

PERAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM KEBERLANJUTAN UMKM DI KOTA PALOPO

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



UIN PALOPO

Oleh

MUH ARYA SETYA

21 0403 0063

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

PERAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM KEBERLANJUTAN UMKM DI KOTA PALOPO

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



UIN PALOPO

Oleh

MUH ARYA SETYA

2104030063

Pembimbing:

Andi Musniwan Kasma, S.E., M.M.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muh Arya Setya
NIM : 21 0403 0063
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

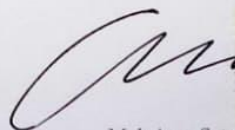
1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bila mana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 25 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Muh Arya Setya
21 0403 0063

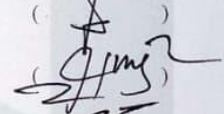
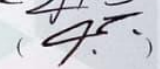


HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Peran Etika Bisnis Islam Dalam Keberlanjutan UMKM di Kota Palopo yang ditulis oleh Muh Arya Setya Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104030063, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, 14 Agustus 2025 Miladiyah bertepatan dengan 20 Safar 1447 Hijriah telah diperbaiki sesuai cacatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar sarjana S.E.

Palopo, 26 Agustus 2025

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I	Ketua Sidang	()
2. Ilham, S.Ag., M.A.	Sekretaris Sidang	()
3. Ilham, S.Ag., M.A.	Penguji I	()
4. Akbar Sabani, S.EI., M.E.	Penguji II	()
5. Andi Musniwan Kasman, S.E., M.M.	Pembimbing	()

Mengetahui:

a.n. Rektor UIN Palopo
Dekan Fakultas/Direktur Pascasarjana



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I
NIP 198201242009012006

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah



Umar, S.E., M.SE
NIP 199404072020121017

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. Yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Peran Etika Bisnis Islam Dalam keberlanjutan UMKM Di Kota Palopo” setelah melalui proses dan perjuangan yang panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam, kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat, guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi dalam bidang Manajemen Bisnis Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan, berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua penulis tercinta Ayah penulis Abdullah dan Ibunda penulis Jusriani yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya dan senantiasa mengiringi perjalanan hidup penulis dengan alunan doa tiada henti agar kelak penulis mewujudkan segala mimpi-mimpinya. sungguh penulis sadari tiada mampu membalas semua itu, hanya doa yang dapat peneliti

anugraahkan untuk mereka berdua semoga senantiasa dalam limpahan kasih sayang Allah swt.

Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Dr. Munir Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI. Wakil Dekan Bidang Akademik, Ilham, S.Ag., M.A Dr. Alia Lestari, M.Si Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Muh. Ilyas, S.Ag., M.Ag. yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatian dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat selesai.
3. Umar, S.E., M.SE. selaku Ketua program studi Manajemen Bisnis Syariah dan Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy. selaku sekretaris program studi Manajemen Bisnis Syariah, beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam menyelesaikan Skripsi.
4. Kepala Unit Perpustakaan IAIN Palopo Bapak Zainuddin S.E., M.Ak. dan seluruh karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo terima kasih atas

pelayanan, fasilitas dan bantuan, khususnya dalam mengumpulkan pencarian literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi in

5. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. selaku Penasihat Akademik.
6. Andi Musniawan Kasma, S.E., M.M. selaku pembimbing yang mana telah bersedia dan sabar dalam membimbing dan mengarahkan saya selama menyusun penelitian ini.
7. Ilaham, S.Ag., M.A. selaku penguji I, dan Akbar Sabani, S.E.I., M.E. selaku penguji II yang telah banyak memberikan arahan dan juga saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen beserta staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Azizah Azzahra dan Wira Alfarizi selaku saudara dan saudara kandung penulis yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian studi penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
10. Seluruh keluarga besar penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan bantuan baik berupa jasa maupun dalam bentuk materi selama proses perkuliahan hingga penyelesaian studi penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
11. Seluruh teman-teman demisioner dan pengurus HMPS MBS yang selama ini telah memberikan arahan dan dukungan kepada penulis.
12. Teman-teman gowes (ali, sirrul, sandi, pai, rauda, dandi, sandi Kristen), yang

hobinya ngajak nongkrong dan main PS namun tetap selalu mendukung dan membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

13. Semua teman-teman seperjuangan, khususnya mahasiswa program studi manajemen bisnis syariah IAIN Palopo Angkatan 2021 (khususnya kelas Bodacious) yang selama ini membantu dan memberi bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

14. Semua Pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemiikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.

Semoga setiap bantuan doa, dukungan, motivasi, dorongan, kerjasama, dan amal bakti yang tak terhingga dari berbagai pihak. mendapat balasan yang layak disisi Allah swt. *Aamiin Allahumma Aamiin*. Akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun banyak hambatan ketegangan dan tekanan namun dapat dilewati dengan baik.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi setiap yang membaca. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun penulis menerima dengan hati yang lapang dan Ikhlas.

