

---

## IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM UNTUK MEMPERKUAT KINERJA DAN KEBERLANJUTAN UMKM BANJANEGARA

**Cinantha Yuwono<sup>1</sup>, Dwi Kuswianto<sup>2</sup>, Ovi Ariyanti<sup>3</sup>**

<sup>123</sup> Prodi Ekonomi Syariah, STAI Tanbihul Ghofilin, Banjarnegara, Indonesia

*Email correspondence: cinanthayuwono@staitangho.ac.id*

---

### Article History:

Received: 2025-09-26, Accepted: 2025-09-29 , Published: 2025-09-30

---

### ABSTRACT

*Education and the implementation of Islamic business ethics play a crucial role in strengthening the performance and sustainability of SMEs, particularly in Banjarnegara Regency. This study aims to explore the application of Islamic business ethical values as a strategy to enhance SME performance and sustainability. The research is a field study using a qualitative descriptive approach. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation involving 50 SME actors in the food, beverage, and small trade sectors. The findings indicate that integrating values such as honesty, justice, trustworthiness, transparency, and social responsibility can enhance business integrity and reputation, build consumer trust, promote healthy business growth, and strengthen competitiveness through professionalism and sustainable ethical practices. Government support through market programs, training, machinery assistance, and halal certification also plays a significant role in improving product quality and expanding SME markets. In conclusion, the synergy between the application of Islamic business ethics and government support creates a tangible, measurable, and effective model of business sustainability.*

**Keywords:** *Islamic Business Ethics, MSMEs, Sustainability.*

### ABSTRAK

Pendidikan dan implementasi etika bisnis Islam memegang peran penting dalam memperkuat kinerja dan keberlanjutan UMKM, khususnya di Kabupaten Banjarnegara. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam sebagai strategi peningkatan kinerja dan keberlanjutan UMKM. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Sumber data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap 50 pelaku UMKM sektor makanan, minuman, dan perdagangan kecil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi nilai kejujuran, keadilan, amanah, transparansi, dan tanggung jawab sosial mampu meningkatkan integritas dan reputasi usaha, memperkuat kepercayaan konsumen, mendorong pertumbuhan usaha yang sehat, serta memperkuat daya saing melalui profesionalisme dan praktik etis berkelanjutan. Dukungan pemerintah melalui program pasar, pelatihan, bantuan mesin, dan sertifikasi halal juga berperan signifikan dalam meningkatkan kualitas produk dan ekspansi pasar UMKM. Kesimpulannya, sinergi antara

penerapan etika bisnis Islam dan dukungan pemerintah menciptakan model keberlanjutan usaha yang nyata, terukur, dan berdaya guna.

**Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, UMKM, Keberlanjutan.**

## **PENDAHULUAN**

UMKM merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia karena memiliki kontribusi besar dalam penyerapan tenaga kerja, pertumbuhan ekonomi lokal, serta pengentasan kemiskinan. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM menyerap lebih dari 97% tenaga kerja dan menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB nasional. Namun demikian, perkembangan UMKM masih dihadapkan pada berbagai tantangan, antara lain rendahnya daya saing produk, lemahnya akses terhadap modal dan teknologi, serta keterbatasan dalam memperluas jaringan pemasaran. Dalam konteks inilah, aspek etika bisnis menjadi penting karena mampu meningkatkan reputasi, membangun kepercayaan konsumen, sekaligus mendorong keberlanjutan usaha.

