

Konsep Etika Bisnis Islam dalam Penguatan UMKM: Relevansi, Tantangan, dan Model Implementasi

Nabila Rasha¹, Arizul Suwar²

¹*Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Iskandar Thani, Aceh, Indonesia*

²*Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Aceh, Indonesia*

¹ nabilarashastia@gmail.com, ² 211003024@student.ar-raniry.ac.id

Abstrak

Artikel ini mengkaji konsep etika bisnis Islam dan relevansinya dalam memperkuat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. UMKM memiliki peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi dan pemerataan kesejahteraan, tetapi masih menghadapi persoalan etika, keterbatasan modal, dan rendahnya daya saing. Etika bisnis Islam menawarkan solusi normatif sekaligus praktis melalui prinsip kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan (*‘adl*), larangan riba, gharar, dan *maysir*, serta tanggung jawab sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur, yaitu menelaah sumber-sumber primer serta sekunder untuk menganalisis relevansi, tantangan, dan model implementasi etika bisnis Islam pada UMKM. Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam berkontribusi positif terhadap peningkatan kepercayaan konsumen, keberkahan usaha, distribusi yang adil, dan pemberdayaan kelompok lemah. Namun, penerapannya masih menghadapi tantangan seperti rendahnya literasi syariah, keterbatasan akses pembiayaan syariah, dan orientasi profit jangka pendek. Artikel ini menawarkan model penerapan etika bisnis Islam yang integratif, meliputi internalisasi nilai syariah dalam operasional, penggunaan akad keuangan syariah, penerapan prinsip halal dan *thayyib*, strategi pemasaran etis, serta tanggung jawab sosial. Dengan demikian, etika bisnis Islam tidak hanya berfungsi sebagai landasan moral, tetapi juga sebagai strategi efektif dalam memperkuat daya saing dan keberlanjutan UMKM di era global.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, UMKM, Ekonomi Syariah

Abstract

This article explores the concept of Islamic business ethics and its relevance to strengthening Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) in Indonesia. UMKM play a strategic role in economic growth and welfare distribution, yet they continue to face challenges such as ethical issues, limited capital, and low competitiveness. Islamic business ethics provide both normative and practical solutions through principles of honesty (*ṣidq*), trustworthiness (*amānah*), justice (*‘adl*), prohibition of riba, gharar, and *maysir*, as well as social responsibility. This study employs a qualitative method with a literature review approach by examining primary and secondary sources to analyze the relevance, challenges, and implementation models of Islamic business ethics in UMKM. The findings indicate that applying Islamic business ethics enhances consumer trust, fosters sustainability with barakah, ensures fair distribution, and empowers marginalized groups. However, challenges remain, including low sharia literacy, limited access to Islamic finance, and short-term profit orientation. The study proposes an integrative model of implementation encompassing the internalization of sharia values, the use of Islamic contracts, application of halal and *thayyib* principles, ethical marketing, and social responsibility. Thus, Islamic business ethics serve not only as a moral foundation but also as an effective strategy to strengthen the competitiveness and sustainability of UMKM in the global era.

Keywords : Islamic Business Ethics, UMKM, Sharia Economy

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peranan sangat penting dalam pembangunan nasional, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia menunjukkan bahwa kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai lebih dari 60 persen dan mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar (KKBPRI, 2025). Di tengah ketidakpastian ekonomi global, UMKM terbukti lebih tangguh dibandingkan sektor besar karena fleksibilitasnya dalam beradaptasi dengan dinamika pasar. Fakta ini menegaskan bahwa pembangunan UMKM lebih dari sekadar urusan ekonomi, melainkan juga terkait dengan aspek sosial, budaya, dan moral yang menjadi fondasi keberlanjutan suatu bangsa.

Namun demikian, meskipun memiliki kontribusi besar, UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai permasalahan mendasar. Permasalahan tersebut meliputi keterbatasan akses permodalan, manajemen yang kurang profesional, keterbatasan teknologi, rendahnya kualitas sumber daya manusia, hingga lemahnya penetrasi pasar internasional (Nursasi et al., 2024). Di samping persoalan teknis dan struktural tersebut, terdapat pula persoalan yang lebih mendasar, yakni lemahnya etika bisnis dalam praktik usaha. Tidak sedikit pelaku UMKM yang terjebak pada praktik curang, manipulatif, dan eksploitasi, baik terhadap konsumen maupun tenaga kerja (Arliman S, 2017; Budiarti et al., 2025). Masalah seperti kecurangan dalam timbangan, kualitas produk yang tidak sesuai, serta persaingan usaha yang tidak sehat merupakan fenomena yang cukup sering ditemui. Jika hal ini dibiarkan, UMKM berpotensi kehilangan kepercayaan masyarakat dan akan sulit berkembang dalam jangka panjang.

Dalam konteks inilah, nilai-nilai etika bisnis Islam menjadi sangat relevan. Islam tidak hanya mengatur hubungan spiritual antara manusia dengan Tuhan, tetapi juga memberikan pedoman yang jelas mengenai aktivitas muamalah, termasuk kegiatan ekonomi. Etika bisnis Islam mengajarkan prinsip-prinsip kejujuran (*shidq*), amanah, keadilan (*‘adl*), tanggung jawab (*mas’uliyah*), serta larangan terhadap praktik riba, *gharar* (ketidakjelasan), dan *maysir* (spekulasi) (Heriyanto & Taufiq, 2024; Manalu et al., 2025). Prinsip-prinsip tersebut tidak hanya bersifat normatif, melainkan juga memiliki implikasi praktis dalam membangun tata kelola usaha yang sehat, berkeadilan, dan berkelanjutan.

Keterkaitan antara etika bisnis Islam dengan pembangunan UMKM sesungguhnya memiliki akar yang panjang dalam sejarah peradaban Islam. Nabi Muhammad SAW sendiri dikenal sebagai pedagang yang mempraktikkan kejujuran, amanah, dan integritas sehingga mendapatkan gelar *al-Amin*. Praktik bisnis Rasulullah menjadi teladan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh strategi ekonomi, tetapi juga oleh landasan moral yang kokoh.

Dalam konteks modern, nilai-nilai ini masih sangat relevan, terlebih ketika UMKM menghadapi tantangan globalisasi dan digitalisasi yang menuntut transparansi, kepercayaan, dan keberlanjutan.

Selain itu, pembangunan UMKM yang berbasis etika bisnis Islam juga sejalan dengan paradigma pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) (Marunta et al., 2025; Mashadi, 2024). Konsep pembangunan berkelanjutan tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, melainkan juga pada keadilan sosial dan kelestarian lingkungan. Etika bisnis Islam memiliki kesesuaian dengan paradigma ini, sebab Islam mengajarkan keseimbangan antara kepentingan individu, masyarakat, dan lingkungan (Sumarta et al., 2024; Wulan, 2025). Dengan demikian, penerapan etika bisnis Islam pada UMKM tidak hanya akan memperkuat daya saing di pasar, tetapi juga akan memberikan kontribusi positif terhadap pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs).

