

Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Keberlangsungan UMKM di Kota Bima

Umifatun Suhadah¹, Husnatul Mahmudah², Muhammad Zia Ulhaq³

^{1,2,3}Universitas Muhamadiyah Bima

umifatunsuhadah@gmail.com¹, arraynez@gmail.com², ziaulhaq8816@gmail.com³

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) make an important contribution to the economy of Bima City. However, the sustainability of this sector continues to face various challenges, particularly in the implementation of Islamic business ethics. This study aims to analyze the implementation of Islamic business ethics principles, particularly honesty, trustworthiness, and justice, among MSMEs in Bima City; identify supporting and inhibiting factors; and formulate strategies to strengthen their application. This study employs a descriptive qualitative approach involving 15 informants from various business sectors. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The findings indicate that the implementation of the principles of honesty and justice remains varied. Some MSME actors still make ethical compromises due to price competition pressure and limited capital. In contrast, the principles of trustworthiness and responsibility tend to be applied more consistently, particularly among Tembe Nggoli woven-fabric artisans, who regard the preservation of traditional motifs as part of their cultural trust. The main supporting factors for the implementation of Islamic business ethics include the community's high level of religious awareness and local government support. Meanwhile, the inhibiting factors include unhealthy price competition, low Islamic financial literacy, and weak monitoring mechanisms. The recommended strengthening strategies include improving halal literacy, expanding access to Islamic financing, developing a value-based business ecosystem, promoting ethical MSME digitalization, and establishing community-based participatory monitoring.

Keywords : Islamic Business Ethics, MSME Sustainability, Bima City.

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi penting terhadap perekonomian Kota Bima. Namun, keberlanjutan sektor ini masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam penerapan etika bisnis Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam, khususnya kejujuran, amanah, dan keadilan pada UMKM di Kota Bima, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat, serta merumuskan strategi penguatannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan melibatkan 15 informan dari berbagai sektor usaha. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip kejujuran dan keadilan masih bervariasi. Sebagian pelaku UMKM masih melakukan kompromi etis akibat tekanan persaingan harga dan keterbatasan modal. Sebaliknya, prinsip amanah dan tanggung jawab cenderung diterapkan secara lebih konsisten, terutama pada pengrajin kain Tembe Nggoli yang memaknai pelestarian motif tradisional sebagai bagian dari amanah budaya. Faktor pendukung utama penerapan etika bisnis Islam meliputi tingginya kesadaran religius masyarakat dan dukungan pemerintah daerah, sedangkan faktor penghambatnya mencakup persaingan harga yang tidak sehat, rendahnya literasi keuangan syariah, serta lemahnya mekanisme pengawasan. Strategi penguatan yang direkomendasikan meliputi peningkatan literasi halal, perluasan akses pembiayaan syariah, pengembangan ekosistem bisnis berbasis nilai, digitalisasi UMKM yang beretika, serta pengawasan partisipatif berbasis komunitas.

Kata kunci : Etika Bisnis Islam, Keberlangsungan UMKM, Kota Bima.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi nasional (Muthiah, 2025). Keberadaannya tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berperan signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta menekan angka kemiskinan. UMKM menjadi motor penggerak yang mampu menjaga stabilitas ekonomi, terutama pada saat terjadi krisis, karena sifatnya yang fleksibel dan dekat dengan kebutuhan masyarakat. Peran strategis ini menjadikan UMKM sebagai salah satu faktor penting dalam upaya memperkuat ketahanan ekonomi nasional sekaligus meningkatkan kesejahteraan sosial. Upaya pemerintah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, salah satunya adalah memberdayakan UMKM.

Dalam mengembangkan bisnis yang berlandaskan etika bisnis Islam, aspek pelayanan dan kinerja pengusaha menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan dan diprioritaskan. Kinerja mencerminkan hasil kerja yang dicapai, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, yang harus dipertanggungjawabkan sesuai dengan peran dan tanggung jawab dalam suatu organisasi atau perusahaan. Keberhasilan kinerja UMKM dapat dianalisis menggunakan pendekatan *Balanced Scorecard*. Melalui kinerja tersebut, diharapkan para pelaku UMKM mampu menunjukkan kontribusi profesional yang mencerminkan penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam secara nyata, yang berdampak positif terhadap mutu layanan serta berujung pada peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat (Katmas, 2022).

Etika bisnis Islam didasarkan pada ajaran-ajaran dalam Al-Qur'an dan Hadis yang menekankan nilai-nilai moral dan sosial dalam setiap aktivitas ekonomi (Alwi, 2021). Dalam konteks bisnis, etika Islam tidak hanya berbicara tentang keuntungan finansial, tetapi juga mencakup prinsip keadilan, kejujuran, transparansi, serta tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sebagai contoh, prinsip halal dan *thayyib* dalam Islam mengatur bahwa segala transaksi bisnis harus bebas dari unsur yang merugikan, seperti *riba* (bunga) dan *gharar* (ketidakjelasan), yang dapat menyebabkan ketidakadilan bagi pihak yang terlibat. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam ini, jika diterapkan secara konsisten, diharapkan dapat menciptakan lingkungan bisnis yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga membawa keberkahan dan kesejahteraan bagi seluruh pihak yang terlibat.