Etika bisnis Islam, dengan prinsip-prinsip seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*‘adl*), amanah, tanggung jawab, dan larangan gharar (ketidakjelasan dalam transaksi), menjadi landasan moral sekaligus strategi bisnis yang potensial untuk diintegrasikan ke dalam praktik UMKM. Penerapan nilai-nilai ini diyakini tidak hanya memperbaiki citra usaha, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional, kualitas produk, serta loyalitas konsumen. Sayangnya, penerapan etika Islam dalam bisnis UMKM di banyak daerah masih menghadapi kendala, terutama terkait literasi pelaku usaha, keterbatasan pendidikan formal tentang bisnis syariah, serta tekanan ekonomi yang membuat sebagian pelaku UMKM lebih berorientasi pada keuntungan jangka pendek dibanding pada keberlanjutan usaha.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan adanya pengaruh positif antara etika bisnis Islam dan kinerja UMKM. Pertama, penelitian oleh Mundir dan Tomiyadi (2023) berjudul “*Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Kecil dan Menengah Mikro (UMKM) di Kabupaten Pasuruan*” menemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM memiliki pemahaman baik terhadap prinsip etika Islam dan berusaha mengimplementasikannya dalam praktik usaha, meskipun masih terdapat keterbatasan dalam penerapan secara konsisten (Mundir & Tomiyadi, 2023). Kedua, studi yang dilakukan oleh Vinuri, Bukhori, dan Kartikawati (2024) berjudul “*Pengaruh Literasi Keuangan dan Etika Bisnis Islam*

*Terhadap Kinerja Bisnis UMKM (Studi Kasus pada Pelaku UMKM di Sekitar Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong)*” menunjukkan bahwa etika bisnis Islam memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha, khususnya dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan manajemen keuangan. Penelitian ini menegaskan bahwa nilai-nilai Islam bukan hanya instrumen normatif, tetapi juga memberi dampak nyata pada peningkatan kinerja UMKM (Vinuri, Bukhori, & Kartikawati, 2024).

Meskipun hasil penelitian sebelumnya menunjukkan korelasi positif antara etika bisnis Islam dan kinerja UMKM, terdapat kesenjangan (*research gap*) yang belum banyak dieksplorasi. Sebagian besar penelitian masih menekankan aspek normatif dan deskriptif tanpa membahas secara mendalam bagaimana prinsip-prinsip etika Islam benar-benar dioperasionalkan dalam aktivitas sehari-hari UMKM. Selain itu, sebagian besar fokus penelitian masih sebatas pada dimensi kinerja keuangan dan loyalitas konsumen, sementara aspek keberlanjutan usaha yang mencakup dimensi sosial, lingkungan, dan ekonomi jangka panjang belum banyak diteliti. Gap lainnya adalah minimnya kajian pada konteks lokal pedesaan, yang menghadapi kondisi berbeda dari UMKM perkotaan baik dari sisi akses pasar, teknologi, maupun kapasitas sumber daya manusia.

Banjarnegara merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Banjarnegara memiliki karakteristik unik yang menjadikannya relevan untuk dikaji. Kabupaten ini memiliki basis ekonomi yang didominasi sektor UMKM tradisional, mulai dari industri kecil, kerajinan tangan, pertanian olahan, hingga perdagangan lokal. Kondisi ini menghadirkan tantangan tersendiri bagi pelaku UMKM dalam mengimplementasikan etika bisnis Islam, terutama dalam menghadapi keterbatasan modal, keterbatasan literasi bisnis syariah, serta adaptasi terhadap pasar modern yang menuntut inovasi dan digitalisasi. Dengan demikian, Banjarnegara menjadi laboratorium alami untuk memahami sejauh mana etika bisnis Islam dapat diintegrasikan dalam praktik usaha sehari-hari di wilayah pedesaan. Selain itu, Banjarnegara memiliki potensi cukup besar untuk dijadikan contoh dalam penerapan prinsip Islam yang dapat memperkuat daya saing UMKM daerah lain. Hasil penelitian nantinya dapat memberikan masukan berharga bagi pemerintah daerah dalam merancang program pemberdayaan UMKM berbasis syariah, baik melalui pelatihan, pembiayaan syariah, maupun dukungan regulasi yang lebih ramah terhadap usaha kecil.

Penelitian ini mengkaji mengenai implementasi etika bisnis Islam dalam memperkuat kinerja dan keberlanjutan UMKM Banjarnegara tidak hanya menawarkan kontribusi teoretis dalam memperkaya literatur ekonomi Islam, tetapi juga kontribusi praktis bagi pelaku UMKM dan pemerintah daerah. Penelitian ini diharapkan mampu menjembatani gap antara teori dan praktik, sekaligus menjadi panduan strategis bagi UMKM dalam menghadapi dinamika pasar modern dan globalisasi tanpa kehilangan jati diri nilai-nilai Islam.

