



IMPLEMENTASI PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM DALAM AKTIVITAS USAHA UMKM TERHADAP PELAKU USAHA KULINER HALAL

Implementation Of Islamic Business Ethics Principles In Msme Business Activities Towards Halal Culinary Business Actors

Lola Fadilah¹, Anggie Pratiwi², Ummi Gusti Salamah³, Andry Meylani⁴, Iga
Apria⁵

^{1,2,3,4,5}Politeknik Negeri Sriwijaya

*Email: lolafadilah98@polsri.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the application of Islamic business ethics in micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the halal culinary sector in Indonesia. Increasing public awareness of halal products encourages business actors to not only pursue profits but also apply sharia principles in business activities. The method used is a literature study by reviewing journals, books, and scientific articles. The results of the study indicate that Islamic ethical values, such as honesty, fairness, trustworthiness, and responsibility, play a vital role in maintaining business sustainability and increasing consumer trust and loyalty. Although still facing obstacles such as limited understanding among MSMEs and regulatory support, opportunities such as halal certification, technological developments, and increasing demand for ethical products open up space for MSMEs to develop sustainably through synergy between business actors, the government, and financial institutions.

Keywords: *Islamic Business Ethics, UMKM, Halal Culinary, Sharia Principles.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sektor kuliner halal di Indonesia. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal mendorong pelaku usaha untuk tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas bisnis. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan dengan mengkaji jurnal, buku, dan artikel ilmiah. Hasil kajian menunjukkan bahwa nilai-nilai etika Islam, seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab, berperan penting dalam menjaga keberlanjutan usaha serta meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Meskipun masih menghadapi kendala berupa keterbatasan pemahaman pelaku UMKM dan dukungan regulasi, peluang seperti sertifikasi halal, perkembangan teknologi, dan meningkatnya permintaan terhadap produk etis membuka ruang bagi UMKM untuk berkembang secara berkelanjutan melalui sinergi antara pelaku usaha, pemerintah, dan lembaga keuangan.

Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam, UMKM, Kuliner Halal, Prinsip Syariah.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam menopang perekonomian nasional, khususnya dalam membuka peluang

kerja, menggerakkan ekonomi daerah, serta meningkatkan taraf hidup masyarakat. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2024 menunjukkan bahwa sektor UMKM menyumbang lebih dari 60 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, dengan jumlah pelaku usaha yang terus mengalami pertumbuhan setiap tahun. Kemajuan teknologi informasi, terutama pada aspek sistem informasi manajemen dan pemasaran digital, membuka peluang yang luas bagi UMKM untuk beralih ke arah digitalisasi usaha. Salah satu bentuk adaptasi yang dilakukan UMKM adalah beralih ke situs jual beli online guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi. Namun, kemudahan transaksi digital juga membawa tantangan tersendiri, khususnya dalam hal integritas, kejujuran, dan tanggung jawab pelaku usaha. Dalam konteks ini, penerapan etika bisnis Islam menjadi sangat penting untuk keberkahan dan keadilan dalam kegiatan ekonomi, seperti melindungi konsumen dari praktik yang merugikan.

Perkembangan sektor kuliner halal dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan yang cukup pesat, sejalan dengan tumbuhnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk yang selaras dengan ketentuan syariah. Usaha di bidang kuliner halal tidak hanya berfungsi sebagai penyedia makanan yang layak dan aman dikonsumsi menurut ajaran agama, tetapi juga menawarkan peluang usaha yang menjanjikan baik di pasar nasional maupun global. Di Indonesia, yang mayoritas penduduknya beragama Islam, sektor kuliner halal memiliki potensi pasar yang sangat besar dan terus mengalami ekspansi. Namun demikian, keberhasilan usaha kuliner halal tidak semata-mata bergantung pada pemenuhan standar kehalalan produk, melainkan juga ditentukan oleh aspek kelayakan finansial. Kelayakan keuangan menjadi tolok ukur penting dalam menilai kemampuan suatu usaha untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Tanpa pengelolaan keuangan yang optimal serta analisis kelayakan yang tepat, usaha kuliner halal tetap menghadapi risiko kegagalan meskipun produk yang dihasilkan telah memenuhi ketentuan halal.