Namun, keberlanjutan UMKM menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait dengan implementasi etika bisnis yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Kurangnya penerapan etika bisnis Islam dapat menghambat daya tahan usaha dalam jangka panjang. Tantangan muncul ketika nilai-nilai moral dalam bisnis terancam oleh perilaku yang menyimpang dari ajaran agama dan penurunan nilai etika. Implementasi prinsip kejujuran dan tanggung jawab dalam bisnis, terutama

dalam ekonomi syariah, menjadi kunci untuk membangun bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab secara sosial (Rohmah, 2023). Dalam bisnis Islam, integritas dan transparansi menjadi sangat penting untuk menciptakan hubungan yang adil antara produsen dan konsumen. Bisnis tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah yang harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab dan niat baik (Nufus, 2024).

Berbagai temuan sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam memiliki keterkaitan positif dengan peningkatan kinerja dan daya saing UMKM. Temuan studi di Lumajang mengungkapkan bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam, terutama kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab, berkontribusi signifikan dalam menumbuhkan kepercayaan pelanggan, memperkuat loyalitas konsumen, meningkatkan citra dan reputasi usaha, serta mendorong terbentuknya hubungan bisnis jangka panjang dengan pelanggan (Rahmanda et al., 2025). Temuan sejalan juga diperoleh di Kota Bima, yang menunjukkan bahwa penerapan prinsip kejujuran, khususnya dalam penentuan harga dan penjagaan kualitas produk, dapat memperkuat kepercayaan konsumen sekaligus meningkatkan loyalitas mereka terhadap usaha (Syamsuddin, 2025). Hal ini menegaskan bahwa nilai-nilai etika Islam tidak hanya berfungsi sebagai tuntutan normatif, tetapi juga dapat diposisikan sebagai aset strategis yang berperan dalam memperkuat keunggulan kompetitif secara berkelanjutan.

Di Kota Bima, sektor usaha UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) memiliki peran penting dalam perekonomian lokal. Namun, sebagian besar UMKM di Kota Bima masih menghadapi berbagai tantangan, termasuk masalah literasi keuangan, literasi digital dan inklusi keuangan. Oleh karena itu, dengan peningkatan yang diberikan pada literasi keuangan, literasi digital dan inklusi keuangan dapat memberikan dampak positif pada kinerja UMKM di Kota Bima yang nantinya akan berdampak pula pada keberlanjutan UMKM kedepannya.

Berdasarkan data awal yang diperoleh perkembangan jumlah UMKM di Kota Bima dalam 4 tahun terakhir terus mengalami peningkatan, Tahun 2020 sebanyak 9.270 UMKM, kemudian di tahun 2021 meningkat menjadi 23.180 UMKM, di tahun 2022 sebanyak 23.923 UMKM dan di tahun 2023 sebanyak 24.601 UMKM. Angka-angka ini menunjukkan pesatnya pertumbuhan UMKM di Kota Bima, sehingga tidak heran apabila UMKM merupakan penopang pertumbuhan ekonomi dan menjadi penggerak perekonomian di Kota Bima (Masitha, 2025).

Oleh sebab itu, penting untuk mendorong penerapan etika bisnis syariah dalam kegiatan usaha UMKM. Jika dilakukan secara konsisten, hal ini dapat membantu UMKM membangun citra usaha yang positif, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mendukung terciptanya sistem ekonomi yang lebih adil. Di samping itu, keterlibatan aktif dari pemerintah, institusi keuangan, serta komunitas pelaku usaha juga memegang peranan penting dalam memperluas pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM terhadap urgensi penerapan etika bisnis berbasis syariah (Salsabila & Rialdy, 2024).

Walaupun kajian mengenai etika bisnis Islam dan UMKM telah banyak dilakukan, penelitian yang secara khusus menelaah hubungannya dengan keberlangsungan usaha dalam konteks lokal Kota Bima masih relatif terbatas. Oleh karena itu, kebaruan penelitian ini terletak pada upaya mengeksplorasi secara mendalam implementasi nilai-nilai etika bisnis Islam dalam aktivitas sehari-hari pelaku UMKM di Kota Bima, sekaligus merumuskan strategi penguatan yang sesuai dengan kebutuhan lokal dan mudah diterapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam oleh pelaku UMKM di Kota Bima, merumuskan strategi penguatan implementasi etika bisnis Islam guna mendukung keberlanjutan UMKM, serta mengidentifikasi berbagai faktor yang mendorong maupun menghambat penerapan etika bisnis Islam di kalangan pelaku UMKM Kota Bima. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan literatur etika bisnis Islam, sekaligus menawarkan rekomendasi praktis bagi pemangku kepentingan dalam merancang kebijakan pembinaan UMKM yang berlandaskan nilai-nilai etis dan religius.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan tersebut digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena sosial dan ekonomi yang berkaitan dengan penerapan etika bisnis Islam dalam mendukung keberlangsungan UMKM di Kota Bima. Lokasi penelitian ditetapkan secara purposif di Kota Bima dengan mempertimbangkan kondisi wilayah yang mayoritas penduduknya beragama Islam serta memiliki perkembangan UMKM yang cukup menonjol. Informan penelitian ditentukan melalui teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling* dengan kriteria tertentu, yaitu pelaku UMKM yang telah menjalankan usahanya minimal selama dua tahun, memiliki omzet sekurang-kurangnya Lima juta per bulan, berlokasi atau menjalankan usaha di wilayah Kota Bima, serta bersedia menjadi informan penelitian. Adapun jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 15 orang yang berasal dari berbagai bidang usaha. Informan tersebut terdiri atas enam pelaku usaha kuliner, tiga pelaku usaha kerajinan tangan, dua pelaku usaha fesyen, tiga pelaku usaha perdagangan umum, dan satu pelaku usaha jasa.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari pelaku UMKM serta pihak-pihak terkait melalui wawancara mendalam. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari berbagai dokumen, arsip, dan literatur yang relevan dengan fokus penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk melihat secara langsung aktivitas UMKM di lapangan, wawancara dilakukan guna memperoleh informasi yang lebih mendalam dari para informan, sedangkan dokumentasi dimanfaatkan untuk

melengkapi data penelitian melalui foto, dokumen, maupun bukti pendukung lainnya.

