bertanggung jawab atas segala tindakannya, termasuk dalam berbisnis. Bisnis didorong oleh kesadaran ini untuk mengimbangi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam membuat keputusan bisnis mereka. Sebaliknya, prinsip amanah mendorong transparansi dan akuntabilitas, yang merupakan komponen penting untuk membangun lingkungan bisnis yang sehat dan terpercaya. Relasi bisnis dikuatkan oleh nilai-nilai silaturahmi dan ukhuwah Islamiyah, sehingga tidak hanya bersifat transaksional ekonomi, tetapi juga merupakan interaksi sosial yang penting dan bernilai spiritual (Purwandari, 2025).

### **Strategi dan model integrasi etika bisnis syariah dalam operasional UMKM**

Strategi dan model integrasi etika bisnis syariah pada dasarnya adalah cara menjalankan usaha yang tidak hanya mengejar untung semata, tetapi juga memastikan setiap prosesnya sesuai dengan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keadilan dan keberkahan. Jadi, bukan sekedar “label syariah” tetapi benar-benar diterapkan dalam aktivitas sehari-hari mulai dari produksi, transaksi, sampai pelayanan ke pelanggan. Dalam praktiknya, ini bisa terlihat dari bagaimana pelaku UMKM menjaga kualitas barang, tidak menipu, tidak mengambil keuntungan berlebihan, dan transparan dalam harga maupun informasi produk. Secara strategi, UMKM bisa mulai dari hal yang paling mendasar dulu. Misalnya dengan menanamkan nilai kejujuran dan Amanah dalam diri pemilik dan karyawan. Hal tersebut sangat penting, karena etika syariah itu berawal dari sikap pelaku usahanya. Selain itu, UMKM juga perlu memastikan produk yang dijual halal dan baik (tayyib), serta menghindari praktik yang dilarang seperti riba, gharar, (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi berlebihan). Dari sisi pelayanan, pelanggan diperlakukan dengan ramah, adil, dan tidak diskriminatif. Hal kecil seperti tidak mengurangi timbangan atau tidak memanipulasi kualitas barang juga termasuk bagian dari etika bisnis Islam.

Dapat dilihat dalam bentuk model integrasi, biasanya bisa diterapkan dalam beberapa aspek berikut:

- Aspek produksi: bahan baku halal, proses bersih, tidak merusak lingkungan, dan tidak mengeksploitasi tenaga kerja.
- Aspek keuangan: menghindari pinjaman berbunga (riba), lebih memilih sistem bagi hasil atau pembiayaan syariah.
- Aspek pemasaran: promosi jujur, tidak berlebihan (tidak misleading), dan tidak menjatuhkan pesaing.
- Aspek pelayanan: ramah, cepat, adil, serta menjaga kepercayaan pelanggan.
- Aspek sosial: menyisihkan sebagian keuntungan untuk zakat, infak, atau sedekah sebagai bentuk tanggung jawab sosial.

Jikalau hal tersebut dijalankan dengan konsisten, model ini bukan cuma bikin usaha lebih “bernilai”, tapi juga bisa meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Jadi dampaknya bukan hanya ke akhirat, tapi juga terasa secara nyata dalam keberlangsungan bisnis UMKM itu sendiri.

Pelaku UMKM yang mengintegrasikan etika bisnis syariah ke dalam seluruh lini operasional usahanya menjalankan strategi pembangunan kepercayaan pelanggan yang bersifat jangka panjang dan berkelanjutan. Kepercayaan pelanggan tidak tumbuh secara instan dari satu transaksi, melainkan terakumulasi dari serangkaian pengalaman positif yang pelanggan rasakan secara berulang ketika berinteraksi dengan produk, layanan, dan perilaku pelaku usaha. Strategi integrasi tersebut mencakup beberapa dimensi yang saling memperkuat satu sama lain dan secara kolektif membentuk ekosistem usaha yang berintegritas, dipercaya, dan diminati oleh konsumen.