Bisnis merupakan salah satu komponen utama dalam kegiatan ekonomi yang berperan penting dalam pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Aktivitas bisnis memberikan dampak yang luas terhadap berbagai dimensi kehidupan, mulai dari individu, masyarakat, wilayah, hingga skala nasional dan global. Setiap hari, banyak individu terlibat dalam beragam aktivitas bisnis, baik sebagai pelaku produksi, pihak perantara, maupun sebagai konsumen. Kegiatan ekonomi mencakup berbagai bentuk aktivitas, seperti perdagangan, transaksi jual beli, proses produksi, pemasaran, kegiatan sewa-menyewa, serta interaksi antarmanusia yang pada dasarnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam praktik perdagangan, baik pelaku usaha maupun konsumen memiliki hak dan kepentingan yang perlu dijaga. Oleh sebab itu, pelaku bisnis memikul tanggung jawab yang besar terhadap berbagai pihak, termasuk konsumen, tenaga kerja, pemilik modal, masyarakat, serta lingkungan di sekitarnya. Untuk mencegah terjadinya kerugian pada salah satu pihak, diperlukan pedoman berupa norma dan nilai yang berfungsi mengatur jalannya aktivitas bisnis secara etis dan berkeadilan (Nu'man, 2023).

Dalam pengembangan usaha yang berorientasi pada etika bisnis Islam, kualitas pelayanan serta kinerja pelaku usaha merupakan aspek utama yang perlu mendapat perhatian dan prioritas. Kinerja menggambarkan tingkat pencapaian hasil kerja, baik secara kualitas maupun kuantitas, yang harus dipertanggungjawabkan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab dalam

organisasi atau perusahaan. Tingkat keberhasilan kinerja UMKM dapat dianalisis dengan menggunakan pendekatan *Balanced Scorecard*. Melalui pencapaian kinerja tersebut, diharapkan pelaku UMKM mampu menunjukkan kontribusi profesional yang merefleksikan implementasi nilai-nilai etika bisnis Islam secara konkret, sehingga memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas layanan serta berkontribusi pada perbaikan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat (Katmas et al., 2022).

Etika dalam aktivitas bisnis memiliki peran yang sangat penting karena mampu membentuk dan memperkuat tingkat kepercayaan konsumen. Kepercayaan tersebut bahkan dapat mendorong konsumen untuk secara sukarela merekomendasikan produk atau jasa kepada pihak lain berdasarkan pengalaman positif yang mereka peroleh. Penerapan etika dalam praktik usaha juga berfungsi untuk mengurangi potensi permasalahan, seperti munculnya keluhan konsumen akibat perilaku tidak jujur dari pelaku usaha. Etika bisnis syariah yang berlandaskan nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab menjadi strategi yang efektif dalam menjaga keberlanjutan serta mendorong pertumbuhan UMKM. Prinsip-prinsip tersebut tidak hanya relevan bagi usaha yang berorientasi pada nilai-nilai Islam, tetapi juga bersifat universal karena menekankan keseimbangan antara pencapaian keuntungan ekonomi dan keberkahan. Meskipun demikian, masih terdapat banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pemahaman yang komprehensif mengenai prinsip etika bisnis syariah, sehingga implementasinya dalam praktik usaha belum berjalan secara optimal.

Oleh karena itu, penerapan etika bisnis syariah dalam aktivitas usaha UMKM perlu terus didorong dan diperkuat. Implementasi yang dilakukan secara berkelanjutan dapat membantu UMKM membangun reputasi usaha yang baik, meningkatkan tingkat loyalitas konsumen, serta berkontribusi dalam mewujudkan sistem ekonomi yang lebih berkeadilan. Selain itu, peran serta yang aktif dari pemerintah, lembaga keuangan, dan komunitas pelaku usaha menjadi faktor penting dalam meningkatkan pemahaman serta kesadaran UMKM mengenai pentingnya penerapan etika bisnis yang berlandaskan prinsip syariah (Salsabila & Rialdy, 2024).