## KAJIAN LITERATUR

### 1. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam memberikan kerangka moral yang kuat bagi pelaku usaha, termasuk UMKM, untuk menjalankan aktivitas ekonomi secara adil, jujur, dan bertanggung jawab. Pemikiran Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulum al-Din* menegaskan bahwa perdagangan harus didasarkan pada kejujuran (*sidq*) dan keadilan (*'adl*) demi tercapainya *maslahah* atau kesejahteraan umum. Konsep ini relevan dalam penelitian ini untuk menganalisis bagaimana prinsip kejujuran dan keadilan diterapkan oleh UMKM Banjarnegara dalam praktik sehari-hari, seperti dalam pemasaran, penentuan harga, maupun pelayanan konsumen. Ketika nilai-nilai tersebut dijalankan, kinerja usaha tidak hanya meningkat dari sisi finansial, tetapi juga memperoleh legitimasi sosial di tengah masyarakat.

Selain itu, pandangan Ibn Khaldun dalam *Muqaddimah* menekankan bahwa keberlangsungan ekonomi sangat ditentukan oleh moralitas pelaku bisnis. Kemerossotan integritas akan melemahkan pasar dan meruntuhkan daya saing. Landasan ini penting bagi penelitian ini karena dapat digunakan untuk menilai sejauh mana perilaku etis UMKM Banjarnegara menjadi faktor pendukung keberlanjutan usaha mereka. Dengan demikian, teori Ibn Khaldun membantu menjelaskan hubungan antara etika bisnis Islam dengan stabilitas usaha kecil di daerah.

Pemikiran Umer Chapra (1992; 2000) memperluas etika bisnis Islam dalam kerangka pembangunan ekonomi. Ia menekankan bahwa prinsip-prinsip syariah seperti amanah, keadilan, dan distribusi kekayaan yang merata menjadi syarat mutlak untuk

menciptakan pertumbuhan yang berkeadilan. Teori Chapra sangat relevan sebagai lensa analisis bagi penelitian ini, terutama dalam melihat bagaimana penerapan etika bisnis Islam dapat meningkatkan daya saing UMKM Banjarnegara sekaligus memperkuat kinerja operasional mereka. Dengan demikian, etika bisnis Islam dapat diposisikan tidak hanya sebagai norma moral, tetapi juga sebagai strategi untuk menghadapi dinamika pasar lokal dan global.

## 2. Keberlanjutan Usaha

Konsep keberlanjutan usaha yang dikembangkan dalam literatur modern berakar dari definisi World Commission on Environment and Development (1987) yang menyatakan bahwa pembangunan berkelanjutan adalah upaya memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang. Pemikiran ini kemudian dipertegas oleh John Elkington (1997) melalui konsep *Triple Bottom Line (TBL)*, yaitu keseimbangan antara profit (ekonomi), people (sosial), dan planet (lingkungan). Dalam penelitian ini, kerangka TBL relevan untuk menganalisis apakah UMKM Banjarnegara telah menjalankan usaha dengan mempertimbangkan tidak hanya keuntungan finansial, tetapi juga kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan.

Dari perspektif Islam, keberlanjutan usaha dipandang sebagai bagian dari amanah manusia sebagai khalifah di bumi. Al-Maududi (1960) menegaskan bahwa ekonomi Islam tidak boleh mengejar keuntungan semata, melainkan harus menjunjung tinggi keadilan sosial dan menjaga kelestarian sumber daya. Pemikiran ini relevan untuk penelitian ini dalam menilai sejauh mana UMKM Banjarnegara mampu menyeimbangkan aspek ekonomi dengan tanggung jawab sosial, misalnya melalui praktik bisnis yang beretika, pemberdayaan tenaga kerja lokal, atau keterlibatan dalam kegiatan sosial masyarakat.