Palopo, 26 Agustus 2025

Muh Arya Setya

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamsah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak ditengah atau di akhir, maka di tulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A

َ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا...	Fathah dan ya	Ai	a dan i
وَا...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
آيَا...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إِي...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وِي...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutahhidup

Ta' marbutahhidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah

5. *Syaddah* (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

نَزَّلَ nazzala
الْبِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “I” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ ar-rajulu

الْقَلَمُ al-qalamu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُ ta'khuẓu

شَيْءٍ syai'un

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/

Wainnallāha lahuwa khairurrāziqīn

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Lafẓ al-Jalālah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf *hamzah*. Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnullāh*

بِاللَّهِ : *billāh*

Adapun *ta marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *Lafẓ al-Jalālah* ditransliterasikan dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُفِيَرَحْمَةِاللَّهِ *hum fi raḥmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All caps*) dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman Ejaan Bahasa Indonesia (EYD) yang berlaku. Huruf kapital misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama dalam permulaan kalimat.

Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Ketentuan juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK dan DR).

Contoh :

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi'a linnāsi lallaḏī bi Bakkata mubārakan

Ṣyahru Ramaḏān al-laḏī unzila fih al-Qur'ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-munqiz min al-Ḍalāl

B. Daftar Singkatan

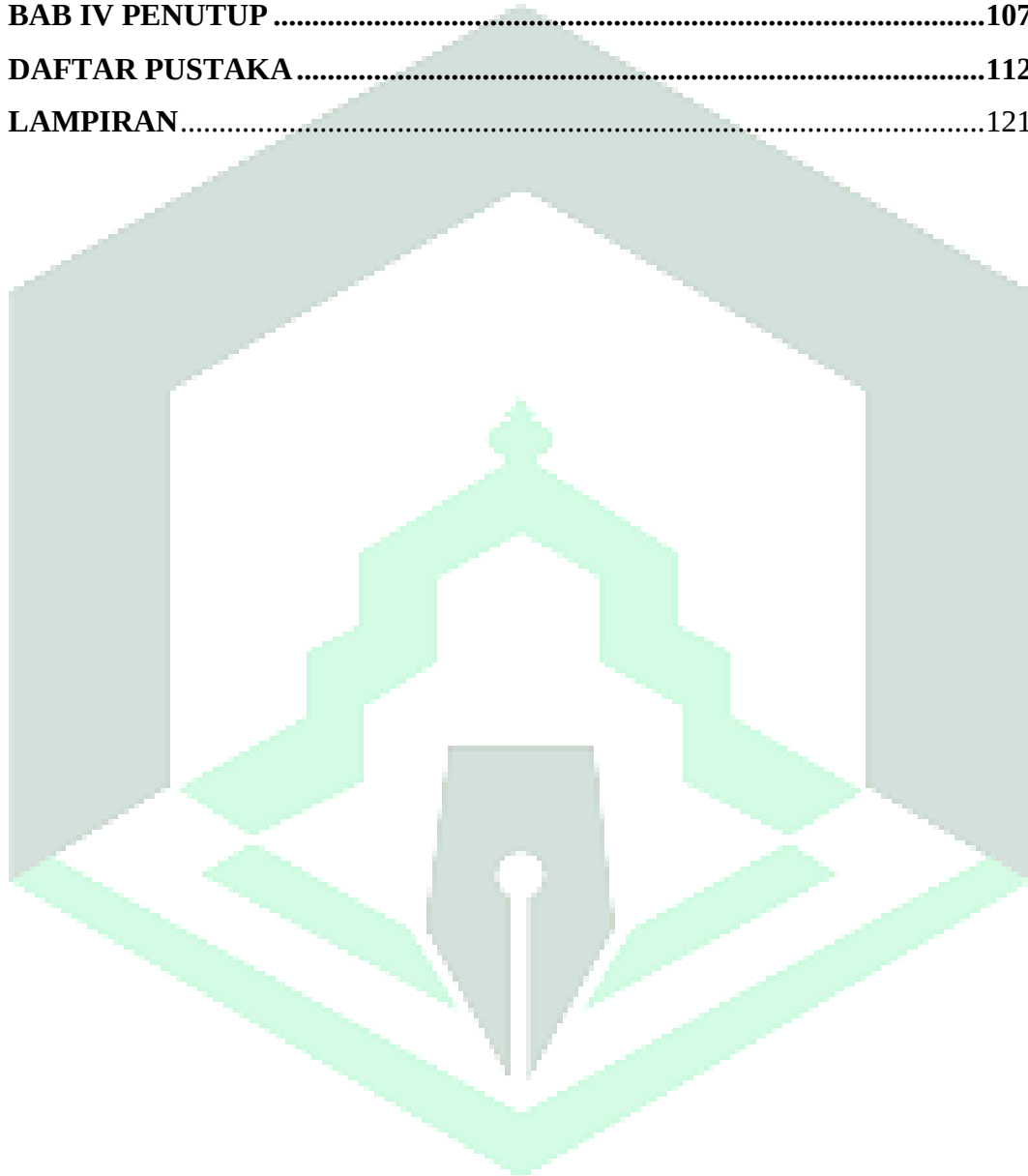
Beberapa singkatan yang dilakukan adalah:

