

Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam dalam Praktik UMKM Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah

Elce Purwandari

Universitas Islam Nusantara Al-Azhaar Lubuklinggau

Email: purwandari.elce@gmail.com

Agus Mukmin

Universitas Islam Nusantara Al-Azhaar Lubuklinggau

Email: agusmukmin208@gmail.com

Abstract:

This study examines the application of Islamic business ethics values in the operations of the MSME Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah, and their influence on the sustainability and reputation of the business from the perspective of customers and the surrounding community. The main problem addressed is how Islamic ethical values are implemented in business practices and how these values foster customer trust and loyalty. The research employs a qualitative approach, using in-depth interviews with key informants, including the business owner, employees, customers, suppliers, religious leaders, and neighbors. Findings reveal that honesty, trustworthiness, responsibility, and fairness are the fundamental principles consistently upheld in the business. These values not only build a positive reputation and harmonious relationships with stakeholders but also strengthen the business's sustainability through customer trust and community support. This study contributes to MSME management theory by incorporating spiritual and social relationship dimensions as key factors for success. In conclusion, the comprehensive internalization of Islamic business ethics is crucial in maintaining and developing MSMEs. Practical recommendations are offered for MSME practitioners to integrate these values to enhance trust and competitiveness, and for future research to expand studies to other MSME sectors.

Keywords: *Islamic Business Ethics; MSME Sustainability; Customer Trust*

Abstrak:

Penelitian ini mengkaji penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik usaha UMKM Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah, serta pengaruhnya terhadap keberlangsungan dan reputasi usaha di mata pelanggan dan masyarakat sekitar. Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana nilai-nilai etika bisnis Islam diimplementasikan dalam operasional usaha dan bagaimana nilai-nilai tersebut membentuk kepercayaan serta loyalitas pelanggan. Pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara mendalam terhadap beberapa informan utama, termasuk pemilik usaha, karyawan, pelanggan, pemasok, tokoh agama, dan tetangga. Temuan penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai kejujuran, amanah, tanggung jawab, dan keadilan menjadi landasan utama dalam praktik bisnis yang dijalankan secara konsisten. Nilai-nilai tersebut tidak hanya membangun reputasi positif dan hubungan harmonis dengan berbagai pihak, tetapi juga memperkuat keberlanjutan usaha melalui kepercayaan pelanggan dan dukungan komunitas. Penelitian ini mengembangkan teori manajemen UMKM dengan menambahkan dimensi spiritual dan hubungan sosial sebagai faktor kunci keberhasilan. Kesimpulannya, internalisasi nilai etika bisnis Islam secara menyeluruh menjadi faktor utama dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha UMKM. Saran diberikan untuk pelaku UMKM agar mengintegrasikan nilai-nilai tersebut demi peningkatan kepercayaan dan daya saing usaha, serta untuk penelitian selanjutnya memperluas studi pada sektor UMKM lainnya.

Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam; Keberlanjutan UMKM; Kepercayaan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Era globalisasi yang penuh persaingan, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dituntut untuk tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada aspek etika dalam menjalankan usaha. Fenomena meningkatnya kasus penipuan, kecurangan timbangan, dan manipulasi harga di berbagai sektor usaha menunjukkan betapa pentingnya nilai-nilai etika dalam praktik bisnis. Lebih dari sekadar menciptakan laba, praktik bisnis yang beretika menjadi fondasi keberlangsungan usaha jangka panjang. Nilai-nilai Islam sebagai sistem etika yang komprehensif menawarkan paradigma bisnis yang tidak hanya mengejar keuntungan duniawi, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai spiritual dan sosial. UMKM memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional Indonesia. Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (2023) menunjukkan bahwa hingga tahun 2023, terdapat lebih dari 64 juta UMKM yang menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional dan menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Di balik pencapaian tersebut, terdapat tantangan besar, yaitu bagaimana mengembangkan UMKM yang tidak hanya produktif tetapi juga beretika. Etika bisnis Islam, yang berakar pada Al-Qur'an dan Hadis, menghadirkan prinsip-prinsip seperti kejujuran (*shidq*), amanah, keadilan (*'adl*), dan tanggung jawab (*mas'uliyah*) dalam interaksi bisnis.

Dalam konteks lokal, UMKM di daerah-daerah juga menjadi cerminan nilai-nilai budaya dan religius masyarakat. Salah satu contoh UMKM yang menarik untuk dikaji adalah usaha "Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah" yang berlokasi di Jln. Kamandanu No 28 RT 05 Kel Majapahit Kec LubukLinggau Timur 1, Kota Lubuklinggau. Usaha ini telah dikenal tidak hanya karena kelezatan produknya, tetapi juga karena praktik bisnisnya yang dianggap jujur, adil, dan memperhatikan hubungan baik dengan pelanggan serta mitra kerja. Di tengah ketatnya persaingan usaha kuliner tradisional, *owner* tetap konsisten menjalankan usaha dengan nilai-nilai Islam yang kuat. Ini menjadi menarik untuk dianalisis lebih dalam sejauh mana nilai-nilai etika Islam dihayati dan diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari oleh pelaku UMKM. Keberhasilan *owner* dalam menjaga reputasi dan loyalitas pelanggan tidak hanya karena kualitas produk, tetapi juga karena adanya kepercayaan yang dibangun melalui interaksi bisnis yang etis. Dalam wawancara awal yang dilakukan peneliti dengan pelanggan setia Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah, mereka menyatakan bahwa "Owner itu orangnya jujur, kalau barang kurang dia bilang, kalau dagangan habis dia tidak pernah memaksa, malah sering mengembalikan uang kalau dirasa pembeli kelebihan bayar." Testimoni ini memperkuat asumsi bahwa praktik bisnis Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah tidak sekadar memenuhi aspek ekonomi, melainkan juga spiritual.