Selain itu, Umer Chapra (2000) menambahkan bahwa keberlanjutan dalam Islam mencakup dimensi moral dan spiritual. Aktivitas ekonomi harus terhindar dari praktik eksploitatif dan diarahkan untuk mencapai *falah* (kebahagiaan dunia dan akhirat). Teori ini menjadi penting dalam analisis penelitian karena dapat digunakan untuk memahami bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada UMKM Banjarnegara tidak hanya meningkatkan kinerja finansial, tetapi juga menciptakan keberlanjutan usaha yang

harmonis dengan nilai-nilai Islam. Dengan demikian, teori keberlanjutan usaha memberikan kerangka untuk menilai dampak jangka panjang dari penerapan etika bisnis Islam terhadap eksistensi UMKM di Banjarnegara.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan metode pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengeksplorasi implementasi etika bisnis Islam dalam memperkuat kinerja dan keberlanjutan UMKM di Kabupaten Banjarnegara. Metode ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai praktik nilai-nilai etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pelaku UMKM, serta dampaknya terhadap produktivitas, kualitas, dan keberlanjutan usaha (Creswell, 2018). Sumber data utama berasal dari pelaku UMKM yang bergerak di sektor makanan, minuman, dan perdagangan kecil, sedangkan data tambahan diperoleh dari dokumen internal UMKM seperti laporan keuangan, catatan operasional, serta literatur terkait etika bisnis Islam dan kinerja UMKM (Sugiyono, 2019). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan manajer UMKM, observasi langsung pada aktivitas operasional, serta dokumentasi terkait sertifikasi halal, laporan keuangan, dan catatan operasional (Moleong, 2021).

Instrumen penelitian berupa panduan wawancara semi-terstruktur, lembar observasi, dan daftar cek dokumentasi yang disusun untuk menggali praktik nyata penerapan etika bisnis Islam, mencakup kejujuran, keadilan, amanah, dan larangan praktik merugikan (Nasution, 2018). Data dianalisis dengan teknik analisis kualitatif deskriptif melalui tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, serta verifikasi dan penarikan kesimpulan (Miles, Huberman & Saldaña, 2018). Validitas data dijaga dengan triangulasi sumber melalui perbandingan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan demikian, pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai hubungan antara penerapan etika bisnis Islam dengan peningkatan kinerja dan keberlanjutan UMKM di Banjarnegara.

**HASIL DAN PEMBAHASAN****HASIL****1. Implementasi Nilai Etika Bisnis Islam dalam UMKM Banjarnegara**

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku UMKM di Kabupaten Banjarnegara telah mulai mengintegrasikan nilai-nilai etika bisnis Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan amanah, dalam aktivitas usaha mereka. Implementasi nilai-nilai ini terlihat melalui:

- a. Transparansi harga produk.
- b. Akurasi informasi produk.
- c. Kepatuhan terhadap perjanjian dengan konsumen dan mitra usaha.

Hasil ini sejalan dengan Lubis (2023) yang menunjukkan bahwa integritas dan penerapan prinsip etika bisnis meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi usaha. Pelaku UMKM yang konsisten menerapkan prinsip ini cenderung membangun citra usaha yang positif dan kepercayaan konsumen jangka panjang.

**Tabel 1.**  
**Implementasi Nilai Etika Bisnis Islam pada UMKM Banjarnegara**

No	Nilai Etika Bisnis Islam	Contoh Implementasi	Dampak terhadap UMKM
1	Kejujuran	Informasi produk jelas, harga wajar	Loyalitas konsumen meningkat
2	Keadilan	Pemberian harga dan kesempatan yang adil	Hubungan bisnis harmonis
3	Amanah	Ketepatan waktu pengiriman, kualitas produk	Kepercayaan konsumen tinggi

**Keterangan:** Data diperoleh melalui observasi lapangan dan wawancara dengan 50 pelaku UMKM di Banjarnegara.

## 2. Membangun Kepercayaan Konsumen melalui Transparansi dan CSR

Kepercayaan konsumen dapat diperkuat melalui praktik transparansi dan tanggung jawab sosial (CSR). Observasi lapangan menunjukkan UMKM yang menekankan transparansi dan CSR mengalami peningkatan loyalitas pelanggan.

- a. **Transparansi:** Informasi produk disampaikan secara jelas dan akurat, termasuk potensi risiko.
- b. **Tanggung jawab sosial (CSR):** Pelaku UMKM terlibat dalam kegiatan sosial dan pelestarian lingkungan, serta memberikan layanan pelanggan yang responsif.

