



Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Pengelolaan Produksi dan Penjualan UMKM Oleh-Oleh Khas Tembilahan

Sindy Malisa Sari¹, Nurlia Fusfita², Ogi Saputra³

^{1,2,3} UIN Sulthan Thaha Syaifuddin Jambi, Indonesia

*Corresponding author, email; sndymlsa91@gmail.com, nurliafusfita@uinjambi.ac.id, ogisaputra0111@uinjambi.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received Juni 2025

Revised Juni 2025

Accepted Juni 2025

Available online

<http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE>

Keywords:

Islamic business ethics, micro, small and medium enterprises (MSMEs), production management, sales management, stakeholder theory, *maslahah*.

Turabian style in citing this article: [citation Heading] Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Pengelolaan Produksi Dan Penjualan UMKM Oleh-Oleh Khas Tembilahan" *Journal of Sharia Economics* 8, No. 1 June: 2026

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in promoting national economic growth by creating employment opportunities, increasing community income, and strengthening regional economies. However, MSMEs continue to face various challenges, including limited capital, inadequate human resources, low digital literacy, and the suboptimal implementation of Islamic business ethics. This study aims to analyze the implementation of Islamic business ethics principles in the management of production and sales within MSMEs based on the available research document. The study employs a qualitative approach with a case study design through an analysis of the concepts of Islamic business ethics, stakeholder theory, *maslahah* theory, and the management of production and sales as presented in the source document. The findings indicate that the principles of **tawhid** (unity), honesty, justice, responsibility, and *maslahah* serve as essential foundations for conducting business activities in accordance with Islamic law. The implementation of these principles enhances consumer trust, strengthens relationships with stakeholders, and supports business sustainability. Nevertheless, their implementation is constrained by several factors, including limited understanding of Islamic ethical principles among business actors, insufficient capital, low digital literacy, and inadequate guidance and institutional support. Therefore, stronger collaboration among MSME owners, government agencies, educational institutions, and Islamic organizations is necessary to reinforce the implementation of Islamic business ethics through training programs, business mentoring, and supportive policies. Such collaborative efforts are expected to improve the competitiveness and sustainability of MSMEs while contributing to broader social welfare in accordance with the objectives of the Islamic economic system.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama pembangunan ekonomi nasional yang memiliki kontribusi signifikan terhadap

pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta pemerataan pendapatan masyarakat. Keberadaan UMKM tidak hanya menjadi penggerak ekonomi daerah, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan potensi lokal (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2024). Di Kabupaten Indragiri Hilir, sektor UMKM terus mengalami perkembangan, khususnya pada bidang kuliner yang menjadi salah satu sektor dominan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Indragiri Hilir, jumlah UMKM mengalami peningkatan dari 11.219 unit pada tahun 2024 menjadi 12.345 unit pada tahun 2025. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa sektor UMKM memiliki prospek yang baik, meskipun masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan manajemen usaha, pemasaran, permodalan, dan kualitas sumber daya manusia (BPS Kabupaten Indragiri Hilir, 2025).

Dalam menghadapi dinamika tersebut, penerapan etika bisnis Islam menjadi aspek yang sangat penting untuk mendukung keberlangsungan usaha. Etika bisnis Islam tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga mengedepankan nilai tauhid, kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*'adl*), amanah, tanggung jawab, dan kemaslahatan bagi seluruh pihak yang berkepentingan (Usnan, 2022; Astuti, 2022). Nilai-nilai tersebut menjadi landasan moral bagi pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas produksi maupun penjualan sehingga mampu menciptakan hubungan bisnis yang sehat, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Dengan demikian, keberhasilan UMKM tidak hanya diukur dari besarnya keuntungan yang diperoleh, tetapi juga dari sejauh mana aktivitas bisnis dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Nurmadiansyah, 2022).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis Islam pada UMKM masih belum berjalan secara optimal. Penelitian Dwi Febriyanti dan Mujiatun (2024) menemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM hanya menerapkan tiga hingga empat prinsip etika bisnis Islam, sedangkan prinsip lainnya belum diterapkan secara konsisten. Penelitian Herviana et al. (2025) juga menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing usaha, namun implementasinya masih membutuhkan edukasi dan pendampingan yang berkelanjutan. Demikian pula penelitian Noorhasan, Abshor, dan Wahyono (2025) menyimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada proses produksi mampu meningkatkan kualitas produk dan integritas usaha, meskipun masih terdapat kendala dalam penerapan secara menyeluruh. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara konsep ideal etika bisnis Islam dengan praktik bisnis yang dijalankan di lapangan.

