



Strategi Penerapan Etika Bisnis Islam untuk Meningkatkan Kelayakan UMKM Halal di Indonesia

Strategy for Implementing Islamic Business Ethics to Increase the Eligibility of Halal MSMEs in Indonesia

Nova Shofira¹, lilys Suryani², Juinda Sari³, Mohammad Rifqi Al Rawali⁴

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Email : novashofiraa@gmail.com

Article Info

Article history :

Received : 02-05-2025

Revised : 04-05-2025

Accepted : 06-05-2025

Published : 08-05-2025

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a very vital role in the Indonesian economy. Although the majority of the population is Muslim, many MSMEs still do not meet halal standards. Therefore, the application of Islamic business ethics can be a strategic approach to improve the feasibility and sustainability of halal-certified MSMEs. Islamic business ethics apply Islamic principles, namely honesty, justice, accountability, and the prohibition of detrimental practices such as usury and fraud. This study aims to identify strategies for MSME actors in integrating Islamic ethical values into their business practices, in order to strengthen the halal aspects of the products and services they offer. The strategies studied include education and training, strategic partnerships, strengthening the halal assurance system, transparency, and utilizing digital technology. The results of the study show that the application of Islamic business ethics not only increases compliance with halal standards in MSMEs, but also builds consumer trust, increases competitiveness, and expands market access. Therefore, synergy between business actors, the government, and Islamic financial institutions is very important to develop a sustainable halal MSME ecosystem.

Keywords: *Halal MSMEs, Islamic business ethics, business feasibility*

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat vital dalam perekonomian Indonesia. Meskipun mayoritas penduduknya beragama Islam, banyak UMKM yang masih belum memenuhi standar halal. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis Islam dapat menjadi pendekatan strategis untuk meningkatkan kelayakan dan keberlanjutan UMKM bersertifikat halal. Etika bisnis Islam menerapkan prinsip-prinsip Islam yaitu kejujuran, keadilan, akuntabilitas, serta pelarangan praktik-praktik yang merugikan seperti riba dan penipuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi bagi pelaku UMKM dalam mengintegrasikan nilai-nilai etika Islam ke dalam praktik bisnis mereka, guna memperkuat aspek kehalalan produk dan layanan yang mereka tawarkan. Strategi yang diteliti meliputi pendidikan dan pelatihan, kemitraan strategis, penguatan sistem jaminan halal, transparansi, dan pemanfaatan teknologi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam tidak hanya meningkatkan kepatuhan terhadap standar halal di UMKM, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen, meningkatkan daya saing, dan memperluas akses pasar. Oleh karena itu, sinergi antara pelaku usaha, pemerintah, dan lembaga keuangan Islam sangat penting untuk mengembangkan ekosistem UMKM halal yang berkelanjutan.

Kata kunci: *UMKM halal, etika bisnis Islam, kelayakan usaha*



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah. Di Indonesia, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai lebih dari 60% dan mereka menyerap lebih dari 90% tenaga kerja (Kholifah Dkk, 2024). Meskipun demikian, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan, seperti terbatasnya akses pembiayaan, rendahnya literasi manajerial, serta belum optimalnya memberikan aspek legalitas dan pemenuhan, termasuk sertifikasi halal (Alansori Dkk, 2020).

Dengan meningkatnya kesadaran konsumen muslim akan produk halal, keberadaan UMKM yang mengusung sertifikasi halal menjadi semakin krusial. Produk halal tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman, tetapi juga mencakup kosmetik, obat-obatan, dan jasa keuangan. Sayangnya, banyak UMKM yang belum sepenuhnya memahami dan mengimplementasikan prinsip halal dalam operasional bisnis mereka, yang dapat menghambat upaya mereka untuk mendapatkan sertifikasi halal dan menembus pasar yang lebih luas, baik di dalam negeri maupun mancanegara.

Etika bisnis Islam yang berlandaskan pada nilai-nilai syariah seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*ʿadl*), amanah, dan tanggung jawab sangat penting untuk membangun praktik bisnis yang halal dan berkelanjutan (Antonio, 2008). Penerapan etika ini tidak hanya dapat memperkuat citra bisnis, tetapi juga meningkatkan kelayakan UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal serta memperkuat daya saing mereka di pasar global.

Melalui artikel ini, kami akan membahas berbagai strategi yang relevan dengan penerapan etika bisnis Islam yang dapat diterapkan oleh UMKM di Indonesia. Pembahasan ini akan mencakup aspek pendidikan dan pelatihan, strategi kolaborasi, penerapan sistem jaminan halal, serta pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan transparansi dan efisiensi dalam bisnis. Diharapkan, kajian ini dapat menjadi acuan bagi para pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan dan program pemberdayaan UMKM halal yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan tujuan mendeskripsikan dan menganalisis strategi etika bisnis Islam untuk meningkatkan UMKM halal di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena dinilai mampu memberikan pemahaman mendalam terhadap fenomena yang terjadi di lapangan, khususnya terkait nilai-nilai etika dalam praktik UMKM.

