



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2024 by author

Received: 04 September 2024, **Accepted:** 30 November 2024, **Published:** 29 Desember 2024

ETIKA BISNIS ISLAM DALAM EKONOMI DIGITAL: MODEL PENDAMPINGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) YANG BERKELANJUTAN DI JAWA BARAT

Dea Rodiah Luthfy¹, Oyo Sunaryo Mukhlas²

¹²UIN Sunan Gunung Djati Bandung

*Correspondence: dearodiahluthfy@gmail.com

Abstract: Islamic business ethics has an important role in shaping sustainable business practices, especially for Usaha Mikro, Kecil, and Menengah (UMKM) in the digital economy era. This research aims to analyse the implementation of Islamic business ethics as a basis for UMKM assistance in West Java, to ensure business sustainability and compliance with sharia principles. Using qualitative research methods and a normative juridical approach, this research seeks to examine the integration of Islamic ethical values, DSN-MUI fatwas, and related government regulations in the development of UMKM. The results show that UMKM assistance based on Islamic business ethics improves financial transparency, consumer confidence, and long-term business sustainability. The novelty of this research lies in the formulation of an UMKM mentoring model that optimises Islamic business ethics in line with digital economic practices. This research contributes by formulating policy recommendations for Islamic financial institutions, UMKM players, and the government in fighting unethical business practices and promoting sustainable development.

Keywords: *Islamic business ethics, digital economy, umkm mentoring, sustainable business, west java*

Abstrak: Etika bisnis Islam memiliki peran penting dalam membentuk praktik bisnis yang berkelanjutan, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era ekonomi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi etika bisnis Islam sebagai dasar pendampingan UMKM di Jawa Barat, guna memastikan keberlanjutan usaha dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan yuridis normatif, penelitian ini berupaya mengkaji integrasi nilai-nilai etika Islam, fatwa DSN-MUI, serta regulasi pemerintah terkait dalam pengembangan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendampingan UMKM berbasis etika bisnis Islam meningkatkan transparansi keuangan, kepercayaan konsumen, dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Kebaruan penelitian ini terletak pada perumusan model pendampingan UMKM yang mengoptimalkan etika bisnis Islam sejalan dengan praktik ekonomi digital. Penelitian ini memberikan kontribusi dengan merumuskan rekomendasi kebijakan untuk lembaga keuangan syariah, pelaku UMKM, dan pemerintah dalam melawan praktik bisnis yang tidak etis dan mempromosikan pembangunan berkelanjutan.

Kata Kunci: *etika bisnis islam, ekonomi digital, pendampingan umkm, bisnis berkelanjutan, jawa barat*

Pendahuluan

Ekonomi digital telah menjadi penggerak utama dalam perkembangan bisnis global, termasuk bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan meningkatnya

akses terhadap teknologi, UMKM kini dapat memasarkan produk dan layanan mereka secara lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, serta beradaptasi dengan model bisnis yang lebih fleksibel. Namun, di tengah

pertumbuhan ekonomi digital, muncul tantangan baru terkait etika bisnis, keberlanjutan usaha, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Etika pada umumnya diidentikkan dengan moral (moralitas) (Hardiono, 2020). Etika dalam khazanah pemikiran Islam dipahami sebagai ilmu yang menjelaskan arti baik buruk, sedangkan Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat (Purwanti & Pujawati, 2021).

Islam sebagai *rahmatan lil alamin* tentu memiliki aturan sendiri dalam mengatur semua aktivitas umatnya. Prinsip utama dalam ajaran Islam yaitu sebagai sebuah ajaran agama yang *Rahmatan lil 'Alamin* (Nasrudin, 2021), termasuk dalam dunia bisnis, telah menetapkan prinsip-prinsip etika yang harus diterapkan dalam aktivitas ekonomi, sebagaimana firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ...

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu...” (QS. An-Nisa: 29)

Ayat ini menegaskan bahwa bisnis dalam Islam harus dilakukan secara jujur, adil, dan tidak merugikan pihak lain. Rasulullah ﷺ bersabda:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ الذَّيِّبِ وَالصِّدِّيقِ وَالشَّهَادَةِ
 “Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya bersama para Nabi, orang-orang yang benar dan para syuhada.” (HR. Tirmidzi).

Hadis tersebut menjelaskan bahwa dalam berjualan ataupun berbisnis perlu berperilaku jujur sesuai yang dicontohkan Rasul sehingga mampu menerapkan etika bisnis sesuai dengan ajaran Islam.

