

**KAJIAN PENERAPAN NILAI SIDDIQ, AMANAH, FATHANAH, DAN TABLIGH
PADA KINERJA UMKM Di KECAMATAN MEDAN PERJUANGAN**

Siti Mukti Intan Sari, Syamsul Effendi, Nurhudawi

Universitas Islam Sumatera Utara

Email: sitiintanpermatasari25@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan nilai siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh pada pelaku UMKM di Kecamatan Medan Perjuangan, kendala yang dihadapi dalam penerapannya, serta dampaknya terhadap kinerja UMKM. Nilai-nilai tersebut merupakan sifat utama Rasulullah SAW yang menjadi pedoman dalam etika bisnis Islam dan penting diterapkan dalam kegiatan usaha untuk membangun kepercayaan konsumen serta mendukung keberlangsungan usaha. Namun, dalam praktiknya masih terdapat pelaku UMKM yang belum menerapkan nilai-nilai tersebut secara optimal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM di Kecamatan Medan Perjuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah menerapkan nilai siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh dalam aktivitas usahanya. Nilai siddiq tercermin dari kejujuran dalam memberikan informasi produk, amanah terlihat dari tanggung jawab dalam menjaga kualitas produk dan pelayanan, fathanah diwujudkan melalui kemampuan mengelola usaha dan berinovasi, sedangkan tabligh tampak dalam komunikasi yang baik dengan konsumen. Adapun kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan pengetahuan, persaingan usaha, dan kurang optimalnya pemanfaatan teknologi. Penerapan nilai-nilai tersebut memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM, seperti meningkatnya kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, serta keberlangsungan usaha.

Kata Kunci: Siddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh, Kinerja UMKM

ABSTRACT

This study aims to determine the implementation of the values of siddiq, amanah, fathanah, and tabligh among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Medan Perjuangan District, the obstacles faced in their implementation, and their impact on MSME performance. These values are the noble characteristics of Prophet Muhammad (PBUH) that serve as guidelines in Islamic business ethics and are important in building consumer trust and supporting business sustainability. However, in practice, some MSME actors have not fully implemented these values optimally. This study employed a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation involving MSME actors in Medan Perjuangan District. The results show that most MSME actors have implemented the values of siddiq, amanah, fathanah, and tabligh in their business activities. The value of siddiq is reflected in honesty when providing product information, amanah is demonstrated through responsibility in maintaining product

quality and service, fathanah is shown through the ability to manage businesses and innovate, while tabligh is reflected in effective communication with consumers. The obstacles faced include limited knowledge, business competition, and the suboptimal use of technology. The implementation of these values has a positive impact on MSME performance, including increased consumer trust, improved service quality, customer loyalty, and business sustainability.

Keywords: Siddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh, MSME Performance, Islamic Business Ethics.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024). Kehadiran UMKM tidak hanya mampu menciptakan lapangan pekerjaan, tetapi juga menjadi penopang perekonomian masyarakat, khususnya di daerah perkotaan. Di Kota Medan, perkembangan UMKM terus mengalami peningkatan, termasuk di Kecamatan Medan Perjuangan yang dikenal sebagai salah satu wilayah dengan aktivitas perdagangan dan usaha masyarakat yang cukup aktif.

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Medan Perjuangan menunjukkan bahwa sektor usaha masyarakat memiliki potensi yang cukup besar dalam mendukung perekonomian daerah. Keberadaan UMKM tidak hanya berperan sebagai sumber pendapatan masyarakat, tetapi juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan aktivitas ekonomi di lingkungan sekitar. Oleh karena itu, keberlangsungan dan perkembangan UMKM perlu didukung dengan penerapan prinsip-prinsip usaha yang baik, termasuk penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam

dalam menjalankan kegiatan usaha. Adapun data UMKM binaan yang terdapat di Kecamatan Medan Perjuangan dapat dilihat pada tabel berikut:

Berdasarkan Tabel 1.1, diketahui bahwa jumlah UMKM binaan di Kecamatan Medan Perjuangan sebanyak 41 UMKM yang terdiri dari 30 UMKM bidang kuliner dan 11 UMKM bidang nonkuliner. Data tersebut menunjukkan bahwa usaha kuliner merupakan jenis usaha yang paling banyak dijalankan oleh masyarakat di Kecamatan Medan Perjuangan. Tingginya jumlah UMKM kuliner menunjukkan bahwa sektor makanan dan minuman memiliki peluang yang cukup besar untuk berkembang serta menjadi salah satu sumber penghasilan masyarakat. Banyaknya pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner juga menyebabkan persaingan usaha semakin meningkat. Dalam kondisi tersebut, pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga perlu menerapkan nilai-nilai etika bisnis dalam setiap aktivitas usahanya. Penerapan nilai siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh menjadi penting karena dapat membangun kepercayaan konsumen, meningkatkan kualitas pelayanan, serta mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, kajian mengenai

penerapan nilai-nilai tersebut pada pelaku UMKM di Kecamatan Medan Perjuangan menjadi penting untuk dilakukan guna mengetahui bagaimana nilai-nilai Islam diterapkan dalam aktivitas usaha sehari-hari.

Dalam Islam, terdapat empat sifat utama Rasulullah SAW yang dapat dijadikan pedoman dalam menjalankan usaha, yaitu *siddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh* (Muslich, 2021: 45). Nilai *siddiq* berkaitan dengan kejujuran dalam berdagang, seperti menyampaikan kualitas barang sesuai kondisi sebenarnya serta tidak melakukan penipuan kepada konsumen. Nilai *amanah* berkaitan dengan tanggung jawab dan kemampuan menjaga kepercayaan pelanggan. Nilai *fathanah* berkaitan dengan kecerdasan dan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola usahanya secara baik dan profesional. Sedangkan nilai *tabligh* berkaitan dengan kemampuan komunikasi dan penyampaian informasi secara baik kepada konsumen.

2. KAJIAN TEORI

Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai, norma, dan prinsip yang bersumber dari ajaran Islam yang digunakan sebagai pedoman dalam menjalankan aktivitas ekonomi dan bisnis. Dalam perspektif Islam, kegiatan bisnis tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan materi semata, tetapi juga harus memperhatikan nilai moral, kejujuran, keadilan, tanggung jawab, serta keberkahan usaha. Dengan demikian,

bisnis dalam Islam dipandang tidak hanya sebagai aktivitas duniawi, tetapi juga bagian dari ibadah apabila dilaksanakan sesuai dengan ketentuan syariat. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha dituntut untuk menjalankan kegiatan ekonomi secara halal, menghindari praktik yang dilarang seperti *riba*, *gharar*, *penipuan*, dan *monopoli* yang merugikan pihak lain. Etika bisnis Islam juga mengatur hubungan manusia dengan Allah SWT

Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki peran strategis dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional dan kesejahteraan masyarakat. Keberadaan UMKM menjadi bagian penting dalam struktur perekonomian Indonesia karena mampu menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat ketahanan ekonomi daerah. Selain itu, UMKM juga dinilai memiliki kemampuan beradaptasi yang cukup baik terhadap perubahan kondisi ekonomi dibandingkan dengan usaha berskala besar.

UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam Dalam perspektif ekonomi Islam, UMKM tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga sebagai sarana ibadah yang harus dijalankan sesuai dengan prinsip syariah. Kegiatan usaha harus mengedepankan nilai keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial agar memberikan manfaat bagi masyarakat luas. UMKM memiliki peran strategis dalam meningkatkan ekonomi umat karena mampu menciptakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pengembangan UMKM dalam Islam harus didasarkan pada nilai-nilai etika bisnis Islam, seperti siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh. Nilai-nilai tersebut membantu pelaku usaha dalam menjalankan bisnis secara profesional, jujur, dan berorientasi pada keberkahan. Menurut Chapra, sistem ekonomi Islam harus dibangun atas dasar moral dan keadilan sosial untuk mencapai kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh (Chapra, 2021). Oleh karena itu, UMKM dalam perspektif Islam tidak hanya berfokus pada keuntungan materi, tetapi juga pada nilai spiritual dan kemaslahatan umat. Berdasarkan uraian teori di atas, dapat dipahami bahwa etika bisnis Islam memiliki peran penting dalam membentuk perilaku usaha yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Penerapan nilai siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh dalam kegiatan usaha dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan, serta keberlangsungan UMKM. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis Islam menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung peningkatan kinerja UMKM secara berkelanjutan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Pendekatan
Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial yang terjadi di masyarakat secara mendalam berdasarkan data yang diperoleh langsung dari lapangan. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis mengenai penerapan nilai siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh pada pelaku UMKM di Kecamatan Medan Perjuangan. Pendekatan kualitatif dipilih