Teknik analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri atas empat tahapan utama, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis dilakukan secara berkesinambungan selama penelitian berlangsung hingga diperoleh data yang valid, konsisten, dan dapat dipertanggungjawabkan. Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber serta metode pengumpulan data yang berbeda. Melalui langkah tersebut, hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat validitas dan kredibilitas yang kuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam

1. Prinsip Kejujuran (shidiq)

Berdasarkan temuan wawancara, sebagian besar informan memaknai kejujuran sebagai dasar utama dalam menjalankan aktivitas bisnis. Ibu Sri, pemilik usaha Es Boba yang telah beroperasi selama empat tahun, mengungkapkan bahwa upaya menjaga kualitas produk secara konsisten serta menerapkan transparansi harga telah berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Hasil observasi lapangan juga menunjukkan bahwa Ibu Sri secara terbuka menampilkan komposisi bahan baku yang digunakan dan bersedia menjelaskan proses produksi kepada pelanggan yang membutuhkan informasi lebih lanjut.

Hal ini juga diperkuat oleh Pak Mujahid, pemilik usaha Ceker Ayam Rumahan, menjelaskan bahwa keterbukaan dalam menyampaikan informasi produk, seperti tanggal produksi dan jenis bahan tambahan yang digunakan, membuat konsumen merasa lebih dihargai. Ia menyampaikan bahwa dirinya selalu menginformasikan kepada pelanggan bahwa produk tersebut aman dikonsumsi hingga tiga hari setelah proses produksi dan tidak menggunakan pengawet buatan. Hasil observasi konfirmatif memperkuat pernyataan tersebut, karena Pak Mujahid diketahui mencantumkan label tanggal produksi pada setiap kemasan produknya.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya informan yang mengakui terjadinya kompromi terhadap prinsip kejujuran akibat tekanan persaingan usaha. Mama Azril (nama samaran), pemilik usaha warteg, menyampaikan bahwa pada kondisi tertentu ia harus mengurangi porsi makanan sebagai upaya menekan biaya produksi ketika harga bahan baku mengalami kenaikan signifikan. Ia mengungkapkan bahwa sebelumnya porsi nasi yang diberikan lebih banyak, tetapi saat ini sedikit dikurangi karena harga beras meningkat, sementara harga jual tetap dipertahankan.

2. Prinsip Amanah dan Tanggung Jawab

Penerapan prinsip amanah terlihat dari cara para informan menjalankan tanggung jawabnya kepada konsumen, karyawan, maupun mitra usaha. Mbak Ayu, pemilik usaha Pisang Krispi, menjelaskan bahwa sikap amanah dalam setiap transaksi bisnis dapat membuat konsumen merasa dihormati, sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang. Hasil observasi menunjukkan bahwa Mbak Ayu sangat memperhatikan aspek kebersihan tempat produksi serta menggunakan minyak goreng yang masih layak pakai. Praktik ini berbeda dengan sebagian pedagang gorengan lainnya yang cenderung menggunakan minyak secara berulang dalam proses produksi.

Ibu Jaminah, pemilik usaha gorengan, mengungkapkan bahwa penerapan prinsip keadilan dalam penetapan harga dan penjagaan kualitas produk tetap dipertahankan, meskipun ia menghadapi persaingan harga yang cukup ketat. Menurutnya, memperoleh keuntungan kecil tetapi pelanggan merasa puas dan kembali membeli lebih baik daripada meraih keuntungan besar namun membuat pelanggan kecewa. Hasil observasi di lokasi usaha Ibu Jaminah menunjukkan kesesuaian antara pernyataan dan praktik yang dilakukan. Produk yang dijual terlihat memiliki ukuran dan kualitas yang relatif konsisten dari waktu ke waktu.

Pada sektor kerajinan kain tenun *Tembe Nggoli*, para pengrajin memperlihatkan penerapan prinsip amanah melalui komitmen dalam menjaga mutu produk serta memenuhi ketepatan waktu pengiriman. Salah satu pengrajin menjelaskan bahwa menjaga keaslian motif tradisional Bima bukan hanya bagian dari tanggung jawab usaha kepada pelanggan, tetapi juga merupakan amanah budaya yang harus dipelihara dan diwariskan.

3. Prinsip Keadilan ('Adl)

Prinsip keadilan diterapkan melalui penetapan harga yang tetap mempertimbangkan kemampuan konsumen, namun pada saat yang sama masih memberikan keuntungan yang layak bagi pelaku usaha. Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Min, pemilik usaha pecel lele, diketahui bahwa ia berupaya menjaga keseimbangan dalam menentukan harga jual, meskipun dalam praktiknya tidak selalu dapat menggunakan bahan baku dengan kualitas terbaik karena keterbatasan modal. Ia menjelaskan bahwa bahan yang dipilih tetap diusahakan dalam kondisi baik dan terjangkau, sebab penggunaan bahan berkualitas premium akan meningkatkan harga jual dan berpotensi memberatkan pelanggan.

Namun demikian, hasil observasi menunjukkan masih adanya praktik pada beberapa UMKM yang belum sepenuhnya mencerminkan prinsip keadilan. Mbak Tika, pemilik usaha Pop Ice, menyampaikan bahwa pada waktu tertentu, khususnya saat musim liburan, ia menaikkan harga jual tanpa memberikan penjelasan yang memadai kepada pelanggan. Praktik tersebut kurang sejalan dengan prinsip transparansi harga, yang merupakan salah satu unsur penting dalam keadilan menurut etika bisnis Islam (Syamsuddin, 2025).