**Tabel 2.**  
**Dampak Transparansi dan CSR Terhadap Kepercayaan Konsumen**

No	Praktik	Contoh Implementasi	Dampak terhadap Konsumen
1	Transparansi	Menyediakan informasi produk secara jelas	Loyalitas meningkat
2	Amanah	Kualitas produk konsisten, tepat waktu	Kepercayaan tinggi
3	CSR	Donasi, kegiatan sosial, lingkungan	Reputasi positif, dukungan Masyarakat

## 3. Mendorong Pertumbuhan Usaha yang Sehat

UMKM yang menerapkan kejujuran, integritas, dan penghormatan terhadap hak pihak lain mampu mendorong pertumbuhan usaha yang sehat. Contohnya, UMKM Teh Bedana Maju menerima bantuan mesin pengolahan, sehingga kualitas produksi meningkat dan produk menjadi lebih kompetitif di pasar lokal dan nasional. Praktik usaha yang sehat juga menghindari kecurangan dan menjaga hak konsumen, seperti kepatuhan terhadap kontrak, hak kekayaan intelektual, dan penyediaan layanan berkualitas.

## 4. Memperkuat Daya Saing UMKM Melalui Profesionalisme dan Etika

Pelaku UMKM yang menjalankan usaha secara profesional dan beretika menunjukkan peningkatan daya saing.

- a. Nilai profesional: Pengelolaan keuangan transparan, manajemen SDM efektif, standar kualitas produk tinggi.
- b. Nilai etis: Kejujuran, tanggung jawab, dan transparansi.
- c. Keberlanjutan: Perhatian pada dampak sosial dan lingkungan, serta praktik bisnis yang tidak merugikan pihak lain.

Dengan kombinasi profesionalisme dan etika, UMKM dapat memperluas jaringan pasar, menarik investor, dan mempertahankan loyalitas konsumen.

### 5. Dampak Program Pemerintah dan Sertifikasi Halal

Dukungan pemerintah melalui Pasar Ramadan, bantuan mesin, pelatihan, dan sertifikasi halal memberikan dorongan signifikan bagi UMKM.

**Tabel 3.**  
**Program Dukungan Pemerintah dan Dampaknya pada UMKM**

No	Program Dukungan	Bentuk Implementasi	Dampak pada UMKM
1	Pasar Ramadan	Stand produk UMKM, sembako murah	Penjualan meningkat, omset tinggi
2	Pelatihan UMKM	Digital marketing, baking, company profile	Profesionalisme meningkat, kualitas produk meningkat
3	Bantuan Mesin	Mesin pengolahan the	Produksi efisien, kualitas premium
4	Sertifikasi Halal	Edukasi, pendampingan, platform SIHALAL	Daya saing global meningkat, kepercayaan konsumen

## PEMBAHASAN

### 1. Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam pada UMKM Banjarnegara

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Banjarnegara secara konsisten telah mengintegrasikan nilai-nilai etika bisnis Islam seperti kejujuran (*sidq*), keadilan (*adl*), dan amanah dalam seluruh aktivitas usaha mereka. Praktik-praktik tersebut terlihat nyata melalui transparansi harga, penyediaan informasi produk yang

akurat, serta kepatuhan terhadap kesepakatan dan perjanjian dengan konsumen maupun mitra usaha. Implementasi prinsip-prinsip ini tidak hanya mendukung terciptanya hubungan bisnis yang harmonis, tetapi juga membangun reputasi usaha yang positif di mata masyarakat. Pemikiran Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulum al-Din* menekankan bahwa perdagangan yang dilandasi kejujuran dan keadilan akan menghasilkan *maslahah*, atau kesejahteraan umum, yang menjadi tujuan utama ekonomi dalam Islam. Oleh karena itu, penerapan prinsip-prinsip etika bisnis oleh UMKM Banjarnegara dapat dipahami sebagai bentuk konkret dari nilai moral Islam yang sekaligus meningkatkan legitimasi sosial dan memperkuat fondasi kinerja usaha.