karena penelitian ini berfokus pada pemahaman terhadap perilaku, sikap, serta pengalaman pelaku UMKM dalam menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam aktivitas usaha sehari-hari. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui kendala serta dampak penerapan nilai-nilai tersebut terhadap kinerja UMKM. Melalui penelitian kualitatif, peneliti dapat memperoleh data yang lebih mendalam mengenai kondisi nyata yang terjadi di lapangan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai penerapan nilai siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh pada kinerja UMKM di Kecamatan Medan Perjuangan

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Medan Perjuangan, Kota Medan, Sumatera Utara. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa Kecamatan Medan Perjuangan merupakan salah satu wilayah yang memiliki aktivitas UMKM yang cukup berkembang, khususnya pada sektor perdagangan, kuliner, jasa, dan usaha rumahan masyarakat. Selain itu, Kecamatan Medan Perjuangan memiliki pelaku UMKM dengan latar belakang usaha yang beragam sehingga dianggap sesuai untuk meneliti penerapan nilai siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh dalam aktivitas usaha. Tingginya aktivitas ekonomi masyarakat di wilayah tersebut juga menjadi alasan peneliti memilih lokasi penelitian karena dapat memberikan data dan informasi yang relevan dengan fokus penelitian

Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, serta keterlibatan langsung terhadap kegiatan usaha dan penerapan nilai siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Medan Perjuangan Kota Medan. Informasi yang diperoleh dari para informan digunakan untuk mendapatkan gambaran yang lebih mendalam mengenai penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam, kendala yang dihadapi pelaku usaha, serta dampaknya terhadap kinerja UMKM

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Bagian pembahasan ini bertujuan untuk menganalisis dan menginterpretasikan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di lapangan. Analisis dilakukan dengan menghubungkan hasil penelitian dengan teori-teori yang relevan mengenai etika bisnis Islam, khususnya nilai siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Melalui proses analisis tersebut, peneliti dapat memahami bagaimana penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam pada pelaku UMKM di Kecamatan Medan Perjuangan, kendala yang dihadapi dalam penerapannya, serta dampaknya terhadap kinerja usaha makanan dan minuman yang dijalankan. Dengan demikian, pembahasan ini disusun berdasarkan

rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya.

1. Penerapan Nilai Siddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh pada Pelaku UMKM di Kecamatan Medan

Perjuangan Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kecamatan Medan Perjuangan, diketahui bahwa sebagian pelaku UMKM telah berupaya menerapkan nilai siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh dalam kegiatan usaha sehari-hari. Penerapan nilai siddiq terlihat dari sikap jujur pelaku usaha dalam menjelaskan kualitas produk dan menentukan harga kepada konsumen.

Selain itu, nilai amanah terlihat dari tanggung jawab pelaku usaha dalam menjaga kualitas produk dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Nilai fathanah terlihat dari kemampuan pelaku usaha dalam mengelola usaha serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Sementara itu, nilai tabligh terlihat dari kemampuan pelaku usaha dalam menjalin komunikasi yang baik, sopan, dan ramah kepada konsumen.

Temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam memiliki peran penting dalam membangun hubungan baik antara pelaku usaha dan konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat Muhammad Djakfar yang menyatakan bahwa etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai moral yang menjadi pedoman dalam menjalankan kegiatan usaha agar tetap sesuai dengan prinsip syariah serta menciptakan hubungan

yang baik antara penjual dan pembeli (Djakfar, 2012).

2. Kendala dalam Penerapan Nilai Siddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh pada Pelaku UMKM di Kecamatan Medan

Perjuangan Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa dalam penerapan nilai siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi pelaku UMKM. Kendala tersebut meliputi persaingan usaha, keterbatasan modal, kurangnya pemahaman mengenai etika bisnis Islam, serta keterbatasan pemanfaatan teknologi dalam pengembangan usaha. Selain itu, sebagian pelaku usaha masih lebih fokus pada keuntungan usaha sehingga penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam belum dilakukan secara maksimal. Persaingan usaha yang cukup tinggi juga menyebabkan sebagian pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mempertahankan kualitas produk.