- a. **Kejujuran dalam Penetapan Harga dan Kualitas Produk**  
Pelaku UMKM menetapkan harga produk secara jujur dengan menyesuaikan biaya produksi, biaya operasional, dan margin keuntungan yang wajar tanpa membebankan harga yang berlebihan kepada pelanggan. Pelanggan yang merasakan kejujuran dalam penetapan harga cenderung menjadi pelanggan tetap dan dengan sukarela merekomendasikan produk kepada orang-orang di sekitar mereka, sehingga membentuk jaringan promosi organik yang jauh lebih efektif dibandingkan iklan berbayar.
- b. **Konsistensi Kualitas Produk sebagai Manifestasi Amanah**  
Pelaku UMKM yang memegang prinsip amanah menjaga standar kualitas produk secara konsisten dalam setiap kondisi, baik ketika volume pesanan tinggi maupun ketika sedang menghadapi tekanan kenaikan biaya bahan baku. Praktik amanah tersebut membangun kepercayaan mendalam dari pelanggan karena mereka memperoleh kepastian bahwa setiap produk yang mereka terima selalu memenuhi standar kualitas yang telah disepakati, sehingga rasa khawatir terhadap kualitas produk hilang dan digantikan oleh rasa percaya yang teguh.
- c. **Transparansi Informasi Produk di Platform Digital dan Fisik**  
Pelaku UMKM menyampaikan informasi produk secara jujur dan akurat kepada pelanggan. Transparansi informasi ini merupakan implementasi nyata dari prinsip tabligh dalam etika bisnis syariah, di mana pelaku usaha berkewajiban mengomunikasikan keunggulan sekaligus keterbatasan produknya kepada pelanggan secara tepat, jelas, dan tidak menyesatkan.
- d. **Pelayanan Prima yang Berlandaskan Nilai Murah Hati dan Keadilan**  
Pelaku UMKM memberikan pelayanan kepada pelanggan secara tepat, cepat, ramah, dan penuh perhatian sebagai perwujudan nilai murah hati (al-hilm) yang diajarkan Rasulullah SAW dalam setiap transaksi perdagangan. Keadilan dalam pelayanan, yang mencakup pemberian perhatian yang sama kepada setiap pelanggan tanpa membedakan status sosial atau besaran pembelian, memperkuat persepsi pelanggan bahwa usaha tersebut dijalankan dengan nilai-nilai moral yang tinggi dan layak untuk dipercaya secara penuh.
- e. **Sertifikasi Halal sebagai Legitimasi Syariah dan Penguat Kepercayaan Konsumen Muslim**  
Pelaku UMKM yang memperoleh sertifikasi halal dari lembaga berwenang seperti BPJPH atau LPPOM MUI memberikan jaminan kehalalan produk kepada konsumen Muslim yang menjadikan status halal sebagai pertimbangan utama dalam setiap keputusan pembelian. Kepercayaan yang lahir dari jaminan halal bersifat sangat kuat karena didasarkan pada keyakinan keagamaan pelanggan, sehingga pelaku UMKM bersertifikat halal memiliki keunggulan kompetitif yang sulit ditandingi oleh pesaing yang tidak memiliki legitimasi syariah serupa.
- f. **Tanggung Jawab Sosial sebagai Modal Reputasi yang Memperkuat Kepercayaan Komunitas**  
Pelaku UMKM yang aktif berkontribusi dalam kegiatan sosial masyarakat, seperti pemberian santunan, kegiatan keagamaan, penjagaan kebersihan lingkungan, dan pembelian bahan baku dari pedagang lokal, membangun reputasi usaha yang positif di tengah komunitas sekitarnya. Reputasi sosial yang terbangun melalui tanggung jawab sosial memberikan kepercayaan komunitas yang jauh lebih tahan lama dibandingkan kepercayaan yang dibangun semata-mata melalui kampanye pemasaran, karena masyarakat sekitar menjadi saksi langsung atas komitmen moral pelaku usaha dalam memberikan manfaat nyata kepada lingkungannya.

Model integrasi etika bisnis syariah dalam operasional UMKM menempatkan kepercayaan pelanggan sebagai keluaran utama dari penerapan nilai-nilai Islam yang dijalankan secara menyeluruh dan konsisten. Model tersebut bekerja melalui mekanisme berantai yang dimulai dari internalisasi nilai etika oleh pelaku usaha, berlanjut pada

implementasi nyata dalam setiap keputusan operasional, menghasilkan pengalaman positif bagi pelanggan, dan bermuara pada terbentuknya kepercayaan yang kuat serta loyalitas jangka panjang. (Syahfitri et al., 2022) memetakan bahwa kepercayaan yang terbangun atas dasar etika bisnis tidak hanya memperkuat hubungan dengan pelanggan, tetapi juga menjadi modal sosial yang mempermudah pelaku UMKM dalam mengakses pembiayaan mikro syariah, menjalin kemitraan dengan pemasok, dan memperluas jaringan distribusi produk.