Faktor Pendukung Penerapan Etika Bisnis Islam

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, ditemukan sejumlah faktor yang mendukung penerapan etika bisnis Islam di kalangan pelaku UMKM, diantaranya adalah:

1. Kesadaran religius masyarakat

Sebagian besar informan mengungkapkan bahwa tingginya kesadaran keagamaan masyarakat Bima menjadi salah satu faktor penting yang mendukung penerapan etika bisnis Islam. Konsumen umumnya lebih cenderung memilih produk dari pelaku usaha yang memiliki reputasi jujur dan amanah. Ibu Sri menyampaikan bahwa banyak konsumennya yang menanyakan kehalalan bahan yang digunakan, dan hal tersebut ia pandang positif karena menunjukkan adanya kepedulian konsumen terhadap aspek kehalalan produk.

2. Dukungan pemerintah daerah

Program literasi sadar halal yang dijalankan oleh Pemerintah Kota Bima melalui BPJPH dipandang oleh para informan sebagai langkah positif dalam mendorong pemahaman dan kepedulian pelaku UMKM terhadap pentingnya kehalalan produk (Bima, 2025). Sosialisasi mengenai pentingnya sertifikasi halal serta adanya pendampingan teknis turut membantu pelaku UMKM dalam memahami standar dan persyaratan produk halal.

3. Komunitas dan pembinaan keagamaan

Sebagian informan diketahui aktif mengikuti kegiatan pengajian serta bergabung dalam kelompok usaha binaan masjid setempat. Forum tersebut berperan sebagai ruang untuk berbagi pengalaman, memperluas wawasan, dan memperkuat komitmen pelaku UMKM dalam menerapkan praktik bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Faktor Penghambat Penerapan Etika Bisnis Islam

1. Tekanan persaingan harga

Faktor penghambat yang paling menonjol adalah ketatnya persaingan harga di antara pelaku usaha. Para informan mengungkapkan bahwa mempertahankan kualitas produk dan prinsip kejujuran menjadi tantangan tersendiri ketika pesaing menjual produk serupa dengan harga lebih rendah melalui cara-cara yang kurang etis. Salah seorang informan menyampaikan bahwa penggunaan bahan baku yang baik menyebabkan harga jual meningkat, sementara sebagian konsumen lebih memilih produk yang lebih murah meskipun kualitasnya tidak sebanding.

2. Keterbatasan modal

Sebagian besar informan menyampaikan bahwa keterbatasan modal menjadi kendala utama dalam mempertahankan standar kualitas produk. Pak Min mengakui bahwa idealnya minyak goreng diganti setiap hari, namun karena keterbatasan biaya, ia terpaksa menggunakan minyak yang sama hingga dua hari. Hasil observasi juga memperkuat temuan tersebut, bahwa beberapa pelaku UMKM

masih menggunakan bahan baku dengan kualitas yang belum optimal karena pertimbangan efisiensi biaya.

3. Rendahnya literasi keuangan syariah

Temuan penelitian menunjukkan bahwa sebagian informan belum memiliki pemahaman yang mendalam mengenai konsep-konsep ekonomi syariah, termasuk instrumen pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Kondisi ini menyebabkan sebagian pelaku UMKM masih bergantung pada praktik keuangan konvensional yang berpotensi mengandung unsur riba dan kurang mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Syamsuddin, 2025).

4. Lemahnya pengawasan internal

Ketiadaan mekanisme pengawasan yang efektif dari lembaga terkait menyebabkan praktik bisnis yang kurang etis sulit dicegah maupun ditindaklanjuti. Salah seorang informan menyampaikan bahwa tidak adanya pengawasan membuat kejujuran dalam berdagang sepenuhnya bergantung pada kesadaran masing-masing pelaku usaha.

PEMBAHASAN

Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada UMKM Kota Bima

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip kejujuran (*shidiq*) di kalangan pelaku UMKM Kota Bima memiliki tingkat implementasi yang beragam. Informan yang secara konsisten menjunjung nilai kejujuran, seperti Ibu Sri dan Pak Mujahid, mengungkapkan adanya dampak positif berupa meningkatnya loyalitas pelanggan serta terjaganya keberlangsungan usaha. Temuan ini selaras dengan penelitian Rahmanda dkk. (2025), yang menegaskan bahwa kejujuran dalam transaksi mampu membangun kepercayaan konsumen sebagai dasar bagi terbentuknya keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Berdasarkan perkembangan kajian etika bisnis Islam kontemporer, kejujuran tidak hanya dipahami sebagai upaya untuk tidak menyampaikan kebohongan, tetapi juga mencakup keterbukaan pelaku usaha dalam memberikan informasi terkait produk, harga, mutu barang, dan ketentuan transaksi. Nilai kejujuran dan transparansi tersebut menjadi aspek penting dalam menumbuhkan kepercayaan, kepuasan, serta loyalitas konsumen, sekaligus mendorong terciptanya praktik bisnis yang adil, etis, dan berkelanjutan (Mursidah, 2025). Keterbukaan Ibu Sri dalam menjelaskan komposisi produk menunjukkan penerapan prinsip transparansi dalam praktik bisnisnya.