Literatur etika bisnis Islam telah banyak dibahas oleh para ahli. Al-Ghazali, misalnya, menekankan pentingnya moralitas dalam muamalah. Ia menyatakan bahwa keberkahan dalam bisnis bukan hanya ditentukan oleh besarnya keuntungan, tetapi juga oleh cara mencapainya. Qardhawi (1997) juga menekankan bahwa dalam Islam, keuntungan bisnis harus diperoleh melalui cara yang halal dan *tayyib* (baik), serta tidak boleh merugikan pihak lain. Selain itu, Qardhawi (1997) menekankan bahwa bisnis dalam perspektif Islam adalah amanah yang kelak akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah, sehingga pelakunya harus menjunjung tinggi integritas dan tanggung jawab sosial. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa penerapan etika Islam dalam bisnis memberikan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan dan keberlanjutan usaha. Studi yang dilakukan oleh Pangestu (2024) bahwa pelaku usaha yang konsisten menerapkan nilai-nilai Islam dalam bisnis cenderung memiliki hubungan sosial yang harmonis dan usahanya lebih tahan terhadap krisis. Hal ini menunjukkan bahwa etika Islam bukan sekadar nilai normatif, melainkan juga strategi bisnis yang berdampak nyata. Namun demikian, penerapan etika bisnis Islam dalam praktik UMKM masih menghadapi berbagai tantangan. Tidak sedikit pelaku UMKM yang belum memahami prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam atau mengalami dilema ketika harus memilih antara keuntungan cepat dengan praktik yang tidak sepenuhnya etis. Oleh karena itu, penting untuk mengangkat kisah sukses pelaku UMKM seperti UMKM Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah sebagai studi kasus yang dapat memberikan inspirasi sekaligus pembelajaran bagi pelaku usaha lainnya.

Pada penelitian ini, penulis telah mengidentifikasi dan menganalisis nilai-nilai etika bisnis Islam yang terdapat dalam praktik UMKM Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah. Penelitian ini menggali lebih dalam mengenai bagaimana prinsip-prinsip seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab dijalankan dalam kegiatan produksi, pemasaran, pelayanan pelanggan, hingga hubungan dengan pemasok. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat

memberikan gambaran menyeluruh tentang perwujudan nilai-nilai etika Islam dalam praktik usaha mikro di tingkat lokal. Dengan demikian, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diajukan sebagai berikut: Apa saja nilai-nilai etika bisnis Islam yang diterapkan dalam praktik usaha UMKM Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah? Bagaimana nilai-nilai tersebut memengaruhi keberlangsungan dan reputasi usaha tersebut di mata pelanggan dan masyarakat?

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi celah dalam kajian etika bisnis Islam yang masih terbatas pada tataran normatif dan belum banyak menyentuh praktik-praktik nyata di lapangan, terutama pada sektor UMKM lokal. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan model usaha mikro berbasis etika Islam yang dapat direplikasi oleh pelaku usaha lain di berbagai daerah. Dengan mengkaji secara mendalam praktik bisnis Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah, penelitian ini juga diharapkan mampu memperkuat pemahaman bahwa menjalankan usaha secara etis bukanlah hambatan untuk meraih kesuksesan, melainkan kunci utama untuk membangun usaha yang berkelanjutan, dipercaya, dan diridhai Allah SWT.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan secara mendalam penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik usaha UMKM Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai untuk mengeksplorasi makna, pandangan, serta pengalaman subjek dalam konteks sosial dan budaya yang khas, khususnya dalam praktik bisnis yang dijalankan berdasarkan nilai-nilai keislaman. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode, yaitu: Wawancara mendalam (*in-depth interview*) terhadap pemilik usaha, pelanggan, serta pihak-pihak terkait lainnya seperti pemasok bahan dan mitra usaha. Wawancara ini bertujuan untuk menggali persepsi dan praktik nyata etika bisnis Islam dalam kegiatan usaha sehari-hari. Selanjutnya observasi partisipatif, di mana peneliti mengamati langsung aktivitas usaha, interaksi penjual dengan pelanggan, serta proses produksi dan distribusi dendeng pucuk ubi wak Idah. Lalu yang terakhir Dokumentasi, berupa catatan transaksi, testimoni pelanggan, serta foto-foto kegiatan usaha sebagai bahan pendukung data. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis tematik, yaitu mengidentifikasi tema-tema utama terkait prinsip-prinsip etika Islam seperti kejujuran (*sidq*), amanah, keadilan (*‘adl*), dan tanggung jawab (*mas’uliyah*). Proses analisis dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sebagaimana yang diuraikan oleh Miles et al., (2014). Untuk menjaga validitas data, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan metode, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan observasi serta data dokumentasi. Selain itu, dilakukan *member checking* kepada narasumber utama untuk memastikan bahwa interpretasi data sesuai dengan pengalaman dan pandangan mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan berbagai informan, termasuk pemilik usaha, karyawan, pelanggan, pemasok bahan baku, tokoh agama, dan tetangga sekitar, ditemukan bahwa prinsip-prinsip seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab tidak hanya menjadi landasan dalam pengambilan keputusan bisnis, tetapi juga menjadi identitas usaha yang memperkuat kepercayaan masyarakat. Paparan berikut akan mengelaborasi temuan-temuan tersebut secara tematik sesuai fokus penelitian.