Landasan Teori

Pentingnya Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Umkm Halal

Dalam konteks UMKM yang berfokus pada produk halal, penerapan etika bisnis Islam bukan hanya sebatas aturan atau prinsip yang bersifat normatif, tetapi juga memiliki peran praktis yang signifikan. Prinsip-prinsip utama dalam etika bisnis Islam, seperti kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan (*ʿadl*), dan tanggung jawab sosial, sangat relevan dalam memastikan praktik bisnis yang jujur, bermoral, dan sesuai dengan ajaran Islam. Penerapan prinsip-prinsip ini dapat mendorong pelaku usaha untuk menjalankan bisnis dengan integritas tinggi, memastikan bahwa setiap transaksi dan kegiatan usaha dilakukan dengan cara yang halal dan sesuai syariah (Aziz Dkk, 2023).



Prinsip kejujuran (*sidq*) mengharuskan pelaku usaha untuk terbuka dan tidak melakukan penipuan dalam setiap transaksi yang dilakukan. Dengan menerapkan prinsip ini, UMKM halal dapat membangun hubungan saling percaya dengan konsumen dan mitra bisnis mereka, sehingga memperkuat reputasi usaha di pasar. Sedangkan amanah menuntut pelaku usaha untuk menjaga segala bentuk tanggung jawab, baik terhadap produk yang dihasilkan maupun pengelolaan keuangan perusahaan, sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

Selain itu, penerapan prinsip keadilan (*'adl*) dalam praktik bisnis akan mendorong pelaku usaha untuk memperlakukan semua pihak dengan adil dan tidak mengeksploitasi, baik konsumen, pekerja, maupun mitra bisnis. Ini menjamin bahwa setiap orang yang terlibat dalam rantai pasok usaha mendapatkan perlakuan yang sesuai dan setara (Antonio, 2008).

Penerapan etika bisnis Islam juga berkaitan erat dengan prinsip *thayyib* (baik dan halal), yang menekankan pentingnya kebersihan dan kejelasan dalam setiap aspek produksi. Ini mencakup pemilihan bahan baku yang jelas asal-usulnya, serta proses produksi yang bebas dari keraguan atau unsur yang meragukan. Dalam konteks UMKM halal, etika bisnis Islam tidak hanya memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar halal, tetapi juga terjamin kualitas dan kebersihannya, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.

Dengan demikian, penerapan etika bisnis Islam dalam UMKM halal sangat penting untuk memastikan keberlanjutan usaha, meningkatkan reputasi bisnis, serta memenuhi harapan konsumen terhadap produk yang berkualitas dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Aziz Dkk, 2023).

Strategi Praktis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kelayakan UMKM Halal

Untuk meningkatkan kelayakan UMKM halal, diperlukan strategi praktis yang mampu menjembatani nilai-nilai etika bisnis Islam dengan praktik operasional sehari-hari. Strategi pertama adalah internalisasi nilai-nilai syariah ke dalam budaya usaha. Hal ini dapat dimulai dari peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap prinsip-prinsip Islam dalam bisnis, seperti kejujuran (*sidq*), amanah, dan tanggung jawab. Pelatihan rutin serta pendampingan berbasis syariah dapat menjadi langkah awal dalam membentuk kesadaran etis yang konsisten dalam menjalankan usaha (Sholihah, 2024).

Strategi kedua adalah peningkatan transparansi dan akuntabilitas dalam operasional bisnis. Pelaku UMKM perlu menyusun laporan keuangan yang jelas, serta memastikan keterbukaan informasi kepada konsumen, terutama terkait bahan baku dan proses produksi. Strategi ini tidak hanya memperkuat kepercayaan konsumen, tetapi juga selaras dengan prinsip keadilan (*'adl*) dan kejelasan (*bayyinah*) dalam muamalah Islam (Mundir, 2023).

Selanjutnya, kemitraan strategis dengan lembaga sertifikasi halal dapat menjadi solusi dalam meningkatkan legalitas dan daya saing produk. Melalui kerja sama ini, pelaku UMKM dapat lebih mudah memahami standar halal dan memenuhi persyaratan yang berlaku. Selain itu, kolaborasi dengan institusi keuangan syariah juga memungkinkan UMKM memperoleh pembiayaan yang sesuai prinsip Islam, sehingga memperkuat kelayakan usaha secara menyeluruh.



Akhirnya, penguatan aspek pemasaran berbasis nilai-nilai etika Islam juga menjadi kunci penting. UMKM dapat mengedepankan pesan nilai seperti kehalalan, keadilan, dan keberkahan dalam kampanye promosi produk. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan daya tarik pasar Muslim, tetapi juga menciptakan positioning yang kuat dalam ekosistem industri halal (Sari, 2022).