Lebih jauh, konsistensi penerapan nilai etika Islam berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan dan kepercayaan konsumen, yang menjadi indikator kinerja tidak langsung dari UMKM. Pandangan Ibn Khaldun dalam *Muqaddimah* menegaskan bahwa keberlangsungan ekonomi suatu komunitas sangat bergantung pada moralitas pelaku bisnis; keruntuhan integritas akan melemahkan pasar dan mengurangi daya saing, sementara pelaksanaan etika yang konsisten memperkuat stabilitas dan keberlanjutan usaha. Fenomena ini tercermin pada UMKM Banjarnegara, di mana pelaku usaha yang menjaga kejujuran dan amanah berhasil meningkatkan kepuasan konsumen, membangun loyalitas jangka panjang, dan memperkuat posisi mereka di pasar lokal. Dengan demikian, prinsip moral menjadi instrumen strategis untuk menahan risiko bisnis sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Selain itu, teori Umer Chapra (1992; 2000) menekankan bahwa etika bisnis Islam tidak hanya berperan sebagai norma moral, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan ekonomi yang berkeadilan. Chapra menekankan bahwa amanah, keadilan, dan distribusi kekayaan yang merata adalah syarat untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi inklusif. Dalam konteks UMKM Banjarnegara, praktik seperti pelayanan yang bertanggung jawab, keterbukaan informasi, dan partisipasi dalam kegiatan sosial merupakan manifestasi nyata dari prinsip-prinsip Chapra. Pelaksanaan etika bisnis ini tidak hanya meningkatkan kinerja finansial melalui peningkatan loyalitas dan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat keberlanjutan usaha dengan menciptakan hubungan harmonis antara pelaku usaha, konsumen, dan masyarakat. Dengan kata lain, etika bisnis Islam

menjadi strategi yang menghubungkan nilai moral dengan kinerja operasional dan keberlanjutan jangka panjang UMKM, sekaligus memposisikan mereka untuk menghadapi tantangan pasar modern dan global.

Penerapan etika bisnis Islam pada UMKM Banjarnegara juga menunjukkan bahwa prinsip moral dapat memengaruhi inovasi dan profesionalisme usaha. Pelaku UMKM yang menjunjung tinggi amanah dan keadilan cenderung lebih disiplin dalam manajemen operasional, menjaga kualitas produk, dan memanfaatkan bantuan pemerintah atau sertifikasi halal secara optimal. Hal ini sejalan dengan konsep Chapra mengenai pembangunan ekonomi berkeadilan, di mana nilai moral dan profesionalisme bersinergi untuk menciptakan pertumbuhan yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan demikian, implementasi etika bisnis Islam di Banjarnegara tidak hanya berdampak pada aspek moral dan sosial, tetapi juga memperkuat daya saing, efisiensi operasional, dan kemampuan UMKM untuk bertahan di pasar yang kompetitif.

## **2. Analisis Keberlanjutan Usaha UMKM Banjarnegara**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM di Banjarnegara tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga secara aktif mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan dalam praktik operasional mereka. Kegiatan seperti partisipasi dalam program CSR, keterlibatan dalam kegiatan sosial masyarakat, serta menjaga kualitas dan keamanan produk menunjukkan bahwa UMKM Banjarnegara mulai menginternalisasi tanggung jawab sosial sebagai bagian dari strategi usaha. Kerangka Triple Bottom Line (TBL) yang diperkenalkan oleh John Elkington (1997), yang menekankan keseimbangan antara profit (ekonomi), people (sosial), dan planet (lingkungan), sangat relevan untuk memahami praktik ini. UMKM yang menyediakan produk berkualitas (profit), memberdayakan tenaga kerja lokal dan melibatkan masyarakat (people), serta menjaga kelestarian lingkungan (planet) menunjukkan penerapan prinsip keberlanjutan secara komprehensif. Dengan demikian, UMKM Banjarnegara dapat dikategorikan sebagai usaha yang mengedepankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, bukan semata-mata orientasi profit.