METODE

Metode penelitian menjadi salah satu cara dan tahap dalam melaksanakan penelitian memiliki klasifikasi berdasarkan perspektif yang digunakan. Penelitian ini memiliki jenis penelitian literatur. Penelitian literatur dilakukan dengan mengumpulkan data yang terdapat dalam buku, jurnal, artikel dan sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diangkat. Penelitian literatur adalah penelitian yang menekankan pada penggunaan data sekunder atau berupa norma hukum tertulis dan atau wawancara dengan informan serta narasumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika Bsinis Islam

Berbagai persoalan etika yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas bisnis menuntut adanya pemahaman mendasar mengenai konsep etika itu sendiri. Secara etimologis, istilah “etika” berasal dari bahasa Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) bermakna kebiasaan atau adat istiadat. Dalam penerapannya, etika kerap dikaitkan dengan pola perilaku

yang baik, baik dalam kehidupan pribadi maupun dalam interaksi sosial. Etika juga dapat dipahami sebagai seperangkat nilai, norma, atau kaidah perilaku yang dijadikan pedoman oleh individu maupun kelompok dalam masyarakat. Secara umum, etika merupakan upaya untuk menelaah dan menentukan nilai baik dan buruk dari suatu tindakan yang dilakukan secara sadar melalui pertimbangan rasional. Dalam konteks bisnis, etika bisnis mengacu pada perilaku usaha yang berlandaskan prinsip-prinsip moral dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk memiliki komitmen dalam bersikap dan berinteraksi agar tujuan bisnis dapat dicapai dengan cara yang benar dan bertanggung jawab. Etika bisnis berfungsi sebagai pedoman moral dalam aktivitas ekonomi untuk menilai kelayakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pengusaha.

Dalam perspektif Islam, etika bisnis berlandaskan pada nilai-nilai moral yang bersumber dari ajaran syariah. Etika bisnis Islam dipahami sebagai suatu sistem nilai yang membentuk pola perilaku dan budaya usaha yang sejalan dengan prinsip moral Islam, baik pada tingkat individu maupun kolektif. Dalam praktik bisnis syariah, seluruh aktivitas yang mengandung unsur keharaman tidak diperkenankan, baik yang berkaitan dengan jenis usaha, cara memperoleh keuntungan, maupun mekanisme pendistribusiannya. Islam telah menetapkan secara tegas batasan mengenai halal dan haram dalam produk maupun aktivitas ekonomi. Usaha yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah dipandang berpotensi menimbulkan dampak negatif, sehingga tidak layak untuk dijalankan. Oleh karena itu, orientasi utama dalam bisnis Islam tidak semata-mata pada perolehan keuntungan, tetapi juga pada pencapaian keberkahan melalui praktik usaha yang halal dan beretika (Syafaah & Rohman, 2024).

Salah satu prinsip fundamental dalam etika bisnis Islam adalah pelarangan praktik *gharar*, yaitu adanya unsur ketidakjelasan atau ketidakpastian yang berlebihan dalam perjanjian maupun kontrak usaha. *Gharar* umumnya berkaitan dengan aktivitas spekulatif atau transaksi yang tidak disampaikan secara terbuka dan transparan kepada para pihak. Oleh karena itu, dalam sistem bisnis Islam setiap transaksi dituntut untuk berlangsung secara jelas, pasti, dan terbebas dari unsur ketidakpastian yang berpotensi merugikan salah satu pihak. Selain itu, Islam juga mensyaratkan bahwa barang atau jasa yang diperdagangkan harus bersifat halal. Aktivitas usaha yang melibatkan objek terlarang, seperti minuman beralkohol, perjudian, atau produk yang dapat merusak moral masyarakat, tidak diperbolehkan dalam ajaran Islam. Bisnis Islami dipahami sebagai kegiatan usaha yang dijalankan dengan niat dan komitmen yang tulus untuk mengubah sesuatu yang semula tidak bernilai menjadi bernilai dan bermanfaat secara ekonomi. Apabila dijalankan sesuai dengan ketentuan syariah, usaha tersebut tidak hanya berpotensi mencapai keberhasilan, tetapi juga memperoleh keberkahan (Sari et al., 2025).

Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Islam merupakan sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk wacana bisnis. Islam memiliki wawasan yang komprehensif tentang etika bisnis. Islam juga mengajarkan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam perusahaan bisnis. Dengan demikian, Islam sebagaimana ditemukan dalam Al-Qur'an dan Hadits, menjelaskan bagaimana suatu usaha bisnis yang diluncurkan dapat memberikan stabilitas dan kesejahteraan (kesehatan) baik bagi lingkungan lokal maupun lingkungan bisnis

yang lebih luas (Syahrizal, 2018).