Fenomena tersebut juga ditemukan pada UMKM Oleh-Oleh Khas Tembilahan Inoey yang merupakan salah satu sentra oleh-oleh khas Kabupaten Indragiri Hilir. UMKM ini telah berkembang dari industri rumah tangga menjadi usaha yang memasarkan produknya melalui toko sendiri, supermarket, maupun media digital.

Aktivitas usaha meliputi proses produksi, pengemasan, dan penjualan berbagai makanan khas daerah dengan melibatkan tenaga kerja yang memiliki pembagian tugas berbeda. Meskipun demikian, hasil observasi awal dan wawancara menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam pengelolaan produksi dan penjualan belum sepenuhnya dilakukan secara komprehensif. Beberapa prinsip seperti kejujuran dan tanggung jawab telah diterapkan, namun aspek keadilan, transparansi, dan konsistensi pelaksanaan nilai-nilai syariah masih memerlukan penguatan.

Berdasarkan telaah penelitian terdahulu, sebagian besar kajian hanya membahas implementasi etika bisnis Islam secara umum atau terbatas pada aspek pemasaran dan pelayanan konsumen (Ramadhani et al., 2023; Herviana et al., 2025). Penelitian yang secara khusus mengkaji penerapan lima prinsip etika bisnis Islam pada keseluruhan proses produksi dan penjualan dalam satu objek UMKM masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian sebelumnya belum banyak mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat implementasi etika bisnis Islam secara mendalam pada industri oleh-oleh khas daerah. Dengan demikian, masih terdapat *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada analisis penerapan lima prinsip utama etika bisnis Islam, yaitu tauhid, keadilan, kejujuran, tanggung jawab sosial, dan kehendak bebas dalam pengelolaan produksi serta penjualan UMKM Oleh-Oleh Khas Tembilahan Inoey. Penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat implementasi prinsip-prinsip tersebut sehingga menghasilkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai praktik etika bisnis Islam pada sektor UMKM.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam pengelolaan produksi dan penjualan pada UMKM Oleh-Oleh Khas Tembilahan Inoey serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat implementasinya. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur ekonomi syariah, khususnya mengenai etika bisnis Islam pada sektor UMKM, sekaligus menjadi rekomendasi praktis bagi pelaku usaha dalam membangun tata kelola bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Kajian Teori

Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai, norma, dan prinsip moral yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai pedoman dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Berbeda dengan etika bisnis konvensional yang berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi, etika bisnis Islam menempatkan aspek spiritual, moral, dan kemaslahatan sebagai tujuan utama dalam setiap aktivitas bisnis (Usnan,

2022). Dengan demikian, kegiatan bisnis tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk ibadah yang harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan syariat (Astuti, 2022).

Menurut Nurmadiansyah (2022), etika bisnis Islam menghendaki agar seluruh aktivitas bisnis dilaksanakan secara jujur, adil, transparan, bertanggung jawab, dan menghindari praktik yang dilarang syariat seperti riba, gharar, maysir, penipuan, serta monopoli. Penerapan etika tersebut akan menciptakan hubungan yang harmonis antara pelaku usaha dengan konsumen, pemasok, karyawan, maupun masyarakat sehingga menghasilkan keberkahan dan keberlanjutan usaha.