Wawancara Bersama Pemilik UMKM Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah bahwa motivasi awal menjalankan usaha Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah yaitu “Awalnya usaha ini saya mulai di masa pandemi Covid-19, sekitar tahun 2020. Saat itu situasi ekonomi keluarga cukup sulit. Saya coba manfaatkan apa yang ada, dan daun pucuk ubi ini sering saya masak sendiri di rumah. Beberapa orang bilang enak, jadi saya coba jual sedikit-sedikit. Ternyata banyak yang suka. Dari situlah saya mulai serius, dengan niat membantu ekonomi keluarga dan tetap menjaga kehalalan serta kejujuran dalam usaha. Prinsip saya sederhana: jujur, tidak menipu, dan jangan mengambil hak orang lain. Saya selalu bilang ke karyawan, kalau ada kelebihan bayar dari pembeli harus dikembalikan. Kalau barang kurang, harus dijelaskan. Usaha ini bukan cuma soal untung, tapi juga soal amanah. Saya belajar dari pengajian dan pengalaman, bahwa dalam Islam berdagang itu bukan cuma cari untung. Kita harus jujur, adil, dan tidak merugikan orang. Kita juga harus menjaga hubungan baik dengan pelanggan, tidak menipu, dan tidak mengurangi timbangan. Pernah ada pembeli yang mentransfer lebih, mungkin karena salah angka. Saya langsung hubungi dan kembalikan. Juga kalau produk sedang kurang, enak karena faktor bahan, saya kasih tahu

pembeli dari awal. Alhamdulillah mereka tetap percaya. Dalam menjaga hubungan, Saya anggap mereka seperti saudara. Kalau pelanggan tetap, saya tanya kabarnya, sesekali kasih bonus. Kalau mitra, saya jaga komitmen. Kalau telat kirim bahan, saya beri kabar. Kita saling menghormati. Saya pernah mengalami dilema antara keuntungan dan prinsip etika Misalnya waktu ada tawaran pakai bahan tambahan biar lebih awet, tapi saya tolak karena tidak jelas kehalalannya. Lebih baik tidak ambil untung banyak, tapi hati tenang. Dalam membina karyawan dalam menjalankan usaha secara etis saya selalu menekankan pentingnya amanah. Saya beri contoh langsung, tidak hanya menyuruh. Kalau ada karyawan salah, saya nasihati baik-baik. Saya juga beri mereka waktu untuk ibadah. Saya merasa bahwa prinsip etika Islam membantu kelangsungan usaha seperti Banyak pelanggan datang karena mereka percaya. Kata mereka, saya tidak pernah menipu. Kepercayaan itu jadi modal besar dalam bisnis. Saya mendapatkan dukungan dari tokoh agama atau Masyarakat sejak awal saya dapat masukan dari ustaz di pengajian. Beliau bilang bahwa berdagang itu ibadah kalau diniatkan benar. Masyarakat sekitar juga banyak yang mendukung karena mereka tahu saya jualan dengan cara yang baik. Harapan saya ke depan terhadap usaha ini dan penerapan etika Islam dalam UMKM yaitu saya ingin usaha ini terus berkembang tapi tetap berada di jalan yang halal. Saya juga berharap bisa menginspirasi Ibu-Ibu lain bahwa kita bisa sukses tanpa harus menipu atau curang. Semoga berkah dan bermanfaat.”

Berdasarkan wawancara dengan informan utama diperoleh temuan bahwa etika bisnis Islam yang diterapkan pada usaha ini adalah **Shidq (Kejujuran)**, *Owner* menegaskan bahwa kejujuran adalah prinsip pertama yang ia pegang dalam menjalankan usaha Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah. Ia selalu terbuka kepada pelanggan terkait kondisi bahan baku, stok produk, serta harga. Jika kualitas bahan menurun karena faktor cuaca atau pasokan, ia menyampaikannya secara langsung agar tidak mengecewakan pembeli. Menurutnya, kejujuran menciptakan kepercayaan yang kuat, dan justru menjadi alasan utama banyak pelanggan kembali berbelanja tanpa harus dipromosikan secara besar-besaran. Dalam melakukan transaksi bisnis Nabi Muhammad saw. menggunakan kejujuran sebagai etika dasar. cakupan jujur sangat luas, seperti tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat pada barang dagangan, menimbang barang dengan timbangan yang tepat, dan lain-lain (Muis, 2020). Dalam konteks bisnis, kejujuran berarti bahwa individu dan organisasi harus selalu menyampaikan informasi yang akurat dan tidak menyesatkan. Hal ini mencakup transparansi dalam pelaporan keuangan, kejujuran dalam pernyataan produk, serta dalam kontrak dan kesepakatan. Kejujuran membantu membangun kepercayaan antara pelaku usaha dan pelanggan, serta mencegah praktik-praktik penipuan yang dapat merugikan pihak lain (Heriyanto & Taufiq, 2024). **Amanah (Dapat Dipercaya)**, dalam aspek amanah, *Owner* merasa bahwa usahanya adalah titipan dari Allah, sehingga harus dikelola dengan tanggung jawab yang tinggi. Ia selalu memastikan pengelolaan uang usaha dilakukan secara transparan, tidak mencampuradukkan dengan keuangan pribadi, dan selalu membayar pemasok tepat waktu. Ia juga mengajarkan nilai ini kepada karyawan agar tidak bermain curang dalam melayani pelanggan atau mengelola bahan produksi. **‘Adl (Keadilan)**, prinsip keadilan diterapkan *Owner* dalam banyak aspek, mulai dari penetapan harga yang wajar, pembagian tugas yang seimbang kepada karyawan, hingga perlakuan setara terhadap semua pelanggan tanpa memandang status sosial. Ia tidak pernah menaikkan harga secara tidak wajar, apalagi di momen permintaan tinggi. Ia juga menekankan bahwa setiap karyawan harus bekerja sesuai kemampuan dan diberi waktu istirahat yang cukup, agar suasana kerja tetap sehat dan harmonis. **‘Adl (keadilan)**, salah satu sifat Allah, menyatakan bahwa semua manusia diciptakan sama di hadapan-Nya dan mempunyai kapasitas yang sama untuk berbuat baik yang membedakan manusia hanyalah derajat ketaqwaannya kepada Allah SWT. Dalam ekonomi Islam, keadilan Allah diterapkan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia, menjamin kesetaraan pendapatan, menciptakan sumber pendapatan yang bermanfaat, mendorong kemajuan ekonomi, dan menjamin stabilitas (Az-Zahra et al., 2024). **Mas’uliyah (Tanggung Jawab)**, *Owner* memandang bisnisnya sebagai bentuk tanggung jawab moral dan spiritual. Ia merasa bertanggung jawab untuk menjaga kualitas produk, menjaga hubungan baik dengan pelanggan, serta memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar. Ia juga berusaha memastikan bahwa usaha yang dijalankannya tidak menimbulkan konflik sosial, serta rutin menyisihkan keuntungan untuk membantu tetangga yang kesulitan atau kegiatan sosial keagamaan. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Arif et al. (2023) ketika ada keluhan dari pembeli akan diselesaikan dengan baik dan memberikan informasi yang mendetail tentang produk-produk yang dijual. Sikap bertanggung jawab lebih baik daripada tuntutan etika atau peraturan (Muna, 2020).