Etika bisnis Islam didasarkan pada nilai-nilai yang ditemukan dalam Al-Qur'an. Oleh karena itu, ada beberapa nilai dasar etika bisnis Islam yang diambil dari ajaran Islam itu sendiri. Setiap orang dapat menggunakan suatu keyakinan sebagai titik awal perjalanan mereka sendiri berdasarkan nilai-nilai pribadi mereka, setelah mempelajari tentang keyakinan Islam. Nilai-nilai Islam merupakan seperangkat keyakinan dan prinsip yang dianut oleh umat manusia terlepas dari berbagai permasalahan pokok yang melatarbelakanginya sehingga dapat dianggap sebagai landasan kehidupan, baik nilai yang bersumber dari ajaran Allah SWT atau dari integrasi manusia tanpa campur tangan hukum atau bertentangan dengan syariat. Nilai yang terkandung dalam agama Islam memiliki cakupan yang sangat luas karena mencakup seluruh aspek kehidupan manusia dari berbagai sudut pandang, atau sudut pandang universal. Oleh karena itu, seluruh aspek kehidupan dan aktivitas manusia haruslah sejalan dengan ajaran Islam agar manusia dapat menikmati keberkahan hidup dan janji kehidupan kekal. Agama juga berfungsi sebagai sarana untuk membangun sistem keyakinan pribadi (Mutiarra et al., 2018).

Al-Qur'an menegaskan bahwa aktivitas bisnis tidak boleh dijalankan dengan cara-cara yang batil dan mengandung unsur kezaliman. Sebaliknya, setiap transaksi harus dilakukan atas dasar kerelaan dan kesepakatan bersama antara para pihak, baik dalam kondisi memperoleh keuntungan maupun mengalami kerugian, serta dalam berbagai bentuk aktivitas jual beli dan transaksi lainnya. Prinsip ini menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan kesukarelaan dalam setiap praktik muamalah, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".

Ayat tersebut menegaskan bahwa dalam konsep perdagangan Islam, segala bentuk praktik penipuan antara penjual dan pembeli dilarang secara tegas. Setiap transaksi harus dilandasi oleh kerelaan kedua belah pihak, adanya kesepakatan yang jelas, serta kepatuhan terhadap norma dan etika yang telah ditetapkan dalam ajaran Islam bagi pelaku usaha. Penerapan etika perdagangan Islam secara berkesinambungan diharapkan mampu mendorong perkembangan usaha seorang Muslim, karena aktivitas bisnis yang dijalankan senantiasa berada dalam naungan keberkahan Allah SWT, baik di kehidupan dunia maupun di akhirat. Selain itu, etika tersebut memberikan jaminan terciptanya transaksi yang saling menguntungkan, sehingga baik penjual maupun pembeli memperoleh manfaat dari kegiatan jual beli yang dilakukan (Wati et al., 2020).

Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam UMKM

Penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat strategis karena tidak hanya berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha, tetapi juga turut membentuk sikap, karakter, dan integritas pelaku bisnis. Etika bisnis Islam bersumber dari ajaran Al-Qur'an dan Sunnah yang menekankan nilai-nilai keadilan, kejujuran, serta tanggung jawab sosial. Dalam praktik UMKM, pengamalan prinsip-prinsip tersebut mampu mewujudkan iklim usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memberikan manfaat sosial dan menjaga

keberlanjutan lingkungan sekitar.

Kejujuran merupakan salah satu nilai fundamental dalam etika bisnis Islam. Pelaku UMKM dituntut untuk menerapkan sikap jujur dalam seluruh aktivitas usaha, mulai dari penentuan harga, penyampaian informasi mengenai produk, hingga dalam membangun relasi dengan konsumen. Sikap ini tidak hanya berkontribusi dalam membentuk reputasi usaha yang baik, tetapi juga berperan penting dalam menciptakan dan menjaga kepercayaan pelanggan. Ketika konsumen merasa aman dan percaya terhadap produk yang ditawarkan, mereka cenderung menjadi pelanggan setia serta bersedia merekomendasikan usaha tersebut kepada pihak lain. Kondisi ini menjadi sangat penting bagi UMKM, terutama yang bergantung pada loyalitas konsumen lokal sebagai faktor utama dalam mempertahankan keberlangsungan usaha (Afandi et al., 2024).

