

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA UMKM DI INDONESIA
(Literatur Review)**

**Annisa Herviana¹, Mery Merlina Widianingsih², Nicken Octavia Suparno³
Yulia Novita⁴**

Program Studi Pendidikan Geografi Universitas Islam Sultan Syarif Kasim
annisaherviana995@gmail.com, merymerlinawidianingsih@gmail.com,
nickenoctaviasuparno9@gmail.com , yulia.novita@uin-suska.ac.id

Abstract

The purpose of this article is to examine the implementation of Islamic business ethics in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia and its impact on business performance. This study employs both qualitative and quantitative approaches by referring to three relevant scholarly articles. The data were analyzed through literature review and descriptive analysis of research conducted in various regions of Indonesia, including Sorong and Bogor. Key aspects of Islamic business ethics such as tauhid (faith), justice, free will, responsibility, and ihsan (excellence) serve as the core of the assessment. The findings indicate that the application of these values positively influences MSME performance by building consumer trust and strengthening business sustainability. However, challenges remain in terms of awareness and consistent implementation among business actors. Therefore, continuous education, mentoring, and supportive policies are essential from multiple stakeholders to ensure the effective integration of Islamic ethical values into MSME practices.

Keywords: Islamic business ethics, MSMEs, business performance, Islamic values, tawhid, justice, responsibility, ihsan, business sustainability, entrepreneurial consistency.

Abstrak

Tujuan dari artikel ini adalah untuk mengkaji penerapan etika bisnis Islam pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia serta dampaknya terhadap kinerja usaha. Penelitian ini menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan merujuk pada tiga artikel ilmiah yang relevan. Data dikaji melalui studi pustaka dan analisis deskriptif terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan pada berbagai wilayah di Indonesia, termasuk Sorong dan Bogor. Aspek-aspek etika bisnis Islam seperti tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan menjadi fokus utama dalam penilaian. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai tersebut berdampak positif terhadap peningkatan kinerja UMKM, menciptakan kepercayaan konsumen, serta memperkuat keberlanjutan usaha. Namun, masih terdapat tantangan dalam implementasinya, terutama terkait kurangnya kesadaran dan konsistensi pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan edukasi, pendampingan, dan dukungan kebijakan yang berkelanjutan dari berbagai pihak.

Kata kunci : Etika bisnis Islam, UMKM, kinerja usaha, nilai-nilai Islam, tauhid, keadilan, tanggung jawab, ihsan, keberlanjutan usaha, konsistensi pelaku usaha.

PENDAHULUAN

Etika bisnis Islam merupakan prinsip-prinsip moral yang berlandaskan pada ajaran Al-Qur'an dan Sunnah, yang mengatur perilaku pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), penerapan etika ini menjadi sangat penting karena UMKM berperan besar dalam menopang perekonomian nasional. Prinsip utama dalam etika bisnis Islam mencakup tauhid (kesadaran akan keesaan Allah), adil (berlaku jujur dan tidak merugikan pihak lain), kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan (berbuat baik). Nilai-nilai ini diharapkan dapat membentuk pelaku usaha yang tidak hanya fokus pada keuntungan material, tetapi juga memperhatikan aspek spiritual, sosial, dan moral dalam berbisnis.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Rumah Kreatif BUMN Sorong, diketahui bahwa semua aspek etika bisnis Islam memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, baik secara parsial maupun simultan. Aspek tanggung jawab menjadi faktor paling dominan dalam meningkatkan performa usaha. Namun demikian, masih ditemukan permasalahan pada pelaku UMKM, seperti kurangnya pencatatan keuangan, rendahnya kepedulian terhadap konsumen yang kesulitan membayar, serta pelanggaran izin edar produk. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun nilai-nilai etika Islam sudah dikenal, penerapannya belum merata dan konsisten di lapangan.

Studi literatur lain juga menekankan pentingnya penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya menjalankan bisnis secara jujur, bertanggung jawab, dan adil. Beberapa prinsip utama yang harus dipegang oleh UMKM antara lain kejujuran dalam menakar dan menjual produk, tanggung jawab terhadap kualitas produk dan kepuasan pelanggan, serta persaingan yang sehat tanpa menjatuhkan usaha lain. Etika bisnis Islam juga mendorong pelaku usaha untuk menjaga hubungan yang harmonis dengan pelanggan dan lingkungan sekitar, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas dan keberlangsungan usaha.