Wawancara Selanjutnya Bersama Pegawai bahwa “*Suasana kerja di usaha Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah sangat menjunjung tinggi nilai-nilai etika Islam. Saya pertama kali diajak bergabung karena kedekatan personal dengan Bu Owner dan sejak itu merasakan lingkungan kerja yang adil dan manusiawi. Owner memperlakukan karyawan dengan sangat baik, memberikan waktu istirahat untuk shalat, serta memberikan tambahan upah jika ada kerja lembur. Dalam keseharian, Bu Owner selalu menekankan pentingnya kejujuran dan amanah, termasuk larangan menyembunyikan barang rusak atau curang saat menimbang. Tidak hanya itu, pembinaan informal juga rutin dilakukan, di mana Bu Owner sering memberikan nasihat keagamaan dan mengajarkan etika berdagang kepada para karyawan. Dalam proses produksi, kebersihan dan kualitas sangat dijaga, bahkan produk gagal tidak pernah dipaksakan untuk dijual demi keuntungan. Jika terjadi kesalahan produksi, para karyawan diminta jujur dan bertanggung jawab tanpa rasa takut, karena Owner lebih menghargai kejujuran daripada hasil. Hal ini menciptakan suasana kerja yang terbuka dan penuh kekeluargaan, di mana komunikasi berlangsung dua arah dan penyelesaian konflik dilakukan melalui musyawarah. Bagi karyawan tersebut, bekerja di bawah kepemimpinan Bu Owner bukan hanya tentang mencari nafkah, tetapi juga sarana pembelajaran nilai-nilai Islam yang memberikan ketenangan hati dan menjadikannya pribadi yang lebih bertanggung jawab. Ia meyakini bahwa etika Islam yang diterapkan oleh Owner menjadi kunci utama keberlangsungan usaha ini karena berhasil membangun kepercayaan pelanggan secara konsisten”*”.

Hasil wawancara dengan salah satu karyawan *Owner* menunjukkan bahwa praktik bisnis yang dijalankan dalam usaha Dendeng Pucuk Ubi secara konsisten mencerminkan nilai-nilai etika Islam, yang meliputi kejujuran (*shidq*), amanah, keadilan (*‘adl*), dan tanggung jawab (*mas’uliyah*). Kejujuran tampak dari budaya kerja yang menekankan ketulusan dalam menyampaikan kondisi produk kepada pelanggan dan larangan untuk melakukan kecurangan dalam proses penimbangan. Hal ini sejalan dengan prinsip Islam yang menyebutkan bahwa jual beli harus dilakukan secara jujur dan tanpa tipu daya, sebagaimana termaktub dalam QS. Al-Mutaffifin ayat 1-3 tentang larangan mengurangi timbangan dan takaran. Prinsip amanah tercermin dari tanggung jawab karyawan terhadap tugasnya, serta pengelolaan usaha oleh *Owner* yang penuh integritas. Beliau tidak hanya mengatur sistem kerja dengan adil, tetapi juga memberikan pembinaan moral dan spiritual secara informal kepada karyawan, memperkuat nilai *mas’uliyah*, bahwa pekerjaan bukan sekadar rutinitas, melainkan tanggung jawab yang akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT. Implikasi dalam bisnis dan pegawai adalah individu yang terlibat dalam praktik bisnis harus selalu melakukan pertanggung jawaban atas apa yang telah diamanahkan dan yang diperbuat kepada pihak-pihak yang terkait pada dirinya (Muna, 2021). Nilai keadilan (*‘adl*) tercermin dari sistem penggajian, jam kerja, dan pembagian tugas yang adil tanpa adanya diskriminasi. Ketika konflik kecil seperti pembagian jam kerja muncul, penyelesaiannya dilakukan secara musyawarah, menunjukkan keterbukaan dan penghargaan terhadap suara semua pihak, yang juga merupakan nilai dalam Islam (QS. Asy-Syura: 38). Suasana kerja yang terbuka, kekeluargaan, dan penuh saling menghargai menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, sehingga para karyawan tidak hanya termotivasi secara ekonomi tetapi juga spiritual. Hal ini mendukung temuan Pangestu (2024) bahwa penerapan etika Islam di lingkungan UMKM menciptakan keharmonisan sosial dan berdampak pada keberlanjutan usaha. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam oleh *Icibu Owner* tidak hanya berpengaruh pada loyalitas pelanggan, tetapi juga menciptakan hubungan industrial yang sehat dan produktif antara pemilik usaha dan karyawan. Setiap dari mereka mendengarkan keluhan dan sarannya. Sehingga saran-saran perbaikan datang dari siapa saja yang tentunya menginginkan produk jauh lebih berkembang dan berkualitas (Jannah & Siradjuddin, 2020). Pendekatan etis ini menjadi kekuatan utama dalam membangun reputasi dan keberlangsungan usaha di tengah persaingan UMKM yang ketat.