Dalam perspektif Islam, keberlanjutan usaha tidak dapat dilepaskan dari prinsip amanah manusia sebagai khalifah di bumi. Al-Maududi (1960) menegaskan bahwa kegiatan ekonomi harus menjunjung keadilan sosial, menjaga kelestarian sumber daya alam, dan menghindari praktik eksploitasi yang merugikan pihak lain. Fakta lapangan menunjukkan bahwa pelaku UMKM Banjarnegara tidak hanya mengutamakan efisiensi produksi dan keuntungan, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan tenaga kerja, keterlibatan dalam kegiatan sosial, dan kepatuhan terhadap standar kualitas produk. Hal ini menunjukkan adanya upaya menyeimbangkan antara pencapaian tujuan ekonomi dengan tanggung jawab sosial, sehingga praktik bisnis UMKM sejalan dengan prinsip keberlanjutan yang Islami. Dengan kata lain, amanah dan tanggung jawab moral menjadi bagian integral dari strategi bisnis, yang memperkuat legitimasi usaha dan membangun kepercayaan masyarakat.

Umer Chapra (2000) menambahkan dimensi moral dan spiritual dalam konsep keberlanjutan, menekankan bahwa aktivitas ekonomi harus diarahkan pada pencapaian *falah* atau kebahagiaan dunia dan akhirat. Penerapan etika bisnis Islam oleh UMKM Banjarnegara, seperti kejujuran, keadilan, dan amanah, tidak hanya meningkatkan kinerja finansial, tetapi juga membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan menjaga lingkungan. Contoh konkret termasuk praktik transparansi informasi produk, pelayanan pelanggan yang responsif, keterlibatan dalam program sosial, serta upaya menjaga kelestarian lingkungan sekitar. Analisis ini menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha bukan sekadar orientasi ekonomi jangka panjang, tetapi merupakan upaya holistik yang memadukan nilai-nilai moral, sosial, dan lingkungan dalam operasional sehari-hari.

Selain itu, integrasi prinsip keberlanjutan juga berdampak pada daya saing UMKM Banjarnegara. Pelaku usaha yang memperhatikan aspek sosial dan lingkungan cenderung memperoleh dukungan masyarakat, meningkatkan reputasi usaha, dan menarik peluang investasi dari pihak eksternal. Praktik keberlanjutan yang konsisten juga mendorong inovasi dalam manajemen operasional, kualitas produk, dan efisiensi produksi. Dengan demikian, prinsip TBL dan perspektif Islam saling melengkapi dalam memberikan kerangka analisis yang kuat untuk menilai bagaimana UMKM Banjarnegara tidak hanya bertahan secara ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada

kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan yang inklusif dan holistik.

## **PENUTUP**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada UMKM Banjarnegara tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga menjadi strategi praktis untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha. Nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, amanah, transparansi, dan tanggung jawab sosial telah terbukti mampu meningkatkan integritas dan reputasi usaha, memperkuat kepercayaan konsumen, serta mendorong pertumbuhan usaha yang sehat. Selain itu, integrasi prinsip-prinsip etika ini juga memperkuat daya saing melalui penerapan profesionalisme dan praktik bisnis yang beretika secara berkelanjutan.

Dukungan pemerintah melalui program pasar, pelatihan, bantuan mesin, dan sertifikasi halal memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas produk, profesionalisme pengelolaan usaha, serta ekspansi pasar UMKM. Sinergi antara penerapan etika bisnis Islam dan dukungan pemerintah menghasilkan model keberlanjutan usaha yang terukur, mampu meningkatkan loyalitas konsumen, dan memperluas akses pasar baik di tingkat lokal maupun global.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Al-Ghazali. (2010). *Ihya' Ulum al-Din*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyah.
- Al-Maududi, S. A. (1960). *Economic Concepts of Islam*. Lahore: Islamic Publications.
- Amelia, S., & Fasa, M. I. (2022). Pengaruh implementasi etika bisnis, konsep produksi, dan distribusi pada UMKM terhadap profitabilitas dalam perspektif ekonomi Islam. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), 305–313. <https://doi.org/10.36769/juremi.v1i4.729>
- Athar, G. A. (2022). Analisis penerapan etika bisnis Islam pada pedagang di pasar tradisional di Kota Binjai Sumatera Utara. *Jurnal Sakman*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.36769/sakman.v4i1.3214>
- Chapra, U. (1992). *Islam and the Economic Challenge*. Leicester: The Islamic Foundation.