Namun demikian, temuan terkait adanya kompromi terhadap nilai kejujuran pada sebagian informan, seperti Mama Azril (nama samaran) yang mengurangi porsi makanan tanpa melakukan penyesuaian harga, mengindikasikan bahwa kepatuhan etis pelaku UMKM tidak hanya ditentukan oleh kesadaran pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh tekanan struktural. Tekanan tersebut antara lain berupa meningkatnya biaya produksi, terbatasnya modal usaha, serta ketatnya persaingan harga di pasar.

Dalam perspektif *stakeholder theory*, keputusan bisnis idealnya tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial semata, tetapi juga perlu memperhatikan kepentingan berbagai pihak yang terdampak, seperti konsumen, pelaku usaha, pemasok, dan masyarakat. Kajian-kajian terbaru juga menegaskan bahwa teori pemangku kepentingan memiliki peran penting dalam etika bisnis dan manajemen organisasi karena menekankan penciptaan nilai yang tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga etis, sosial, dan berkelanjutan (Mahajan et al., 2023). Mama Azril berada dalam dilema antara menjaga keuntungan usaha sebagai kepentingan pemilik dan mempertahankan kejujuran kepada konsumen sebagai bentuk perlindungan terhadap hak pelanggan. Dalam situasi tersebut, keputusan untuk mengurangi porsi makanan tanpa penyesuaian harga menunjukkan bahwa kepentingan keuntungan lebih diutamakan dibandingkan keterbukaan kepada konsumen. Jika dilihat melalui perspektif *maqashid syariah*, tindakan tersebut berpotensi tidak sejalan dengan prinsip *hifzh al-mal* atau penjagaan harta, karena keuntungan usaha diperoleh melalui praktik yang belum sepenuhnya transparan dan etis. Prinsip *maqashid syariah* dalam etika bisnis menekankan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, nilai moral, dan kesejahteraan sosial, termasuk perlindungan harta dan hak pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi (Sulaeman et al., 2025).

Penerapan prinsip amanah dan tanggung jawab pada UMKM di Kota Bima tampak lebih konsisten dibandingkan dengan penerapan prinsip kejujuran. Temuan pada pengrajin Tembe Nggoli yang memaknai pelestarian motif tradisional sebagai bagian dari amanah budaya menunjukkan bahwa konsep amanah dalam bisnis memiliki makna yang luas. Amanah tidak hanya terbatas pada pemenuhan janji kepada konsumen maupun mitra usaha, tetapi juga mencakup tanggung jawab sosial dalam mempertahankan nilai-nilai budaya, menjaga mutu produk, dan mendukung keberlanjutan usaha. Hal ini sejalan dengan kajian terbaru yang menegaskan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada UMKM, terutama nilai kejujuran, amanah, tanggung jawab, dan keadilan, berkontribusi penting dalam membangun kepercayaan pelanggan, meningkatkan loyalitas konsumen, serta menjaga keberlangsungan usaha (Yosi Apriliani, 2024). Dalam konteks tersebut, tanggung jawab sosial pengrajin dalam menjaga dan melestarikan warisan budaya dapat dipahami sebagai wujud dari keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan nilai sosial. Temuan ini sejalan dengan studi Syamsuddin, (2025), di Kota Bima yang menegaskan bahwa penerapan nilai amanah dan tanggung jawab mampu membentuk citra usaha yang positif serta memberikan kontribusi terhadap keberlangsungan usaha.

Prinsip keadilan (*'adl*) dalam penetapan harga menjadi salah satu aspek yang paling problematis berdasarkan temuan penelitian. Kecenderungan sebagian informan untuk menaikkan harga tanpa disertai transparansi, terutama pada musim liburan, menunjukkan praktik yang belum sepenuhnya selaras dengan nilai keadilan dalam Islam. Dalam bisnis Islam, keadilan menuntut pelaku usaha untuk menetapkan harga secara wajar, terbuka, dan tidak memanfaatkan kebutuhan

konsumen melalui praktik kenaikan harga yang berlebihan atau *price gouging* (Rahmanda et al., 2025).

Penelitian Yosi Apriliani, (2024), menunjukkan bahwa penerapan prinsip keadilan dalam aktivitas transaksi memiliki peran penting dalam membangun dan memperkuat hubungan bisnis jangka panjang antara pelaku usaha dan konsumen. Kajian tersebut juga menyoroti penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam pada UMKM, seperti kejujuran, tanggung jawab, amanah, dan keadilan, yang berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan serta loyalitas pelanggan.

Implikasinya, praktik penetapan harga yang tidak adil tidak hanya merugikan konsumen dalam jangka pendek, tetapi juga berpotensi mengganggu keberlanjutan usaha UMKM dalam jangka panjang. Ketika konsumen merasa dirugikan karena harga yang tidak transparan atau dianggap tidak wajar, kepercayaan terhadap pelaku usaha dapat menurun. Kondisi ini pada akhirnya dapat melemahkan loyalitas pelanggan, menurunkan citra usaha, serta menghambat keberlangsungan bisnis. Temuan tersebut sejalan dengan kajian etika bisnis Islam pada UMKM yang menegaskan bahwa nilai kejujuran, keadilan, amanah, transparansi, dan tanggung jawab sosial memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen sekaligus menjaga keberlanjutan usaha (Kasmawati, 2025).

Faktor Penghambat dan Pendukung Keberlangsungan UMKM

Identifikasi faktor penghambat dalam penelitian ini memperkuat temuan-temuan sebelumnya mengenai berbagai tantangan dalam penerapan etika bisnis Islam pada sektor UMKM. Tekanan persaingan harga sebagai hambatan utama menunjukkan bahwa persoalan tersebut tidak hanya bersumber dari lemahnya komitmen individu pelaku usaha, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi struktural yang melingkupi aktivitas usaha. Penelitian Syamsuddin, (2025), di Kota Bima juga menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam, seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kepedulian sosial, berkaitan dengan daya saing UMKM, terutama dalam membangun kepercayaan konsumen dan keberkahan usaha. Selain itu, kajian lain menegaskan bahwa rendahnya literasi keuangan Islam, terbatasnya pemahaman terhadap prinsip etika bisnis syariah, serta minimnya sumber daya edukatif menjadi tantangan penting dalam penguatan praktik bisnis syariah pada UMKM.

