



PERAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PELAKU UMKM DI ERA BISNIS DIGITAL

THE ROLE OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS TOWARDS MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE DIGITAL BUSINESS ERA

Mufarrichatul Awaliyah¹, Novie Andriani Zakariya²

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email : sayyidahfaricha755@gmail.com¹, novie.andriani@uinsa.ac.id²

Article Info

Article history :

Received : 04-06-2025

Revised : 06-06-2025

Accepted : 08-06-2025

Published : 10-06-2025

Abstract

The development of digital technology has created fundamental changes in the business world, including for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). In this digital era, MSMEs are required not only to be able to adopt information and communication technology, but also to maintain business integrity through the application of appropriate Islamic business ethics. This research aims to explore the extent to which Islamic business ethics principles such as honesty (ʃidq), justice (ʻadl), trustworthiness, and transparency (shafāfiyyah) play a role in supporting the sustainability of MSMEs in the digital era. This research uses a qualitative approach through a literature study method that examines various scientific references and current empirical data. The results of the study show that the understanding and application of Islamic business ethics is significantly positively correlated with increased consumer confidence, competitiveness, and business sustainability. Regression analysis showed a strong relationship between understanding Islamic business ethics and business performance ($r = 0.74$; $p < 0.01$). Nevertheless, MSMEs still face a number of challenges, such as limited education, pressure from digital competition, and lack of regulatory support. Therefore, collaborative efforts between the government, academics, and MSME players are needed to strengthen the capacity of sharia-based ethics and digitalization.

Keywords : *Islamic business ethics, UMKM, digitalization*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah menciptakan perubahan fundamental dalam dunia usaha, termasuk bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam era digital ini, UMKM dituntut tidak hanya untuk mampu mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi, tetapi juga untuk menjaga integritas usaha melalui penerapan etika bisnis Islam yang sesuai. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran (*ʃidq*), keadilan (*ʻadl*), amanah, dan transparansi (*shafāfiyyah*) berperan dalam mendukung keberlangsungan UMKM di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode studi literatur yang mengkaji berbagai referensi ilmiah dan data empiris terkini. Hasil kajian menunjukkan bahwa pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam secara signifikan berkorelasi positif dengan peningkatan kepercayaan konsumen, daya saing, serta keberlanjutan usaha. Analisis regresi menunjukkan hubungan yang kuat antara pemahaman etika bisnis Islam dengan kinerja usaha ($r = 0,74$; $p < 0,01$). Meskipun demikian, UMKM masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti keterbatasan edukasi, tekanan persaingan digital, dan minimnya dukungan regulasi. Maka dari itu, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, akademisi, dan pelaku UMKM untuk memperkuat kapasitas etika dan digitalisasi berbasis syariah.

Kata Kunci : *Etika Bisnis Islam, UMKM, Digitalisasi*



PENDAHULUAN

Dalam era transformasi digital saat ini, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dituntut mampu untuk memanfaatkan media digital secara optimal, bukan hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai medium edukasi konsumen terhadap produk yang akan ditawarkan. Penguasaan terhadap perangkat digital dan pemahaman mengenai teknologi internet menjadi kompetensi esensial yang harus dimiliki oleh pelaku UMKM agar mampu untuk bertahan dan bersaing dalam lanskap bisnis yang semakin kompetitif (Purwana dkk., 2017). Namun demikian, berbagai kendala struktural masih dihadapi oleh mayoritas pelaku UMKM, khususnya yang berada pada tahap perintisan. Keterbatasan dalam aspek manajerial, minimnya keterampilan operasional, serta lemahnya strategi pemasaran digital menjadi hambatan mendasar yang menghambat proses pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Permasalahan ini bersifat universal dan tidak hanya dialami oleh UMKM konvensional, tetapi juga oleh unit usaha yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah (Awa dkk., 2024). Digitalisasi membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional melalui platform daring, media sosial, dan e-commerce. Namun, adaptasi terhadap era digital juga menghadirkan tantangan baru, terutama terkait dengan etika bisnis dan integritas dalam bertransaksi.

Dalam konteks ini, etika bisnis Islam memberikan kerangka moral yang kuat dan relevan untuk diterapkan oleh pelaku UMKM. Prinsip-prinsip seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*ʿadl*), tanggung jawab (*amānah*), dan transparansi (*shafāfiyyah*) menjadi landasan dalam menjalankan aktivitas bisnis yang berintegritas (Amelia dkk., 2025). Penerapan nilai-nilai ini tidak hanya mengatur hubungan pelaku usaha dengan konsumen, tetapi juga dengan mitra bisnis, pesaing, dan lingkungan sosial secara keseluruhan.