swt.	= shubahanahu wa ta'ala
saw.	= shallallahu 'alaihi wa sallam
a.s	= 'alaihi al-salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
Wr.	= Warahmatullaahi
Wb.	= Wabarakaatuh
l.	= Lahir tahun (untuk yang masih hidup saja)
w.	= Wafat sebelum
QS.../...:4	= QS Al-Baqarah/2:4 atau QS Ali 'Imran/3:4

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR AYAT.....	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	10
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	14
B. Deskripsi Teori	24
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	38
B. Fokus Penelitian	38
C. Desain Penelitian.....	39
D. Defenisi Istilah.....	40
E. Data dan Sumber Data	41
F. Instrumen Penelitian	41
G. Teknik Pengumpulan Data.....	42
H. Subyek penelitian	43
I. Keabsahan Data	44
J. Teknik Analisis Data.....	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian	47
B. Pembahasan.....	99
BAB IV PENUTUP	107
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	121



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Palopo	2
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	22
Tabel 4.1 Umur Responden.....	56
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.	56
Tabel 4.3 Pendidikan Responden.....	57
Tabel 4.4 Jumlah Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Palopo.....	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	39
--------------------------------	----



DAFTAR AYAT

<u>Surah Al-Baqarah Ayat 188</u>	6
--	---



ABSTRAK

Muh Arya Setya, 2025 “Peran Etika Bisnis Islam Dalam keberlanjutan UMKM Di Kota Palopo”. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Andi Musniwan Kasman, S.E., M.M.

Penelitian ini membahas tentang perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Palopo, yang menunjukkan kemajuan secara bertahap meskipun belum sepenuhnya sistematis dan menyeluruh. Fokus penelitian mencakup penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, faktor penghambat dan pendukung, serta strategi penguatan etika bisnis Islam untuk mendukung keberlanjutan UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM di Kota Palopo yang dipilih secara purposive. Analisis data dilakukan dengan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada UMKM di Kota Palopo tercermin dalam prinsip kejujuran, keadilan, tanggung jawab sosial, dan menghindari praktik yang dilarang seperti riba, gharar, dan penipuan. Faktor pendukung meliputi kesadaran religius pelaku usaha, dukungan komunitas, dan lingkungan usaha yang kondusif, sedangkan faktor penghambat antara lain rendahnya pemahaman terhadap prinsip ekonomi Islam, keterbatasan modal berbasis syariah, dan kurangnya pelatihan terkait etika bisnis. Strategi yang direkomendasikan meliputi peningkatan literasi etika bisnis Islam, penguatan jejaring usaha syariah, dan pendampingan berkelanjutan dari lembaga terkait. Penelitian ini menegaskan bahwa penerapan etika bisnis Islam tidak hanya meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan usaha dalam dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan sesuai konsep *triple bottom line*. Temuan ini diharapkan menjadi acuan bagi pelaku UMKM, akademisi, dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan sektor UMKM yang berdaya saing, berkeadilan, dan berkeberlanjutan berbasis nilai-nilai Islam.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Keberlanjutan, UMKM, Kota Palopo

ABSTRACT

Muh Arya Setya, 2025 “*The Role of Islamic Business Ethics in the Sustainability of MSMEs in Palopo City*”. Thesis of the Sharia Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic Institute of Palopo. Supervised by Andi Musniwan Kasman, S.E., M.M.