Wawancara dengan Seorang pelanggan setia Dendeng Pucuk Wak Idah mengungkapkan bahwa “*ia telah menjadi pelanggan sejak awal pandemi, sekitar empat tahun lalu, setelah dikenalkan oleh tetangganya. Alasan utama ketertarikannya adalah rasa produk yang lezat dan kepercayaan pada kejujuran Owner dalam berjualan. Menurutnya, pelayanan yang diberikan sangat ramah dan komunikatif. Ketika stok produk habis, Owner tidak pernah memaksa pelanggan untuk membeli barang lain, bahkan ketika pelanggan secara tidak sengaja mentransfer uang lebih, kelebihan tersebut langsung dikembalikan. Ia merasakan bahwa pelayanan yang diberikan sarat dengan nilai-nilai Islam, seperti keikhlasan dan ketulusan dalam berdagang.*”

Lingkungan sekitar pun memberikan tanggapan positif terhadap usaha ini, terbukti dari banyaknya pelanggan tetap, bahkan dari luar kota. Selama menjadi pelanggan, ia tidak pernah mengalami masalah dalam transaksi, dan setiap ada perubahan harga selalu diinformasikan sebelumnya. Ia meyakini bahwa sikap jujur dan adil Owner menjadi kunci kesuksesan usaha ini, mengingat sulitnya menemukan pedagang jujur saat ini. Pelayanan yang diberikan juga dianggap berbeda karena nuansa kekeluargaan yang kental, tidak sekadar jual beli semata. Komunikasi antara Owner dan pelanggan terjalin erat, bahkan sering kali pelanggan diajak terlibat dalam kegiatan seperti acara keluarga atau produksi. Harapannya terhadap usaha ini adalah agar semakin maju, tetap mempertahankan nilai kejujuran, dan ke depan dapat membuka cabang agar lebih banyak orang merasakan manfaat dari usaha tersebut.

Dari hasil wawancara dengan pelanggan, terlihat bahwa keberhasilan UMKM ini tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh integritas dan etika pelaku usahanya. Sikap jujur, amanah, serta pelayanan yang hangat dan penuh keikhlasan dari Owner menjadi fondasi kuat terbentuknya loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran (*shidq*), amanah, dan adil (*'adl*), telah diterapkan dalam praktik nyata, khususnya dalam relasi antara penjual dan pelanggan. Kepercayaan pelanggan tidak muncul secara instan, melainkan dibangun melalui pengalaman positif yang konsisten, seperti keterbukaan dalam transaksi, pengembalian kelebihan uang, serta komunikasi yang baik dan humanis. Bahkan, nilai-nilai silaturahmi dan ukhuwah Islamiyah turut menguatkan hubungan antara pelaku usaha dan pelanggan, yang tidak hanya sebagai transaksi ekonomi semata tetapi juga interaksi sosial yang bermakna. Keberadaan usaha ini juga memberikan pengaruh positif terhadap lingkungan sosial sekitar, menciptakan jejaring pelanggan yang luas dan loyal. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa penerapan etika Islam dalam bisnis mikro memiliki dampak signifikan terhadap keberlanjutan usaha, kepercayaan konsumen, dan reputasi usaha secara keseluruhan. Oleh karena itu, model usaha yang dijalankan Owner layak dijadikan contoh bagi pelaku UMKM lain dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis mereka.

Hasil wawancara dengan informan kunci, yakni pemasok daun ubi, yang dalam hal ini diwakili oleh Pak MI: “Saya telah menjalin kemitraan dengan Owner sejak usaha Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah semakin maju dan membutuhkan banyak bahan baku Daun Ubi. Kerjasama ini terbangun atas dasar saling menghargai dan kepercayaan. Ia menyatakan bahwa Owner tidak pernah menawar harga secara tidak wajar dan selalu melakukan pembayaran tepat waktu, suatu sikap yang menurutnya menunjukkan amanah dan integritas. Beliau pun selalu menepati janji dalam membeli hasil panen, tanpa menipu atau mengingkari kesepakatan. Komunikasi antara mereka terjalin dengan baik, menggunakan media seperti WhatsApp dan telepon, dan Owner selalu menunjukkan pengertian ketika hasil panen menurun akibat cuaca. Bahkan, Owner pernah membantu mempromosikan hasil kebun saya kepada jaringan relasinya, sesuatu yang menunjukkan kepedulian di luar hubungan jual beli. Dalam pandangan saya, cara berdagang Owner mencerminkan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keadilan, dan tidak menindas mitra kecil seperti petani. Sikap sabar Owner saat terjadi keterlambatan pasokan, disertai keyakinan bahwa rezeki adalah urusan Allah, memberikan ketenangan dan penghargaan bagi saya. Ia pun merasakan dampak ekonomi langsung dari kerjasama ini, karena usaha tersebut memberikan tambahan penghasilan rutin yang dapat membantu memenuhi kebutuhan keluarga. Harapannya, usaha dendeng pucuk ubi ini terus berkembang dengan tetap menjaga nilai-nilai kejujuran dan menjalin kemitraan yang saling menguntungkan. Saya percaya bahwa model kerjasama seperti ini layak ditiru oleh pelaku UMKM lain agar petani dan pemasok kecil tidak lagi dirugikan”