3. Penerapan etika bisnis Islam tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga menciptakan tanggung jawab moral dan sosial dalam kegiatan ekonomi (Muslich, 2004). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2023) menjelaskan bahwa keterbatasan modal, kurangnya pemahaman mengenai etika bisnis Islam, serta persaingan usaha menjadi kendala utama yang sering dihadapi pelaku UMKM dalam menerapkan prinsip-prinsip bisnis Islami. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pelaku usaha belum mampu menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam secara optimal dalam kegiatan usaha mereka.

Hal tersebut juga diperkuat oleh pendapat Yusuf Qardhawi yang menyatakan bahwa aktivitas bisnis dalam

Islam harus dijalankan dengan memperhatikan nilai kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan, meskipun dalam praktiknya pelaku usaha sering menghadapi tantangan ekonomi dan persaingan usaha yang cukup ketat (Qardhawi, 1997).

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa penerapan nilai siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh membutuhkan dukungan pengetahuan, kesadaran, serta kemampuan pelaku usaha dalam menghadapi berbagai tantangan usaha yang ada. 3. Dampak Penerapan Nilai Siddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Medan Perjuangan Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa penerapan nilai siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh memberikan dampak positif terhadap perkembangan dan kinerja UMKM di Kecamatan Medan Perjuangan. Penerapan nilai-nilai

Pelaku usaha yang menerapkan sikap jujur, bertanggung jawab, dan memberikan pelayanan yang baik cenderung lebih dipercaya oleh konsumen. Selain itu, kemampuan pelaku usaha dalam mengelola usaha dan menjalin komunikasi yang baik juga memberikan pengaruh terhadap perkembangan usaha makanan dan minuman yang dijalankan.

Temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha. Hal ini sejalan dengan pendapat Hasan Ali yang menyatakan bahwa penerapan prinsip etika bisnis Islam dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha dan keberlangsungan bisnis (Hasan Ali, 2015).

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Fitriani (2024) menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang menerapkan nilai kejujuran, pelayanan yang baik, dan tanggung jawab dalam kegiatan usaha cenderung memiliki hubungan yang lebih baik dengan pelanggan sehingga mampu meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk yang dijual. Pendapat lain juga dikemukakan oleh Rafik Issa Beekun yang menyatakan bahwa etika bisnis Islam memiliki tujuan untuk menciptakan kegiatan usaha yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga memberikan manfaat sosial melalui hubungan yang baik antara pelaku usaha dan konsumen (Beekun, 1997).

Dengan demikian, penerapan nilai *siddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh* tidak hanya memberikan dampak terhadap peningkatan kepercayaan konsumen, tetapi juga berpengaruh terhadap perkembangan usaha, kualitas pelayanan, dan keberlangsungan UMKM di Kecamatan Medan Perjuangan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Kajian Penerapan Nilai *Siddiq*, *Amanah*, *Fathanah*, dan *Tabligh* pada Kinerja UMKM di Kecamatan Medan Perjuangan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penerapan nilai *siddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh* pada pelaku UMKM di Kecamatan Medan Perjuangan pada umumnya telah diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Nilai *siddiq* terlihat dari upaya pelaku usaha dalam menyampaikan informasi produk secara jujur kepada konsumen. Nilai *amanah* tercermin melalui tanggung jawab pelaku usaha dalam menjaga kualitas produk dan

memenuhi kebutuhan pelanggan. Nilai *fathanah* diwujudkan melalui kemampuan pelaku usaha dalam mengelola usaha, mengambil keputusan, serta melakukan inovasi untuk mempertahankan keberlangsungan usaha. Sementara itu, nilai *tabligh* terlihat dari kemampuan pelaku usaha dalam berkomunikasi dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Meskipun demikian, tingkat penerapan keempat nilai tersebut masih berbeda-beda pada setiap pelaku UMKM.

2. Kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam menerapkan nilai *siddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh* antara lain berasal dari keterbatasan pengetahuan mengenai etika bisnis Islam, persaingan usaha yang semakin ketat, keterbatasan kemampuan dalam pengelolaan usaha, serta kurang optimalnya pemanfaatan teknologi dan media digital dalam kegiatan pemasaran. Selain itu, tuntutan untuk memperoleh keuntungan dalam waktu singkat terkadang menyebabkan sebagian pelaku usaha belum mampu menerapkan nilai-nilai tersebut secara maksimal dalam seluruh aktivitas usahanya.