Bisnis berlandaskan Islam, memegang teguh contoh dari Nabi Muhammad SAW dengan sifat terpuji dan kebaikan mutlak, Rasul SAW dalam menjalankan usaha selalu dilandasi dengan kejujuran, bertanggung-jawab dan senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan sehingga kepuasan pelanggan merupakan hal penting baginya (Silvia & Lestari, 2023). Oleh karena itu, bisnis merupakan sunnah Rasul SAW karena Rasul SAW merupakan seorang pedagang yang kemudian menjadi pembisnis yang sukses dengan dukungan Siti Khadijah sebagai isteri dan Al-Qur'an sebagai pedoman, sehingga kegiatan usaha mendapatkan keberkahan (Salim, 2018).

Etika dalam bisnis merupakan buah dari keimanan, keislaman dan ketakwaan yang didasarkan pada keyakinan akan kebenaran Allah SWT. Oleh karena itu, implementasi etika bisnis Islam dalam ekonomi digital menjadi penting untuk memastikan bahwa pertumbuhan UMKM tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan aspek moral, keadilan, dan keberlanjutan usaha.

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Namun, dalam konteks ekonomi digital, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya literasi digital, kurangnya transparansi bisnis, serta keterbatasan akses terhadap pembiayaan syariah.

Jawa Barat menempati peringkat 5 besar dalam jumlah pengguna e-commerce terbanyak yang ada di Indonesia, termasuk UMKM di dalamnya. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat Jawa Barat memiliki kesungguhan dalam mengembangkan produk-

nya dan mendaftarkan diri secara formal dan menjadi bagian UMKM Jawa Barat dan mengikuti perkembangan teknologi. Data UMKM yang ada di wilayah Jawa Barat menurut Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (DISKOPUKM) terdapat peningkatan jumlah UMKM setiap tahunnya.

Tabel 1: Persentase Peningkatan UMKM Setiap Tahun di Jawa Barat

| Tahun | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-------------|--------|-------|--------|--------|--------|
| Jumlah UMKM | 14,974 | 15,79 | 17,755 | 36,739 | 38,614 |

Sumber: (Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah, 2024)

Jumlah UMKM di Jawa Barat setiap tahunnya meningkat, pada 2019 berada pada angka pesentase 14,974 %, lalu pada 2020 yaitu 15,79% dengan kenaikan sebesar 0,816% lalu pada 2021 yaitu 17,755% dengan kenaikan 1,965%, lalu pada 2022 terdapat kenaikan yang cukup signifikan yaitu 36,739% dengan kenaikan sebesar 18,984% dan di 2023 yaitu 38,614% dengan kenaikan 1,875%. Untuk wilayah Kabupaten Bandung sendiri terutama wilayah Bandung Timur memiliki jumlah UMKM sebanyak 17.214 UMKM baik yang terdaftar e-Commerce maupun tidak.

Tabel 2: Jumlah UMKM Wilayah Bandung Timur

| No. | Kecamatan | Jumlah UMKM |
|-----|---------------|---------------|
| 1 | Cicalengka | 1499 |
| 2 | Cikancung | 681 |
| 3 | Cilengkrang | 512 |
| 4 | Cileunyi | 2385 |
| 5 | Cimencyan | 977 |
| 6 | Ciparay | 2853 |
| 7 | Ibun | 649 |
| 8 | Kertasari | 457 |
| 9 | Majalaya | 980 |
| 10 | Nagreg | 1516 |
| 11 | Pacet | 1135 |
| 12 | Paseh | 1139 |
| 13 | Rancaekek | 1823 |
| 14 | Solokanjeruk | 608 |
| | Jumlah | 17.214 |

Sumber: (Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah, 2024)

Upaya mengatasi tantangan ini, diperlukan model pendampingan berbasis etika bisnis Islam yang dapat membantu UMKM

dalam mengoptimalkan potensi ekonomi digital sekaligus memastikan bahwa aktivitas bisnis mereka tetap sesuai dengan prinsip syariah. Rasulullah ﷺ bersabda:

إِنَّ التُّجَّارَ يُبْعَثُونَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فُجَّارًا إِلَّا مَنْ اتَّقَى اللَّهَ وَبَرَّ وَصَدَّقَ

“Para pedagang akan dibangkitkan pada hari kiamat sebagai orang-orang yang jahat, kecuali mereka yang bertakwa kepada Allah, berlaku jujur, dan berkata benar.” (HR. Tirmidzi)

Hadis ini mengajarkan bahwa bisnis yang tidak berlandaskan kejujuran dan ketakwaan dapat membawa konsekuensi negatif, baik dalam kehidupan dunia maupun akhirat. Oleh karena itu, pendampingan UMKM dalam ekonomi digital harus mencakup aspek etika bisnis Islam agar mereka dapat menjalankan usaha secara bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Etika bisnis Islam didasarkan pada nilai-nilai moral yang kuat, seperti kejujuran (*shidq*), amanah, keadilan (*‘adl*), dan transparansi (*tabligh*) (Putra, 2024). Prinsip ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap transaksi bisnis dilakukan dengan penuh integritas dan tidak merugikan pihak lain. Dalam konteks ekonomi digital, penerapan etika bisnis Islam menjadi lebih kompleks karena melibatkan transaksi online, penggunaan data pelanggan, serta integrasi teknologi keuangan (*fintech syariah*). Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana etika bisnis Islam dapat diimplementasikan dalam ekonomi digital.