This study examines the development of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Palopo City, which has shown gradual progress, although not yet fully systematic and comprehensive. The focus of the study includes the application of Islamic business ethics principles, inhibiting and supporting factors, and strategies for strengthening Islamic business ethics to support the sustainability of MSMEs. This study uses a qualitative approach with descriptive methods. Data were obtained through in-depth interviews, observation, and documentation of purposively selected MSMEs in Palopo City. Data analysis was carried out through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that the application of Islamic business ethics in MSMEs in Palopo City is reflected in the principles of honesty, justice, social responsibility, and avoiding prohibited practices such as usury, gharar, and fraud. Supporting factors include the religious awareness of business actors, community support, and a conducive business environment, while inhibiting factors include a low understanding of Islamic economic principles, limited Sharia-based capital, and a lack of training related to business ethics. Recommended strategies include increasing literacy in Islamic business ethics, strengthening sharia business networks, and providing ongoing support from relevant institutions. This study confirms that the implementation of Islamic business ethics not only increases consumer trust and loyalty but also contributes to business sustainability across economic, social, and environmental dimensions, in accordance with the triple bottom line concept. These findings are expected to serve as a reference for MSMEs, academics, and policymakers in developing a competitive, equitable, and sustainable MSME sector based on Islamic values.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Sustainability, MSMEs, Palopo City*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia, UMKM berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) penyediaan lapangan kerja, dan jaringan pengaman usaha bagi masyarakat berpendapatan rendah dalam menjalankan kegiatan ekonomi produktif. menjadikannya sebagai pilar utama ekonomi masyarakat, Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh UMKM merupakan elemen yang tidak bisa untuk dilepaskan dari kehidupan sehari-hari sebab berkaitan dengan penyediaan keperluan masyarakat yaitu kegiatan perekonomian dan perdagangan.¹ Kehadiran UMKM mampu meningkatkan kesempatan kerja, mendorong perkembangan ekonomi, menaikkan penghasilan masyarakat dan menciptakan stabilitas nasional.²

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mampu memperluas dan meningkatkan kesempatan kerja bagi masyarakat, selain itu UMKM juga berperan aktif dalam proses meningkatkan kesejahteraan rakyat. pendapatan dari UMKM mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dan mampu mewujudkan stabilitas nasional.³ UMKM sendiri merupakan usaha yang produktifnya dapat diselenggarakan secara mandiri oleh orang perseorangan atau unit usaha.

¹ Fathurrahman, Rezki Amalia, and Saiful Muchlis. "Peran Keuangan Syariah Terhadap Etika Dan Moralitas Sebagai Solusi Pembangunan Yang Berkah" *Miftahul Ulum* 3.1 (2025): 1-8.

² Sri Sarjana et al., *Manajemen UMKM (Konsep Dan Strategi Di Era Digital), First Edition (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022)*, n.d.

³ Fasiha "Ekonomi Dan Bisnis Islam Dari Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam" Rajawali Pers, 2016

keberadaan UMKM harus dipertahankan dan dikembangkan agar dapat terus berperan dalam meningkatkan kehidupan ekonomi masyarakat.⁴ sehingga usaha kecil dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan angkatan kerja, pengangguran, kemiskinan, pemerataan distribusi pendapatan dan perkembangan ekonomi daerah.⁵

Kota palopo mempunyai potensi basis ekonomi yang kuat karena jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja sangat besar, kondisi kota yang kondusif dan jiwa wirausaha yang tinggi, serta adanya beberapa perguruan tinggi negeri dan swasta, SMA/SMK yang menjadi unsur kerjasama. dapat menghasilkan sinergi yang inovatif dan efektif guna mencapai tujuan yang diharapkan.⁶ dengan perekonomian yang berwawasan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan. sehingga dapat menciptakan adanya pemerataan perekonomian rakyat kecil dan pengentasan kemiskinan. Usaha mikro juga mempunyai perputaran transaksi yang cepat, menggunakan produksi domestik dan bersentuhan dengan kebutuhan primer masyarakat.⁷

⁴ Islamic Economic and Law Maret, "Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law Maret, Vol.4, No. 1 <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alamwal/index>" 4, no. 1 (n.d.).

⁵ Murtiningsih, Dewi, and Rona Tumiur Mauli Caroline. "Digitalisasi Umkm." *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)* 7.3 (2024): 1387-1400.

⁶ at all Ilham, "Pengaruh Modal, Digitalisasi Informasi Dan Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo," *Jurnal of Islamic Economic and Business* 04 (2022): 23–36.

⁷ Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., ... & Simarmata, J. (2020). Kewirausahaan dan UMKM.

**Tabel 1.1 Jumlah Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menurut
Kecamatan di Kota Palopo, 2024**

Kecamatan	Mikro	Kecil	Menengah	Jumlah
Subdistrict	Micro	Small	Medium	Subdistrict
Wara Selatan	1.115	-	-	1.115
Sendana	386	-	-	386
Wara	3.406	-	-	3.406
Wara Timur	3.117	-	-	3.117
Mungkajang	432	-	-	432
Wara Utara	1.870	-	-	1.870
Bara	2.446	-	-	2.446
Telluwanua	1.234	-	-	1.234
Wara Barat	798	-	-	798
Palopo	14.804			14.804

Sumber: Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Palopo

Tabel di atas merupakan tabel keseluruhan pemilik usaha di Kota Palopo baik yang berskala mikro, kecil, hingga menengah yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Palopo. Pada tabel di atas tercatat jumlah pelaku usaha di Kota Palopo pada tahun 2023 sejumlah 14.804. Kecamatan yang tercatat memiliki pelaku usaha terbanyak yaitu kecamatan Wara yang berjumlah 3.406 pelaku usaha, sedangkan kecamatan Sendana memiliki jumlah pelaku usaha paling sedikit yaitu berjumlah 386 pelaku usaha. Jumlah pelaku usaha di Kota Palopo pada tahun 2023 mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2021 yang

berjumlah 12.504 pelaku usaha. Meningkatnya jumlah pelaku usaha di Kota Palopo dibandingkan 3 tahun sebelumnya menjadi hal yang sangat positif sebab membantu mengurangi angka masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan dan juga dapat meningkatkan pendapatan daerah Kota Palopo.