Tujuan utama etika bisnis Islam meliputi: (1) mengarahkan perilaku bisnis agar sesuai dengan syariat Islam; (2) membangun kepercayaan masyarakat terhadap pelaku usaha; (3) menghindarkan aktivitas bisnis dari praktik kezaliman dan eksploitasi; serta (4) mewujudkan kemaslahatan bagi seluruh pihak yang berkepentingan (Aziz & Alifa, 2025). Oleh karena itu, keberhasilan suatu usaha tidak hanya diukur dari besarnya keuntungan, tetapi juga dari keberhasilan menerapkan nilai-nilai moral Islam dalam seluruh aktivitas bisnis.

Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Penelitian ini menggunakan lima prinsip utama etika bisnis Islam sebagai indikator analisis.

Tauhid (Unity)

Prinsip tauhid merupakan landasan utama dalam etika bisnis Islam. Seluruh aktivitas bisnis harus dilandasi keyakinan bahwa segala bentuk usaha merupakan bagian dari ibadah kepada Allah SWT. Prinsip ini mengarahkan pelaku usaha agar tidak semata-mata mengejar keuntungan, tetapi juga memperoleh keberkahan melalui aktivitas yang halal dan sesuai syariat (Zamzam & Aravik, 2020).

Keadilan (Justice)

Prinsip keadilan mengharuskan pelaku usaha memperlakukan seluruh pihak secara adil tanpa diskriminasi. Keadilan diwujudkan melalui penetapan harga yang wajar, pemberian informasi yang benar, perlakuan yang sama terhadap konsumen, serta pembagian hak dan kewajiban yang proporsional. Islam melarang segala bentuk eksploitasi, manipulasi, maupun tindakan yang merugikan pihak lain (Pangiuik, 2022).

Kejujuran (Honesty)

Kejujuran merupakan prinsip fundamental dalam seluruh aktivitas bisnis. Pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar mengenai kualitas, kuantitas, harga, maupun kondisi produk yang dipasarkan. Kejujuran juga mencakup keterbukaan dalam transaksi sehingga tercipta rasa saling percaya antara penjual dan pembeli (Aziz & Alifa, 2025).

Tanggung Jawab Sosial (Responsibility)

Islam mengajarkan bahwa aktivitas bisnis memiliki dimensi sosial. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab memperoleh keuntungan, tetapi juga

menjaga kesejahteraan karyawan, memberikan manfaat kepada masyarakat, menjaga lingkungan, serta menghasilkan produk yang aman dan halal. Konsep ini sejalan dengan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam perspektif syariah (Astuti, 2022).

Kehendak Bebas (Free Will)

Islam memberikan kebebasan kepada manusia dalam melakukan aktivitas ekonomi selama tidak bertentangan dengan syariat. Kebebasan tersebut harus digunakan secara bertanggung jawab dan tidak merugikan pihak lain. Dengan demikian, setiap keputusan bisnis harus tetap memperhatikan prinsip keadilan, kejujuran, serta kemaslahatan bersama (Aziz & Alifa, 2025).

Teori Stakeholder dalam Perspektif Islam

Teori stakeholder menjelaskan bahwa keberhasilan suatu organisasi dipengaruhi oleh kemampuannya memenuhi kepentingan seluruh pihak yang berkaitan dengan organisasi tersebut. Dalam perspektif Islam, stakeholder tidak hanya terbatas pada pemegang modal, tetapi juga meliputi karyawan, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat, bahkan lingkungan hidup (Albanjari, 2022).

Iqbal dan Mirakhor menjelaskan bahwa pengelolaan bisnis syariah harus menjamin terpenuhinya hak seluruh pemangku kepentingan melalui prinsip keadilan, amanah, transparansi, dan kemaslahatan. Oleh karena itu, keberhasilan UMKM tidak hanya diukur berdasarkan profitabilitas, tetapi juga dari kemampuannya memberikan manfaat bagi seluruh stakeholder (Manasah et al., 2023).

Dalam penelitian ini, teori stakeholder digunakan untuk menganalisis bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada UMKM memengaruhi hubungan antara pemilik usaha, karyawan, konsumen, pemasok, dan masyarakat sekitar.