Sejumlah penelitian terdahulu telah menegaskan pentingnya etika bisnis dalam meningkatkan kinerja UMKM (Ali, 2020; Ayyubi & Anggraini, 2016; Silviah & Lestari, 2022). Misalnya, studi-studi menunjukkan bahwa pelaku usaha yang konsisten menerapkan nilai kejujuran dan transparansi cenderung lebih dipercaya konsumen dan mitra bisnis (Aisyah, 2025; Herviana et al., 2025). Demikian pula, penerapan prinsip keadilan dalam memperlakukan pekerja mampu meningkatkan loyalitas tenaga kerja, yang pada gilirannya berdampak positif pada produktivitas (Hussainy et al., 2025; Riski et al., 2023). Akan tetapi, penelitian yang secara spesifik menyoroti etika bisnis Islam sebagai landasan pembangunan UMKM masih relatif terbatas. Banyak kajian hanya berhenti pada aspek teknis manajemen atau akses permodalan, tanpa menekankan dimensi moral dan spiritual yang justru sangat penting bagi keberlanjutan usaha.

Artikel ini hadir untuk mengisi celah tersebut. Dengan menggunakan metode kajian pustaka, artikel ini bertujuan untuk menelaah konsep etika bisnis Islam serta mengkaji relevansinya terhadap pembangunan UMKM. Kajian pustaka dipilih karena metode ini memungkinkan peneliti untuk mengkomparasikan berbagai literatur, baik klasik maupun kontemporer, sehingga dapat diperoleh sintesis pemikiran yang komprehensif. Fokus penelitian bukan pada pengumpulan data lapangan, melainkan pada penggalian konsep, analisis teoritis, dan integrasi gagasan.

Adapun pembahasan dalam artikel ini dibagi ke dalam beberapa bagian. Pertama, membahas tentang konsep etika bisnis Islam, meliputi definisi, prinsip dasar, dan landasan normatifnya dalam Al-Qur'an dan Hadis. Kedua, membahas tentang UMKM dalam perspektif ekonomi Islam, yaitu bagaimana Islam memandang peran usaha kecil dan menengah dalam pembangunan umat. Ketiga, menganalisis relevansi etika bisnis Islam dengan UMKM, termasuk

manfaat dan tantangan penerapannya. Keempat, menawarkan model implementasi atau penerapan etika bisnis Islam pada UMKM sebagai upaya memperkuat daya saing sekaligus menjaga keberlanjutan usaha.

Melalui struktur pembahasan tersebut, diharapkan artikel ini dapat memberikan kontribusi konseptual dalam pengembangan literatur mengenai etika bisnis Islam dan UMKM. Lebih jauh, artikel ini juga diharapkan mampu memberikan rekomendasi praktis bagi para pelaku UMKM, pemerintah, dan lembaga keuangan syariah dalam merumuskan strategi pembangunan UMKM yang berlandaskan pada nilai-nilai etika Islam.

Dengan demikian, urgensi penelitian ini terletak pada upaya membangun sinergi antara etika bisnis Islam dan pengembangan UMKM. Sinergi ini diyakini dapat menjawab berbagai tantangan kontemporer, baik dari aspek persaingan global, maupun perubahan teknologi. Oleh karena itu, mengkaji dan menginternalisasikan konsep etika bisnis Islam sebagai landasan pembangunan UMKM merupakan langkah penting untuk mewujudkan perekonomian yang berkeadilan, berkelanjutan, dan penuh keberkahan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka (*library research*). Kajian pustaka dipilih karena fokus penelitian terletak pada analisis konseptual dan sintesis pemikiran mengenai etika bisnis Islam serta relevansinya terhadap pembangunan UMKM. Dalam pendekatan ini, peneliti tidak mengumpulkan data primer melalui observasi lapangan atau wawancara, melainkan menghimpun data sekunder dari berbagai sumber literatur yang relevan. Sumber-sumber tersebut meliputi buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, dokumen kebijakan pemerintah, dan laporan lembaga resmi yang membahas etika bisnis Islam, ekonomi Islam, dan pengembangan UMKM.

Proses penelitian dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, peneliti mengidentifikasi literatur yang relevan dengan kata kunci seperti *etika bisnis Islam*, *ekonomi Islam*, *UMKM*, dan *pembangunan berkelanjutan*. Kedua, literatur yang diperoleh dianalisis secara kritis untuk menemukan kesamaan, perbedaan, serta perkembangan konsep yang berkaitan dengan tema penelitian. Ketiga, peneliti melakukan sintesis dengan mengintegrasikan teori dan hasil penelitian terdahulu, sehingga terbentuk suatu pemahaman komprehensif mengenai konsep etika bisnis Islam sebagai landasan pembangunan UMKM.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*), yaitu menelaah dan menginterpretasikan makna dari berbagai literatur yang dikaji. Analisis isi memungkinkan peneliti untuk menggali prinsip-prinsip utama etika bisnis Islam, kemudian mengaitkannya dengan tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM. Dengan demikian, hasil penelitian ini bukan berupa temuan empiris, melainkan konstruksi teoretis dan konseptual yang dapat menjadi

pijakan untuk penelitian lanjutan maupun rekomendasi praktis bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan.

Pembahasan

A. Konsep Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan suatu sistem nilai yang mengatur perilaku pelaku usaha dalam aktivitas ekonomi berdasarkan ajaran Islam. Secara terminologis, etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang berarti kebiasaan, watak, atau norma, sedangkan dalam bahasa Arab, istilah yang dekat adalah *akhlaq*, yakni tata perilaku yang baik dan sesuai dengan ajaran agama. Dalam konteks Islam, etika bisnis dipahami sebagai seperangkat prinsip moral yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, *ijma'*, dan *qiyas* yang harus menjadi pedoman dalam setiap transaksi dan aktivitas usaha (Maulana, 2025). Dengan demikian, etika bisnis Islam tidak hanya membicarakan tentang benar dan salah dalam interaksi ekonomi, tetapi juga mengandung dimensi spiritual, karena setiap aktivitas bisnis dipandang sebagai bagian dari ibadah kepada Allah SWT.

Dalam perspektif Islam, etika bisnis tidak sekadar membicarakan aspek benar dan salah dalam transaksi ekonomi, tetapi lebih jauh menekankan pada keterpaduan antara aspek duniawi dan ukhrawi. Aktivitas bisnis dipandang sebagai bagian dari ibadah kepada Allah SWT, sehingga setiap keputusan ekonomi memiliki dimensi spiritual.