Hasil wawancara dengan Pak MI selaku pemasok daun ubi menunjukkan bahwa hubungan kemitraan antara pelaku UMKM, dalam hal ini Owner, dengan mitra pemasoknya dibangun atas dasar nilai-nilai etika Islam yang kuat. Nilai *amanah* (dapat dipercaya) tercermin dari konsistensi Owner dalam memenuhi janji pembelian dan pembayaran tepat waktu. Nilai *keadilan* tampak dari perlakuan yang tidak merugikan petani, seperti tidak menawar harga secara tidak wajar dan bersikap toleran terhadap kondisi panen yang menurun. Komunikasi yang baik dan penuh empati juga menjadi ciri hubungan profesional mereka, mencerminkan semangat *ukhuwah* (persaudaraan) dalam bermuamalah. Selain itu, sikap tolong-menolong seperti membantu promosi produk petani menunjukkan bahwa relasi bisnis yang dibangun tidak semata transaksional, melainkan juga sosial dan spiritual. Penerapan etika Islam dalam konteks ini tidak hanya menciptakan hubungan kerja yang harmonis, tetapi juga memberikan dampak ekonomi positif bagi mitra usaha, serta memperkuat kepercayaan yang menjadi kunci keberlanjutan bisnis. Temuan ini menguatkan

bahwa prinsip etika dalam Islam sangat relevan dan aplikatif dalam praktik usaha mikro, terutama dalam menjalin kemitraan yang sehat dan berkeadilan.

Wawancara dengan tokoh agama Ustaz Rh, selaku tokoh agama dan pengasuh pengajian lingkungan, *“Saya telah lama mengenal Owner bahkan sebelum ia memulai usaha dendeng pucuk ubi. Dalam pandangan saya, cara berdagang yang diterapkan oleh Owner sangat mencerminkan nilai-nilai syariat Islam, seperti kejujuran, kebersihan, dan transparansi dalam bertransaksi. Owner sempat meminta arahan terkait kehalalan bahan baku di awal usahanya, dan saya memberikan referensi sesuai ketentuan Islam. Etika bisnis Islam menurutnya dijalankan secara seimbang oleh Owner, karena selain berniat untuk berusaha, juga diniatkan sebagai bentuk ibadah. Keterlibatan Owner dalam kegiatan keagamaan pun aktif, seperti menghadiri pengajian dan turut membantu acara masjid. Dari sisi sosial, usaha ini dinilai memberi inspirasi bagi Ibu-Ibu lain agar berjualan dengan cara yang benar dan jujur. Bahkan, saya pernah mencontohkan usaha Bu Owner dalam dakwah sebagai pedagang yang amanah. Yang membedakan usaha ini, menurutnya, adalah niat dan semangat memberi manfaat bagi lingkungan sekitar, tidak semata mencari keuntungan. Ia menegaskan bahwa etika bisnis Islam sangat relevan di era modern dan bahkan semakin dibutuhkan, karena masyarakat semakin merindukan integritas dalam berdagang. Harapan beliau, usaha seperti ini dapat terus berkembang dalam bingkai syariah serta mampu memberdayakan masyarakat sekitar”*.

Wawancara dengan Ustaz Rh menunjukkan bahwa praktik bisnis yang dilakukan oleh Owner dalam usahanya tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga mencerminkan penerapan etika bisnis Islam yang kuat. Hal ini terlihat dari cara beliau menjaga kejujuran, kebersihan, dan keterbukaan dalam bertransaksi. Dukungan tokoh agama dalam bentuk arahan mengenai kehalalan bahan dan penerapan syariat menunjukkan bahwa usaha ini berjalan dengan mempertimbangkan nilai-nilai keagamaan secara konsisten. Selain itu, keterlibatan Owner dalam kegiatan keagamaan di lingkungan sekitar memperkuat citra bahwa bisnis ini dijalankan bukan sekadar untuk berdagang, tetapi juga sebagai bentuk kontribusi sosial dan spiritual. Menurut Ustaz Rh, usaha ini menjadi contoh konkret dari penerapan etika bisnis Islam yang masih sangat relevan di era modern, sekaligus mampu memberi inspirasi kepada masyarakat untuk menjalankan usaha dengan amanah dan memberi manfaat. Oleh karena itu, usaha ini bukan hanya membawa dampak ekonomi, tetapi juga sosial dan moral bagi masyarakat sekitarnya.

Wawancara dengan Ibu Rn, tetangga dari rumah produksi Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah, diketahui bahwa hubungan bertetangga dengan pelaku usaha ini berjalan sangat harmonis. *“Owner dikenal sebagai pribadi yang ramah, sopan, serta aktif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan seperti gotong royong dan acara lingkungan. Kehadiran usaha tersebut tidak menimbulkan gangguan bagi warga sekitar, bahkan justru memberikan manfaat sosial, seperti ketersediaan lapangan kerja dan motivasi bagi warga untuk memulai usaha mandiri. Selain itu, sikap Owner yang sering berbagi makanan dan memberikan potongan harga atau produk gratis kepada tetangga menunjukkan adanya semangat berbagi dan kepedulian sosial yang tinggi. Dalam menjalankan usaha, Owner dinilai sangat menjunjung tinggi kejujuran, terbuka terhadap kritik dan saran, serta menerapkan nilai-nilai Islam dalam setiap aspek aktivitas usahanya. Hal ini membuat usaha dendeng miliknya tidak hanya diterima secara baik oleh lingkungan, tetapi juga menjadi contoh usaha kecil yang menjunjung tinggi etika dan nilai-nilai spiritual. Harapan besar saya kepada Owner agar usaha ini terus berkembang dan tetap mempertahankan sikap rendah hati serta kepedulian sosial yang telah melekat selama ini”*.

Pembahasan dari wawancara dengan Ibu Rn, selaku tetangga rumah produksi dendeng pucuk ubi milik Owner, menegaskan bahwa praktik usaha yang dijalankan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai sosial dan spiritual. Owner menunjukkan sikap sebagai pelaku usaha yang ramah, peduli lingkungan, dan menjunjung tinggi etika bertetangga. Tidak hanya menjaga ketertiban lingkungan, beliau juga aktif dalam kegiatan sosial seperti gotong royong dan acara warga, serta sering berbagi makanan atau memberi diskon kepada tetangga. Kejujuran dan sikap terbuka terhadap masukan menjadi ciri utama dalam usahanya, yang mencerminkan penerapan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis sehari-hari. Kehadiran usaha ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku dan karyawan, tetapi juga memberi dampak positif bagi lingkungan sosial dengan membuka peluang kerja dan mendorong semangat wirausaha di kalangan warga sekitar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa usaha dendeng pucuk ubi milik Owner merupakan contoh nyata bagaimana etika bisnis Islam dapat diaplikasikan dalam konteks UMKM dan berdampak positif bagi masyarakat luas.