Penelitian di sektor perdagangan UMKM di Bogor juga menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis syariah berperan besar dalam membangun kepercayaan konsumen. Prinsip seperti transparansi informasi, profesionalisme, dan pemenuhan kewajiban sosial membuat UMKM mampu bersaing secara sehat di pasar. Etika ini juga membantu pelaku usaha dalam menghadapi tantangan ekonomi dengan tetap mempertahankan integritas dan nilai-nilai

kemanusiaan. Dengan begitu, bisnis yang dijalankan tidak hanya mendatangkan keuntungan materi, tetapi juga keberkahan dan manfaat bagi masyarakat luas.

Secara keseluruhan, penerapan etika bisnis Islam terbukti dapat meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM di Indonesia. Namun, penerapan ini memerlukan upaya bersama antara pelaku usaha, pemerintah, dan lembaga pendukung untuk meningkatkan edukasi, pendampingan, serta pembinaan berkelanjutan. Dengan menjadikan etika Islam sebagai landasan dalam menjalankan usaha, UMKM diharapkan tidak hanya menjadi pilar ekonomi nasional, tetapi juga agen perubahan yang mengedepankan keadilan, keberkahan, dan kesejahteraan bersama.

PEMBAHASAN

Etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip moral dan nilai yang bersumber dari ajaran Al-Qur'an dan Sunnah, yang memberikan panduan kepada pelaku usaha agar tidak hanya mengejar keuntungan materi, tetapi juga menjunjung tinggi keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, penerapan etika bisnis Islam menjadi sangat penting karena mayoritas pelaku UMKM adalah umat Muslim dan bisnis mereka terhubung langsung dengan keseharian masyarakat.

UMKM memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia, baik dalam hal penyerapan tenaga kerja maupun pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Data dari Kementerian Koperasi dan UMKM menunjukkan bahwa jumlah pelaku UMKM mencapai lebih dari 65 juta unit usaha, yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia. Namun, di balik potensi tersebut, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan serius, termasuk dalam aspek etika dan tata kelola usaha.

Dalam artikel Katmas dkk. (2022), penelitian dilakukan terhadap UMKM binaan Rumah Kreatif BUMN Sorong untuk mengetahui pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap kinerja usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima aspek etika bisnis Islam—tauhid, adil, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan—berpengaruh positif secara simultan terhadap kinerja UMKM. Di antara aspek tersebut, tanggung jawab memiliki pengaruh paling dominan terhadap peningkatan performa usaha.

Meskipun etika bisnis Islam memiliki pengaruh positif, kenyataannya masih banyak pelaku UMKM yang belum menerapkannya secara konsisten. Sebagai contoh, beberapa pelaku

usaha di Sorong menjual produk makanan tanpa izin edar dari Dinas Kesehatan, yang melanggar prinsip tanggung jawab dalam Islam. Tidak adanya label halal atau PIRT pada kemasan menimbulkan kekhawatiran dari sisi konsumen, dan pelanggaran ini bahkan dapat berujung pada pelarangan operasional usaha selama lima tahun.

Selain itu, masih banyak pelaku UMKM yang tidak mencatat transaksi keuangan mereka. Hal ini menunjukkan kurangnya implementasi nilai tanggung jawab dalam mengelola usaha. Dalam Islam, tanggung jawab tidak hanya kepada konsumen atau pemerintah, tetapi juga kepada Allah SWT, sebagai bentuk amanah dalam menjalankan bisnis. Kegagalan dalam mencatat transaksi berpotensi menimbulkan kerugian, kesalahan dalam pengambilan keputusan, serta ketidaktertiban dalam perpajakan dan audit.

Etika bisnis Islam juga menekankan pentingnya nilai ihsan, yang berarti berbuat baik secara maksimal, meskipun tidak diawasi oleh manusia. Sayangnya, nilai ini belum sepenuhnya diterapkan oleh UMKM. Masih banyak pelaku usaha yang tidak bersikap lapang kepada konsumen yang tidak mampu membayar, atau tidak menunjukkan kemurahan hati kepada pelanggan yang membutuhkan. Padahal, ihsan dalam bisnis mencakup kemurahan hati, pelayanan tanpa diskriminasi, dan mendahulukan nilai-nilai spiritual daripada keuntungan semata.

Dalam artikel Nur Manna Silviah & Novieati (2022), etika bisnis Islam dikaji melalui pendekatan literatur. Mereka menyimpulkan bahwa etika bisnis Islam berperan penting dalam membentuk kesadaran baru dalam berbisnis. Etika ini mencakup prinsip kejujuran dalam menimbang, menjual barang yang halal, tidak menipu, dan membayar upah tepat waktu. Namun, banyak pelaku UMKM yang masih mengabaikan prinsip-prinsip tersebut karena alasan efisiensi atau ketidaktahuan.