Sejumlah ahli memberikan definisi yang memperkaya pemahaman ini. Muhammad Nejatullah Siddiqi, seorang ekonom Islam terkemuka, dalam (Shofiyah et al., 2025) mendefinisikan etika bisnis Islam sebagai seperangkat aturan yang menekankan keadilan, kejujuran, dan kepedulian sosial dalam aktivitas ekonomi, dengan tujuan menciptakan kesejahteraan bersama (*maslahah*). Syed Nawab Haider Naqvi dalam (Muktamar, 2024) dan (Djakfar, 2012) menekankan bahwa etika bisnis Islam tidak hanya berfungsi sebagai norma moral, tetapi juga menjadi kerangka kebijakan ekonomi yang mendorong keseimbangan antara efisiensi, keadilan, dan kepedulian sosial.

Yusuf al-Qaradawi dalam (Anggraini et al., 2024; A. Fauzi, 2024) menggarisbawahi bahwa bisnis dalam Islam harus berlandaskan prinsip *halal* dan *thayyib*, artinya tidak hanya sesuai aturan hukum syariah, tetapi juga baik, bermanfaat, dan tidak merusak manusia maupun lingkungan. Sementara itu, (Mufarrochah et al., 2025) menyatakan bahwa etika bisnis Islam adalah penerapan nilai-nilai Qur'ani dalam praktik usaha, yang mencakup aspek transparansi, amanah, keadilan, serta larangan terhadap praktik eksploitasi seperti *riba*, *gharar*, dan *maisir*.

Dari berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam bukan sekadar instrumen moral tambahan, tetapi merupakan fondasi utama yang menyatukan orientasi bisnis dengan tujuan syariah (*maqashid al-syariah*), yakni menjaga agama, jiwa, akal, keturunan,

dan harta. Dengan begitu, pelaku usaha dalam Islam dituntut untuk memandang bisnis bukan hanya sarana mencari keuntungan, tetapi juga sebagai jalan untuk mencapai keberkahan dan ridha Allah SWT.

1. Prinsip-Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam memiliki seperangkat prinsip fundamental yang membedakannya secara tegas dari etika bisnis sekuler. Prinsip-prinsip ini tidak hanya mengatur hubungan antar manusia dalam transaksi, tetapi juga menyangkut hubungan vertikal dengan Allah SWT serta tanggung jawab terhadap lingkungan sosial dan alam. Dengan demikian, prinsip etika bisnis Islam bersifat menyeluruh (*syamil*) dan seimbang (*tawazun*).

Pertama, prinsip kejujuran (*shidq*). Kejujuran merupakan fondasi utama dalam setiap interaksi bisnis. Seorang pedagang dituntut untuk bersikap transparan, tidak menyembunyikan cacat barang, serta tidak menipu konsumen. Rasulullah SAW menegaskan: “Pedagang yang jujur lagi amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada.” (HR. Tirmidzi). Kejujuran bukan hanya etika praktis, melainkan bagian dari ibadah karena mencerminkan integritas seorang muslim. Menurut (Shepia et al., 2024), kejujuran dalam bisnis Islam menciptakan kepercayaan pasar, yang pada gilirannya memperkuat keberlanjutan usaha.

Kedua, prinsip amanah (dapat dipercaya). Amanah berarti memegang teguh kepercayaan yang diberikan, baik dalam bentuk janji, kualitas produk, maupun kewajiban sosial. Al-Qur'an menegaskan: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya...” (QS. An-Nisa: 58). Dalam konteks bisnis, amanah mencakup pemenuhan kontrak, pengiriman barang sesuai spesifikasi, dan tanggung jawab moral terhadap konsumen. (Arafah, 2022) menyebut amanah sebagai modal non-material yang menentukan reputasi sebuah usaha, di mana tanpa amanah, bisnis akan kehilangan keberkahan sekalipun memperoleh keuntungan materi.

Ketiga, prinsip keadilan (*'adl*). Keadilan adalah perintah universal dalam Islam, termasuk dalam ranah ekonomi. Allah SWT berfirman: “Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil.” (QS. Al-An'am: 152). Dalam bisnis, keadilan mengharuskan pelaku usaha tidak menzalimi pihak lain, tidak melakukan monopoli yang merugikan konsumen, serta memberikan harga yang wajar. Menurut (Permana & Nisa, 2024), prinsip keadilan dalam ekonomi Islam berfungsi sebagai mekanisme keseimbangan, sehingga tidak terjadi eksploitasi dalam distribusi kekayaan.

Keempat, larangan riba, gharar, dan *maysir*. Tiga larangan ini menjadi pilar penting dalam menjaga kemurnian transaksi bisnis. Riba dilarang karena menimbulkan ketidakadilan dan memperkuat dominasi kapital terhadap yang lemah (QS. Al-Baqarah: 275-279). Gharar, yakni ketidakpastian dan penipuan, dilarang karena menciptakan spekulasi yang merugikan salah satu

pihak. Nabi SAW melarang jual beli yang mengandung gharar, seperti menjual ikan di air atau burung di udara (HR. Muslim). *Maysir*, yaitu perjudian atau spekulasi berlebihan, dilarang karena tidak berbasis pada produktivitas, melainkan pada keberuntungan semata (QS. Al-Maidah: 90). Menurut (Baso R et al., 2024), larangan ini menciptakan stabilitas pasar dengan mendorong transaksi yang nyata, transparan, dan produktif.

Kelima, tanggung jawab sosial (*mas'uliyah ijtimai'iyah*). Etika bisnis Islam menekankan bahwa tujuan usaha tidak hanya mencari keuntungan pribadi, tetapi juga memberi manfaat bagi masyarakat luas. Konsep ini sejalan dengan kewajiban zakat, infak, sedekah, dan wakaf, yang merupakan instrumen distribusi kekayaan untuk menciptakan kesejahteraan sosial. Rasulullah SAW bersabda: “Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain.” (HR. Ahmad). Menurut (Febriani et al., 2023), tanggung jawab sosial dalam bisnis Islam merupakan upaya mewujudkan *maslahah* (kemaslahatan umum) sebagai tujuan utama syariah. Dengan prinsip ini, perusahaan dituntut tidak hanya berorientasi profit (*profit oriented*), tetapi juga peduli pada aspek kemanusiaan, lingkungan, dan pembangunan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam ini menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi bukan sekadar persoalan material, melainkan sebuah sarana mencapai keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan masyarakat, serta antara dunia dan akhirat. Dengan prinsip tersebut, Islam memberikan kerangka etis yang mampu menjawab tantangan modern dalam pengelolaan usaha, termasuk dalam konteks pengembangan UMKM.