Etika bisnis Islam didasarkan pada ajaran-ajaran dalam Al-Qur'an dan Hadis yang menekankan nilai-nilai moral dan sosial dalam setiap aktivitas ekonomi.⁸ Dalam konteks bisnis, etika Islam tidak hanya berbicara tentang keuntungan finansial, tetapi juga mencakup prinsip keadilan, kejujuran, transparansi, serta tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sebagai contoh, prinsip halal dan *thayyib* dalam Islam mengatur bahwa segala transaksi bisnis harus bebas dari unsur yang merugikan, seperti *riba* (bunga) dan *gharar* (ketidakjelasan), yang dapat menyebabkan ketidakadilan bagi pihak yang terlibat. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam ini, jika diterapkan secara konsisten, diharapkan dapat menciptakan lingkungan bisnis yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga membawa keberkahan dan kesejahteraan bagi seluruh pihak yang terlibat.⁹

Selain itu etika bisnis menjadi suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah dalam aktivitas bisnis. Konsep umum dan standar yang dilakukan menyangkut perilaku moral, tanggung jawab, dan moralitas. Etika bisnis Islami menjadi suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis, menjadi struktur fundamental dalam perubahan pemahaman terhadap sistem bisnis amoral di masyarakat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

⁸ Muhammad Alwi, Muslimin H. Karra, Wahyuddin Abdullah, Muhammad Facurrrazy, "Konsep Maqsid AS Syariah Dalam Perbankan Syariah" Hukum Ekonomi Syariah, IAIN Palopo. <http://ejournal-iainpalopo.ac.id/alamwal.2021>

⁹ Alfira Eka Fauziah, Titin Suprihatin, and Nanik Eprianti, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Tabungan Paket Lebaran Sembako," n.d., 147–54, 2022.

(UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi positif mulai dari penyediaan lapangan kerja hingga peningkatan pendapatan. Dukungan pemerintah terhadap pengembangan UMKM menjadi krusial untuk mencapai pengembangan ekonomi nasional.¹⁰

Namun, keberlanjutan UMKM menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait dengan implementasi etika bisnis yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Kurangnya penerapan etika bisnis Islam dapat menghambat daya tahan usaha dalam jangka panjang. Tantangan muncul ketika nilai-nilai moral dalam bisnis terancam oleh perilaku yang menyimpang dari ajaran agama dan penurunan nilai etika. Implementasi prinsip kejujuran dan tanggung jawab dalam bisnis, terutama dalam ekonomi syariah, menjadi kunci untuk membangun bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab secara sosial.¹¹ Dalam bisnis Islam, integritas dan transparansi menjadi sangat penting untuk menciptakan hubungan yang adil antara produsen dan konsumen. Bisnis tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah yang harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab dan niat baik.¹²

Mengingat pada keterbatasan sumber daya, pengetahuan, dan akses terhadap pelatihan atau pendampingan ini juga menjadi tantangan bagi pelaku usaha UMKM dalam menerapkan etika bisnis Islam. Studi oleh Suraiya,

¹⁰ Melati Br Lubis et al., "Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)" 1, no. 12 (2024): 93–97.

¹¹ Rohmah, Luthfiyana Hidayatu, and Taufiqur Rahman. "Penerapan Green Economy Di Desa Tanjungkalang Nganjuk Untuk Mewujudkan Sdgs Menurut Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo* 9.2 (2023): 479-491.

¹² Nufus, Wulan Fitriya Khayatun, Tri Harning Rachmatika, and Dyah Ayu Retno Kinkin. "Penerapan Etika Pemasaran Islam Dalam Penggunaan Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)." *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 3.1 (2024): 11-23.

menemukan bahwa banyak usaha mikro di Indonesia yang masih terjebak dalam praktik bisnis yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip etika Islam, seperti penipuan produk, manipulasi harga, dan eksploitasi pekerja.¹³ Di sisi lain, menunjukkan bahwa beberapa pelaku usaha mikro yang berhasil mengimplementasikan prinsip-prinsip etika Islam, seperti kejujuran dalam bertransaksi dan menghindari riba, mampu memperoleh loyalitas pelanggan yang tinggi. Masyarakat cenderung lebih mempercayai bisnis yang berpegang pada nilai-nilai agama, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tantangan besar dihadapi, ada potensi besar dalam penerapan etika bisnis Islam bagi keberlanjutan UMKM.¹⁴