Fatwa DSN-MUI No.17/DSN-MUI/IX/2000 tentang Sanksi atas Nasabah Mampu yang Menunda-nunda Pembayaran. Menegaskan bahwa setiap transaksi bisnis harus berlandaskan pada prinsip keadilan, transparansi, dan tidak boleh mengandung unsur gharar (ketidakpastian), *riba* (bunga), dan *maysir*

(perjudian). Meskipun prinsip etika bisnis Islam telah jelas diatur, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan dalam menerapkannya. Beberapa tantangan utama meliputi: Minimnya literasi keuangan syariah di kalangan pelaku UMKM; Kurangnya transparansi dalam pencatatan transaksi digital; Persaingan bisnis yang ketat di *marketplace online*, yang mendorong praktik bisnis tidak etis seperti manipulasi harga atau iklan menyesatkan; dan Terbatasnya akses terhadap pembiayaan berbasis syariah, sehingga banyak UMKM masih bergantung pada pinjaman konvensional yang berbasis riba.

Upaya mengatasi tantangan ini, diperlukan model pendampingan UMKM yang terstruktur, yang tidak hanya memberikan dukungan teknis dan digitalisasi usaha, tetapi juga mengedukasi pelaku UMKM tentang pentingnya menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip syariah.

Pemerintah Indonesia telah menerbitkan berbagai regulasi untuk mendukung pengembangan UMKM di era digital, di antaranya: Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, yang mengatur pemberdayaan dan perlindungan UMKM; Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan UMKM; dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 31/POJK.05/2014 tentang Keuangan Syariah, yang mendorong UMKM untuk mengakses pembiayaan berbasis syariah.

Implementasi regulasi ini masih menghadapi kendala di lapangan, seperti kurangnya sosialisasi dan keterbatasan infrastruktur digital yang dapat diakses oleh UMKM di daerah. Untuk membantu UMKM menghadapi tantangan dalam ekonomi digital, diperlukan model pendampingan yang berbasis pada prinsip etika bisnis Islam. Model ini harus mencakup empat aspek utama: Edukasi dan literasi digital berbasis

syariah; Akses terhadap teknologi keuangan syariah (*fintech syariah*); Bimbingan dalam pemasaran digital yang sesuai dengan prinsip Islam; dan Kemitraan dengan lembaga keuangan syariah untuk pembiayaan halal (Faizatul Milla & Faisal, 2023).

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan, Dimas Bani Wiliamto, menurutnya etika berdagang menurut Islam tidak hanya mengatur bagaimana cara berbisnis yang sah secara hukum, tetapi juga secara moral dan sosial (Wiliamto, 2024). Nur Manna Silviah menegaskan penerapan etika bisnis Islam perlu dilakukan sebagai langkah perbaikan kesadaran baru dalam aktifitas bisnis. Penerapan etika bisnis Islam menunjukkan pengaruh yang baik, dan berpengaruh positif dalam meningkatkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Silviah & Lestari, 2022). Selanjutnya Hany Bengu, dalam era digital ini, etika bisnis dapat menciptakan sebuah nilai atau citra terhadap suatu perusahaan yang menerapkan etika (Bengu et al., 2024).

Pendampingan ini diharapkan dapat membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing di pasar digital, tanpa mengorbankan prinsip-prinsip syariah yang menjadi landasan bisnis mereka. Dengan adanya pendampingan yang tepat, UMKM dapat beradaptasi dengan ekonomi digital tanpa meninggalkan nilai-nilai syariah. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, lembaga keuangan syariah, dan pelaku bisnis untuk menciptakan ekosistem bisnis digital yang berkelanjutan dan sesuai dengan prinsip Islam.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan yuridis normatif untuk menganalisis implementasi etika bisnis Islam dalam pendampingan UMKM di era ekonomi digital di Jawa Barat. Data diperoleh melalui observasi dan studi literatur yang melibatkan pelaku UMKM, mentor bisnis,

serta regulator terkait. Penelitian ini juga mengkaji regulasi pemerintah, kebijakan ekonomi syariah, serta model pendampingan yang diterapkan dalam membantu UMKM menjalankan bisnis berbasis nilai Islam. Teknik analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola utama dalam penerapan etika bisnis Islam, sementara validitas data diperkuat dengan triangulasi sumber dan analisis mendalam terhadap literatur akademik.