(Mannan & Swasti, 2021) menjelaskan bahwa penerapan etika bisnis Islam yang mencakup lima prinsip dasar yaitu kesatuan (tauhid), keseimbangan (equilibrium), kehendak bebas (free will), tanggung jawab (responsibility), dan kebenaran serta kejujuran (truth and honesty) membentuk karakter usaha yang berintegritas dan dipercaya oleh seluruh pemangku kepentingan. Kelima prinsip tersebut bekerja secara sinergis dalam membentuk pola perilaku bisnis yang secara konsisten mengutamakan kepentingan dan kepuasan pelanggan tanpa mengorbankan prinsip moral yang telah ditetapkan oleh syariah Islam. Model integrasi yang dibangun di atas lima prinsip tersebut menciptakan usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, melainkan juga pada keberkahan, keberlanjutan, dan kontribusi sosial yang memberikan manfaat luas bagi masyarakat.

(Salam et al., 2025) memperlihatkan bahwa UMKM pengolah jamur yang mengintegrasikan prinsip etika bisnis syariah sekaligus menempuh sertifikasi halal berhasil membangun daya saing yang lebih kuat di pasar lokal karena konsumen Muslim memandang usaha tersebut sebagai mitra bisnis yang dapat dipercaya secara moral maupun religius. Kepercayaan tersebut mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang secara rutin, memberikan ulasan positif yang memperluas jangkauan pasar secara organik, serta merekomendasikan produk kepada kelompok komunitas yang lebih luas. Sinergi antara kepercayaan pelanggan yang terbentuk dari etika bisnis syariah dan dukungan pembiayaan mikro syariah menciptakan pertumbuhan usaha yang berlipat ganda karena kedua elemen tersebut saling menguatkan dalam membangun fondasi UMKM yang tangguh dan berkelanjutan.

### **Dampak, Tantangan, dan Prospek Pengembangan UMKM Berbasis Syariah di Indonesia** **Dampak UMKM Berbasis Syariah di Indonesia**

UMKM yang menerapkan prinsip syariah memiliki peranan strategis dalam memperkuat perekonomian nasional melalui peningkatan taraf hidup masyarakat serta pertumbuhan pendapatan. Implementasi nilai-nilai seperti kejujuran, keterbukaan, dan keadilan dalam aktivitas bisnis mampu membangun kepercayaan konsumen secara berkesinambungan. Kepercayaan ini kemudian berdampak pada meningkatnya loyalitas pelanggan serta menjaga kestabilan usaha dalam jangka panjang. Di samping itu, UMKM juga berkontribusi sebagai penyedia lapangan kerja dan penggerak ekonomi daerah. Penerapan nilai-nilai Islam dalam kegiatan usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada keberkahan dan tanggung jawab sosial, sehingga memperkuat posisi UMKM sebagai pilar ekonomi berbasis nilai di Indonesia (Saifuddin & Humairoh, 2025).

Penerapan prinsip syariah juga memberikan pengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM, terutama dalam menjaga stabilitas keuntungan dan meningkatkan volume penjualan. Praktik usaha yang menghindari riba serta mengedepankan transparansi transaksi menciptakan sistem keuangan yang lebih sehat dan efisien. Produk dengan sertifikasi halal memiliki daya saing yang tinggi di pasar, baik nasional maupun internasional. Selain itu, pelaku usaha yang menerapkan etika bisnis Islam cenderung memiliki sistem manajemen yang lebih tertata dan berorientasi jangka panjang. Hal ini berdampak pada peningkatan efisiensi operasional dan keberlanjutan usaha secara keseluruhan (Rasha & Suwar, 2025).

Dampak lainnya terlihat pada meningkatnya kohesi sosial dan terbentuknya ekosistem bisnis yang inklusif. Nilai-nilai seperti tolong-menolong, keadilan, dan tanggung jawab sosial mendorong terciptanya hubungan harmonis antara pelaku usaha dan masyarakat. Program

pembinaan dan pelatihan berbasis ekonomi syariah juga terbukti mampu meningkatkan pemahaman serta praktik etika bisnis di kalangan pelaku UMKM. Selain itu, perkembangan teknologi digital turut memberikan kontribusi positif melalui perluasan akses pasar dan efisiensi transaksi. Integrasi antara nilai syariah dan digitalisasi menciptakan model bisnis yang adaptif terhadap perubahan zaman serta mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif (Qalbia & Saputra, 2024).

### **Tantangan Pengembangan UMKM Berbasis Syariah di Indonesia**

Pengembangan UMKM berbasis syariah di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai tantangan, terutama rendahnya tingkat literasi ekonomi syariah di kalangan pelaku usaha. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami secara menyeluruh konsep dasar seperti larangan riba, gharar, dan maysir dalam praktik bisnis. Kondisi ini menyebabkan penerapan prinsip syariah belum berjalan optimal dan cenderung terbatas pada aspek simbolik. Minimnya edukasi serta pelatihan menjadi faktor yang memperlambat integrasi nilai-nilai Islam dalam kegiatan usaha. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia yang memahami ekonomi syariah juga menjadi hambatan dalam pengembangan UMKM secara berkelanjutan.