Dalam praktik bisnis, penerapan etika tidak dapat dilepaskan dari norma-norma yang berlaku di masyarakat. Etika bisnis sebagai bagian dari etika terapan memiliki seperangkat prinsip yang berfungsi sebagai pedoman dalam menjalankan aktivitas usaha. Dalam konteks ini, pelaku UMKM telah mulai mengimplementasikan prinsip-prinsip etika bisnis syariah yang mencakup sejumlah nilai fundamental sebagai berikut:

1. Prinsip Tauhid (Persatuan)

Prinsip tauhid atau keesaan Allah merepresentasikan kesatuan seluruh dimensi kehidupan seorang Muslim, baik dalam ranah ekonomi, sosial, maupun politik. Prinsip ini menegaskan makna ketaatan, loyalitas, serta ketakwaan yang menyeluruh kepada Allah SWT dalam setiap perbuatan, termasuk dalam pelaksanaan aktivitas bisnis dan kegiatan ekonomi.

2. Nilai Kebenaran dan Kejujuran

Islam menempatkan nilai kebenaran sebagai prinsip yang sangat dijunjung tinggi dan sejalan dengan ajaran dasar agama. Dalam konteks bisnis, nilai ini tercermin melalui niat yang tulus, sikap yang lurus, serta tindakan yang selaras dengan prinsip-prinsip moral. Oleh karena itu, kejujuran harus diwujudkan dalam seluruh rangkaian aktivitas usaha, mulai dari proses transaksi, perolehan keuntungan, hingga pengambilan keputusan yang dilakukan secara etis dan transparan.

3. Tanggung Jawab (Akuntabilitas)

Dalam perspektif Islam, konsep tanggung jawab memiliki dimensi yang luas, mencakup tanggung jawab pada tingkat individu (mikro) maupun dalam konteks organisasi dan sosial (makro). Guna menjamin kelancaran dan efektivitas aktivitas bisnis, pelaku usaha dituntut untuk menunjukkan sikap bertanggung jawab yang diwujudkan melalui perilaku jujur, terbuka, dan transparan dalam setiap proses usaha.

4. Kepercayaan (Amanah)

Kepercayaan merupakan nilai fundamental dalam ajaran Islam yang wajib dijaga dalam seluruh dimensi kehidupan, termasuk dalam kegiatan bisnis. Dalam konteks ini, aktivitas usaha dipahami sebagai sebuah amanah yang mencerminkan hubungan antara individu, masyarakat, serta Allah Subhanahu wa Ta'ala.

5. Dedikasi dan Komitmen Tinggi

Penerapan etika bisnis pada UMKM memiliki peran strategis dalam membangun kepercayaan serta meningkatkan loyalitas konsumen terhadap

produk maupun jasa yang ditawarkan. Selain itu, etika bisnis turut membentuk reputasi usaha yang positif sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan. Nilai-nilai utama yang terkandung dalam etika bisnis meliputi kejujuran, tanggung jawab, persaingan yang sehat, sikap ramah, kepedulian terhadap konsumen (*customer care*), responsivitas, serta komitmen dan dedikasi yang tinggi dalam menjalankan usaha (Lestari & Wijaya, 2022).

Tanggung Jawab Bisnis Halal Dalam Konsep Etika Islam

Secara umum, etika dalam perspektif Islam tidak dipahami sebagai konsep yang statis, melainkan bersifat dinamis dan mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Etika Islam yang berlandaskan pada ajaran syariah memiliki dasar hukum yang kokoh, yaitu Al-Qur'an dan Sunnah. Selain itu, etika Islam juga didukung oleh landasan filosofis yang berpijak pada pandangan bahwa manusia berperan sebagai khalifah di bumi. Konsep ini menegaskan bahwa setiap individu memikul tanggung jawab atas seluruh perbuatannya, sehingga mendorong terbentuknya sikap dan perilaku yang etis dalam kehidupan sehari-hari.

Namun demikian, landasan filosofis saja belum memadai untuk memberikan penjelasan yang komprehensif mengenai alasan manusia harus bertindak secara etis. Pernyataan bahwa manusia bertanggung jawab atas setiap perbuatannya belum sepenuhnya menjawab pertanyaan tersebut. Sebagaimana diketahui, istilah "Islam" berasal dari akar kata *salamah* yang bermakna keselamatan. Hal ini menunjukkan bahwa di samping konsep kekhalifahan, Islam juga memiliki dimensi teologis, yaitu suatu pandangan yang menjelaskan tujuan hidup manusia melalui pendekatan spiritual dan pemikiran yang mendalam (*theo* berarti tujuan, dan *logos* berarti kajian atau diskursus).