2. Landasan Normatif dalam Al-Qur'an dan Hadis

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam memiliki dasar yang kuat dalam Al-Qur'an dan Hadis. Al-Qur'an berulang kali menegaskan pentingnya kejujuran, keadilan, dan larangan terhadap praktik bisnis yang merugikan (Afandi, 2025). Misalnya, dalam QS. Al-Mutaffifin [83]: 1-3, Allah mengecam keras orang-orang yang curang dalam takaran dan timbangan. Ayat ini menegaskan bahwa kejujuran dalam transaksi adalah bagian integral dari keimanan seorang Muslim. Demikian pula, QS. An-Nahl [16]: 90 menyatakan: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan...” yang menjadi landasan moral keadilan dalam bisnis.

Selain itu, larangan riba ditegaskan dalam QS. Al-Baqarah [2]: 275-279, di mana Allah menyatakan bahwa riba adalah perbuatan yang diharamkan dan akan membawa kepada kerugian di dunia maupun akhirat. Larangan *gharar* juga diangkat dalam berbagai hadis Nabi SAW, di antaranya hadis riwayat Muslim yang melarang jual beli yang mengandung ketidakjelasan. Adapun mengenai kejujuran, Nabi SAW bersabda: “Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada” (HR. Tirmidzi). Hadis ini menunjukkan betapa tinggi kedudukan moral seorang pelaku bisnis yang menjunjung etika Islam.

Dengan demikian, etika bisnis Islam tidak hanya merupakan produk pemikiran ulama, tetapi juga berakar langsung dari ajaran wahyu. Hal ini membedakannya dari konsep etika bisnis modern yang banyak bersumber dari filsafat sekuler. Etika bisnis Islam memberikan kerangka normatif yang utuh, mencakup aspek spiritual, moral, dan praktis, sehingga dapat menjadi fondasi yang kokoh dalam membangun usaha yang berkelanjutan, termasuk bagi UMKM.

B. UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memegang peranan vital dalam perekonomian Indonesia. Data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia menunjukkan bahwa kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai lebih dari 60 persen dan mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar (KKBPRI, 2025). Fakta ini menegaskan bahwa UMKM tidak hanya menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen sosial dalam menciptakan pemerataan pendapatan dan pengentasan kemiskinan.

Dalam banyak literatur, UMKM dipandang sebagai tulang punggung ekonomi rakyat (*people's economy*), karena berbasis pada usaha mandiri, padat karya, serta dekat dengan kehidupan masyarakat bawah. Di saat krisis ekonomi melanda, sektor UMKM terbukti lebih tahan terhadap guncangan dibandingkan usaha besar, karena sifatnya yang fleksibel, tidak bergantung pada impor bahan baku yang mahal, dan memiliki jaringan pemasaran yang sederhana namun efektif. Kondisi ini menjadikan UMKM sebagai penopang stabilitas ekonomi nasional.

Dalam perspektif Islam, aktivitas ekonomi tidak semata-mata dimaknai sebagai usaha memperoleh keuntungan, melainkan bagian integral dari ibadah kepada Allah SWT. Islam mengajarkan keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan sosial, serta menolak praktik ekonomi yang menimbulkan ketidakadilan, eksploitasi, atau pemusatan kekayaan pada segelintir orang.

Lebih jauh, UMKM juga merupakan sarana mewujudkan *maqashid al-syariah*, yaitu menjaga agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*). Melalui UMKM, masyarakat dapat memenuhi kebutuhan dasar (sandang, pangan, papan), memperoleh penghidupan yang layak, dan terhindar dari praktik ekonomi yang merusak seperti riba atau eksploitasi (Andina & Wahyudi, 2024). Dengan kata lain, UMKM bukan hanya aktivitas ekonomi, melainkan juga sarana menjaga martabat manusia dan memenuhi tujuan syariat.

Karakteristik UMKM menunjukkan kesesuaian dengan nilai-nilai yang diajarkan dalam Islam. Beberapa di antaranya: pertama, Berbasis kemandirian (*istiqlal*). UMKM mendorong masyarakat untuk mengembangkan usaha dengan modal terbatas, sehingga melatih kemandirian

sekaligus mengurangi ketergantungan pada pihak luar (Pardede et al., 2024). Kedua, Padat karya. UMKM banyak menyerap tenaga kerja, sejalan dengan Islam yang menekankan pentingnya membuka lapangan kerja agar tidak terjadi pengangguran dan kemiskinan (Febrianti, 2025). Ketiga, Dekat dengan komunitas. UMKM tumbuh di tengah masyarakat, sehingga interaksi antara produsen dan konsumen lebih personal dan menjunjung nilai ukhuwah (Purwandari & Mukmin, 2025). Keempat, Fleksibilitas usaha. UMKM cenderung cepat beradaptasi terhadap perubahan pasar, yang dalam Islam selaras dengan semangat *ijtihad* (kemampuan berinovasi dalam koridor syariah).

Islam sangat menekankan perhatian terhadap kelompok lemah (*mustadh'afin*). Dalam sejarah, Rasulullah SAW memberikan teladan bagaimana beliau memperhatikan pedagang kecil, melarang penipuan di pasar, dan mengajarkan prinsip jual beli yang adil. Bahkan, hadis menyebutkan: "*Rahmat Allah tercurah pada seseorang yang bermurah hati ketika menjual, membeli, dan menagih utang.*" (HR. Bukhari). UMKM dalam hal ini menjadi medium untuk memberdayakan kelompok ekonomi lemah. Dengan memberikan akses modal, pendampingan, dan pasar yang adil, UMKM dapat mengangkat taraf hidup masyarakat bawah. Pandangan ini sejalan dengan gagasan (Agustin, 2025), bahwa ekonomi Islam harus menekankan pada keadilan sosial dan pemberdayaan masyarakat miskin, bukan sekadar mengejar pertumbuhan ekonomi.

Salah satu tantangan utama UMKM adalah keterbatasan akses modal. Dalam sistem konvensional, pelaku UMKM sering terjebak pada praktik pinjaman berbunga tinggi (*riba*) yang justru melemahkan daya saing mereka. Islam dengan tegas melarang *riba* karena menimbulkan ketidakadilan dan eksploitasi. Sebagai solusinya, ekonomi Islam menawarkan instrumen pembiayaan syariah seperti: *Mudharabah* (bagi hasil modal-usaha). Investor memberikan modal, sedangkan pengusaha mengelola usaha; keuntungan dibagi sesuai kesepakatan. *Musharakah* (kemitraan modal). Dua pihak atau lebih menyertakan modal bersama, lalu berbagi keuntungan maupun risiko secara adil. *Qardhul Hasan* (pinjaman kebajikan). Pinjaman tanpa bunga yang diberikan semata-mata untuk membantu sesama. Zakat, infak, sedekah, dan wakaf produktif. Instrumen sosial-ekonomi Islam yang dapat diarahkan untuk pemberdayaan UMKM, misalnya zakat produktif untuk modal usaha fakir miskin atau wakaf untuk membiayai pelatihan keterampilan.