Keterbatasan modal yang dialami informan dalam penelitian ini berdampak langsung pada kemampuan mereka dalam menjaga standar kualitas produk dan konsistensi penerapan etika bisnis. Dalam kondisi tekanan ekonomi jangka pendek, pelaku UMKM cenderung lebih memprioritaskan efisiensi biaya dan kelangsungan usaha dibandingkan pemeliharaan nilai-nilai etis secara berkelanjutan. Kondisi ini sejalan dengan berbagai kajian yang menunjukkan bahwa UMKM masih menghadapi kendala berupa keterbatasan modal kerja, rendahnya daya saing produk, keterampilan sumber daya manusia yang terbatas, serta lemahnya manajemen produksi dan distribusi. Oleh karena itu, pembinaan UMKM tidak cukup hanya

diarahkan pada aspek teknis dan finansial, tetapi juga perlu mengintegrasikan penguatan kapasitas etis sebagai bagian dari strategi keberlanjutan usaha (Ikhwan Madina Lubis, 2025).

Di sisi lain, faktor pendukung yang teridentifikasi dalam penelitian ini menggambarkan adanya modal sosial yang berpotensi dimanfaatkan untuk memperkuat implementasi etika bisnis Islam pada UMKM. Kesadaran religius masyarakat Bima yang relatif tinggi, dukungan pemerintah daerah melalui program sertifikasi halal, serta keberadaan komunitas keagamaan menjadi sumber daya penting dalam membentuk ekosistem usaha yang etis, religius, dan berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan kajian mengenai UMKM halal yang menegaskan bahwa modal sosial Islam, literasi keuangan Islam, serta mekanisme berbasis komunitas dapat berkontribusi dalam meningkatkan pertumbuhan dan ketahanan UMKM halal (Yusfiarto et al., 2025). Studi lainnya juga menunjukkan bahwa tingkat religiusitas, kesadaran terhadap kehalalan, dan literasi halal berperan dalam mendorong pelaku UMKM untuk mengajukan sertifikasi halal, terutama pada usaha yang bergerak di sektor makanan halal (Fatmawati et al., 2023).

Keberadaan komunitas keagamaan juga memiliki peran penting, karena proses sertifikasi halal tidak hanya ditentukan oleh aspek regulasi, tetapi turut dipengaruhi oleh faktor sosial dan keagamaan. Kajian mengenai dinamika sertifikasi halal pada UMKM menunjukkan bahwa pendamping halal serta tokoh agama, seperti kiai dan ustaz, berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya jaminan kehalalan produk (Romadhoni, 2025). Dengan demikian, pernyataan Sekretaris Daerah Kota Bima bahwa kesadaran halal tidak hanya berkaitan dengan pencantuman label, tetapi juga mencerminkan tanggung jawab sosial dan etika usaha, menunjukkan adanya komitmen pemerintah daerah dalam mendorong pengarusutamaan nilai-nilai etika Islam pada program pembinaan UMKM (Bima, 2025).

Strategi Penguatan Penerapan Etika Bisnis Islam

Berdasarkan hasil analisis temuan penelitian dan kerangka teoretis yang digunakan, strategi penguatan penerapan etika bisnis Islam pada UMKM di Kota Bima dapat dirumuskan melalui beberapa langkah berikut.

Pertama, penguatan literasi halal dan etika bisnis Islam perlu dilakukan secara sistematis, terarah, dan berkelanjutan. Program literasi yang selama ini masih cenderung bersifat sporadis perlu diintegrasikan ke dalam kurikulum pembinaan UMKM yang lebih terstruktur. Materi pembinaan tidak hanya berfokus pada prosedur teknis sertifikasi halal, tetapi juga perlu mencakup pemahaman substantif mengenai peran etika bisnis Islam sebagai instrumen untuk menjaga kepercayaan konsumen, meningkatkan kualitas usaha, dan mendukung keberlangsungan bisnis. Hal ini sejalan dengan kajian terbaru yang menegaskan bahwa literasi halal membantu UMKM memahami standar halal secara lebih baik,

meningkatkan kualitas produk, mengurangi ketidakpastian, serta memperkuat kepercayaan konsumen (Wahab, 2024).

Kedua, perlu dikembangkan akses pembiayaan berbasis syariah yang lebih berpihak kepada pelaku UMKM. Keterbatasan modal yang kerap mendorong terjadinya kompromi terhadap prinsip etika bisnis dapat diminimalkan melalui penyediaan alternatif pembiayaan syariah yang fleksibel, mudah diakses, dan tidak dieksploitasi prosedur yang rumit. Dalam hal ini, bank syariah dan BMT perlu lebih aktif menjangkau pelaku UMKM mikro dengan menawarkan produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan, kapasitas, dan karakteristik usaha mereka (Jairin, 2019).

