**PERAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO,
KECIL DAN MENENGAH(UMKM) DIKOTA PALEMBANG*****THE ROLE OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS ON THE PERFORMANCE OF
MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs)
IN PALEMBANG CITY*****Siska Amelia¹, Nazwa Khoirrun Nisa², Serli Zahra³, Rully Ferdianto⁴**

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Email: siskaameliaputri12473@gmail.com**Article Info**

Article history :

Received : 13-05-2025

Revised : 14-05-2025

Accepted : 16-05-2025

Published : 18-05-2025

Abstract

This study aims to analyze the role of Islamic business ethics on the performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Palembang City. In the context of Islamic economics, business ethics not only concerns individual behavior, but also becomes a guideline in carrying out economic activities that are fair, transparent, and responsible. The research method used is a qualitative approach with direct observation techniques to Muslim MSME actors in Palembang City. The results of the study show that MSME actors who apply Islamic ethical principles such as honesty, trustworthiness, justice, and responsibility tend to have more stable performance and gain high trust from consumers. Business ethics have also been proven to be able to increase customer loyalty, create a positive business image, and encourage more professional management. However, challenges are still found, such as the low theoretical understanding of business actors regarding the concept of Islamic business ethics and minimal assistance from related institutions. Therefore, there needs to be collaboration between the government, Islamic financial institutions, and the community in supporting the sustainability of MSMEs based on Islamic values. Islamic business ethics, if applied consistently, can be an important foundation in strengthening the role of MSMEs as pillars of an independent, ethical, and competitive people's economy.

Keywords: Islamic Business Ethics, MSMEs, Business Performance**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran etika bisnis Islam terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang. Dalam konteks ekonomi Islam, etika bisnis bukan hanya menyangkut perilaku individu, tetapi juga menjadi pedoman dalam menjalankan aktivitas ekonomi yang berkeadilan, transparan, dan penuh tanggung jawab. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik observasi langsung ke pelaku UMKM muslim di Kota Palembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang menerapkan prinsip-prinsip etika Islam seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab cenderung memiliki kinerja yang lebih stabil dan mendapatkan kepercayaan yang tinggi dari konsumen. Etika bisnis juga terbukti mampu meningkatkan loyalitas pelanggan, menciptakan citra positif usaha, dan mendorong pengelolaan manajemen yang lebih profesional. Namun demikian, tantangan masih ditemukan, seperti rendahnya pemahaman teoritis pelaku usaha terhadap konsep etika bisnis Islam serta minimnya pendampingan dari lembaga terkait. Oleh karena itu, perlu adanya kolaborasi antara pemerintah, lembaga keuangan syariah, dan masyarakat dalam mendukung keberlangsungan UMKM yang berbasis nilai-nilai Islam. Etika bisnis Islam, bila diterapkan secara konsisten,

dapat menjadi fondasi penting dalam memperkuat peran UMKM sebagai pilar ekonomi umat yang mandiri, etis, dan berdaya saing.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, UMKM, Kinerja Usaha

PENDAHULUAN

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian nasional Indonesia karena memiliki ketahanan ekonomi yang baik, kemampuan untuk menyerap banyak tenaga kerja, dan kontribusi yang signifikan terhadap PDB. Usaha mikro menjadi jenis usaha yang paling dominan dalam lingkup UMKM, baik dari segi jumlah maupun distribusinya. Bisnis ini biasanya dikelola secara mandiri oleh individu atau keluarga, dan memiliki skala modal dan keuntungan yang terbatas, tetapi memiliki peran penting dalam mendukung kehidupan ekonomi masyarakat lapisan bawah.