Hasil dan Pembahasan

Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Transformasi Digital UMKM

Etika bisnis Islam memiliki peran krusial dalam memandu transformasi digital UMKM agar tetap berjalan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Ekonomi Islam memiliki potensi besar untuk menjadi pondasi kuat dalam pembangunan ekonomi nasional, khususnya bagi masyarakat muslim (Ali Riri & Martilova, 2022). Dalam Islam, bisnis tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan duniawi, tetapi juga untuk mencapai keberkahan dengan menerapkan prinsip kejujuran (*shidiq*), amanah, keadilan, dan transparansi dalam transaksi. Seiring dengan perkembangan digitalisasi, UMKM yang mengadopsi *platform e-commerce*, media sosial, dan layanan digital lainnya harus memastikan bahwa praktik bisnis mereka tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam tersebut (Faizatul Milla & Faisol, 2023).

Kejujuran dalam bisnis digital mencakup penyajian informasi produk atau jasa yang sesuai dengan kenyataan, tanpa ada unsur penipuan atau manipulasi. Banyak kasus di mana pelaku usaha memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk melakukan *misleading advertising*, yang bertentangan dengan ajaran Islam. Oleh karena itu, dalam transformasi digital, UMKM harus memastikan bahwa mereka menyampaikan deskripsi produk yang benar, mencantumkan harga

yang transparan, serta tidak menutupi informasi penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli (Bengu et al., 2024).

Prinsip amanah dan tanggung jawab juga sangat penting dalam bisnis digital. UMKM harus menjaga kepercayaan pelanggan, misalnya dengan mengirimkan produk sesuai pesanan dan memastikan kualitasnya tetap baik. Dalam perspektif Islam, kecurangan dalam bisnis, termasuk dalam perdagangan online, dapat menghilangkan keberkahan rezeki. Oleh karena itu, pelaku UMKM berbasis syariah harus berkomitmen untuk menjalankan bisnis dengan penuh integritas, baik dalam interaksi dengan pelanggan, mitra bisnis, maupun dalam pengelolaan transaksi keuangan.

Dalam transaksi digital, penerapan keadilan (*'adl*) sangat diperlukan, terutama dalam penetapan harga dan sistem pembayaran. Islam melarang praktik riba dan eksploitasi dalam bisnis, sehingga UMKM berbasis syariah perlu menerapkan sistem harga yang adil dan wajar. Selain itu, penggunaan sistem keuangan syariah seperti pembayaran berbasis akad *murabahah* atau *musyarakah* dapat menjadi alternatif dalam digitalisasi UMKM agar tetap sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

Transparansi dalam transaksi *e-commerce* sangat penting untuk menciptakan kepercayaan antara penjual dan pembeli (Susanto & Johendra, 2024). UMKM yang berbasis syariah harus terbuka dalam hal kebijakan refund, garansi, serta layanan pelanggan yang responsif. Transparansi dalam pencatatan keuangan dan manajemen bisnis juga sangat diperlukan untuk memastikan tidak ada unsur *gharar* (ketidakjelasan) dalam transaksi. Dalam era digital, penggunaan teknologi *blockchain* dan sistem pencatatan transaksi berbasis *smart contract* dapat membantu UMKM menjaga transparansi keuangan dan membangun kepercayaan konsumen.

Dengan menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam transformasi digital, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan kredibilitas dan daya saing mereka, tetapi juga memperoleh keberkahan dalam usahanya. Bisnis yang dikelola dengan prinsip syariah cenderung lebih berkelanjutan karena didukung oleh kepercayaan konsumen yang lebih tinggi dan loyalitas pelanggan yang kuat. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk terus memperkuat pemahaman mereka tentang etika bisnis Islam agar transformasi digital yang mereka lakukan tetap berlandaskan pada nilai-nilai keislaman.

Peran Pendampingan dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Berbasis Syariah

Pendampingan menjadi faktor kunci dalam membantu UMKM berbasis syariah berkembang dan beradaptasi dengan tren digital. Banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi keterbatasan dalam memahami bagaimana mengelola bisnis sesuai prinsip Islam sekaligus tetap kompetitif di era digital. Oleh karena itu, pendampingan yang dilakukan oleh mentor bisnis, akademisi, atau institusi keuangan syariah dapat membantu mereka memahami strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, serta penerapan transaksi halal dalam bisnis digital.

Salah satu peran utama pendampingan adalah meningkatkan literasi bisnis syariah. Banyak UMKM yang masih belum memahami prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam, termasuk bagaimana menghindari riba dalam transaksi digital atau bagaimana menerapkan sistem keuangan yang sesuai dengan syariah. Program pelatihan dan pendampingan yang berfokus pada manajemen bisnis Islami, pemasaran berbasis halal, serta keuangan syariah dapat memberikan wawasan yang lebih luas bagi para pelaku UMKM agar bisnis mereka tetap dalam koridor halal dan berkah.