Ketiga, penguatan ekosistem bisnis yang berlandaskan nilai perlu diwujudkan melalui kerja sama berbagai pemangku kepentingan. Pemerintah, asosiasi pelaku usaha, komunitas keagamaan, dan kalangan akademisi perlu bersinergi dalam membentuk lingkungan usaha yang mendukung praktik bisnis yang etis, terbuka, dan berkelanjutan. Strategi ini selaras dengan kajian mengenai ekosistem sertifikasi halal di Indonesia yang menegaskan pentingnya peran berbagai aktor, seperti lembaga regulasi, otoritas keagamaan, institusi pendamping, dan pelaku UMKM, dalam membangun sistem halal yang terintegrasi sebagai bagian dari ekosistem bisnis.

Selain itu, pemberian insentif kepada UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal dan menerapkan praktik bisnis yang transparan dapat menjadi dorongan yang efektif dalam memperkuat ekosistem usaha berbasis nilai. Bentuk insentif tersebut dapat berupa kemudahan dalam proses perizinan, prioritas dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah, maupun dukungan promosi usaha. Hal ini diperkuat oleh berbagai kajian yang menunjukkan bahwa sertifikasi halal berperan dalam memperluas akses pasar, meningkatkan penjualan, memperbesar basis pelanggan, serta membangun kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM (Azzahra, 2025).

Keempat, digitalisasi UMKM perlu dikembangkan dengan tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip etika Islam. Praktik pengrajin Tembe Nggoli yang memadukan strategi *digital marketing* dengan nilai kejujuran dan amanah menunjukkan bahwa proses modernisasi usaha tidak harus mengesampingkan nilai-nilai etis. Sebaliknya, pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi sarana untuk memperluas pasar sekaligus memperkuat kepercayaan konsumen apabila dijalankan secara transparan, bertanggung jawab, dan sesuai dengan prinsip bisnis Islam (Ayu et al., 2025). Pengembangan platform digital yang secara khusus mewadahi produk-produk UMKM bersertifikasi halal dan memiliki kepastian kepatuhan etis dapat menjadi alternatif *marketplace* yang lebih relevan dengan kebutuhan konsumen Muslim. Platform tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media pemasaran, tetapi juga sebagai ruang transaksi yang menjamin kehalalan, transparansi, dan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM.

Kelima, penguatan mekanisme pengawasan dan sertifikasi perlu diarahkan pada pendekatan yang lebih partisipatif. Temuan mengenai lemahnya pengawasan eksternal menunjukkan bahwa pelaku UMKM memerlukan model pengawasan yang

lebih sederhana, inovatif, dan sesuai dengan karakteristik usaha mikro. Dalam konteks ini, sertifikasi halal *self-declare* bagi UMKM mikro dapat menjadi pilihan yang lebih aplikatif karena menawarkan prosedur yang lebih mudah dan biaya yang lebih ringan, terutama melalui pendampingan Proses Produk Halal atau P3H.

Meskipun demikian, efektivitas skema tersebut tetap perlu didukung oleh pengawasan berbasis komunitas (*community-based monitoring*) agar kepatuhan terhadap standar halal dan etika usaha tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga benar-benar diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari. Hal ini sejalan dengan kajian terbaru yang menegaskan bahwa keberhasilan skema *self-declare* membutuhkan pendampingan yang memadai, keterlibatan aktif pelaku UMKM, serta penguatan aspek pengawasan dan akuntabilitas agar sertifikasi halal tetap memiliki kredibilitas dan keberlanjutan (Arifin, 2025).

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada UMKM di Kota Bima masih menghadapi berbagai tantangan penting, terutama dalam penerapan prinsip kejujuran dan keadilan. Kedua prinsip tersebut kerap mengalami kompromi akibat tekanan persaingan harga dan keterbatasan modal. Sementara itu, prinsip amanah dan tanggung jawab cenderung diterapkan secara lebih konsisten, sebagaimana terlihat pada pengrajin kain Tembe Nggoli yang memaknai pelestarian motif tradisional sebagai bagian dari amanah budaya.

Faktor pendukung utama penerapan etika bisnis Islam meliputi tingginya kesadaran religius masyarakat, dukungan aktif pemerintah daerah melalui program literasi halal, serta peran komunitas keagamaan sebagai ruang pembinaan dan penguatan nilai. Sebaliknya, hambatan yang paling dominan mencakup ketatnya persaingan harga yang tidak sehat, rendahnya literasi keuangan syariah, dan lemahnya pengawasan eksternal, sehingga kepatuhan etis masih sangat bergantung pada kesadaran masing-masing pelaku usaha.

Berdasarkan temuan tersebut, strategi penguatan yang dapat dilakukan meliputi penguatan literasi halal dan etika bisnis Islam secara terstruktur, perluasan akses pembiayaan syariah yang berpihak pada UMKM mikro, pengembangan ekosistem bisnis berbasis nilai melalui kolaborasi multipihak, digitalisasi UMKM yang tetap berlandaskan transparansi dan amanah, serta pembentukan mekanisme pengawasan partisipatif berbasis komunitas yang terintegrasi dengan skema sertifikasi halal *self-declare* melalui pendampingan yang memadai. Secara keseluruhan, strategi tersebut diharapkan mampu mendorong keberlanjutan UMKM di Kota Bima secara lebih etis, religius, dan berdaya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, M. (2021). Konsep Maqsid AS Syariah Dalam Perbankan Syariah. *Jurnal: Hukum Ekonomi Syariah, IAIN Palopo*.
- Arifin, M. Z. (2025). Pendampingan Sertifikasi Halal Berbasis Self-Declare bagi UMKM