Salah satu ayat dalam Al-Qur'an menjelaskan bahwa manusia diciptakan dalam keadaan fitrah, yakni memiliki kecenderungan alami menuju kesempurnaan. Dengan demikian, tujuan hidup manusia pada hakikatnya telah ditetapkan sejak kelahirannya, yaitu untuk mencapai kesempurnaan tersebut. Pandangan ini berbeda dengan pemikiran Plato yang menempatkan kesempurnaan semata-mata dalam ranah dunia idea. Dalam perspektif Islam, kesempurnaan tidak dipahami sebagai konsep yang hanya berada pada tataran pemikiran atau dunia abstrak, melainkan sebagai proses nyata yang harus ditempuh dan diwujudkan oleh manusia sepanjang perjalanan hidupnya (Try Astuti & Ruqiah, 2020).

Tantangan dan Peluang dalam Penerapan Etika Bisnis Islam Pada UMKM

Penerapan etika bisnis Islam dalam praktik usaha masih dihadapkan pada berbagai kendala. Beberapa tantangan yang muncul dalam implementasi etika bisnis Islam antara lain sebagai berikut:

1. Masih terdapat banyak pelaku usaha yang belum memiliki pemahaman yang komprehensif mengenai prinsip-prinsip etika bisnis Islam.
2. Kerangka regulasi yang berlaku belum sepenuhnya mendukung penerapan etika bisnis Islam secara menyeluruh. Dalam sejumlah kondisi, peraturan yang ada belum mampu mengakomodasi nilai-nilai syariah secara optimal, sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum bagi pelaku usaha yang berupaya menerapkan prinsip etika Islam.
3. Peran Dewan Pengawas Syariah (DPS) dalam mengawasi pelaksanaan etika bisnis sering kali belum berjalan secara maksimal, yang disebabkan oleh keterbatasan independensi serta kompetensi dalam melakukan pengawasan

terhadap implementasi prinsip-prinsip syariah.

4. Terbatasnya instrumen atau kerangka evaluasi yang mampu mengukur tingkat penerapan etika bisnis Islam, khususnya pada sektor perbankan syariah, juga menjadi hambatan tersendiri.
5. Persaingan pasar yang semakin ketat serta tekanan untuk meraih keuntungan dalam waktu singkat kerap mendorong pelaku usaha untuk mengesampingkan nilai-nilai etika Islam dalam praktik bisnisnya.

Meskipun demikian, di balik berbagai tantangan tersebut terdapat peluang yang cukup besar untuk dimanfaatkan dalam rangka memperkuat praktik bisnis yang etis dan sejalan dengan prinsip-prinsip syariah, antara lain sebagai berikut:

1. Meningkatnya kesadaran konsumen terhadap pentingnya nilai-nilai etika dalam aktivitas bisnis mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan penerapan prinsip-prinsip Islam. Penguatan hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan edukasi bagi pelaku usaha, penyusunan regulasi yang mendukung nilai-nilai syariah, serta sinergi antara kalangan akademisi, otoritas pengawas, dan pelaku industri.
2. Sertifikasi halal berperan sebagai instrumen strategis dalam implementasi etika bisnis Islam, karena proses sertifikasi tersebut telah mencakup standar moral serta kepatuhan terhadap ketentuan syariah dalam kegiatan usaha.
3. Meningkatnya minat masyarakat global terhadap produk dan layanan keuangan yang berlandaskan nilai-nilai etis menciptakan segmen pasar khusus (*niche market*) yang dapat dimanfaatkan oleh lembaga keuangan dan perbankan syariah untuk tumbuh serta berinovasi.
4. Nilai-nilai Islam yang menekankan aspek sosial dan tanggung jawab sejalan dengan konsep *corporate social responsibility* (CSR), yang dapat dimanfaatkan untuk membangun reputasi positif perusahaan sekaligus memperkuat hubungan dengan masyarakat.
5. Prinsip-prinsip utama dalam keuangan Islam, seperti larangan riba dan penekanan pada keadilan sosial, selaras dengan agenda pembangunan berkelanjutan. Hal ini membuka peluang bagi lembaga keuangan syariah untuk berperan sebagai pelopor dalam pengembangan keuangan yang etis dan berwawasan lingkungan.
6. Pemanfaatan teknologi modern, seperti *blockchain*, *smart contracts*, serta berbagai platform digital, memiliki potensi besar dalam memperkuat penerapan prinsip-prinsip etika secara lebih transparan, efisien, dan terukur dalam praktik bisnis berbasis syariah.