Dalam praktiknya, UMKM juga menjadi arena penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang telah dibahas sebelumnya. Misalnya, pedagang kecil di pasar yang berjualan dengan jujur dan amanah sesungguhnya sedang menerapkan ajaran Islam dalam aktivitas sehari-hari. Transparansi harga, menjaga kualitas produk, dan kepedulian terhadap konsumen merupakan implementasi nyata dari prinsip *shidq* (kejujuran) dan *amanah* (A. S. R. Fauzi, 2024). Selain itu,

UMKM yang dikelola dengan prinsip keadilan tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan karyawan, lingkungan, dan masyarakat sekitar. Hal ini sejalan dengan visi Islam bahwa bisnis adalah sarana mencapai keberkahan (*barakah*), bukan sekadar keuntungan materi.

C. Relevansi dan Tantangan Etika Bisnis Islam dengan UMKM

Etika bisnis Islam bukan sekadar seperangkat aturan moral, melainkan sistem nilai yang menyeluruh. Prinsip-prinsip seperti kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan (*‘adl*), serta larangan terhadap praktik yang merugikan orang lain merupakan fondasi utama dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Prinsip tersebut secara normatif bersumber dari Al-Qur’an dan Hadis, yang kemudian dikembangkan dalam tradisi fikih muamalah. Dengan demikian, relevansi etika bisnis Islam terhadap UMKM dapat dianalisis dari dua dimensi: pertama, bagaimana etika bisnis Islam memberikan legitimasi normatif bagi praktik UMKM; kedua, bagaimana penerapan prinsip tersebut memberikan manfaat sekaligus menghadirkan tantangan di level praktis.

UMKM pada hakikatnya merupakan wujud nyata dari aktivitas ekonomi masyarakat yang bersifat partisipatif. Skala kecil dan kedekatannya dengan masyarakat membuat UMKM seringkali lebih berorientasi pada kebutuhan nyata ketimbang spekulasi. Karakteristik ini sejalan dengan visi ekonomi Islam yang menolak aktivitas ekonomi bersifat eksploitatif, spekulatif (*gharar*), atau penuh ketidakpastian. Sebaliknya, Islam mendorong perdagangan riil, pertukaran barang dan jasa yang nyata, serta peredaran harta yang merata.

Relevansi etika bisnis Islam terhadap UMKM terlihat jelas dalam berbagai manfaat yang bisa diperoleh ketika prinsip-prinsip syariah diimplementasikan secara konsisten.

Pertama, peningkatan kepercayaan konsumen. Dalam pasar yang kompetitif, reputasi adalah aset yang sangat berharga. Kejujuran dalam promosi, keaslian produk, serta transparansi harga membuat konsumen merasa aman. Bagi UMKM yang berskala lokal, loyalitas pelanggan adalah kunci keberlanjutan usaha (Manik & Simanjuntak, 2024). Dengan menerapkan etika Islam, UMKM dapat membangun citra positif yang menjadi keunggulan bersaing.

Kedua, pencapaian keberkahan usaha. Dalam paradigma Islam, bisnis bukan semata aktivitas ekonomi, tetapi juga bagian dari pengabdian kepada Allah. Keuntungan yang diperoleh dengan cara halal dan adil memiliki nilai spiritual, yang disebut keberkahan. Berkah ini tidak hanya dirasakan oleh pelaku usaha, tetapi juga meluas pada konsumen, pekerja, bahkan masyarakat sekitar.

Ketiga, jaminan keadilan distribusi ekonomi. Islam menolak praktik *riba*, *gharar*, dan *maysir* yang seringkali merugikan pihak lemah. Dengan menjauhi praktik tersebut, UMKM dapat berkontribusi pada sistem ekonomi yang lebih adil. Lebih jauh, kewajiban zakat, infak, dan

sedekah menciptakan mekanisme distribusi kekayaan dari pelaku usaha kepada masyarakat miskin, sehingga memperkuat solidaritas sosial.

Keempat, pemberdayaan masyarakat lemah. Banyak UMKM yang tumbuh dari basis keluarga atau komunitas kecil. Dengan mengedepankan etika Islam, UMKM dapat menjadi sarana pemberdayaan bagi kelompok *mustadh'afin* (Zakaria, 2024). Melalui penciptaan lapangan kerja, pelatihan keterampilan, serta penyediaan produk terjangkau, UMKM dapat membantu mengurangi kesenjangan sosial.

Kelima, potensi daya saing global. Kesadaran masyarakat dunia terhadap produk halal semakin meningkat. UMKM yang konsisten dengan etika bisnis Islam memiliki peluang besar untuk menembus pasar halal internasional, khususnya pada sektor makanan, minuman, kosmetik, fesyen, dan pariwisata. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah bukan hambatan, melainkan justru menjadi daya tarik yang unik.

Meski manfaatnya besar, penerapan etika bisnis Islam dalam UMKM juga menghadapi sejumlah tantangan nyata.

Pertama, rendahnya literasi syariah. Tidak semua pelaku UMKM memahami prinsip-prinsip muamalah secara komprehensif. Banyak di antara mereka masih terjebak dalam praktik konvensional, seperti meminjam modal berbunga tinggi dari rentenir atau lembaga keuangan non-syariah (Makhrus et al., 2025). Minimnya pemahaman ini membuat prinsip syariah seringkali dianggap rumit dan sulit diterapkan.

Kedua, keterbatasan akses pembiayaan syariah. Meskipun lembaga keuangan syariah berkembang pesat, akses UMKM terhadap pembiayaan syariah masih terbatas. Persyaratan administratif, biaya tambahan, serta kurangnya sosialisasi membuat banyak UMKM enggan atau tidak mampu mengakses modal syariah (Marlina & Rahmat, 2018). Padahal, modal merupakan faktor vital bagi pertumbuhan usaha.

Ketiga, orientasi profit jangka pendek. Sebagian pelaku UMKM masih berorientasi pada keuntungan semata, tanpa mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Misalnya, ada UMKM yang menggunakan bahan baku murah namun tidak halal, atau mengurangi kualitas produk demi keuntungan lebih besar (Maulida & Nawawi, 2024). Praktik semacam ini bertentangan dengan prinsip etika Islam yang menekankan keseimbangan antara profit, etika, dan keberkahan.