Dalam mempertahankan produktivitas UMKM seringkali para pelaku bisnis mengabaikan batasan-batasan etis yang berlaku dan etika dalam berbisnis. Dengan berbagai permasalahan yang muncul maka solusi yang paling konkret yaitu kembali kepada ekonomi syariah yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Sunnah khususnya bagi negara-negara muslim. Dalam pelaksanaannya UMKM bukan hanya mementingkan keuntungan semata melainkan juga harus mematuhi aturan dan norma etis yang berlaku supaya dapat berjalan sesuai yang diinginkan. Sebagai sebuah bisnis maka UMKM juga harus berfikir bagaimana agar usaha

¹³ Taseman Ratna Suraiya, Nashrun Jauhari, Niswatin ” Membangun Ketahanan Keluarga Pasca Covid-19 Melalui Hukum Keluarga Islam Berbasis Maqasid Al-Shariah” CV. Global Aksara Pers Anggota IKAPI, Jawa Timur, 2021 No. 282/JTI/2021, Agustus 2024. Hal, 183

¹⁴ Nur Suraiya, “Sharia Financial Management Alternative Sources In Encouraging Micro , Small , And Medium Enterprises Expansion In Indonesia” 2, no. 2 (2022): 113–25, <https://doi.org/10.33830/elqish.v2i2.3604.2022>.

mikro, kecil dan menengah ini dapat tumbuh, berkembang dan maju tanpa mengabaikan aturan-aturan yang berlaku.¹⁵

Berikut surah tentang larangan memakan harta orang lain secara batil, (QS. Al-Baqarah: 188)

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَآ إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ
أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahan: Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.¹⁶

Pada bagian pertama dari ayat ini Allah melarang makan harta orang lain dengan jalan bāṭil. "Makan" ialah "mempergunakan atau memanfaatkan", sebagaimana biasa dipergunakan dalam bahasa Arab dan bahasa lainnya. Batil ialah cara yang dilakukan tidak menurut hukum yang telah ditentukan Allah. Para ahli tafsir mengatakan banyak hal yang dilarang yang termasuk dalam lingkup bagian pertama ayat ini, antara lain: 1. Makan uang riba. 2. Menerima harta tanpa ada hak untuk itu. 3. Makelar-makelar yang melaksanakan penipuan terhadap pembeli atau penjual. Kemudian pada ayat bagian kedua atau bagian terakhir yang melarang menyuap hakim dengan maksud untuk mendapatkan sebagian harta orang lain dengan cara yang batil, dengan menyogok atau memberikan sumpah palsu atau saksi palsu. Rasulullah saw bersabda:

¹⁵ Amalia, Siti. *Strategi Penjualan Produk Hni-Hpai Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iain Palopo)*. Diss. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2022.

¹⁶ Al-Qur'an, Surah Al-Baqarah [2]: 188, dalam Qur'an Kemenag RI, diakses dari <https://quran.kemenag.go.id> pada 9 Mei 2025.

إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ وَإِنَّكُمْ تَخْتَصِمُونَ إِلَيَّ، وَلَعَلَّ بَعْضُكُمْ أَنْ يَكُونَ الْحَنَّ
بِحُجَّتِهِ مِنْ بَعْضٍ فَأَقْضِي لَهُ بِنَحْوِ مَا أَسْمَعُ، فَمَنْ قَضَيْتُ لَهُ مِنْ حَقِّ
ذِهِ، فَإِنَّمَا أَقْطَعُ لَهُ قِطْعَةً مِنَ النَّارِ، فَبَكَى الْخَصْمَانِ وَقَالَ أَخِيهِ شَيْئًا فَلَا يَأْخُذُ
كُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا: أَنَا حِلٌّ لِسَاحِبِي فَقَالَ عَلَيْهِ الصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ إِذْ هَبَا
أَحِبَّهُ (رواه مالك وأحمد فتوخيًا ثم استهما ثم ليخلل كل واحد منهما صَدَ
وال بخاري ومسلم و غ يرهم)

"Sesungguhnya saya adalah manusia dan kamu datang membawa suatu perkara untuk saya selesaikan. Barangkali di antara kamu ada yang lebih pintar berbicara sehingga saya memenangkannya, berdasarkan alasan- alasan yang saya dengar. Maka siapa yang mendapat keputusan hukum dari saya untuk memperoleh bagian dari harta saudaranya (yang bukan haknya) kemudian janganlah ia mengambil harta itu, maka ini berarti saya memberikan sepotong api neraka kepadanya". (Mendengar ucapan itu) keduanya saling menangis dan masing-masing berkata. Saya bersedia mengikhlaskan harta bagian saya untuk teman saya. Lalu Rasulullah saw memerintahkan, "Pergilah kamu berdua dengan penuh rasa persaudaraan dan lakukanlah undian dan saling menghalalkan bagianmu masing-masing menurut hasil undian itu ". (Riwayat Mālik, Aḥmad, al-Bukhārī, Muslim, dan lain-lain).¹⁷