Teori Maslahah

Maslahah merupakan konsep penting dalam ekonomi Islam yang menempatkan kemanfaatan sebagai tujuan utama seluruh aktivitas ekonomi. Menurut Chapra (2021), kegiatan ekonomi dikatakan berhasil apabila mampu menghasilkan manfaat bagi individu maupun masyarakat serta menghindari kerusakan (mafsadah).

Bank Indonesia (2022) menjelaskan bahwa konsep maslahah menjadi pembeda utama antara ekonomi Islam dan ekonomi konvensional. Dalam ekonomi Islam, kepuasan tidak hanya diukur melalui utilitas material, tetapi juga melalui keberkahan, keadilan, dan manfaat sosial. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut menghasilkan produk halal, menjaga kualitas, serta menghindari praktik yang merugikan konsumen.

Teori maslahah digunakan dalam penelitian ini untuk melihat sejauh mana pengelolaan produksi dan penjualan UMKM mampu memberikan manfaat bagi seluruh pihak sesuai dengan prinsip syariah.

Pengelolaan Produksi

Pengelolaan produksi merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan seluruh aktivitas produksi agar menghasilkan produk yang berkualitas secara efektif dan efisien (Heizer & Render, 2021). Dalam perspektif Islam, pengelolaan produksi tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga menghasilkan produk halal, berkualitas, aman dikonsumsi, serta memberikan manfaat bagi masyarakat (Rahman, 2021).

Beberapa aspek penting dalam pengelolaan produksi meliputi pengadaan bahan baku, penggunaan tenaga kerja, pengendalian kualitas, efisiensi proses produksi, serta pemeliharaan kebersihan dan keamanan produk. Seluruh proses tersebut harus dilaksanakan sesuai prinsip syariah sehingga mampu menghasilkan produk yang halal dan *thayyib*.

Pengelolaan Penjualan

Pengelolaan penjualan merupakan proses mengelola seluruh aktivitas pemasaran mulai dari penetapan target penjualan, strategi pemasaran, pelayanan konsumen, pencatatan transaksi hingga evaluasi penjualan (Sarjana & Susandini, 2022). Pengelolaan penjualan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, serta keberlanjutan usaha.

Dalam perspektif Islam, aktivitas penjualan harus dilakukan secara jujur, transparan, tidak mengandung unsur penipuan (*tadlis*), gharar, maupun manipulasi harga. Penjual berkewajiban menyampaikan informasi produk secara benar sehingga konsumen memperoleh haknya secara adil (Adeo, Permadi, & Herawaty, 2025). Dengan demikian, keberhasilan penjualan tidak hanya diukur dari peningkatan omzet, tetapi juga dari terbangunnya kepercayaan konsumen dan keberkahan usaha.

Kerangka Konseptual

Penelitian ini didasarkan pada asumsi bahwa penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam berupa tauhid, keadilan, kejujuran, tanggung jawab sosial, dan kehendak bebas akan memengaruhi kualitas pengelolaan produksi dan penjualan pada UMKM. Penerapan prinsip-prinsip tersebut dianalisis menggunakan perspektif teori stakeholder dan teori masalah untuk mengetahui sejauh mana aktivitas bisnis memberikan manfaat bagi seluruh pemangku kepentingan. Hasil implementasi etika bisnis Islam diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, menjaga keberlanjutan usaha, serta menciptakan kemaslahatan bagi masyarakat.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif** dengan jenis penelitian **studi kasus**. Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan memahami secara mendalam implementasi etika bisnis Islam dalam pengelolaan produksi dan penjualan pada UMKM Oleh-Oleh Khas Tembilahan Inoey berdasarkan kondisi yang terjadi di lapangan. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, faktor-faktor

yang memengaruhi implementasinya, serta makna yang diberikan oleh para informan terhadap praktik bisnis yang dijalankan (Sugiyono, 2023).

Lokasi penelitian dilaksanakan pada **UMKM Oleh-Oleh Khas Tembilahan Inoey** yang berlokasi di Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau. Objek penelitian difokuskan pada implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam proses produksi dan penjualan, meliputi prinsip tauhid, keadilan, kejujuran, tanggung jawab sosial, dan kehendak bebas sebagai indikator utama penelitian.