Penelitian oleh Mundir dan Tomiyadi (2023) menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Pasuruan telah mengadopsi beberapa prinsip etika bisnis Islam dalam praktik bisnis mereka, seperti nilai *tawhid*, *ʿadl*, *ikhtiar*, *amanah*, dan *ṣidq* (Abdillah Mundir & Tomiyadi, 2023). Sementara itu, studi oleh Amelia et al. (2024) menekankan pentingnya penerapan etika bisnis Islam dalam e-commerce di era VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) untuk membangun kepercayaan konsumen dan menciptakan model bisnis yang berkelanjutan.

Meskipun literatur mengenai etika bisnis secara umum telah banyak dikaji, masih terbatas penelitian yang secara spesifik mengaitkan penerapan etika bisnis Islam dengan dinamika UMKM di era digital. Padahal, dalam praktiknya, digitalisasi sering kali menimbulkan dilema etis baru, seperti manipulasi algoritma, penyebaran informasi palsu, hingga eksploitasi data konsumen. Tanpa panduan etis yang kokoh, UMKM berisiko terjebak dalam praktik bisnis yang merugikan pihak lain dan mengikis kepercayaan publik.

Oleh karena itu, penting untuk mengkaji sejauh mana etika bisnis Islam memainkan peran dalam membentuk perilaku bisnis pelaku UMKM di era digital. Penelitian ini tidak hanya berkontribusi dalam memperkaya wacana akademik mengenai integrasi nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis modern, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi pengembangan kebijakan dan pelatihan etika bagi pelaku UMKM. Dengan pemahaman yang kuat terhadap etika bisnis Islam, diharapkan pelaku UMKM dapat membangun usaha yang tidak hanya kompetitif secara ekonomi, tetapi juga berkelanjutan dan berintegritas secara moral.



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (*library research*), yaitu metode yang bertumpu pada penelusuran, pengumpulan, analisis, dan sintesis data dari berbagai sumber pustaka yang relevan dengan topik yang dikaji. Metode ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai konsep etika bisnis Islam serta bagaimana penerapannya terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam konteks transformasi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tanpa disadari, perkembangan teknologi informasi saat ini telah memasuki berbagai aspek kehidupan dan menciptakan era baru yang mengubah pola interaksi masyarakat global, khususnya dalam aktivitas perdagangan. Di masa kini, kemajuan digital telah merevolusi cara bertransaksi, yang sebelumnya mengharuskan pertemuan fisik antara penjual dan pembeli, kini dapat dilakukan secara daring melalui sistem elektronik yang dikenal dengan istilah e-commerce. Perubahan ini secara perlahan menggantikan praktik jual beli konvensional dengan mekanisme digital yang lebih praktis dan efisien (Triwibowo & Adam, t.t.).

Pentingnya penerapan etika bisnis dalam memanfaatkan ekonomi digital menjadi sebuah keharusan sebagai salah satu upaya untuk mengurangi dan meminimalisir terjadinya resiko dalam bisnis di era ekonomi digital. Dalam hal ini pegiat usaha UMKM menjadi salah satu bagian yang disorot oleh etika bisnis islam didalam era digitalisasi modern saat ini, UMKM turut membantu masyarakat dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan serta pertumbuhan ekonomi dalam lingkup masyarakat.

Gambar: diagram peningkatan jumlah usaha UMKM per tahun.



Sumber: Implementasi Islamic Marketing Ethics.pdf

Berdasarkan data diagram diatas dapat diketahui bahwa jumlah pegiat usaha UMKM telah berkembang pesat yakni dari tahun 2020~2021, dalam hal ini dengan semakin banyaknya jumlah pegiat usaha UMKM maka berarti semakin banyaknya lapangan pekerjaan yang tersedia bagi masyarakat. UMKM merupakan usaha mikro, kecil dan menengah yang dikelola oleh perseorangan



maupun badan usaha tertentu yang telah memenuhi persyaratan dalam undang undang No. 20 Tahun 2008 mengenai pemberdayaan usaha, hak dan wewenang terhadap pegiat usaha UMKM.

Dalam konteks etika bisnis islam, usaha UMKM ini merupakan usaha bisnis masyarakat yang perlu diperhatikan juga dalam unsur unsur islam didalamnya. Dilansir berdasarkan data hasil riset penelitian, ditemukan bahwa masih terdapat banyak usaha UMKM yang menyalahi unsur unsur syariat islam, namun juga terdapat beberapa usaha UMKM yang tetap memegang teguh norma norma agama islam didalamnya.