Perbaikan cara berfikir para pelaku UMKM ini dapat diwujudkan melalui implementasi etika bisnis secara Islam. dengan penerapan prinsip etika bisnis Islam seperti tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kejujuran, dapat memberikan kelanjutan kepada bisnis walaupun produktifitasnya rendah. Praktik pelaksanaan bisnis yang sesuai dengan etika bisnis Islam banyak

¹⁷ Sunnah.com, akses hadis dari *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, *Ṣaḥīḥ Muslim*, dan lainnya melalui: <https://sunnah.com>, diakses pada 9 Mei 2025.

diinginkan oleh semua kalangan karena dapat mendatangkan manfaat didunia terlebih lagi manfaat untuk akhirat kelak.¹⁸

Menurut data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palopo, sekitar 60% UMKM mengalami kesulitan dalam mempertahankan usahanya. Faktor utama yang menyebabkan hal ini meliputi rendahnya pemahaman terhadap prinsip ekonomi Islam, kurangnya kesadaran akan etika bisnis Islam, serta keterbatasan akses keuangan berbasis syariah. Studi oleh Siti Amelia, Jurnal Riset Ekonomi menunjukkan bahwa Dengan adanya penerapan bisnis, konsep produksi dan distribusi secara perspektif islam tentu membantu terciptanya kesatuan antara kegiatan ekonomi yang menghasilkan profitabilitas yang kemudian memberikan dampak baik pula bagi pelaku UMKM.¹⁹ Kemudian peranan dari etika bisnis islam, konsep produksi dan distribusi yang dijalankan dengan baik oleh UMKM akan memaksimalkan penghasilan profitabilitas yang memiliki tujuan untuk kepentingan kemakmuran atau kesejahteraan pedagang/wirausaha secara keseluruhan dan timbang serta menekankan adanya keseimbangan yang adil antara pemilik UMKM dan masyarakat.²⁰

Model Triple Bottom Line yang mencakup keseimbangan antara *profit* (keuntungan), *people* (kesejahteraan sosial), dan *planet* (kelestarian lingkungan) juga relevan dalam menganalisis keberlanjutan UMKM. Dalam konteks ekonomi Islam, teori keberlanjutan bisnis yang dikembangkan oleh Elkington dapat

¹⁸ Eka Rahayu, “Jurnal Al-Istishna : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Optimalisasi Pengembangan UMKM Pendahuluan” 01, no. 02 (2025): 76–88.

¹⁹ Amalia, Siti. *Strategi Penjualan Produk Hni-Hpai Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iain Palopo)*. Diss. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2022.

²⁰ Distribusi Pada, Umkm Terhadap, and Profitabilitas Dalam, “2) & 3)” 1, no. 4 (2022): 305–13.

digunakan untuk mengevaluasi bagaimana prinsip-prinsip Islam dapat diintegrasikan dengan konsep keberlanjutan ekonomi modern.²¹ Dengan demikian, penelitian ini akan menganalisis bagaimana nilai-nilai Islam dapat menjadi faktor kunci dalam memastikan keberlanjutan UMKM di Kota Palopo.²²

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini mengangkat topik **“Peran Etika Bisnis Islam dalam Keberlanjutan UMKM di Kota Palopo”** guna memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam upaya meningkatkan daya tahan dan keberlanjutan UMKM di Indonesia, khususnya di Kota Palopo.

B. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada analisis peran etika bisnis Islam dalam mendukung keberlanjutan UMKM di Kota Palopo dengan menekankan integrasi prinsip etika Islam (kejujuran, keadilan, tanggung jawab sosial, serta larangan praktik yang dilarang seperti riba, gharar, dan penipuan) ke dalam dimensi keberlanjutan usaha yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (triple bottom line). Fokus penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang sebagian besar hanya membahas penerapan etika bisnis Islam dalam tataran normatif atau studi kasus pada jenis produk tertentu, seperti UMKM tahu di Madiun atau praktik pemasaran digital berbasis maqasid syariah. Penelitian sebelumnya juga cenderung menitikberatkan pada aspek produksi, pemasaran, atau peningkatan usaha secara umum, tanpa mengkaitkannya secara komprehensif

²¹ Elkington, J. *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Oxford: Capstone Publishing. 2020

²² Wardokhi, Endang Ruhayat, and Suropto, “Penerapan Konsep Pentuple Bottom Line Pada Umkm Di Kota Tangerang Selatan Dalam Mewujudkan Keberlanjutan Usaha,” *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Ndongesia (JABISI)* 4, no. 2 (2023): 105–17.