Sumber data dalam penelitian terdiri atas **data primer** dan **data sekunder**. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, karyawan, dan konsumen yang dipilih menggunakan teknik **purposive sampling**, yaitu informan yang dianggap mengetahui secara langsung proses produksi, penjualan, serta penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas usaha. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen perusahaan, foto kegiatan, catatan penjualan, literatur ilmiah, buku, jurnal, serta dokumen lain yang relevan dengan fokus penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui **observasi**, **wawancara**, dan **dokumentasi**. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas produksi, proses penjualan, serta interaksi antara pelaku usaha dengan konsumen. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur menggunakan pedoman wawancara sehingga peneliti tetap memiliki keleluasaan menggali informasi yang lebih mendalam dari informan. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi hasil observasi dan wawancara melalui pengumpulan dokumen, arsip, foto, maupun data administrasi yang berkaitan dengan aktivitas usaha. Kombinasi ketiga teknik tersebut memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih lengkap dan saling melengkapi (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014).

Keabsahan data diuji menggunakan teknik **triangulasi**, yang meliputi triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari pemilik usaha, karyawan, dan konsumen. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun triangulasi waktu dilakukan melalui pengumpulan data pada waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi informasi yang diperoleh (Sugiyono, 2023).

Analisis data menggunakan model interaktif **Miles, Huberman, dan Saldaña (2014)** yang meliputi empat tahapan, yaitu **pengumpulan data (data collection)**, **kondensasi data (data condensation)**, **penyajian data (data display)**, dan **penarikan serta verifikasi kesimpulan (conclusion drawing/verification)**. Pada tahap kondensasi data, peneliti melakukan seleksi, penyederhanaan, dan pengelompokan data sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk uraian naratif sehingga memudahkan proses interpretasi. Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan pola, hubungan, dan

temuan yang muncul selama proses analisis, kemudian diverifikasi secara terus-menerus agar hasil penelitian memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi.

Melalui tahapan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang objektif mengenai implementasi etika bisnis Islam dalam pengelolaan produksi dan penjualan pada UMKM Oleh-Oleh Khas Tembilahan Inoey, sekaligus mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam praktik bisnis sehari-hari.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Berdasarkan kajian yang terdapat dalam dokumen penelitian, implementasi etika bisnis Islam pada UMKM dipengaruhi oleh penerapan prinsip-prinsip dasar syariah dalam aktivitas produksi dan penjualan. Prinsip-prinsip tersebut meliputi tauhid, kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*'adl*), amanah, tanggung jawab, serta orientasi pada kemaslahatan. Penerapan prinsip-prinsip tersebut diharapkan mampu menciptakan aktivitas bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memberikan manfaat bagi konsumen, pelaku usaha, dan masyarakat secara luas.

Dokumen menunjukkan bahwa UMKM memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian Indonesia. Sektor ini berkontribusi sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), menyerap sekitar 97% tenaga kerja, serta menarik lebih dari 60% investasi nasional. Besarnya kontribusi tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan UMKM menjadi faktor penting dalam pembangunan ekonomi nasional.

Meskipun demikian, berbagai kendala masih dihadapi oleh UMKM. Permasalahan utama meliputi kompleksitas regulasi, keterbatasan akses permodalan, rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, serta rendahnya pemahaman terhadap penerapan etika bisnis Islam. Kondisi tersebut menyebabkan implementasi nilai-nilai syariah dalam kegiatan usaha belum berjalan secara optimal.

Kajian dalam dokumen juga menjelaskan bahwa keberhasilan penerapan etika bisnis Islam dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu tingkat pemahaman pelaku usaha terhadap prinsip-prinsip syariah, komitmen pemilik usaha, kepemimpinan, kecukupan modal, kualitas sumber daya manusia, serta dukungan lingkungan bisnis dan regulasi pemerintah. Sebaliknya, rendahnya literasi syariah, keterbatasan modal, dan orientasi keuntungan jangka pendek menjadi faktor yang menghambat implementasi etika bisnis Islam pada UMKM.