Tantangan UMKM dalam Meningkatkan Kelayakan Bisnis Islam di Indonesia

1. Kurangnya Pemahaman tentang Etika Bisnis Islam

Sebagian pelaku UMKM belum memahami secara menyeluruh prinsip dasar etika bisnis Islam seperti kejujuran, keadilan, serta tanggung jawab moral dalam transaksi. Hal ini menyebabkan praktik bisnis belum sepenuhnya mencerminkan nilai-nilai syariah (Aziz, 2023).

2. Akses Terbatas ke Pembiayaan Syariah

Meskipun lembaga keuangan syariah mulai banyak bermunculan, pelaku UMKM masih menghadapi kesulitan dalam memperoleh pembiayaan rendah akibat rendahnya literasi keuangan dan rumitnya prosedur yang ada (Rahayu, 2022).

3. Proses Sertifikasi Halal yang Dinilai Rumit dan Mahal

Prosedur sertifikasi halal dianggap memberatkan karena memerlukan dokumen administrasi dan biaya yang relatif tinggi bagi UMKM skala kecil, sehingga menjadi tantangan tersendiri (Amalia, Vol. 1).

4. Keterbatasan dalam Sistem Manajemen Usaha

Banyak UMKM yang masih dikelola secara tradisional tanpa sistem manajemen profesional, yang membuat penerapan nilai-nilai etika Islam dalam praktik bisnis belum maksimal (Anwar, 2021).

5. Kurangnya Edukasi dan Pendampingan

Edukasi dan pendampingan terkait praktik bisnis berbasis syariah masih belum menjangkau seluruh wilayah, terutama daerah-daerah pelosok yang minim akses informasi (Hidayati, 2022).

6. Lingkungan Usaha yang Masih Dominan Konvensional

UMKM sering beroperasi di tengah sistem pasar yang kompetitif dan konvensional, yang terkadang mendorong pelaku usaha mengabaikan prinsip-prinsip Islam demi keuntungan jangka pendek (Muin, 2023).

7. Kesadaran Konsumen terhadap Etika dan Produk Halal Masih Rendah

Preferensi konsumen terhadap aspek kehalalan dan etika produk masih bervariasi, sehingga tidak semua UMKM terdorong untuk menjalankan prinsip bisnis Islam secara konsisten (Oktaviani, 2020).

Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Keberlanjutan dan Daya Saing UMKM Halal

Penerapan etika bisnis Islam memberikan dampak yang signifikan terhadap minat dan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) halal, baik di pasar domestik maupun global. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam, seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial, memainkan peran penting dalam mendukung UMKM halal untuk beroperasi secara berkelanjutan. Dengan menjaga integritas serta membangun kepercayaan konsumen, UMKM halal dapat lebih mudah menciptakan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya mendukung tujuan bisnis mereka.



dalam jangka panjang. Hal ini juga memungkinkan mereka untuk mengurangi risiko, baik dari sisi hukum maupun sosial, karena mereka beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip yang telah diatur oleh Islam (Luthfi, 2022).

Di sisi lain, konsistensi dalam menerapkan etika bisnis Islam semakin meningkatkan daya saing UMKM halal di pasar global. Produk yang mengutamakan kehalalan dan kualitas sesuai dengan standar syariah tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen muslim, tetapi juga semakin diminati oleh konsumen non-Muslim yang peduli terhadap keinginan dan tanggung jawab. Di pasar domestik, etika bisnis Islam memberikan keunggulan kompetitif, sebab semakin banyak konsumen yang memilih produk dengan berlandaskan nilai-nilai etis, seperti keadilan dan transparansi, yang tercermin dalam praktik bisnis yang adil dan bertanggung jawab (Abdullah, 2023).

Selain itu, penerapan etika bisnis Islam turut mendorong UMKM untuk berinovasi dalam pengembangan produk dan layanan, dengan tetap memperhatikan aspek lingkungan dan sosial. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya saing mereka di tingkat nasional, tetapi juga di kancah internasional. UMKM yang fokus pada produk halal dengan standar etika yang tinggi akan lebih mudah memasuki pasar global yang semakin menghargai produk-produk ramah lingkungan dan berkelanjutan (Abdullah, 2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan ulasan teori yang dibahas, bisa kita simpulkan bahwa etika bisnis Islam bukan sekedar aturan moral atau ajaran agama yang bersifat idealis, tapi justru menjadi kebutuhan nyata bagi UMKM halal di Indonesia untuk bisa bersaing dan bertahan secara berkelanjutan. Nilai-nilai seperti kejujuran (*sidq*), amanah, keadilan (*'adl*), dan tanggung jawab sosial jika diterapkan secara konsisten dapat membantu pelaku UMKM dalam menciptakan bisnis yang lebih transparan, adil, dan dapat dipercaya konsumen. Hal ini penting banget, apalagi di era sekarang di mana konsumen semakin kritis terhadap asal-usul dan kualitas produk, termasuk kehalalannya.