Pendampingan juga sangat diperlukan dalam penguatan branding dan pemasaran

digital bagi UMKM berbasis syariah. Persaingan bisnis di era digital semakin ketat, sehingga UMKM perlu didukung dalam membangun citra usaha yang tidak hanya menarik, tetapi juga menunjukkan komitmen terhadap nilai-nilai Islam. Pendampingan dalam strategi branding syariah dapat membantu UMKM menampilkan produk mereka dengan cara yang etis, menarik, dan sesuai dengan prinsip Islam, seperti menggunakan label halal, sertifikasi syariah, serta testimoni pelanggan yang jujur dan transparan (Khoeroni & Nurhadi, 2024).

Selain itu, aspek pendampingan keuangan syariah juga tidak kalah penting. Banyak UMKM menghadapi kendala dalam mendapatkan pendanaan yang sesuai dengan prinsip Islam, karena mayoritas layanan keuangan konvensional masih berbasis bunga (*riba*). Oleh karena itu, pendampingan dari lembaga keuangan syariah dapat memberikan solusi berupa pembiayaan berbasis akad syariah seperti murabahah, mudharabah, dan musyarakah, sehingga UMKM dapat berkembang tanpa melanggar prinsip Islam (Anhar, 2022).

Di samping itu, pendampingan dalam penggunaan teknologi digital juga berperan dalam meningkatkan daya saing UMKM berbasis syariah. Dengan bimbingan dari para mentor, pelaku usaha dapat lebih memahami bagaimana memanfaatkan *e-commerce* halal, marketplace syariah, serta aplikasi keuangan digital berbasis syariah untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Platform digital yang sesuai dengan nilai-nilai Islam akan memberikan kenyamanan bagi konsumen Muslim dalam melakukan transaksi.

Dengan adanya pendampingan yang tepat, UMKM berbasis syariah tidak hanya dapat bertahan dalam persaingan bisnis digital, tetapi juga mampu tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Sinergi antara mentor bisnis, akademisi, pemerintah, dan lembaga keuangan syariah sangat

diperlukan agar UMKM berbasis Islam dapat lebih maju dan berdaya saing di era digital ini.

Membangun Ekosistem UMKM Berbasis Syariah di Jawa Barat

Ekosistem UMKM berbasis syariah di Jawa Barat memiliki potensi besar untuk berkembang, mengingat provinsi ini memiliki jumlah pelaku usaha kecil dan menengah yang cukup tinggi serta komunitas Muslim yang kuat. Membangun ekosistem yang kokoh membutuhkan kolaborasi antara pemerintah, lembaga keuangan syariah, akademisi, serta komunitas bisnis halal untuk menciptakan lingkungan usaha yang kondusif bagi UMKM berbasis Islam.

Salah satu elemen utama dalam ekosistem ini adalah pendidikan dan literasi bisnis syariah. Banyak pelaku UMKM yang masih belum memahami bagaimana menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, program pelatihan dan seminar tentang manajemen bisnis halal, pemasaran digital berbasis syariah, serta sistem keuangan Islam menjadi sangat penting untuk meningkatkan kompetensi pelaku usaha.

Dukungan dari pemerintah dan regulasi yang pro terhadap bisnis syariah juga menjadi faktor kunci dalam membangun ekosistem yang kuat. Pemerintah daerah dapat mengeluarkan kebijakan yang mendorong sertifikasi halal, kemudahan akses pembiayaan syariah, serta insentif bagi UMKM yang menerapkan prinsip bisnis Islam. Regulasi yang mendukung transparansi dan kepatuhan terhadap hukum Islam akan semakin memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap bisnis berbasis syariah (Ismawati et al., 2022).

Keberadaan platform digital halal juga menjadi aspek penting dalam penguatan ekosistem UMKM berbasis syariah. Marketplace syariah yang menyediakan produk halal dan layanan berbasis akad Islam

dapat menjadi alternatif bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produk mereka. Selain itu, penggunaan teknologi *blockchain* dalam sistem keuangan syariah dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas transaksi, sehingga lebih sesuai dengan prinsip Islam (Jamal, 2023).

Komunitas bisnis halal dan jaringan pengusaha Muslim juga memiliki peran dalam membangun ekosistem ini. Dengan adanya kolaborasi antar pelaku usaha, mentor bisnis, serta investor syariah, UMKM berbasis syariah dapat lebih mudah mendapatkan akses pasar dan dukungan finansial. Keberadaan asosiasi bisnis halal dan komunitas UMKM syariah dapat memperkuat jejaring usaha dan berbagi best practice dalam menjalankan bisnis berbasis Islam.

Dengan strategi yang tepat dan kolaborasi dari berbagai pihak, ekosistem UMKM berbasis syariah di Jawa Barat dapat berkembang secara berkelanjutan, berdaya saing, dan memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat Muslim.