3. Penerapan nilai *siddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh* memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Medan Perjuangan. Nilai-nilai tersebut mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperbaiki kualitas pelayanan, memperkuat loyalitas pelanggan, serta mendukung perkembangan dan keberlangsungan usaha. Pelaku UMKM yang menerapkan nilai-nilai kenabian secara konsisten cenderung memiliki hubungan yang lebih baik dengan konsumen dan mampu menciptakan citra usaha yang positif. Dengan demikian, penerapan nilai *siddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh* dapat menjadi salah satu faktor penting dalam

meningkatkan kinerja UMKM yang berkelanjutan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerapan nilai *siddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh* pada kinerja UMKM di Kecamatan Medan Perjuangan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku UMKM Pelaku UMKM diharapkan dapat terus meningkatkan penerapan nilai *siddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh* dalam menjalankan kegiatan usaha. Kejujuran dalam transaksi, tanggung jawab terhadap kualitas produk, kemampuan mengelola usaha secara profesional, serta komunikasi yang baik dengan konsumen perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar dapat membangun kepercayaan pelanggan serta mendukung perkembangan usaha yang berkelanjutan. Selain itu, pelaku UMKM juga diharapkan lebih aktif memanfaatkan teknologi digital dan media sosial sebagai sarana pemasaran untuk meningkatkan daya saing usaha.

2. Bagi Pemerintah dan Instansi Terkait Pemerintah dan instansi yang membina UMKM diharapkan dapat memberikan pendampingan, pelatihan, dan edukasi yang berkelanjutan mengenai etika bisnis Islam serta pengelolaan usaha yang baik. Program pembinaan tersebut dapat membantu pelaku UMKM memahami pentingnya penerapan nilai-nilai Islam dalam kegiatan usaha sehingga mampu meningkatkan kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen, dan kinerja usaha secara keseluruhan.

3. Bagi Masyarakat Masyarakat diharapkan dapat memberikan dukungan kepada UMKM yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Dukungan tersebut dapat berupa

penggunaan produk lokal, pemberian masukan yang membangun, serta menjalin hubungan yang baik dengan pelaku usaha sehingga tercipta lingkungan usaha yang sehat dan saling menguntungkan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada ruang lingkup lokasi penelitian dan jumlah informan yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan cakupan wilayah yang lebih luas, jumlah informan yang lebih banyak, atau mengkaji variabel lain yang berkaitan dengan etika bisnis Islam dan kinerja UMKM sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih komprehensif dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Sabran, dkk. 2022. *Etika Bisnis Islam dan Penerapannya pada UMKM*. Jakarta: Kencana.
- Abrori, Moh., dan Sakinah. 2024. "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Praktik Usaha Mikro di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 12, No. 1.
- Alviyana. 2023. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli pada Pedagang." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 8, No. 2.
- Ashari, Didi, Nisrohah, dan Maya Panorama. 2024. "Etika Bisnis dalam Ekonomi Mikro Islam." *Jurnal Ekonomi Syariah dan Manajemen Bisnis*, Vol. 9, No. 1.
- Kristiani, Dian Puji, Fitria Reni, Lala Nurlaila, dan Milana Abdillah. 2024. "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam: Implikasi untuk

- Praktik Kontemporer.” Jurnal Ekonomi Islam Kontemporer, Vol. 5, No. 2.
- Rosandy, Adrian Bayu. 2024. “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Praktik UMKM Digital.” Jurnal Bisnis dan Ekonomi Syariah, Vol. 10, No. 1.
- Pahrefi, Rezha. 2024. “Analisis Kesyarifan Bisnis Pangeran Laundry Berdasarkan Sifat Rasulullah (Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh).” Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 7, No. 1.
- Septiani Subekti, Luciana. 2022. “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kelontong di Pasar Babatan Kota Bandung.” Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 6, No. 2. Silviyah, Nur Manna, dan
- Novieati Dwi Lestari. 2022. “Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan UMKM.” Jurnal Ekonomi Islam dan Bisnis, Vol. 4, No. 2. Trisnawati, Eva,
- Abdul Wahab, dan Hamid Habbe. 2021. “Implementasi Etika Berdagang dengan Sifat Siddiq, Tabligh, Amanah, Fathanah pada Waroeng Steak and Shake Cabang Boulevard Makassar.” Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 5, No. 1.