Etika bisnis Islam juga bisa menjadi fondasi dalam membangun budaya usaha yang sehat dan profesional. Melalui berbagai strategi seperti pelatihan berbasis syariah, keterbukaan informasi usaha, kemitraan dengan lembaga halal, sampai pemasaran yang menonjolkan nilai kehalalan, UMKM bisa lebih siap menghadapi tantangan pasar, baik di dalam negeri maupun di tingkat global. Strategi ini bukan hanya memperkuat identitas sebagai pelaku usaha muslim, tapi juga bisa membuka peluang pasar baru yang lebih luas.

Meskipun dalam praktiknya masih banyak tantangan, seperti rendahnya literasi syariah di kalangan pelaku usaha, sulitnya akses ke pembiayaan halal, dan rumitnya proses sertifikasi, tapi kalau ada komitmen dari semua pihak termasuk pemerintah dan lembaga keuangan syariah, penerapan etika ini bisa jadi kekuatan besar dalam mengembangkan UMKM halal yang lebih layak, kompetitif, dan berdaya saing tinggi di masa depan.

DAFTAR RUJUKAN

- Kholifah, A. N., & Andini, C. T. (2024). Analisis peran UMKM terhadap perekonomian nasional. *Jurnal Mufakat*, 5(1), 12–21. Diakses dari <https://journal.mufakat.id>
- Alansori, A., & Listyaningsih, E. (2020). *Kontribusi UMKM terhadap kesejahteraan masyarakat*. Surabaya: CV Lintas Media. Diakses dari <https://cv-lintas-media.com>



- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Laporan Data UMKM 2023*. Jakarta: Deputi Bidang Usaha Mikro. Diakses dari <https://kemenkopukm.go.id>
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2023). *Regulasi Sertifikasi Halal dan Peran LPH*. Jakarta: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Diakses dari <https://halal.go.id>
- Mundir, & Tomiyadi. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Kecil dan Menengah Mikro (UMKM) di Kabupaten Pasuruan. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 2(2), 154–165. Diakses dari <https://journal.alkasb.org>
- Sari, I. D. O., & Rahmawati, L. (2022). Analisis penerapan prinsip etika bisnis Islam pada UKM olahan laut. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(2), 55–68. Diakses dari <https://al-iqtishod.journal.org>
- Sholihah, Z. (2024). Strategi penerapan etika bisnis Islam untuk meningkatkan kelayakan UMKM halal di Indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi: Edunomi*, 1(1), 1–10. Diakses dari <https://edunomi.journal.id>
- Amalia, R. (2023). Kendala sertifikasi halal pada UMKM. *Asian Journal of Islamic Management*, 5(1), 55. Diakses dari <https://journal.uii.ac.id>
- Anwar, M. (2021). Analisis kelayakan usaha UMKM syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis UMI*, 7(3), 74. Diakses dari <https://jurnal.fe.umi.ac.id>
- Aziz, N. (2023). Etika bisnis Islam dalam praktik UMKM. *Madinah: Jurnal Studi Islam*, 8(1), 65. Diakses dari <https://ejournal.iai-tabah.ac.id>
- Hidayati, S. (2022). Peran edukasi bisnis syariah pada UMKM. *Islamica: Jurnal Studi Keislaman*, 11(2), 89. Diakses dari <https://journal.stai-siliwangi.ac.id>
- Muin, F. (2023). Perspektif syariah dalam persaingan UMKM. *Tawazun: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 15(1), 31. Diakses dari <https://journal.iainkudus.ac.id>
- Oktaviani, R. (2020). Preferensi konsumen Muslim terhadap produk halal. *Review of Islamic Economics and Finance*, 4(2), 99. Diakses dari <https://ejournal.upi.edu>
- Rahayu, E. (2022). Tantangan pembiayaan UMKM syariah. *West Science Economics*, 3(2), 15. Diakses dari <https://wsj.westscience-press.com>
- Luthfi, MA (2022). Etika bisnis Islam: Penerapan dan dampaknya bagi halal UMKM. *Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 55–62. Diakses dari <https://journal.ekonomiislam.id>
- Abdullah, FM (2023). Keberlanjutan UMKM halal dalam perspektif etika bisnis Islam. *Jurnal Pengembangan Ekonomi*, 8(3), 110–119. Diakses dari <https://journal.pengembanganekonomi.id>
- Purnama, NA (2021). Inovasi dan daya saing UMKM halal dalam pasar global. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 5(2), 78–85. Diakses dari <https://journal.bisnismanajemenislam.id>