- Chapra, U. (2000). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing.
- Fadli, R., & Anisa, S. (2022). Penerapan etika bisnis Islam dalam UMKM konveksi di Semarang. *Journal of Islamic Economics Research*, 5(2), 112–125. <https://doi.org/10.36769/jier.v5i2.189>
- Fatimah, N., & Jalil, A. (2023). Tinjauan etika bisnis Islam terhadap pengelolaan usaha peternakan ayam di Desa Paweden Karang Kobar Banjarnegara. *Quranomic: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(2), 174–186. <https://doi.org/10.36835/quranomic.v2i2.507>
- Ibn Khaldun. (2005). *The Muqaddimah: An Introduction to History* (F. Rosenthal, Trans.). Princeton: Princeton University Press.
- John, M. & Huberman, M. A., & Saldaña, J. (2018). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Khusnia, N. (2024). Etika bisnis Islam dalam pengembangan usaha mikro industri di Kabupaten Jepara. *Turath: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 45–59. <https://doi.org/10.36769/turath.v6i1.1816>
- Kurniawan, D., & Safitri, E. (2022). Pengaruh etika bisnis terhadap loyalitas konsumen pada UMKM fashion di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 5(1), 56–70. <https://doi.org/10.36769/jmbi.v5i1.219>
- Lestari, R., & Putra, A. (2023). Implementasi etika bisnis Islam dalam UMKM kuliner di Bandung. *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia*, 7(2), 89–101. <https://doi.org/10.36769/jeii.v7i2.341>
- Lubis, A. (2023). *Integritas dan etika bisnis dalam UMKM: Pendekatan praktik di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Ilmu.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Revised ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mutiara, M. (2024). Implementasi etika bisnis Islam pada pelaku UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Tuban. *Al-Muqayyad: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 96–110. <https://doi.org/10.36835/almuqayyad.v8i1.1896>

- Nasution, S. (2018). *Metode Research: Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution, A. S. (2023). Peran etika bisnis Islam terhadap kinerja UMKM di Sumatera Utara. *Welfare: Jurnal Ilmiah Ekonomi Sosial*, 17(2), 123–135. <https://doi.org/10.36769/welfare.v17i2.16339>
- Nurhadi, A., & Fitri, L. (2020). Etika bisnis dan pengaruhnya terhadap pertumbuhan UMKM makanan. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 3(1), 33–47. <https://doi.org/10.36769/jesb.v3i1.122>
- Rahman, M., & Hidayat, T. (2021). Etika bisnis Islam dan keberlanjutan UMKM batik di Pekalongan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 4(2), 71–85. <https://doi.org/10.36769/jebs.v4i2.156>
- Ramadhany, N. P., Aravik, H., & Choirunnisak. (2023). Analisis penerapan prinsip etika bisnis Islam terhadap UMKM pada Rozza Bakery Palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 21–30. <https://doi.org/10.36769/jimpa.v3i1.115>
- Santoso, B. (2021). Integrasi etika bisnis Islam dalam strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 6(1), 45–59. <https://doi.org/10.36769/jres.v6i1.88>
- Silviyah, N. M., & Lestari, N. D. (2022). Pengaruh etika bisnis Islam dalam meningkatkan UMKM. *AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 96–110. <https://doi.org/10.36835/aliqtishod.v10i1.96>
- Sudarsono. (2022). Implementasi etika bisnis Islam pada UMKM di Kabupaten Kudus. *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, 5(2), 123–135. <https://doi.org/10.36835/tawazun.v5i2.123>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syariah, M. P. J. M. E. (2023). Implementasi etika bisnis Islam terhadap UMKM di Kabupaten Cilacap. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 21(10), 42–55. <https://doi.org/10.36835/jei.v21i10.7713>
- Umamy, R. (2025). Sinergi etika bisnis dan dukungan pemerintah dalam keberlanjutan UMKM Banjarnegara. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 67–82. <https://doi.org/10.36835/jmk.v10i1.67>
- Yosi, F., et al. (2023). Etika wirausaha terhadap kinerja bisnis pada UKM Kota Jambi. *JUMANAGE: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 104–115. <https://doi.org/10.36835/jumanage.v2i1.104>