Pada aspek produksi, dokumen menjelaskan bahwa pengelolaan produksi menurut perspektif Islam tidak hanya bertujuan menghasilkan keuntungan ekonomi, tetapi juga memastikan seluruh proses produksi menggunakan bahan yang halal, menjaga kualitas produk, memperhatikan efisiensi penggunaan sumber daya, serta memberikan manfaat bagi masyarakat. Produksi yang sesuai syariah harus

memenuhi prinsip halal, menjaga lingkungan, memenuhi kebutuhan masyarakat, serta meningkatkan kualitas manusia secara spiritual maupun ekonomi.

Sementara itu, pada aspek penjualan dijelaskan bahwa pengelolaan penjualan meliputi perencanaan target penjualan, strategi pemasaran, pelayanan kepada pelanggan, pencatatan transaksi, serta evaluasi penjualan. Dalam perspektif etika bisnis Islam, aktivitas penjualan harus dilaksanakan secara jujur, transparan, memberikan informasi produk secara benar, serta menghindari praktik penipuan maupun manipulasi harga sehingga tercipta kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha.

Pembahasan

Temuan konseptual dalam dokumen menunjukkan bahwa etika bisnis Islam merupakan fondasi penting dalam meningkatkan keberlanjutan UMKM. Nilai tauhid menempatkan aktivitas bisnis sebagai bagian dari ibadah sehingga orientasi usaha tidak hanya terbatas pada pencapaian keuntungan, tetapi juga memperoleh keberkahan. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya diukur berdasarkan indikator finansial, melainkan juga berdasarkan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah.

Dari perspektif teori stakeholder, implementasi etika bisnis Islam mendorong pelaku UMKM untuk memperhatikan kepentingan seluruh pemangku kepentingan, meliputi konsumen, karyawan, pemasok, pemerintah, dan masyarakat. Penerapan prinsip kejujuran, keadilan, serta tanggung jawab sosial akan meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus memperkuat keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Sebaliknya, apabila nilai-nilai tersebut tidak diterapkan secara konsisten, maka kepercayaan publik terhadap UMKM berpotensi menurun.

Temuan dalam dokumen juga memperlihatkan bahwa teori *masalah* menjadi dasar penting dalam aktivitas produksi dan penjualan. Produksi tidak hanya diarahkan untuk memenuhi permintaan pasar, tetapi juga memastikan produk yang dihasilkan halal, berkualitas, aman dikonsumsi, serta memberikan manfaat bagi masyarakat. Demikian pula dalam aktivitas penjualan, prinsip transparansi dan kejujuran menjadi instrumen utama dalam menciptakan transaksi yang adil dan saling menguntungkan antara penjual dan pembeli.

Hasil kajian ini sejalan dengan penelitian Dwi Febriyanti dan Mujiatun (2024) yang menunjukkan bahwa sebagian UMKM belum menerapkan seluruh prinsip etika bisnis Islam secara menyeluruh. Temuan tersebut juga mendukung penelitian Herviana dkk. (2025) yang menyatakan bahwa penerapan etika bisnis Islam mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, daya saing usaha, dan keberlanjutan bisnis, meskipun implementasinya masih memerlukan pembinaan dan pendampingan. Selain itu, penelitian Noorhasan dkk. (2025) menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam proses produksi berkontribusi terhadap peningkatan kualitas produk serta integritas pelaku usaha.

Berdasarkan keseluruhan kajian, implementasi etika bisnis Islam pada UMKM memerlukan dukungan dari berbagai pihak, baik pemerintah, lembaga pendidikan, organisasi keagamaan, maupun pelaku usaha sendiri. Peningkatan literasi etika bisnis Islam, pelatihan kewirausahaan berbasis syariah, kemudahan akses pembiayaan, serta pendampingan usaha menjadi strategi yang dapat memperkuat penerapan nilai-nilai syariah dalam aktivitas produksi dan penjualan. Dengan demikian, UMKM tidak hanya mampu meningkatkan kinerja ekonomi, tetapi juga menciptakan keberlanjutan usaha yang berorientasi pada kemaslahatan masyarakat.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung keberlangsungan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang meliputi tauhid, kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan orientasi pada kemaslahatan menjadi landasan moral dalam pengelolaan produksi dan penjualan. Penerapan prinsip-prinsip tersebut mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan, serta mendorong terciptanya aktivitas bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada keberkahan dan kesejahteraan bersama.