Kendala lain yang cukup signifikan adalah keterbatasan akses terhadap pembiayaan berbasis syariah. Banyak pelaku usaha masih bergantung pada lembaga keuangan konvensional karena akses terhadap lembaga keuangan syariah yang mudah dijangkau masih terbatas. Prosedur pembiayaan yang relatif kompleks serta kurangnya inovasi produk keuangan syariah turut menghambat akses modal. Di samping itu, persyaratan administratif yang cukup ketat juga menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha kecil dalam memperoleh pembiayaan. Hal ini berdampak pada terbatasnya kemampuan UMKM untuk melakukan ekspansi usaha (Ilham et al., 2025).

Tantangan lainnya berkaitan dengan persaingan pasar dan perkembangan teknologi digital yang belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM. Dominasi bisnis konvensional serta rendahnya literasi digital menyebabkan UMKM syariah belum mampu bersaing secara optimal. Selain itu, kompleksitas regulasi terkait transaksi digital dan sertifikasi halal juga menjadi hambatan tambahan dalam pengembangan usaha. Keterbatasan infrastruktur serta kurangnya dukungan kebijakan yang terintegrasi turut memperlambat pertumbuhan UMKM berbasis syariah. Kondisi ini menunjukkan perlunya sinergi antara pemerintah, lembaga keuangan, dan pelaku usaha untuk menciptakan ekosistem yang lebih kondusif (Matsum, 2025).

### **Prospek Pengembangan UMKM Berbasis Syariah di Indonesia**

Prospek pengembangan UMKM berbasis syariah di Indonesia menunjukkan kecenderungan yang positif, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup halal. Pertumbuhan populasi Muslim serta meningkatnya permintaan terhadap produk halal menjadi faktor utama yang mendorong perkembangan sektor ini. UMKM memiliki peluang besar untuk menguasai pasar domestik sekaligus memperluas jangkauan ke pasar internasional. Nilai-nilai etika bisnis Islam seperti keadilan, transparansi, dan keberlanjutan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen modern, sehingga dapat meningkatkan daya saing UMKM (Nasution, 2025).

Kemajuan teknologi digital juga memberikan peluang besar dalam mempercepat pertumbuhan UMKM berbasis syariah. Platform digital seperti e-commerce dan fintech syariah memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batas geografis. Digitalisasi juga mampu meningkatkan efisiensi operasional serta transparansi dalam proses bisnis. Selain itu, integrasi teknologi dengan prinsip syariah dapat menciptakan ekosistem bisnis yang modern dan beretika. Inovasi dalam model bisnis berbasis digital menjadi kunci dalam menghadapi persaingan global yang semakin ketat (Sari & Putra, 2024).



Dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan syariah, serta berbagai pemangku kepentingan lainnya menjadi faktor penting dalam meningkatkan prospek UMKM berbasis syariah. Kebijakan yang mendukung, program pelatihan, serta pendampingan usaha dapat memberikan dorongan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Penguatan regulasi halal dan peningkatan kualitas produk juga berperan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Integrasi antara nilai etika bisnis Islam dan konsep pembangunan berkelanjutan memberikan peluang jangka panjang yang menjanjikan. Dengan adanya sinergi yang baik, UMKM berbasis syariah memiliki potensi besar untuk berkembang secara berkelanjutan dan kompetitif.