Dampak Etika Bisnis Islam terhadap Keberlanjutan dan Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen sangat berkaitan dengan integritas dan kejujuran dalam bisnis. Dalam Islam, praktik *gharar* (ketidakpastian) dan *tadlis* (penipuan) sangat dilarang, sehingga UMKM berbasis syariah harus memastikan bahwa produk yang mereka jual sesuai dengan deskripsi yang diberikan. Konsumen yang menemukan bahwa produk yang mereka beli tidak sesuai dengan yang diiklankan akan kehilangan kepercayaan terhadap bisnis tersebut. Oleh karena itu, etika bisnis Islam mendorong pelaku usaha untuk selalu memberikan informasi yang jelas, akurat, dan transparan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan (Yanti Maleha, 2015).

Selain itu, prinsip keadilan (*'adl*) dalam transaksi juga menjadi faktor penting dalam

meningkatkan kepercayaan konsumen. Dalam bisnis Islam, harga produk harus adil dan transparan, tidak mengandung unsur eksploitasi atau ketidakadilan terhadap pembeli. Praktik bisnis yang menetapkan harga terlalu tinggi tanpa alasan yang jelas dapat menyebabkan ketidakpercayaan konsumen dan mengurangi loyalitas mereka (Sulistiyono et al., 2023). Dengan menerapkan harga yang wajar dan kompetitif, UMKM berbasis Islam dapat menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan membangun reputasi yang baik.

Tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility/CSR*) dalam perspektif Islam juga berkontribusi terhadap keberlanjutan bisnis. Dalam Islam, bisnis bukan hanya tentang mencari keuntungan, tetapi juga tentang memberikan manfaat kepada masyarakat (Nursari et al., 2024). UMKM yang aktif dalam kegiatan sosial, seperti sedekah, zakat, dan donasi untuk masyarakat kurang mampu, akan mendapatkan citra positif di mata konsumen. Keberpihakan bisnis kepada kesejahteraan sosial ini akan meningkatkan loyalitas pelanggan, karena mereka merasa berkontribusi dalam kebaikan melalui produk yang mereka beli (Iqbal, 2021).

Keberlanjutan bisnis juga bergantung pada bagaimana UMKM memperlakukan karyawan dan mitra bisnisnya. Etika bisnis Islam mengajarkan bahwa hubungan kerja harus didasarkan pada keadilan, saling menghormati, dan kepedulian terhadap kesejahteraan karyawan. UMKM yang memperlakukan karyawan dengan baik, memberikan gaji yang layak, serta menyediakan lingkungan kerja yang nyaman, akan mendapatkan produktivitas yang lebih tinggi dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap bisnis tersebut. Konsumen cenderung lebih percaya dan mendukung bisnis yang dikenal memperlakukan pekerja dan mitranya dengan baik.

Dengan menerapkan etika bisnis Islam secara konsisten, UMKM dapat menjaga kepercayaan pelanggan dan membangun bisnis yang berkelanjutan. Kepercayaan konsumen adalah aset yang sangat berharga dalam dunia bisnis, terutama di era digital yang sangat transparan. Bisnis yang dikenal jujur, adil, dan bertanggung jawab akan lebih mudah bertahan dalam jangka panjang dibandingkan bisnis yang hanya berorientasi pada keuntungan semata. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis Islam bukan hanya kewajiban moral dan spiritual, tetapi juga merupakan strategi bisnis yang efektif untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

Implementasi Teknologi Digital dalam Meningkatkan Transparansi Bisnis UMKM

Perkembangan teknologi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang ekonomi (Asdar et al., 2023). Teknologi digital memainkan peran penting dalam meningkatkan transparansi bisnis UMKM, terutama dalam hal pencatatan transaksi, manajemen keuangan, dan keterbukaan informasi kepada konsumen. Dalam perspektif etika bisnis Islam, transparansi merupakan bagian dari kejujuran dan keadilan yang harus dijunjung tinggi dalam setiap aktivitas bisnis. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan akuntabilitas dan membangun kepercayaan pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Salah satu cara utama teknologi digital meningkatkan transparansi adalah melalui penggunaan sistem pencatatan keuangan berbasis digital. Banyak UMKM yang masih mencatat transaksi secara manual, yang rentan terhadap kesalahan pencatatan atau bahkan manipulasi data. Dengan adanya aplikasi akuntansi digital, e-wallet, dan sistem pembayaran berbasis blockchain, pelaku

usaha dapat memastikan bahwa seluruh transaksi tercatat dengan jelas dan dapat diakses secara real-time. Hal ini tidak hanya membantu dalam pengelolaan keuangan, tetapi juga memberikan kepastian kepada pelanggan bahwa bisnis tersebut dikelola dengan profesional.