Meskipun penerapan etika bisnis Islam masih dihadapkan pada sejumlah kendala, seperti keterbatasan sumber daya dan tekanan persaingan pasar, kondisi tersebut dapat dipandang sebagai peluang strategis untuk meningkatkan integritas dan daya saing usaha berbasis syariah. Dengan dukungan regulasi yang memadai, peningkatan kualitas pendidikan, pemanfaatan kemajuan teknologi, serta kolaborasi lintas sektor, etika bisnis Islam berpotensi menjadi fondasi utama dalam pengembangan praktik bisnis yang berkelanjutan dan berkeadilan mewujudkan sistem ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan bermartabat. (Andika Bayu Kurniawan dan Juliana Putri, 2025)

KESIMPULAN

Penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan usaha mikro, kecil, dan

menengah (UMKM), khususnya pada sektor kuliner halal, memiliki peranan yang sangat penting dalam menjaga keberlanjutan usaha serta membangun citra positif bisnis. Nilai-nilai utama seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan amanah terbukti berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, sekaligus mendorong terciptanya lingkungan usaha yang sehat dan bernilai keberkahan. Meskipun demikian, pelaksanaan prinsip-prinsip tersebut masih dihadapkan pada berbagai kendala, antara lain keterbatasan pemahaman pelaku UMKM terhadap nilai-nilai syariah, belum optimalnya dukungan regulasi, serta kuatnya tekanan persaingan pasar.

Di sisi lain, terdapat sejumlah peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat penerapan etika bisnis Islam, seperti meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk yang beretika, keberadaan sertifikasi halal, perkembangan teknologi digital, serta tren global yang mengarah pada bisnis dan keuangan berbasis nilai. Oleh sebab itu, diperlukan kerja sama yang sinergis antara pelaku usaha, pemerintah, lembaga keuangan, dan kalangan akademisi guna meningkatkan pemahaman serta implementasi etika bisnis Islam secara komprehensif dan berkelanjutan dalam pengembangan UMKM di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. V. F., Husodo, D. A., Niswara, F. R. (2024). Aplikasi Etika Bisnis dalam Kegiatan UMKM Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis Syariah*.
- Andika, B. K., & Juliana, P. (2025) Etika Bisnis Islam dalam Praktik Usaha UMKM: Studi Pada Pelaku Usaha Kuliner Halal. *Jurnal: Media Akademik (JMA)*.
- Katmas, E., Faizah, N., & Wulandari, A. (2022). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Asy-Syukriyyah*.
- Lestari, D., & Wijaya, R. (2022). Peran Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada UMKM Makanan Halal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Mutiara, M., Nazwa, A. E., & Gymnasti. F. (2025). Etika Bisnis Islam. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*.
- Nu'man, M. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Aleph*.
- Salsabila, S. A., & Rialdy, N. (2024). Penerapan Etika Bisnis Syariah dalam Bisnis UMKM (Studi Kasus Roemah Burger Bagan Deli). *Jurnal productivity of Integrated Business, Management, and Accounting Research*.
- Sari, S. I. N., Ilmi, A. P. Z., Mafikah, A. D., Sa'diyah, H., Amelia, R. N., & Latifah, E. (2025). Konsep Produksi Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*.
- Syafaah, I., & Rohman, A. (2024). Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Pengelolaan UMKM "Bebek Cobek" Bangkalan Madura. *Al-Ujrah: Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Syahrizal, A. (2018). Etika bisnis dalam perspektif Islam. *Jurnal Aktualita*.
- Try Astuti, A. R., & Ruqiah. (2020). Bisnis Halal Dalam Perspektif Etika Islam: Kajian Teoritis. *Al Ma'arief: Jurnal Pendidikan Sosial dan Budaya*.



Wati, A., Paramansyah, A., & Damayanthi, D. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*.