Keempat, kurangnya regulasi dan pendampingan. Pemerintah memang telah memiliki program pembinaan UMKM, tetapi belum banyak yang secara spesifik berorientasi pada etika bisnis Islam (Luthfy & Mukhlas, 2024). Akibatnya, pelaku UMKM kurang mendapatkan pendampingan terkait penerapan prinsip syariah, baik dalam manajemen keuangan, produksi,

Kelima, persaingan global yang ketat. UMKM syariah harus bersaing dengan produk non-syariah yang harganya lebih murah dan distribusinya lebih masif. Dalam kondisi ini, UMKM syariah membutuhkan strategi inovatif agar tetap kompetitif tanpa mengorbankan prinsip etika.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, perlu upaya integratif dari berbagai pihak. Pertama, pendidikan dan pelatihan etika bisnis Islam harus ditingkatkan. Perguruan tinggi, lembaga pendidikan, dan organisasi kemasyarakatan dapat berperan dalam memberikan literasi syariah bagi pelaku UMKM. Kedua, akses pembiayaan syariah perlu diperluas, baik melalui perbankan syariah, koperasi syariah, maupun optimalisasi dana zakat, infak, sedekah, dan wakaf produktif. Ketiga, regulasi pemerintah harus diarahkan pada penguatan UMKM syariah, misalnya dengan insentif pajak, sertifikasi halal yang murah, serta program pendampingan bisnis berbasis etika.

Selain itu, kolaborasi antara ulama, akademisi, praktisi bisnis, dan lembaga keuangan syariah sangat penting untuk menciptakan ekosistem UMKM yang sehat. Ulama dapat memberikan fatwa dan bimbingan moral, akademisi berkontribusi melalui riset dan inovasi, sementara praktisi bisnis dan lembaga keuangan menyediakan solusi praktis yang sesuai kebutuhan UMKM. Dengan sinergi tersebut, UMKM dapat berkembang bukan hanya sebagai entitas ekonomi, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang mencerminkan nilai-nilai Islam.

D. Model Implementasi Etika Bisnis Islam pada UMKM

Penerapan etika bisnis Islam dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tidak bisa hanya berhenti pada tataran normatif, melainkan perlu dituangkan dalam suatu model yang konkret dan operasional. Hal ini penting karena UMKM menghadapi dua tantangan besar sekaligus yaitu kebutuhan untuk meningkatkan daya saing di tengah kompetisi global, dan tuntutan untuk menjaga keberlanjutan usaha agar mampu bertahan dalam jangka panjang. Oleh sebab itu, penerapan etika bisnis Islam harus dipahami bukan sebagai penghambat keuntungan, melainkan sebagai landasan moral sekaligus strategi bisnis yang efektif.

Langkah pertama dalam membangun model penerapan etika bisnis Islam adalah menanamkan kesadaran filosofis bahwa aktivitas usaha merupakan bagian dari ibadah. Dalam perspektif Islam, bisnis tidak semata-mata dipandang sebagai sarana mencari keuntungan, tetapi juga sebagai jalan untuk mendekatkan diri kepada Allah dan memberikan manfaat bagi masyarakat (Ariyadi, 2018). Dengan paradigma ini, pelaku UMKM akan menyadari bahwa keputusan bisnis yang mereka ambil bukan hanya dinilai dari aspek ekonomi, tetapi juga dari aspek moral dan spiritual. Orientasi ibadah inilah yang menjadikan usaha tidak hanya mengejar pertumbuhan profit, tetapi juga keberkahan.

Dari kesadaran tersebut lahirlah kebutuhan untuk menginternalisasi prinsip-prinsip dasar

etika Islam ke dalam seluruh aspek operasional UMKM. Prinsip kejujuran, amanah, keadilan, serta tanggung jawab sosial bukanlah sekadar wacana, melainkan menjadi pedoman dalam setiap langkah usaha. Dalam praktiknya, hal ini tercermin misalnya pada transparansi harga, keaslian produk, pemenuhan janji kepada konsumen, pembayaran gaji yang adil kepada karyawan, serta penghindaran dari praktik riba, gharar, dan maisir. Penerapan prinsip ini membuat hubungan antara pelaku UMKM dengan konsumen, mitra, maupun karyawan terjalin berdasarkan rasa percaya dan saling menghormati. Kepercayaan inilah yang kemudian menjadi aset berharga dalam memperkuat daya saing UMKM.

Namun, model penerapan etika bisnis Islam tidak hanya berhenti pada tataran prinsip, tetapi juga memerlukan sistem manajemen yang sesuai dengan nilai syariah. Dalam pengelolaan keuangan, misalnya, pelaku UMKM diarahkan untuk menggunakan akad-akad syariah yang adil dan bebas riba, seperti *mudharabah* atau *musharakah* (Yuliyanti & Rahmawati, 2025). Hal ini membuat UMKM tidak terjebak dalam utang berbunga tinggi yang dapat membahayakan keberlangsungan usaha. Dalam aspek produksi, prinsip halal dan *thayyib* menjadi panduan utama. UMKM di bidang kuliner wajib memastikan bahwa bahan baku dan proses produksi sesuai dengan standar halal, sementara UMKM non-kuliner dapat mengimplementasikan prinsip ini dengan memastikan produknya tidak merugikan konsumen maupun merusak lingkungan.

Dalam hal pemasaran, etika bisnis Islam menekankan keterbukaan dan kejujuran. Promosi yang menyesatkan, manipulasi informasi, atau eksploitasi emosi konsumen jelas bertentangan dengan nilai Islam. Sebaliknya, pelaku UMKM didorong untuk menyampaikan informasi apa adanya, memberikan pelayanan yang ramah, serta membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Cara ini tidak hanya meningkatkan loyalitas konsumen, tetapi juga menciptakan citra positif bagi usaha. Lebih jauh, loyalitas konsumen yang terbentuk dari kepercayaan ini dapat menjadi sumber ketahanan UMKM ketika menghadapi guncangan ekonomi.

Tanggung jawab sosial merupakan aspek penting lain dalam model penerapan etika bisnis Islam. UMKM yang berorientasi syariah tidak hanya memikirkan keuntungan pribadi, melainkan juga kontribusi terhadap masyarakat. Zakat, infak, dan sedekah yang dikeluarkan dari keuntungan usaha menjadi mekanisme nyata untuk mendistribusikan kekayaan kepada kelompok yang membutuhkan. Di samping itu, UMKM dapat berperan dalam pemberdayaan masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, pemberian pelatihan keterampilan, atau melibatkan komunitas lokal dalam rantai produksi. Dengan demikian, keberadaan UMKM tidak hanya memperkuat ekonomi individu, tetapi juga memberikan dampak sosial yang lebih luas.

Penerapan etika bisnis Islam juga berkaitan erat dengan strategi daya saing. Dalam era

meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk halal, UMKM yang konsisten mengedepankan prinsip syariah memiliki peluang besar untuk menembus pasar global. Produk yang dihasilkan tidak hanya dihargai karena kualitasnya, tetapi juga karena nilai moral yang melekat di dalamnya. Reputasi sebagai usaha yang jujur, amanah, dan halal menjadi diferensiasi yang sulit ditandingi oleh pesaing. Di sinilah terlihat bahwa etika bisnis Islam bukan penghalang, melainkan justru modal kompetitif yang unik.