Penerapan etika bisnis Islam tidak hanya relevan pada aspek individual pelaku usaha, tetapi juga dalam membangun sistem bisnis yang berkelanjutan. Artikel tersebut menyoroti pentingnya membangun kode etik Islami yang dapat menjadi acuan hukum dan moral, baik dalam menyelesaikan konflik antar pelaku usaha maupun dalam menjalin hubungan harmonis dengan masyarakat. Etika ini pada akhirnya menjadi fondasi dalam membangun kepercayaan konsumen dan loyalitas pelanggan.

Artikel ketiga oleh Ferdinand dkk. (2023) memperkuat bukti bahwa penerapan etika bisnis syariah berpengaruh besar terhadap kinerja UMKM, khususnya di sektor perdagangan. Penelitian ini menyebutkan bahwa prinsip etika syariah seperti kejujuran, transparansi,

tanggung jawab sosial, dan larangan riba mampu menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan jujur. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan kepercayaan konsumen dan daya saing pelaku usaha.

Dalam dunia perdagangan yang kompetitif, UMKM yang menerapkan etika Islam cenderung lebih mudah mendapatkan dukungan dari pelanggan, mitra bisnis, bahkan pemerintah. Mereka dinilai lebih profesional dan dapat dipercaya. Kinerja UMKM dapat dilihat melalui indikator seperti pertumbuhan pendapatan, efisiensi, kepuasan pelanggan, dan reputasi di masyarakat. Penerapan etika yang baik memperbaiki semua indikator tersebut secara signifikan.

Etika bisnis Islam juga berperan dalam mendorong pelaku UMKM untuk menjaga lingkungan dan memberikan manfaat sosial. Misalnya, dengan tidak membuang limbah sembarangan, memberikan harga yang adil, serta menyediakan produk yang benar-benar halal dan thayyib. Hal ini sejalan dengan konsep “rahmatan lil ‘alamin” dalam Islam, yang menjadikan bisnis sebagai sarana keberkahan, bukan sekadar alat mencari keuntungan.

Namun, untuk mewujudkan penerapan etika bisnis Islam secara menyeluruh di kalangan UMKM, diperlukan dukungan dari berbagai pihak. Pemerintah dapat berperan melalui regulasi yang berpihak pada usaha etis, sedangkan lembaga keuangan syariah dapat memberikan pembiayaan berbasis prinsip Islam. Selain itu, pendidikan dan pelatihan etika bisnis Islam harus diperluas agar pelaku UMKM semakin memahami dan mampu menerapkannya secara konkret.

Peran masyarakat juga tidak kalah penting. Konsumen yang sadar akan nilai-nilai etika dan keberkahan seharusnya lebih memilih produk dari UMKM yang beretika. Hal ini akan menciptakan ekosistem pasar yang mendukung pertumbuhan usaha yang jujur, bersih, dan adil. Kesadaran ini akan tumbuh jika ada sinergi antara edukasi publik dan peningkatan kualitas produk UMKM itu sendiri.

Secara keseluruhan, penerapan etika bisnis Islam pada UMKM di Indonesia bukan hanya soal kepatuhan terhadap hukum agama, tetapi juga soal strategi membangun usaha yang tangguh dan berkelanjutan. Etika Islam memberikan panduan lengkap, mulai dari manajemen internal hingga hubungan eksternal dengan pelanggan dan mitra bisnis. Implementasi nilai-nilai ini terbukti mampu meningkatkan performa usaha dan menciptakan ketahanan dalam menghadapi dinamika pasar.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip Islam secara utuh dalam dunia usaha, UMKM dapat bertransformasi menjadi pelaku ekonomi yang tidak hanya berdaya saing tinggi, tetapi juga membawa manfaat bagi lingkungan sosial dan spiritual. Keberhasilan UMKM dalam menerapkan etika bisnis Islam akan menjadi model bagi pembangunan ekonomi nasional yang tidak hanya kuat secara struktur, tetapi juga bermartabat dan berkah.

Penerapan etika bisnis Islam pada UMKM di Indonesia menjadi salah satu upaya penting dalam mewujudkan ekosistem usaha yang adil, berkah, dan berkelanjutan. Sebagaimana dijelaskan oleh Katmas et al. (2022), etika bisnis Islam mencakup nilai-nilai tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan yang berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM di berbagai sektor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua aspek etika bisnis Islam memiliki pengaruh positif terhadap kinerja usaha, dengan tanggung jawab sebagai variabel paling dominan dalam meningkatkan kinerja UMKM.