Teknologi juga memungkinkan transparansi dalam rantai pasok dan sumber bahan baku. Dalam bisnis berbasis syariah, konsumen Muslim sering kali ingin memastikan bahwa produk yang mereka beli benar-benar halal dan sesuai dengan prinsip Islam. Dengan teknologi seperti QR code, sistem pelacakan produk, dan sertifikasi halal digital, UMKM dapat memberikan informasi lengkap mengenai asal-usul produk mereka. Konsumen dapat dengan mudah memverifikasi apakah produk yang mereka beli telah memenuhi standar kehalalan dan diproduksi dengan cara yang etis.

Selain itu, penggunaan *e-commerce* dan marketplace halal juga membantu meningkatkan transparansi dalam transaksi. Banyak platform digital yang kini menerapkan sistem rating dan review, di mana pelanggan dapat memberikan ulasan secara langsung mengenai produk atau layanan yang mereka beli. Hal ini membuat pelaku UMKM lebih bertanggung jawab dalam menjaga kualitas produk dan pelayanan mereka. Dengan adanya sistem review yang terbuka, konsumen akan lebih percaya terhadap bisnis yang memiliki rekam jejak positif dan transparansi dalam memberikan layanan.

Teknologi digital juga mempermudah penerapan kebijakan refund dan garansi, yang merupakan salah satu aspek penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Dalam bisnis konvensional, banyak pelanggan yang kesulitan mengajukan komplain atau meminta pengembalian dana jika terjadi masalah dengan produk yang dibeli. Dengan adanya sistem otomatis dalam *e-commerce* dan aplikasi customer service berbasis AI,

proses pengaduan pelanggan dapat ditangani lebih cepat dan transparan. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis benar-benar mengutamakan kepuasan pelanggan, sesuai dengan prinsip keadilan dalam Islam (Rafidah & Maharani, 2024).

Terakhir, implementasi teknologi digital juga membantu dalam mencegah praktik bisnis yang tidak etis. Dengan adanya transparansi dalam transaksi dan rekam jejak digital, pelaku usaha lebih sulit untuk melakukan penipuan atau manipulasi harga. Sistem digital dapat memberikan laporan otomatis mengenai setiap transaksi yang terjadi, sehingga meminimalkan kemungkinan adanya penyalahgunaan keuangan atau ketidakjujuran dalam bisnis. Hal ini sejalan dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya kejujuran dan keterbukaan dalam perdagangan.

Secara keseluruhan, implementasi teknologi digital dalam bisnis UMKM tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat transparansi dan kepercayaan konsumen. Dengan mengadopsi sistem pencatatan digital, *platform e-commerce halal*, serta sistem pelacakan produk berbasis teknologi, UMKM dapat lebih mudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam transaksi mereka. Dalam jangka panjang, transparansi ini akan meningkatkan reputasi bisnis, memperluas pangsa pasar, dan memastikan keberlanjutan usaha yang berbasis nilai-nilai Islam.

Simpulan

Penelitian ini menemukan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam ekonomi digital berperan penting dalam menciptakan model pendampingan UMKM yang berkelanjutan di Jawa Barat. Prinsip-prinsip Islam seperti kejujuran, transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial menjadi landasan utama dalam praktik bisnis yang lebih berkah dan berkelanjutan. Faktor pendukung utama

meliputi pendidikan bisnis syariah, dukungan regulasi pemerintah, penguatan literasi digital, serta akses terhadap infrastruktur keuangan berbasis syariah. Agar UMKM dapat berkembang dalam ekosistem digital yang kompetitif, diperlukan sinergi antara pemerintah, mentor bisnis, dan pelaku usaha dalam membangun model pendampingan yang berbasis nilai-nilai Islam serta relevan dengan perkembangan teknologi.