Lebih dari itu, model ini juga memperhatikan keberlanjutan usaha. UMKM yang dikelola secara jujur, adil, dan bertanggung jawab akan lebih mudah mempertahankan konsumen loyal, menghindari konflik hukum, serta mendapatkan dukungan masyarakat sekitar. Prinsip Islam yang melarang praktik riba membuat pelaku usaha terhindar dari jeratan utang yang dapat menghancurkan usaha ketika terjadi krisis. Tanggung jawab sosial yang dilakukan secara konsisten juga menciptakan hubungan harmonis antara UMKM dengan lingkungannya, sehingga memperkuat fondasi keberlanjutan jangka panjang.

Agar model ini benar-benar terwujud, diperlukan tahapan implementasi yang sistematis. Pelaku UMKM perlu terlebih dahulu memahami nilai-nilai syariah melalui pendidikan dan pelatihan yang terstruktur. Setelah itu, mereka dapat menyusun rencana bisnis yang memasukkan aspek halal, adil, dan maslahat sebagai indikator keberhasilan. Dalam tahap operasional, prinsip etika harus menjadi standar, baik dalam manajemen keuangan, produksi, maupun pemasaran. Selanjutnya, dilakukan evaluasi secara berkala, misalnya melalui audit syariah internal, untuk memastikan kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam. Pada akhirnya, keberhasilan model ini membutuhkan kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti lembaga keuangan syariah, pemerintah, akademisi, dan komunitas masyarakat.

Dari uraian ini dapat ditegaskan bahwa model penerapan etika bisnis Islam pada UMKM tidak hanya memberikan arah moral, tetapi juga menawarkan strategi praktis untuk memperkuat daya saing sekaligus menjaga keberlanjutan usaha. Dengan menjadikan bisnis sebagai ibadah, menginternalisasi prinsip syariah, membangun sistem manajemen yang islami, serta menekankan tanggung jawab sosial, UMKM dapat tumbuh menjadi entitas ekonomi yang tangguh, berdaya saing global, dan membawa keberkahan bagi masyarakat.

Kesimpulan

Etika bisnis Islam memiliki relevansi yang kuat dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. UMKM tidak hanya berperan sebagai penggerak utama ekonomi nasional, melainkan juga instrumen sosial yang berkontribusi terhadap pemerataan pendapatan, pengentasan kemiskinan, dan pemberdayaan kelompok lemah. Dalam perspektif Islam, aktivitas bisnis bukan semata-mata untuk mengejar keuntungan, melainkan bagian dari

ibadah yang harus dijalankan dengan prinsip kejujuran, amanah, keadilan, serta tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis Islam memberikan legitimasi normatif sekaligus arah moral bagi UMKM agar dapat tumbuh secara berkelanjutan.

Meski demikian, penerapan prinsip syariah dalam UMKM menghadapi sejumlah tantangan seperti rendahnya literasi syariah, keterbatasan akses pembiayaan syariah, orientasi profit jangka pendek, kurangnya regulasi yang mendukung, serta ketatnya persaingan global. Tantangan tersebut mengindikasikan perlunya upaya integratif dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga keuangan syariah, akademisi, dan masyarakat untuk menciptakan ekosistem UMKM yang sehat. Pendidikan etika bisnis Islam, perluasan akses modal berbasis syariah, regulasi yang mendukung, serta kolaborasi lintas sektor menjadi strategi penting untuk mengatasi hambatan tersebut.

Dengan menginternalisasi nilai-nilai syariah ke dalam seluruh aspek usaha—mulai dari manajemen keuangan, produksi, pemasaran, hingga tanggung jawab sosial—UMKM dapat tampil sebagai entitas yang tangguh sekaligus berdaya saing. Lebih dari itu, penerapan etika bisnis Islam selain menciptakan keberlanjutan ekonomi, juga mampu membawa keberkahan, memperkuat solidaritas sosial, serta menjadikan UMKM sebagai agen perubahan yang mampu mencerminkan visi Islam tentang keadilan, keseimbangan, dan kemaslahatan umat.

Daftar Pustaka

- Afandi, N. (2025). Ayat dan Hadist Pedoman Hidup Bersih Bebas Riba Perspektif Ekonomi Syari'ah: *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(4), 1978–1985. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i4.7357>
- Agustin, A. D. (2025). Kontribusi Manajemen Bisnis Syariah dalam Mendorong Pembangunan Ekonomi Berbasis Keadilan Sosial. *Journal of Islamic Finance and Economics*, 2(02), 135–150.
- Aisyah, S. (2025). Peran Kejujuran dan Transparansi dalam Meningkatkan Integritas Bisnis Syariah. *Al-A'mal : Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(1), 104–112.
- Ali, M. H. (2020). Penerapan Etika Bisnis Dan Strategi Manajemen Saat Pandemi Covid-19 bagi UMKM. *Eco-Entrepreneur*, 6(1), 34–42. <https://doi.org/10.21107/ee.v6i1.8834>
- Andina, W., & Wahyudi, A. (2024). Upaya Pengentasan Kemiskinan Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Sosial Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 9(01), 69–80. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i01.1066>
- Anggraini, R. M., Latifah, S., & Syarifuddin. (2024). Etika Bisnis Islam dalam Pemikiran Yusuf Al Qardhawi. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(4). <https://doi.org/10.30651/jms.v9i4.23753>
- Arafah, M. (2022). *Etika Pelaku Bisnis Islam*. wawasan Ilmu.