- di Sukodadi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 1–21. <https://doi.org/10.35316/assidanah.v7i1.1-21>
- Ayu, K., Kara, M., & Anwar, N. (2025). At tawazun. *AT TAWAZUN Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2015), 139–154. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/article/view/61535/24932>
- Azzahra, A. (2025). Investigating The Influence Of Halal Certification On Market Access And Business Growth For MSMEs In Indonesia. *Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam*, 10(2), 326–353. <http://journal.iain-manado.ac.id/index.php/TJEBI/index>
- Bima, P. K. (2025). Literasi Sadar Halal Dorong UMKM Kota Bima Menuju Produk yang Aman dan Berkualitas. *Prokopim Kota Bima*. <https://prokopim.bimakota.go.id/web/detail-berita/1205/index.html>
- Fatmawati, P., Setiawan, F., & Nasik, K. (2023). Analisis Religiusitas , Kesadaran Halal , Literasi Halal , Dan Niat Berperilaku Dalam Memprediksi Pelaku Umkm Melakukan Sertifikasi Halal Di Kabupaten Bangkalan Analysis Of Religiosity , Halal Awareness , Halal Literacy , and Behavioral Intentions in Pred. *Maro; Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(1), 76–88.
- Ikhwan Madina Lubis. (2025). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Tapanuli Tengah Dengan Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Mediator. *(JIEI) Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(02), 239–249. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/16809/7375>
- Jairin. (2019). Kontribusi Perbankan Syariah Dalam Pengembangan Usaha Ekonomi Mikro Di Bima. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJJSE)*, 2(1), 47–73. <https://media.neliti.com/media/publications/319740-kontribusi-perbankan-syariah-dalam-penge-a12aa050.pdf#5#4>
- Kasmawati. (2025). Penerapan Akhlak Produsen Muslim Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam: Upaya Membangun Kepercayaan Konsumen Dan Keberlanjutan Usaha. *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 983–994. https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/iqthisadi/article/view/61914?utm_source=chatgpt.com
- Katmas, E. (2022). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 23(1), 22–35. <https://doi.org/DOI:10.36769/asy.v23i1.212>
- Mahajan, R., Marc, W., Sareen, M., Kumar, S., & Panwar, R. (2023). Stakeholder theory. *Journal of Business Research*, 166(December 2022), 114104. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114104>
- Masitha, A. (2025). Identifikasi Kluster UMKM di Kota Bima menuju Indonesia Emas 2045 dengan Metode Support Vector Machine. *DECODE: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 5(3), 967–981.
- Mursidah. (2025). Etika Bisnis Islam Dalam Hubungan Produsen Dan Konsumen:

- Kajian Terhadap Prinsip Kejujuran Dan Transparansi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 69–84.
- Muthiah, H. (2025). Strategi Peningkatan Ekonomi Kreatif Melalui Prediksi Permintaan Produk UMKM Kerajinan. *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan Dan Ekonomi*, 8(2), 345–348. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.33627/pk.v8i1.2945>
- Nufus. (2024). Penerapan Etika Pemasaran Islam Dalam Penggunaan Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 3(1), 11–23.
- Rahmanda, R. W., Aprilia, R., Basofitrah, A., Rohim, A., & Qodir, A. (2025). The Impact of Islamic Business Ethics on the Sustainable Competitive Advantage of SMEs: An Empirical Study. *HARAMAIN: Jurnal Manajemen Bisnis*, 05(02), 150–164. [//jurnal.stebibama.ac.id/index.php/JMB/index](http://jurnal.stebibama.ac.id/index.php/JMB/index)
- Rohmah. (2023). Penerapan Green Economy Di Desa Tanjungkalang Nganjuk Untuk Mewujudkan Sdgs Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(2), 479–491.
- Romadhoni, M. A. (2025). Dinamika Dan Tantangan Sertifikasi Halal Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Sumenep. *SIL'AH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 77–89.
- Salsabila, S. A., & Rialdy, N. (2024). Penerapan etika Bisnis Syariah Dalam Bisnis UMKM (Studi Kasus Roemah Burger Bagan Deli). *PR O D U C T I V I T Y: Journal of Integrated Business, Management, and Accounting Research*, 1(2), 85–95. <https://ejournal.limm-pub.id/index.php/productivity/article/view/43/39>
- Sulaeman, S., Herianingrum, S., Ryandono, M. N. H., Napitupulu, R. M., Hapsari, M. I., Furqani, H., & Bahari, Z. (2025). Islamic business ethics in the framework of higher ethical objective (Maqasid al-Shariah): a comprehensive analysis and future research directions. *International Journal of Ethics and Systems*, 1–29. <https://doi.org/10.1108/IJOES-12-2024-0398>
- Syamsuddin, I. P. (2025). The Influence of the Implementation of Islamic Business Ethics on the Competitiveness of MSMEs Businesses in Bima City Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Daya Saing Usaha pada UMKM di Kota Bima. *JPI: Jurnal Pendidikan IPS*, 15(2), 316–328. <https://doi.org/10.37630/jpi.v15i2.2705>
- Wahab, A. (2024). Analysis of Halal Literacy, Halal Awareness, Motivation and Religiosity of SMES on Interest in Halal Certification in Banjarmasin. *JISEL: Journal of Islamic Economic Laws*, 7(2), 1–27. <https://doi.org/10.23917/jisel.v7i02.5071>
- Yosi Apriliani, M. P. S. (2024). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Di Telukjambe Kabupaten Karawang. *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 104–112. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.24252/el->

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 8 Nomor 7 (2026) 695 – 710 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691

DOI: 10.47476/reslaj.v8i7.12382

iqthisady.vi.46512

Yusfiarto, R., Pambekti, G. T., & Al, H. (2025). From Social Trust to Halal Industry Dynamic : The Synergy of Islamic Social Capital and Financial Capability in Small Enterprises Sectors. *Mazahib: Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, 24(2), 248–281.