Penjualan es kelapa muda adalah salah satu jenis usaha mikro yang berkembang di masyarakat. Bisnis ini sering terjadi di berbagai sudut kota maupun pedesaan, terutama di tempat yang panas dan ramai oleh aktivitas masyarakat, seperti di dekat pasar, sekolah, rumah sakit, atau pinggir jalan utama. Produk es kelapa muda disukai karena menyegarkan, menyehatkan, dan murah. Prakteknya, bisnis ini sangat fleksibel karena dapat dijalankan dengan peralatan sederhana dan di lokasi yang tidak membutuhkan biaya sewa yang tinggi. Namun demikian, banyak usaha mikro seperti es kelapa muda ini masih jauh dari sistem hukum dan regulasi formal, meskipun memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi pelaku usahanya. Meskipun produk yang dijual diklaim alami dan tidak mengandung zat berbahaya, sebagian besar pelaku usaha masih menjalankan bisnisnya tanpa dokumen legal seperti Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Nomor Induk Berusaha (NIB), Surat Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK), atau sertifikasi halal. Faktor utama yang menghalangi proses formalitas ini adalah kurangnya kesadaran akan pentingnya legalitas usaha dan keyakinan bahwa perizinan tidak perlu dan rumit bagi usaha kecil. Sebaliknya, dari sudut pandang sosial ekonomi, usaha es kelapa muda dapat memberikan kontribusi yang nyata, seperti membantu para bisnis memenuhi kebutuhan sehari-hari melalui keuntungan yang mereka peroleh, memberikan peluang usaha bagi masyarakat bermodal kecil, dan mendukung petani lokal sebagai pemasok bahan baku kelapa muda.

Usaha ini memiliki potensi untuk berkembang dan menciptakan lapangan kerja baru di masa mendatang, meskipun saat ini dijalankan secara mandiri tanpa karyawan. Produk ini juga murah, mendukung akses terhadap makanan dan minuman sehat. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa usaha mikro seperti ini menghadapi banyak masalah. Ini termasuk kapasitas produksi yang terbatas, harga bahan baku yang berubah-ubah sesuai musim, dan ketergantungan yang tinggi pada kondisi kesehatan dan kehadiran pemilik usaha. Jika tidak diiringi dengan kekuatan legalitas dan dukungan sosial ekonomi yang memadai, tantangan-tantangan ini membahayakan keberlanjutan usaha.

Tinjauan Pustaka

1. Pengertian etika bisnis islam

Sistem nilai dan norma yang berasal dari ajaran Islam dikenal sebagai etika bisnis Islam, yang mengatur bagaimana bisnis menjalankan aktivitas ekonominya. Keuntungan material bukan satu-satunya prioritas etika ini; keberkahan dan keadilan sosial juga merupakan prioritas

utama. Menurut Silviyah & Lestari (2022), etika bisnis Islam didasarkan pada prinsip-prinsip seperti kejujuran (shidq), amanah, tanggung jawab (mas'uliyah), keadilan ('adl), dan menghindari riba, gharar, dan risywah. Banyak ayat dan riwayat dalam Al-Qur'an dan Hadis yang menekankan pentingnya berdagang secara adil dan jujur. Rasulullah SAW adalah pedagang yang amanah dan contoh bisnis. Pelaku usaha dalam ekonomi syariah diharuskan untuk mengimbangi kepentingan pribadi dengan kepentingan sosial. Jika dilakukan sesuai dengan aturan syariah, aktivitas ekonomi dianggap sah dan bernilai ibadah. Oleh karena itu, etika bisnis Islam tidak hanya berfungsi sebagai norma, tetapi juga relevan untuk kehidupan sehari-hari pelaku usaha, terutama dalam sektor usaha kecil dan menengah (UMKM) yang sebagian besar dimiliki oleh orang Muslim.

2. Peran UMKM dalam ekonomi

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat strategis dalam perekonomian nasional Indonesia. Lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan 97 % tenaga kerja nasional berasal dari UMKM, menurut data Kementerian Koperasi dan UKM. Karena skala usahanya yang luas dan disesuaikan dengan kebutuhan lokal, UMKM juga terbukti tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi.

Secara operasional, terdapat banyak cara untuk mengukur kinerja UMKM, seperti pertumbuhan penjualan, efisiensi operasional, ekspansi pasar, kedatangan bisnis, dan kepuasan pelanggan. Menurut penelitian Hasna (2022), perusahaan kecil dan menengah (UMKM) dengan tata kelola yang baik dapat tumbuh secara berkelanjutan jika menerapkan nilai etika dan moral yang kuat dalam menjalankan bisnisnya.

3. Hubungan antara etika bisnis islam dan kinerja UMKM

Secara konsisten, penerapan etika bisnis Islam dapat meningkatkan kinerja UMKM. Etika ini dapat menumbuhkan kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen, memperkuat loyalitas pelanggan, dan menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan berkelanjutan. Menurut Silviyah & Lestari (2022), usaha kecil dan menengah (UMKM) yang menganut prinsip Islam cenderung lebih bertanggung jawab, disiplin, dan sangat berkomitmen terhadap kualitas barang atau jasa yang mereka tawarkan.