## KESIMPULAN

Etika bisnis syariah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis yang merupakan fondasi utama dalam membangun kewirausahaan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada keberkahan dan manfaat sosial. Terdapat lima prinsip utama yaitu tauhid, keadilan, ikhtiar, tanggung jawab, dan kejujuran menjadi pedoman menyeluruh bagi pelaku UMKM dalam setiap aspek operasional, mulai dari produksi, keuangan, pemasaran, pelayanan, hingga tanggung jawab sosial. Penerapan nilai-nilai Islam secara konsisten terbukti mampu membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan jangka panjang, meningkatkan daya saing usaha, serta memperkuat kohesi sosial di masyarakat. Meskipun masih menghadapi tantangan berupa rendahnya literasi ekonomi syariah, keterbatasan akses pembiayaan, dan persaingan digital, prospek UMKM berbasis syariah di Indonesia tetap sangat cerah seiring meningkatnya kesadaran halal masyarakat, perkembangan teknologi digital, dan dukungan kebijakan pemerintah. Dengan demikian, integrasi etika bisnis syariah dalam UMKM bukan sekadar pilihan moral, melainkan strategi bisnis yang terbukti efektif dalam mewujudkan usaha yang tangguh, berkelanjutan, dan bernilai tinggi baik secara ekonomi maupun spiritual.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, Y., & Safar, M. P. (2024). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Membangun Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada UMKM di Telukjambe Kabupaten Karawang. *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 104–112.
- Hidayat, T., & Ahmad, N. (2023). Islamic Business Ethics and SME Sustainability. *Journal of Islamic Business and Economics*. <https://journal.uui.ac.id/JIBE>
- Ilham, M., Ridwan, Luthfi, M., & Haddade, A. W. (2025). Tantangan dan prospek syariah entrepreneurship ke depan. *Makkah: Journal of Islamic Studies*, 1(4), 212–214.
- Mannan, A., & Swasti, I. (2021). *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mikro Mebel / UMKM*. 1(2).
- Masluhah, S., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2022). Analisis Etika Bisnis Islam pada UMKM Kerupuk Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal El-Aswaq*, 3(2).
- Matsum, H. (2025). Penguatan UMKM berbasis ekonomi syariah melalui program kewirausahaan moderat. *KOMUNITA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 1058–1065.
- Nasution, H. (2025). Challenges of Halal SME Development in Indonesia. *Journal of Halal Industry Studies*.
- Purwandari, E. (2025). Nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik UMKM Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah. *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 19–28.
- Qalbia, F., & Saputra, M. R. (2024). Transformasi digital dan kewirausahaan syariah di era modernitas. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Ekonomi (JMBE)*, 2(2), 389–408.
- Rahayu, E. (2025a). Pengaruh etika bisnis Islam dalam optimalisasi pengembangan UMKM. *Jurnal Al-Istishna: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 76–88. <https://doi.org/10.58326/JAI.v1i2.271>
- Rahayu, E. (2025b). Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Optimalisasi Pengembangan UMKM. *Jurnal Al-Istishna: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 76–88.

- <https://doi.org/10.58326/JAI.v1i2.271>
- Rahman, A., Yusuf, M., & Karim, F. (2022). Implementation of Sharia Business Ethics in SMEs. *International Journal of Ethics and Systems*. <https://www.emerald.com/insight/publication/issn/2514-9369>
- Rasha, N., & Suwar, A. (2025). Konsep etika bisnis Islam dalam penguatan UMKM: Relevansi, tantangan, dan model implementasi. *Al-Ukhwah: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(1), 96–114. <https://doi.org/10.47498/jau.v4n1.5883>
- Saifuddin, & Humairoh. (2025). Analisis penerapan prinsip syariah dan dampaknya terhadap kinerja keuangan UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(1).
- Salam, M. F., Ghaida, N., Fatimah, N., & Alexander, R. (2025). *Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Analisis Swot Pada Produk Jamur Olahan Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM di Kampung Mekar Mulya Pangalengan Kabupaten Bandung*. 3, 1293–1301.
- Sari, D., & Putra, R. (2024). Trust and Performance of Islamic-Based SMEs. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/ijies>
- Solikhah, M., Shafrani, Y. S., & Afifah, T. A. (2026). Etika bisnis Islam perspektif Al-Ghazali dalam era transformasi digital: Analisis relevansi pada platform Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 7(3), 1391–1400. <https://doi.org/10.47467/elmal.v7i3.10409>
- Sumarni, Tanjung, I., Rukanda, D., & Amalia, D. (2023). Tantangan Etika Bisnis Islam dalam Pergulatan Etika Bisnis Global. *Jurnal INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(3).
- Syahfitri, M., Islam, U., Sumatera, N., Jannah, N., Islam, U., Sumatera, N., Syahriza, R., Islam, U., Sumatera, N., Author, C., Islam, E. B., Syariah, P. M., & Tua, K. D. (2022). *Al-bank : Journal of Islamic Banking and Finance Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Pembiayaan Mikro Syariah Dalam Mendukung Perkembangan UMKM*. 151–163.
- Warto, W., Rachman, A., & Samsuri, S. (2025). Green halal business: A sustainable model for Islamic entrepreneurship. *Al-Iqtishad Wal Mashlahah: Journal of Islamic Economics and Business*, 1(1), 10–26. <https://doi.org/10.70742/iqtishadmashlahah.v1i1.437>
- Zia, N. K. (2025). Etika bisnis Islam dalam perspektif kewirausahaan berkelanjutan. *JEI: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 85–99.