Referensi

- Ali Riri, M., & Martilova, N. (2022). Pengaruh Perubahan Current Ratio, Debt to Aset Ratio, dan Operating Profit Margin Terhadap Perubahan Laba. *JOVISHE: Journal of Visionary Sharia Economy*, 1(2), 98–111. <https://doi.org/10.57255/jovishe.v1i2.230>
- Anhar, Z. (2022). Penerapan Akad Musyarakah Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 4(2), 110–122. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v4i2.145.110-122>
- Asdar, M., Abdullah, M. W., & Parmitasari, R. D. A. (2023). Pengendalian Strategi Bisnis di Era Digital: Inovasi Ekonomi Islam di Indonesia. *JOVISHE: Journal of Visionary Sharia Economy*, 02(01), 1–13. <https://doi.org/10.57255/jovishe.v2i1.616>
- Bengu, H., Kelin, S. P., & Hadjon, R. P. (2024). Penerapan Etika Bisnis Dalam Kegiatan UMKM Di Era Digital. *Timor Cerdas: Jurnal Teknologi Informasi, Manajemen Komputer Dan Rekayasa Sistem Cerdas*, 2(1), 1–7. https://ojs.cbn.ac.id/index.php/timor_cerdas/article/view/1243
- Faizatul Milla, K., & Faisol, A. (2023). E-commerce dan Bisnis Fintech Syariah di Indonesia. *Attractive: Innovative Education Journal*, 5(1), 462–472. <https://doi.org/10.51278/aj.v5i1.727>
- Hardiono, H. (2020). Sumber Etika dalam Islam. *JURNAL AL-AQIDAH*, 12(2), 26–36. <https://doi.org/10.15548/ja.v12i2.2270>
- Iqbal, I. Fadli Muhammad. (2021). Kontribusi Pemangku Kepentingan Dana Zakat, Infak, Sedekah dan Wakaf Dalam Penanggulangan COVID-19. *Jurnal Bimas Islam*, 14(2), 367–393. <https://doi.org/10.37302/jbi.v14i2.463>
- Ismawati, I., Nurwulandari, F., & Djasuli, M. (2022). Prinsip Akuntabilitas Pada Corporate Governance Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 2(3), 609–615. <https://doi.org/10.47233/jebbs.v2i3.236>
- Jamal, S. (2023). Peran Teknologi Blockchain dalam Keuangan Syariah: Analisis Tantangan dan Solusinya. *Al-Musyarakah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 93–107. <https://jurnal.uic.ac.id/index.php/Al-Musyarakah>
- Khoeroni, U. S., & Nurhadi, Z. F. (2024). Pendampingan Pembuatan Konten dan Publikasi Gerakan Sosial bagi Anggota Remaja Masjid. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 301–313. <https://doi.org/10.37478/abdika.v4i2.4104>
- Nasrudin, N. (2021). Kontribusi Ekonomi Syariah Dalam Pemulihan Ekonomi Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19. *Asy-Syari'ah*, 23(2), 320. <https://doi.org/10.15575/as.v23i2.15552>
- Nursari, N., Solehudin, E., & Nasrudin, N. (2024). Praktik Riba Dan Gagal Bayar Pinjaman Online: Ancaman Pada Reputasi Dan Kredibilitas Nasabah Di Era Digital. *Equality: Journal of Islamic Law (EJIL)*, 2(2), 14–27. <https://doi.org/10.15575/ejil.v2i2.903>
- Purwanti, N., & Pujawati, A. (2021). Penerapan Etika Bisnis Dalam Transaksi E Commerce (Studi Pada Penjual Pengguna Media Sosial Instagram). *Al-Mujaddid | Jurnal Ilmu-Ilmu Agama*, 3(1),

- 62–78.
<https://doi.org/10.51482/almujaddid.v3i1.45>
- Putra, F. M. A. (2024). Membangun Etika Bisnis Islami: Refleksi atas Nilai Kejujuran, Amanah, dan Ihsan. *Jekis: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 96–105. <https://ejournal.stai-mifda.ac.id/index.php/jekis>
- Rafidah, A. S., & Maharani, H. N. (2024). Inovasi dan Pengembangan Produk Keuangan Syariah: Tantangan dan Prospek Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.29040/jie.v8i1.11649>
- Salim, A. (2018). Analisis Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas Di Kota Palembang. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 4(1), 57–74. <https://doi.org/doi.org/10.36908/isbank.v4i1.55>
- Silviah, N. M., & Lestari, N. D. (2023). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM. *Dharma Ekonomi*, 30(1), 01–06. <https://doi.org/doi.org/10.59725/de.v30i1.66>
- Silviah, N. M., & Lestari, N. D. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM. *AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 96–112. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod>
- Sulistiyo, B., Anwar, S., Kania, D., & Faturokhman, A. (2023). Analisis Konsep Etika, Norma, Dan Hukum Dalam Implementasi Hukum Ekonomi Syariah. *Strata Social and Humanities Studies*, 1(2), 193–203. <https://doi.org/10.59631/sshs.v1i2.119>
- Susanto, I., & Johendra, M. (2024). Transparansi Jual Beli Online: Perspektif Etika Islam Dalam Praktik E-Commerce. *AT-TASHARRUF: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 41–49. <https://ejournal.uinfasbengkulu.ac.id/index.php/atthasarruf/article/viewFile/6248/4227>
- Wiliamto, D. B. (2024). Etika Berdagang Menurut Islam: Prinsip dan Implementasinya dalam Dunia Bisnis Modern. *Jekis: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 58–62. <https://ejournal.stai-mifda.ac.id/index.php/jekis/article/view/719>
- Yanti Maleha, N. (2015). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berbasis Keuangan Mikro Syariah. *Economica Sharia*, 1(1), 59–66. <https://doi.org/10.36908/esha.v1i1.77>