Dalam praktiknya, pelaku UMKM yang mengikuti prinsip kejujuran, misalnya, akan mendapatkan reputasi baik dan menghindari konflik dengan konsumen, sedangkan prinsip amanah membuat mereka menjaga kepercayaan pelanggan dan memelihara hubungan jangka panjang. Sementara itu, prinsip keadilan menuntut upaya untuk menetapkan harga yang wajar dan tidak merugikan konsumen, menurut penelitian sebelumnya.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Fokus utama penelitian adalah memahami makna, nilai, dan praktik yang diterapkan oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Palembang dan bagaimana etika bisnis Islam berkontribusi pada kinerja usaha mereka. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif deskriptif dianggap relevan. Melalui keterlibatan langsung di lapangan, penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mempelajari fenomena secara mendalam dan memberikan

kesempatan untuk memahami konteks sosial dan budaya yang melingkupi praktik bisnis pelaku UMKM. Dengan kata lain, penelitian ini melihat dari perspektif teori tetapi juga dari perspektif praktik yang terjadi di lingkungan usaha mikro di Kota Palembang.

2. Tempat dan Durasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Palembang, Sumatera Selatan. Lokasi pengamatan meliputi beberapa titik usaha mikro, seperti makanan kaki lima dan penjual minuman segar es kelapa, serta bisnis rumahan di sekitar Pasar jalan panca usaha. Lokasi ini dipilih karena banyaknya usaha kecil yang bekerja sendiri dan merupakan representasi dari UMKM lokal. Penelitian akan dilakukan dari pertengahan Maret hingga akhir April 2025. Pengumpulan data dilakukan secara bertahap di lokasi bisnis secara langsung selama jam kerja.

3. Tujuan dan Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah para pelaku UMKM yang beragama Islam dan aktif menjalankan usahanya. Mereka adalah orang-orang yang memiliki usaha dan mengelolanya sendiri. Objektif penelitian adalah penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam yang tercermin dalam perilaku dan keputusan bisnis mereka, serta bagaimana hal ini berdampak pada kinerja bisnis dalam hal keberlangsungan, kepuasan pelanggan, dan keuntungan. Sampling purposive digunakan untuk memilih subjek:

- a. Usaha berskala mikro atau kecil, yang memiliki kurang dari lima karyawan.
- b. Pemilik usaha beragama Islam dan berpartisipasi langsung dalam operasi bisnis.
- c. Usaha telah beroperasi selama setidaknya enam bulan terakhir.
- d. Bersedia menjadi responden dan diwawancarai secara langsung oleh peneliti.

4. Metode Pengumpulan Informasi

Tiga teknik pengumpulan data utama digunakan dalam penelitian ini:

- a. Observasi Partisipatif: Peneliti melakukan pengamatan langsung di lokasi usaha untuk melihat perilaku pelaku UMKM, interaksi mereka dengan pelanggan, proses transaksi, dan cara mereka mempromosikan dan mempertahankan usahanya. Kejujuran dalam penyampaian informasi produk, keadilan dalam penetapan harga, keterbukaan dalam transaksi, dan tanggung jawab sosial seperti pelayanan dan kebersihan adalah topik utama observasi ini.
- b. Wawancara Mendalam (In-Depth Interview): Narasumber utama dalam wawancara ini adalah pelaku UMKM. Karena wawancara bersifat semi-terstruktur, peneliti dapat mengumpulkan informasi yang lebih fleksibel. Namun, wawancara tetap fokus pada topik utama, yaitu pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam serta bagaimana hal itu memengaruhi kinerja bisnis. Pertanyaan yang diajukan meliputi: Apakah pelaku usaha memiliki pemahaman tentang konsep etika Islam?

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Bisnis Mikro Kecil dan Menengah Islam di Kota Palembang

Dengan statusnya sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Selatan, Palembang memiliki mayoritas penduduk beragama Islam. Dengan berbagai bisnis seperti kuliner, mode muslim, layanan kebersihan, percetakan, pertanian kota, dan produksi kerajinan, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) berfungsi sebagai tulang punggung ekonomi masyarakat Palembang. Observasi langsung dan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM di beberapa kecamatan (Seberang Ulu I, Seberang Ulu II, Ilir Barat I, Ilir Timur II, Plaju, dan Kertapati) menunjukkan bahwa sebagian besar mengelola bisnis mereka dengan pendekatan kekeluargaan dan nilai-nilai Islam. Mereka mengaku bekerja berdasarkan agama untuk menghindari riba, menjaga kualitas, dan memperlakukan pelanggan dengan adil. Sebagian besar responden telah menjalankan bisnis mereka selama lebih dari tiga tahun, dengan omset bulanan rata-rata antara 3 juta dan 15 juta rupiah. Mereka menggunakan platform digital seperti Facebook Marketplace dan WhatsApp untuk memperluas pasar mereka. Selain itu, mereka berjualan secara langsung di pasar konvensional dan rumah.