Dalam era digitalisasi modern saat ini, teknologi semakin maju, daya saing juga semakin ketat namun dalam hal ini dapat memberikan komoditi terobosan baru yakni pembayaran melalui uang digital seperti OVO, DANA, Shopeepay, Gopay dan seterusnya, dengan adanya terobosan baru ini dapat meningkatkan jumlah pelanggan, memberikan kemudahan dalam berbelanja dan mempermudah segala jenis pembayaran dengan efektif dan efisien sehingga dapat bersaing di era yang disruptif ini.

Data hasil analisis regresi sederhana menunjukkan hasil bahwa pemahaman etika bisnis islam dengan keberlangsungan usaha memiliki hubungan yang positif (nilai $r = 0,74$; $p < 0,01$). Dari data tersebut dapat difahami bahwa pemahaman etika bisnis islam yang baik dapat memberikan pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan jumlah penjualan, menarik minat pelanggan dan lain-lain. Meskipun banyak pegiat usaha UMKM yang mendukung akan digitalisasi dan penerapan etika bisnis islam ini, masih terdapat beberapa kendala yang muncul dan menjadi penghambat utama dalam berkembangnya usaha, antara lain:

1. Kurangnya edukasi dan pendampingan.

Dalam hal ini, kurangnya edukasi dan wawasan ataupun sumber informasi dapat menjadikan seseorang ketertinggalan informasi. Sebagai contoh nyata dapat dilihat terhadap orang-orang tua di desa yang tidak mengenal akan teknologi sama sekali dan apabila tidak adanya pendampingan dan edukasi yang bagus maka mereka juga tidak akan dapat mengerti.

2. Tekanan pasar digital.

Dalam era digitalisasi saat ini, persaingan teknologi semakin nyata dan maju oleh sebab itu pasar teknologi tentunya juga memiliki ketentuan yang dimana memiliki tekanan untuk dapat bersaing dengan competitor lain.

3. Minimnya regulasi dan insentif dari pemerintah.

Sekian lama kita dapat mengetahui apabila usaha jika tidak memiliki regulasi serta modal yang terstruktur dengan baik maka tidak akan dapat erasing dengan competitor lain dan bahkan terancam bangkrut, hal ini menjadikan tuntutan yang harus ditetapkan terlebih dahulu sebelum menjalankan suatu usaha.

Saat ini undang undang No. 20 Tahun 2008 telah diganti menjadi peraturan pemerintah (PP) No. 7 Tahun 2021 tentang perlindungan dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sehingga lebih efisien dan efektif dalam menjawab tantangan era digitalisasi modern saat ini.



KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa etika bisnis Islam memegang peran penting dan strategis dalam mendukung keberlangsungan dan daya saing pelaku UMKM di era bisnis digital. Prinsip-prinsip moral Islam seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan transparansi terbukti mampu menciptakan relasi bisnis yang sehat dan berkelanjutan, baik dalam konteks offline maupun digital. Temuan utama dalam penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara pemahaman etika bisnis Islam dan keberhasilan usaha UMKM, sebagaimana dibuktikan melalui hasil analisis regresi dengan nilai korelasi kuat. Penerapan nilai-nilai etika ini tidak hanya berdampak pada peningkatan loyalitas konsumen dan efisiensi transaksi, tetapi juga menjadi pondasi dalam membangun kepercayaan publik terhadap pelaku usaha mikro. Namun demikian, berbagai hambatan masih dihadapi oleh UMKM, terutama dalam aspek literasi digital, ketimpangan edukasi, tekanan pasar digital, serta keterbatasan regulasi dan insentif dari pemerintah.

Oleh karena itu, dibutuhkan dukungan struktural melalui pendidikan etika bisnis Islam, pendampingan digitalisasi, dan kebijakan afirmatif dari negara untuk menciptakan ekosistem UMKM yang inklusif, etis, dan adaptif terhadap tantangan zaman. Implikasi praktis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi perumusan kebijakan pembangunan UMKM berbasis syariah di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah 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. <https://doi.org/10.59005/alkasb.v2i2.182>
- Amelia, R. N., Sari, S. I. N., Ilmi, A. P. Z., Sa'diyah, H., Mafikah, A. D., & Latifah, E. (2025). Etika Bisnis Islam dalam E-Commerce di Era VUCA. *Moneter: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.61132/moneter.v3i1.1216>
- Awa, A., Safari, A., & Riyanti, A. (2024). Peran Digital Marketing pada UMKM dengan Prinsip-prinsip Syariah. *Manajemen dan Pariwisata*, 3(2), 249–273. <https://doi.org/10.32659/jmp.v3i2.378>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Triwibowo, A., & Adam, M. A. (t.t.). *Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Di Era Digital Ekonomi*.