Berdasarkan hasil wawancara kepada seluruh informan mulai dari pemilik usaha, karyawan, pelanggan, pemasok, tokoh agama, hingga tetangga sekitar ditemukan bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam yang diterapkan dalam praktik usaha UMKM Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah meliputi kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab, dan kepedulian sosial. Kejujuran tercermin dalam keterbukaan terhadap pelanggan dan mitra kerja, baik dalam hal kualitas produk, transaksi, maupun komunikasi. Amanah ditunjukkan dengan komitmen terhadap janji, baik dalam hal pembayaran, pengiriman, maupun kerjasama. Nilai keadilan tampak dalam perlakuan yang adil terhadap karyawan dan mitra, serta penetapan harga yang tidak merugikan. Tanggung jawab diwujudkan melalui perhatian terhadap kualitas dan kebersihan produk serta kesiapan menerima dan memperbaiki kesalahan produksi. Sementara itu, kepedulian sosial terlihat dari keterlibatan *Owner* dalam kegiatan masyarakat, pemberdayaan tetangga sebagai tenaga kerja, dan peran aktif dalam kegiatan keagamaan.

Nilai-nilai etika tersebut berkontribusi signifikan terhadap keberlangsungan dan reputasi usaha. Para pelanggan merasa nyaman dan percaya terhadap produk yang dibeli karena pelayanan yang tulus dan jujur. Karyawan merasa dihargai dan termotivasi karena sistem kerja yang adil dan bernilai. Pemasok merasa dihormati dan dilibatkan secara setara, sehingga kerjasama berjalan lancar. Masyarakat sekitar pun menaruh simpati dan dukungan terhadap usaha ini karena tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai keislaman dalam praktik nyata. Dengan demikian, keberlangsungan dan reputasi UMKM ini tumbuh kuat karena fondasi nilai-nilai Islam yang tidak hanya dipahami, tetapi juga diimplementasikan secara konsisten dalam seluruh aspek usaha.

Nilai-nilai etika bisnis Islam yang diterapkan dalam praktik usaha UMKM Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah menunjukkan keterhubungan yang kuat dengan teori-teori etika bisnis Islam dan prinsip dasar muamalah dalam Islam. Menurut Maulida et al. (2024) dan Astuti (2022), etika bisnis Islam bertumpu pada prinsip-prinsip seperti *sidq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *'adl* (adil), *ta'awun* (tolong-menolong), dan *maslahah* (kemaslahatan). Temuan penelitian ini membuktikan bahwa nilai-nilai tersebut tidak hanya relevan secara konseptual, tetapi juga dapat diimplementasikan secara nyata dalam praktik UMKM. Konsep jujur dan amanah dalam transaksi dagang sebagaimana ditegaskan dalam hadis Nabi Muhammad SAW "*Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, orang yang benar, dan para syuhada*" (HR. Tirmidzi) terwujud dalam praktik usaha Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah, yang terbuka terhadap pelanggan dan tidak menutupi kekurangan produk. Prinsip *'adl* tercermin dalam sikap adil terhadap karyawan dan mitra, sejalan dengan pandangan Al-Ghazali bahwa keadilan dalam bisnis adalah menempatkan hak-hak orang lain pada tempatnya. Sedangkan nilai *maslahah* termanifestasi dalam upaya usaha ini untuk memberikan manfaat sosial dan ekonomi kepada lingkungan sekitar, yang sejalan dengan pendekatan *maqashid al-syari'ah* dalam aktivitas ekonomi Islam. Lebih jauh, teori stakeholder dalam etika bisnis modern yang menekankan pentingnya memperhatikan kepentingan semua pihak yang terlibat (pemilik, karyawan, pelanggan, pemasok, dan masyarakat), juga sejalan dengan pendekatan etika bisnis Islam dalam konteks UMKM ini (Freeman, 2010). Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat konsep-konsep etika bisnis Islam yang telah mapan, tetapi juga menunjukkan relevansi dan aplikabilitasnya dalam praktik UMKM masa kini, terutama dalam membangun usaha yang berkelanjutan dan berakar pada nilai-nilai spiritual serta sosial.

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, dan keadilan tidak hanya menjadi pedoman moral bagi pelaku usaha UMKM Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah, tetapi juga berfungsi sebagai modal sosial yang kuat dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, karyawan, serta pemasok. Temuan ini menguatkan teori bahwa nilai-nilai etika Islam dalam konteks bisnis berperan penting dalam membentuk reputasi dan keberlanjutan usaha. Namun, penelitian ini juga mengembangkan pemahaman lama dengan menunjukkan bahwa etika bisnis Islam di UMKM tidak berdiri sendiri sebagai aturan individual, melainkan terintegrasi erat dengan hubungan sosial dan spiritual dalam komunitas lokal. Model sinergi antara nilai spiritual dan hubungan sosial ini menegaskan bahwa UMKM yang mengelola usahanya berdasarkan etika Islam sekaligus menjaga komunikasi dan hubungan kekeluargaan dengan seluruh pemangku kepentingan, memiliki daya tahan yang lebih baik menghadapi tantangan bisnis. Dengan demikian, keberhasilan UMKM ini tidak hanya diukur dari aspek ekonomi, tetapi juga dari keberkahan dan kesejahteraan sosial yang dihasilkan. Temuan ini memodifikasi teori pengelolaan UMKM tradisional dengan menambahkan dimensi spiritual