Pelaksanaan Prinsip Bisnis Islam dalam Usaha Dalam kegiatan ekonomi, etika bisnis Islam mencakup prinsip-prinsip moral, spiritual, dan sosial, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab, serta larangan eksploitasi dan penipuan.

- a. Kejujuran (Shidq) sebagai Inti dari Komunikasi Kejujuran dalam proses transaksi dan dalam menyampaikan kondisi produk adalah prioritas utama bagi sebagian besar pelaku UMKM yang diamati. Ini ditunjukkan oleh bisnis baju muslim di daerah Lemabang yang menolak menjual produk yang cacat kepada pelanggan dan secara terbuka menginformasikan kondisi produk tersebut. Kejujuran ini meningkatkan loyalitas pelanggan, yang mengarah pada peningkatan penjualan.
- b. Tanggung Jawab dan Amanah (Amanah wa Mas'uliyah) Amanah tercermin dalam cara pelaku UMKM menjaga kualitas produk dan menghargai waktu pelanggan. Seorang pemilik bisnis katering di Plaju mengatakan bahwa mereka selalu mengantarkan pesanan tepat waktu karena mereka pikir mengkhianati pelanggan jika mereka terlambat. Sikap ini menunjukkan bahwa usaha adalah ibadah dan harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab.
- c. Menahan diri dari penipuan (Gharar, Najasy, Risywah) Pelaku UMKM menyadari bahwa kecurangan, manipulasi, dan sogokan adalah haram dalam Islam. Mereka biasanya menghindari kompetisi yang tidak sehat, seperti menurunkan harga atau menjelekkkan produk pesaing. Ini menunjukkan bahwa praktik bisnis Islam telah menghasilkan lingkungan bisnis yang lebih sehat dan berkelanjutan.
- d. Keseimbangan Spiritual dan Materiil: Para pelaku usaha mengatakan bahwa mereka melakukan usaha mereka sebagai ibadah dan cara mencari berkat, bukan hanya untuk mendapatkan uang. Ini membuat mereka lebih sabar dan ikhlas saat menghadapi tantangan bisnis.

- e. Mencegah Konflik Sosial dan Hukum Dengan mempertahankan etika, pelaku usaha lebih sedikit mengalami masalah hukum atau konflik sosial. Ini memperpanjang umur usaha dan menciptakan hubungan yang harmonis dengan lingkungan sekitar.

Kendala yang Menghadapi Pelaksanaan Etika Bisnis Islam

Meskipun sebagian besar bisnis kecil dan menengah (UMKM) berusaha menerapkan prinsip-prinsip etika Islam, ada beberapa tantangan yang menghalangi mereka untuk melakukannya dengan baik, seperti: Kurangnya Pemahaman Konseptual: Beberapa pelaku usaha tidak memiliki pemahaman teoretis tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Kebanyakan dari mereka bergantung pada tradisi atau nilai-nilai tradisional daripada pendidikan formal tentang etika bisnis Islami.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan analisis terhadap penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas UMKM di Kota Palembang, dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai etika Islam memegang peran yang sangat signifikan dalam menunjang keberhasilan dan keberlangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah yang dijalankan oleh pelaku Muslim. Etika bisnis Islam tidak hanya menjadi panduan moral, tetapi juga strategi bisnis yang memberikan nilai tambah dalam interaksi sosial-ekonomi sehari-hari.

Secara umum, pelaku UMKM di Kota Palembang telah mengimplementasikan prinsip-prinsip utama dalam etika bisnis Islam seperti kejujuran (*shidq*), amanah, keadilan, dan tanggung jawab. Penerapan nilai-nilai tersebut menciptakan hubungan yang harmonis antara penjual dan pembeli, memperkuat loyalitas konsumen, menjaga reputasi usaha, dan menciptakan kestabilan finansial jangka panjang. Etika bisnis juga berkontribusi dalam membangun kepercayaan, baik di antara sesama pelaku usaha maupun antara pengusaha dengan masyarakat sekitar.