- Ariyadi, A. (2018). Bisnis Dalam Islam: Business in Islam. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 5(1), 13–26. <https://doi.org/10.33084/jhm.v5i1.158>
- Arliman S, L. (2017). Perlindungan Hukum UMKM dari Eksploitasi Ekonomi dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 6(3), 387–402. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v6i3.194>
- Ayyubi, S. E., & Anggraini, S. A. (2016). Peran etika bisnis Islam terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pangan di Kota Bogor. *Journal of Business & Banking*, 6(2), 183–194. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i2.1299>
- Baso R, Misbah, I., Muin, R., & S, S. (2024). Uang Dan Bunga Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9(2), 580–594. <https://doi.org/10.33772/jakuho.v9i2.198>
- Budiarti, S., Sutarni, Perdana, S., Heykal, M., Dewi, P. P., Permana, G. P. L., Nursanti, F., Agusman, Prena, G. D., Satria, F., Fr, D. A., & Darnawati. (2025). *ETIKA BISNIS PADA UMKM*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Djakfar, M. (2012). *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Penebar PLUS+.
- Fauzi, A. (2024). Peran Etika dalam Bisnis Islam Studi Pemikiran Yusuf al-Qardhawi. *Moderasi : Journal of Islamic Studies*, 4(1), 80–93. <https://doi.org/10.54471/moderasi.v4i1.65>
- Fauzi, A. S. R. (2024). Penerapan Akhlak Islami Sebagai Pilar Etika Bisnis Dalam Kewirausahaan. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan*, 2(4), 69–76. <https://doi.org/10.71312/mrbest.v2i4.228>
- Febriani, F., Amanah, K., & Saputra, S. (2023). Tinjauan Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Ekonomi Dalam Perspektif Islam. *Insight Management and Business (IMB)*, 1(2), 102–112.
- Febrianti, F. (2025). Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Menurunkan Pengangguran Dan Membuka Lapangan Kerja Di Kota Mataram. *Journal of Economics Development Research*, 1(2), 61–67. <https://doi.org/10.71094/joeder.v1i2.98>
- Heriyanto, H., & Taufiq, T. (2024). Nilai-Nilai Ekonomi dan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 1(1), 24–37. <https://doi.org/10.71153/jimmi.v1i1.99>
- Herviana, A., Widianingsih, M. M., Suparno, N. O., & Novita, Y. (2025). Penerapan Etika Bisnis Islam pada UMKM di Indonesia (Literatur Review). *Jurnal Psikososial Dan Pendidikan*, 1(2), 746–753.
- Hussainy, Z. A., Yurni, C. A., Kristian, D., & Nandavita, A. Y. (2025). Etika dalam Fungsi Sumber Daya Manusia dan Diskriminasi Pekerjaan. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1b), 2329–2342. <https://doi.org/10.62710/7nha0612>

- KKBPRI. (2025). Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia–Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Luthfy, D. R., & Mukhlas, O. S. (2024). Etika Bisnis Islam dalam Ekonomi Digital: Model Pendampingan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang Berkelanjutan di Jawa Barat. *ISLAMICA*, 8(2), 52–62. <https://doi.org/10.59908/islamica.v8i2.140>
- Makhrus, Anggita, C., Amandasari, S. N., Utami, K. T., Tanusi, D. S., Ma'ruf, H. A., & Rukoyah, S. (2025). Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah. *Litera Inti Aksara*. <https://lib.literaaksara.com/lib/article/view/42>
- Manalu, M., Elsa, N. A., & Febriani, G. (2025). Etika Bisnis Islam. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 01–10. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v4i1.4695>
- Manik, C. M., & Simanjuntak, M. (2024). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Peningkatan Daya Saing UMKM Di Restoran Damar Balige. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 2(2), 95–114. <https://doi.org/10.53935/jim.v2.i2.18>
- Marlina, L., & Rahmat, B. Z. (2018). Peran Lembaga Keuangan Syariah Dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif Bagi Pelaku UMKM Tasikmalaya. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 125–135.
- Marunta, R. A., Arabia, N., Bachtiar, I. A., Karmilah, K., & Malik, A. (2025). Membangun Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan Berbasis Syariah. *Economics and Digital Business Review*, 7(1), 223–234. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v7i1.3034>
- Mashadi, A. I. (2024). Ekonomi Sirkular Berbasis Syariah: Solusi untuk Pembangunan Berkelanjutan. *FADZAT: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1). <https://doi.org/10.58787/fdzt.v5i1.209>
- Maulana, M. D. (2025). Implementasi Prinsip Prinsip Hukum Ekonomi Syariah dalam Pengelolaan Koperasi Pesantren (Studi Kasus di Pondok Pesantren Nurul Anwar Kota Metro) [Undergraduate, IAIN Metro]. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/11485/>
- Maulida, T., & Nawawi, Z. M. (2024). Optimalisasi Sertifikasi Halal Untuk Umkm: Solusi Bagi Pasar Kamu Denai Lama Dalam Menjamin Kehalalan Produk. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 2668–2679. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.6167>
- Mufarrochah, S., Putri, F. F., Murtadho, A., & Assari, E. (2025). Etika Bisnis dalam Hukum Islam: Implikasi terhadap Praktik Bisnis Modern. *JURNAL USM LAW REVIEW*, 8(1), 17–32. <https://doi.org/10.26623/julr.v8i1.11365>
- Muktamar, A. (2024). *Pengantar Manajemen Syariah*. Azzia Karya Bersama.

- Nursasi, A., Hanifah, N., Handani, R. T., & Sarpini, S. (2024). Implementasi kebijakan integrasi ekonomi dan dampaknya terhadap pengembangan umkm di indonesia. *Jurnal ilmiah ekonomi dan manajemen*, 2(12), 429–440. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i12.3271>
- Pardede, S. J., Saputro, G. E., Iswati, S., & Suwito, S. (2024). Strategi pemberdayaan umkm untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi guna kemandirian ekonomi bangsa indonesia. *Nusantara : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 11(4), 1526–1538. <https://doi.org/10.31604/jips.v11i4.2024.1526-1538>
- Permana, Y., & Nisa, F. L. (2024). Konsep Keadilan Dalam Perspektif Ekonomi ISLAM. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 5(2), 80–94. <https://doi.org/10.30739/jesdar.v5i2.3072>
- Purwandari, E., & Mukmin, A. (2025). Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam dalam Praktik UMKM Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah. *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 19–28. <https://doi.org/10.33477/eksy.v7i1.9858>
- Riski, W., Maulana, I., & Mujibno, M. (2023). Kompensasi Dan Tunjangan Dalam Perspektif Manajemen Syariah: Upaya Meningkatkan Keadilan. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(2), 68–77. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i2.35>
- Shepia, Abidin, Z., & Kadarsih, S. (2024). *PASAR ISLAMI: Penerapan Etika Bisnis Islam bagi Pedagang Sembako*. Zabags Qu Publish.
- Shofiyah, Z., Rahayuningsi, (2025). *Konsep Dasar Ekonomi Syariah*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Silviyah, N. M., & Lestari, N. D. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 96–112. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.295>
- Sumarta, S., Burhanudin, B., & Budiyanto, T. (2024). Maqasid Al-Syariah Mendorong Keadilan Dan Keseimbangan Dalam Hukum Islam. *Khulasah : Islamic Studies Journal*, 6(1), 16–31. <https://doi.org/10.55656/kisj.v6i1.120>
- Wulan, S. R. (2025). Konsep Keseimbangan (Mīzān) dalam Islam sebagai Dasar Pembangunan Berkelanjutan. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(6). <https://doi.org/10.5281/zenodo.15398043>
- Yuliyanti, Y., & Rahmawati, I. (2025). Edukasi Akad-Akad Keuangan Syariah Pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 5(3). <https://doi.org/10.59818/jpm.v5i3.1603>
- Zakaria, A. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Pengembangan Bisnis Berbasis Ekonomi Syariah: (Pengabdian Kepada Masyarakat). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*, 4(3), 273–284. <https://doi.org/10.56910/wrd.v4i3.629>