Kajian ini juga menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis Islam pada UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain keterbatasan pemahaman pelaku usaha terhadap prinsip-prinsip syariah, rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, kualitas sumber daya manusia yang belum optimal, serta belum meratanya dukungan pembinaan dan pendampingan. Faktor-faktor tersebut menyebabkan penerapan etika bisnis Islam belum terlaksana secara optimal dalam seluruh aspek pengelolaan usaha.

Oleh karena itu, penguatan implementasi etika bisnis Islam memerlukan sinergi antara pelaku UMKM, pemerintah, lembaga pendidikan, dan organisasi keagamaan melalui peningkatan literasi, pelatihan, pendampingan, serta penguatan kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM berbasis nilai-nilai syariah. Dengan demikian, UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing, menjaga keberlanjutan usaha, serta memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat sesuai dengan tujuan ekonomi Islam.

Berdasarkan dokumen yang tersedia, kesimpulan ini merupakan sintesis dari kajian teori dan penelitian terdahulu. Dokumen yang dapat diakses belum memuat hasil penelitian lapangan, sehingga kesimpulan belum dapat menjelaskan temuan empiris mengenai implementasi etika bisnis Islam pada UMKM Oleh-Oleh Khas Tembilahan Inoey secara spesifik.

Daftar Pustaka

- Adoe, V. S., Permadi, I., & Herawaty, M. T. (2025). *Buku Manajemen Penjualan dan Kewiraniagaan*. CV. Science Techno Direct.
- Ahmad, Z. (2020). *Islamic Business Ethics*. Pustaka Al-Falah.
- Astuti, A. R. T. (2022). *Islam dan Etika Bisnis*. Penerbit IAIN Parepare Nusantara.
- Bank Indonesia. (2022). *Ekonomi Mikro Islam*. Bank Indonesia.
- Chapra, M. U. (2021). *Islam dan Tantangan Ekonomi* (Edisi ke-3). Gema Insani Press & Tazkia Institute.
- Febriyanti, D., & Mujiatun, S. (2024). Analisis implementasi etika bisnis Islam pada UMKM Muslim di sektor makanan dan minuman di Hamparan Perak. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Islam*, 6(7).
- Heizer, J., & Render, B. (2021). *Manajemen Operasional* (Edisi ke-11). Salemba Empat.
- Herviana, A., Widianingsih, M. M., Suparno, N. O., & Novita, Y. (2025). Penerapan etika bisnis Islam pada UMKM di Indonesia.
- Manasah, A., dkk. (2023). *Pengantar Ekonomi dan Keuangan Islam*. Lembaga Penerbitan Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Noorhasan, M., Abshor, U., & Wahyono, C. (2025). Implementasi etika bisnis Islam dalam proses produksi: Studi kasus pada industri UMKM Berkah Abadi. *JSE: Jurnal Sharia Economica*, 4(1).
- Rahman, A. (2021). *Doktrin Ekonomi Islam* (Edisi ke-4). Dana Bhakti Wakaf.
- Ramadhani, N. P., Aravik, H., & Choirunnisa. (2023). Analisis penerapan prinsip etika bisnis Islam pada UMKM di Rozza Bakery Palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Islam*, 3(1), 13–26.
- Sarjana, S., & Susandini, A. (2022). *Manajemen UMKM: Konsep dan Strategi di Era Digital*. Eureka Media Aksara.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (Edisi ke-3). Alfabeta.
- Susilowati, H., dkk. (2022). *Kinerja Bisnis UMKM di Era Digital*. Eureka Media Aksara.
- Tambunan, T. (2020). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*. LP3ES.
- Tim Penerbit Litnus. (2024). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Literasi Nusantara Abadi.
- Zulkifli. (2024). *Etika Bisnis Islam*. UIR Press.