Dampak positif penerapan etika bisnis terlihat dari meningkatnya kinerja UMKM dalam aspek pemasaran, keuangan, pelayanan, dan manajemen sumber daya manusia. Pelaku usaha yang menjadikan Islam sebagai fondasi dalam berbisnis menunjukkan ketahanan lebih tinggi dalam menghadapi persaingan dan dinamika pasar. Bahkan dalam situasi yang penuh tekanan, nilai-nilai religius membantu pelaku usaha tetap konsisten pada prinsip moral dan integritas, sehingga usaha mereka terhindar dari praktik curang dan merugikan pihak lain.

Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala yang menghambat penerapan etika bisnis secara menyeluruh, seperti kurangnya pemahaman teoritis tentang konsep etika bisnis Islam, pengaruh lingkungan usaha yang kompetitif secara tidak sehat, serta minimnya pendampingan dari lembaga keuangan dan pembina UMKM berbasis syariah. Kendala-kendala ini perlu menjadi perhatian bersama agar UMKM dapat berkembang secara seimbang antara aspek spiritual dan ekonomi.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa etika bisnis Islam merupakan pilar penting dalam penguatan sektor UMKM Islam di Palembang. Apabila nilai-nilai ini diterapkan secara konsisten dan mendapat dukungan dari berbagai pihak, maka UMKM dapat menjadi motor penggerak ekonomi umat yang berdaya saing tinggi, berkeadilan, dan penuh keberkahan.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku UMKM Islam:

Diharapkan untuk terus meningkatkan pemahaman tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam melalui pelatihan, kajian, atau kolaborasi dengan lembaga dakwah dan pendidikan Islam. Etika bisnis tidak hanya sekadar tuntunan akhlak pribadi, tetapi juga strategi jangka panjang untuk mempertahankan keberlanjutan usaha dan meningkatkan daya saing.

2. Bagi Pemerintah Daerah dan Instansi Terkait:

Perlu adanya program pembinaan dan pelatihan kewirausahaan berbasis syariah yang terintegrasi dalam kebijakan pengembangan UMKM. Pemerintah juga diharapkan menyediakan fasilitas edukasi dan akses ke pembiayaan syariah agar pelaku usaha dapat menjalankan bisnis dengan lebih profesional dan sesuai prinsip Islam.

3. Bagi Lembaga Keuangan Syariah dan Organisasi Islam:

Perlu terlibat aktif dalam memberikan pendampingan dan bimbingan kepada pelaku UMKM, khususnya dalam aspek manajemen keuangan, akad transaksi, dan strategi bisnis yang sesuai syariat. Kolaborasi antara lembaga keuangan syariah dan pelaku UMKM dapat menciptakan ekosistem usaha yang saling mendukung dan saling memberdayakan.

4. Bagi Akademisi dan Peneliti:

Penelitian tentang etika bisnis Islam dalam konteks UMKM perlu terus dikembangkan, khususnya dengan pendekatan empiris dan interdisipliner. Penelitian lanjutan dapat memperluas pemahaman mengenai keterkaitan antara nilai-nilai Islam dan pengembangan ekonomi lokal serta merumuskan model bisnis Islami yang aplikatif bagi pelaku UMKM di berbagai sektor.

5. Bagi Masyarakat Konsumen:

Diharapkan dapat memberikan dukungan kepada UMKM yang menerapkan prinsip etika Islam dengan memilih produk atau jasa mereka sebagai bentuk apresiasi dan pemberdayaan ekonomi umat. Dukungan ini penting untuk mendorong terciptanya pasar yang etis, adil, dan berkelanjutan.

Dengan penerapan etika bisnis Islam secara menyeluruh dan didukung oleh berbagai pihak, diharapkan UMKM di Kota Palembang dan wilayah lain dapat tumbuh menjadi kekuatan ekonomi yang mandiri, berdaya saing, serta mampu memberikan kontribusi nyata dalam pembangunan ekonomi umat secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasna, A. M. (2022). Pentingnya Etika dalam Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Youth & Islamic Economic Journal*, 3(2), 31–36.
- Hasna, A. M. (2022). Pentingnya Etika dalam Pertumbuhan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Youth & Islamic Economic Journal*, 3(02), 31-36.
- 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.

Silviah, 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.