sebagai faktor kunci dalam pengambilan keputusan dan operasional. Selain itu, variabel etika bisnis Islam juga dapat dimasukkan sebagai faktor penting dalam teori loyalitas pelanggan, khususnya dalam konteks usaha kecil menengah yang sangat bergantung pada kepercayaan dan hubungan personal. Pelanggan UMKM ini menunjukkan loyalitas yang kuat karena mereka merasakan kejujuran dan keikhlasan pelaku usaha, yang memperkuat reputasi dan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Nilai-nilai etika bisnis Islam yang diterapkan dalam UMKM Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah tidak hanya berfungsi sebagai norma moral, tetapi juga sebagai fondasi sosial dan spiritual yang membangun kepercayaan, reputasi, dan keberlanjutan usaha. Nilai-nilai tersebut, seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab, berperan dalam mempererat hubungan antara pelaku usaha, karyawan, pemasok, pelanggan, dan masyarakat sekitar, sehingga menciptakan ekosistem bisnis yang harmonis dan berkelanjutan. Penelitian ini mengembangkan teori pengelolaan UMKM dengan menambahkan dimensi spiritual dan sosial sebagai faktor kunci dalam keberhasilan usaha, sekaligus memodifikasi teori loyalitas pelanggan dengan memasukkan variabel etika bisnis Islam sebagai penentu utama dalam membangun loyalitas dan kepercayaan. Dengan demikian, penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dapat menjadi strategi efektif yang tidak hanya meningkatkan kinerja ekonomi UMKM tetapi juga memberikan dampak sosial positif bagi komunitas sekitar. Nilai-nilai ekonomi dalam pandangan Islam memiliki tujuan agar terjadi keselarasan dalam kehidupan manusia. Ekonomi Islam memiliki mempunyai norma dan nilai Islam bukan hanya muslim saja akan tetapi diperuntukkan bagi seluruh makhluk yang hidup di muka bumi ini. Esensi proses ekonomi islah agar dapat memenuhi seluruh kebutuhan manusia yang berlandaskan syariah atau Al-Qur'an dan al-Hadits untuk menggapai kebahagiaan dunia dan akhirat (Handayani, 2018).

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian tentang penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik usaha UMKM Dendeng Pucuk Wak Idah, dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, dan keadilan tidak hanya menjadi pedoman moral, tetapi juga menjadi fondasi sosial dan spiritual yang kuat dalam membangun kepercayaan, reputasi, dan keberlanjutan usaha. Temuan penelitian ini mengembangkan teori pengelolaan UMKM dengan menambahkan dimensi spiritual dan hubungan kekeluargaan sebagai faktor kunci yang memperkuat loyalitas pelanggan, harmonisasi relasi dengan karyawan, pemasok, serta masyarakat sekitar, sehingga menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan dan bermakna secara sosial. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi nilai etika bisnis Islam yang menyeluruh dengan praktik manajemen hubungan sosial dalam konteks UMKM, yang sebelumnya kurang mendapat perhatian dalam literatur. Sebagai saran praktis, pelaku UMKM disarankan untuk menginternalisasi dan mengkomunikasikan nilai-nilai etika Islam secara konsisten guna meningkatkan kepercayaan dan keberlangsungan usaha. Untuk penelitian lanjutan, disarankan menguji model integratif ini dalam berbagai sektor UMKM lainnya serta mengeksplorasi dampak nilai spiritual terhadap kinerja ekonomi secara kuantitatif untuk memperkuat generalisasi temuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M., Harahap, M. I., & Harahap, O. V. R. H. (2023). Analisis Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Pada Perusahaan Properti Syariah PT . Noor Eeman Nusantara Medan. *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(2), 78–94.
- Astuti, A. R. T. (2022). Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer). In N. Hamzah (Ed.), *IAIN Parepare Nusantara Press*. IAIN Parepare Nusantara Press.
- Az-Zahra, S., Qarni, W., & Harianto, B. (2024). Implementasi Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Bisnis Pada Market Place Shopee. *Jambura Economic Education Journal*, 6(1), 112–122.
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press.
- Handayani, L. (2018). Nilai-Nilai Ekonomi Dan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *El-Iqtishod*, 2(1), 14–25.
- Heriyanto, & Taufiq. (2024). Nilai-Nilai Ekonomi Dan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *JIMMI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 1(1), 24–37.

- Jannah, S., & Siradjuddin, S. (2020). Internalisasi Nilai-Nilai Macca na Malempu' dalam Etika Bisnis Islam sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan CV. Idlan Waranie Perkasa (Mabello Indonesia). *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 42–56. <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v4i2.15194>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Statistik UMKM Tahun 2023*. <https://kemenkopukm.go.id>.
- Maulida, Novita, & Aisyah, S. F. (2024). Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 49–61. <https://doi.org/10.24252/el-iqthishady.vi.46740>
- Miles, M. ., Huberman, A. ., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press*. (3rd ed.). SAGE Publications.
- Muis, M. (2020). Nilai Kearifan Lokal Pallise' Balu' Pada Pedagang Bugis Dalam Etika Bisnis Islam. *IEB JOURNAL Islamic Economics and Business Journal*, 2(1), 53–70. <http://jurnal.iain-bone.ac.id/index.php/ieb/article/view/2991>
- Muna, N. El. (2020). Internalisasi Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Al-Tsaman*, 2(2), 114–128. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Muna, N. El. (2021). Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Sebagai Pondasi Pengembangan Pt. Bank Syariah Indonesia (Perspektif Hukum Islam dan Global Compact). *BISEI: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 06(01), 63–73.
- Pangestu, A. H. R. (2024). Penerapan Nilai-Nilai Syariah Dalam Kewirausahaan: Solusi untuk Tantangan Bisnis Kontemporer. *JEKIS: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 124–133.
- Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insani Pers.