Dari perspektif manajemen, nilai tanggung jawab dalam bisnis Islam tidak hanya terbatas pada hubungan dengan pelanggan, tetapi juga mencakup tanggung jawab kepada Allah, diri sendiri, dan sesama manusia. Sayangnya, dalam praktik di lapangan, masih banyak UMKM yang belum menerapkan prinsip ini secara optimal. Misalnya, sejumlah pelaku usaha di Sorong tidak mencatat transaksi keuangan dan lalai mengurus izin edar, yang merupakan bentuk pelanggaran terhadap prinsip tanggung jawab dan transparansi dalam etika bisnis Islam.

Selain tanggung jawab, aspek ihsan juga belum sepenuhnya diterapkan oleh UMKM. Ihsan yang dimaknai sebagai sikap murah hati dan niat tulus karena Allah, masih kurang tampak dalam bentuk kemudahan pembayaran bagi pelanggan atau sikap pemaaf terhadap konsumen yang kesulitan membayar hutang. Ini menunjukkan perlunya peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya menanamkan nilai-nilai spiritual dalam bisnis mereka.

Artikel dari Nur Manna Silviyah dan Novieati Dwi Lestari (2022) menekankan bahwa penerapan etika bisnis Islam mampu membangun kesadaran baru dalam berbisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga pada kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Penerapan prinsip-prinsip seperti kejujuran dalam menimbang dan menakar, menghindari riba, dan tidak menyembunyikan cacat produk sangat krusial untuk membangun kepercayaan konsumen serta kelangsungan usaha.

Penelitian tersebut juga menyatakan bahwa prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam—seperti integritas moral, kelestarian lingkungan, dan keselamatan konsumen—perlu diterapkan secara konsisten dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Hal ini sejalan dengan tujuan utama etika bisnis Islam, yaitu membangun sistem ekonomi yang tidak hanya berlandaskan pada keuntungan duniawi, melainkan juga pada pertanggungjawaban akhirat.

Dalam konteks UMKM sektor perdagangan, Ferdinand et al. (2023) menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis syariah berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjaga reputasi pelaku usaha. Nilai-nilai syariah seperti kejujuran, transparansi, dan keadilan menciptakan lingkungan usaha yang sehat dan kompetitif. Penelitian ini juga menggarisbawahi bahwa etika bisnis membantu UMKM menjalankan kewajiban sosial serta menjaga keberlangsungan usaha dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis.

Secara keseluruhan, penerapan etika bisnis Islam merupakan fondasi penting dalam membangun UMKM yang tidak hanya kuat secara ekonomi, tetapi juga berkarakter dan bernilai spiritual. Integrasi nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis mampu menciptakan keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan sosial, serta meningkatkan profesionalisme pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan era modern. Oleh karena itu, pelatihan, pendampingan, dan penguatan pemahaman terhadap etika bisnis Islam sangat diperlukan agar UMKM di Indonesia dapat tumbuh secara berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

KESIMPULAN

Penerapan etika bisnis Islam pada UMKM di Indonesia memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja usaha sekaligus membentuk karakter pelaku usaha yang jujur, adil, dan bertanggung jawab. Nilai-nilai seperti tauhid, kejujuran, tanggung jawab, dan ihsan mendorong pelaku usaha untuk menjalankan aktivitas bisnis secara profesional dan bermoral. Hasil berbagai penelitian menunjukkan bahwa implementasi prinsip-prinsip etika Islam tidak hanya berdampak pada kepuasan pelanggan dan kepercayaan konsumen, tetapi juga pada keberlanjutan dan daya saing UMKM. Meski demikian, masih diperlukan edukasi dan pembinaan yang berkelanjutan agar penerapan etika tersebut merata di semua lini usaha. Dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan, dan masyarakat juga diperlukan untuk membangun ekosistem bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Dengan demikian, UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung ekonomi, tetapi juga pelopor dalam menciptakan bisnis yang berkah dan beretika.

DAFTAR PUSTAKA

- Ferdinand, N., Kumala, D., El Hasan, S. S., Utarindasari, D., Herawati, E., & Usman. (2023). Penerapan etika bisnis syariah dalam kinerja pelaku UMKM pada sektor perdagangan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 4(1), 65–71. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i1.107>
- Katmas, E., Faizah, N., & Wulandari, A. (2022). Pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 23(1), 22–30. <https://doi.org/10.36769/asy.v23i1.212>
- 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>