dengan konsep keberlanjutan UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini secara spesifik menempatkan Kota Palopo sebagai lokus kajian dengan mempertimbangkan karakteristik lokal UMKM, serta menggunakan pendekatan maqasid syariah untuk menganalisis bagaimana penerapan etika bisnis Islam dapat menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan usaha. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pembeda yang jelas dari studi sebelumnya, baik dari segi konteks wilayah, fokus kajian, maupun pendekatan analisis yang digunakan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah tersebut rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam operasional UMKM di Kota Palopo?
2. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam penerapan etika bisnis Islam bagi keberlanjutan UMKM?
3. Bagaimana strategi yang dapat diterapkan untuk memperkuat penerapan etika bisnis Islam dalam mendukung keberlanjutan UMKM di Kota Palopo?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam operasional UMKM di Kota Palopo.
2. Mengidentifikasi faktor penghambat dan pendukung dalam penerapan etika bisnis Islam di UMKM.
3. Menyusun strategi untuk memperkuat penerapan etika bisnis Islam guna meningkatkan keberlanjutan UMKM di Kota Palopo.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis kepada pembaca:

1. Manfaat Teoritis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian etika bisnis Islam dalam konteks keberlanjutan UMKM. Penelitian ini memberikan wawasan baru terkait hubungan antara etika bisnis Islam dan keberlanjutan usaha. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi akademisi dalam memahami dinamika implementasi nilai-nilai Islam dalam aktivitas bisnis UMKM serta menambah perspektif dalam bidang manajemen bisnis syariah.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi UMKM, penelitian ini memberikan manfaat bagi UMKM di Kota Palopo dengan menyediakan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya penerapan etika bisnis Islam dalam menjaga keberlanjutan usaha. Dengan menerapkan etika bisnis Islam, UMKM dapat meningkatkan daya saing, membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan dan mitra bisnis, serta menciptakan praktik

usaha yang lebih adil dan berkelanjutan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pemilik UMKM sebagai panduan dalam mengembangkan strategi bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan material tetapi juga keberkahan dan kesejahteraan jangka panjang.

- b. Bagi akademisi, penelitian ini berfungsi sebagai rujukan bagi studi lanjutan yang membahas integrasi etika bisnis Islam dalam sektor UMKM. Temuan penelitian ini juga dapat digunakan untuk mengembangkan kurikulum pendidikan tinggi dalam bidang manajemen bisnis syariah, khususnya dalam aspek keberlanjutan dan etika bisnis Islam. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi dalam tataran teoritis, tetapi juga dalam peningkatan kualitas pendidikan bisnis berbasis Islam.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi kajian yang lebih mendalam mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam berbagai sektor industri. Penelitian ini juga membuka peluang eksplorasi lebih lanjut mengenai strategi yang lebih spesifik dalam mengintegrasikan etika bisnis Islam ke dalam praktik bisnis UMKM. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi acuan dalam analisis komparatif mengenai efektivitas penerapan etika bisnis Islam di berbagai wilayah atau sektor usaha lainnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini tidak dapat dilepaskan dari kontribusi berbagai studi sebelumnya yang telah dilakukan dalam bidang yang sama atau terkait. Kajian penelitian terdahulu dilakukan untuk memahami perkembangan teori, metode, serta temuan yang relevan sebagai dasar dan pembanding dalam menyusun penelitian ini. Dengan menelaah penelitian sebelumnya, peneliti dapat mengidentifikasi kesenjangan penelitian (*research gap*) yang akan diisi serta memastikan kontribusi penelitian ini terhadap pengembangan ilmu pengetahuan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini:

1. Moh abrori dan sakinah. Dalam penelitiannya yang berjudul "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Usaha Mikro Di Indonesia". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap pelaku usaha mikro. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman pelaku usaha mengenai etika bisnis Islam masih terbatas pada aspek normatif, sementara penerapannya dalam praktik bisnis sehari-hari kerap terhambat oleh tekanan ekonomi dan kurangnya dukungan struktural. Namun, pelaku usaha yang konsisten menerapkan prinsip Islam cenderung memiliki kepercayaan pelanggan yang lebih tinggi dan hubungan bisnis yang lebih harmonis.²³

²³ Abrori, Moh, and Sakinah Sakinah. "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Praktik Usaha Mikro di Indonesia." *Madinah: Jurnal Studi Islam* 11.2 (2024): 345-358..

2. Nurhajjah Zulfa, Nila Nur Millah, Nuratin, dan Kartika Novitasari (2023).

Dalam penelitian yang berjudul Konsep “Maqashid Syariah Dalam Praktik Strategi Pemasaran *TikTok* Dengan Landasan Etika Bisnis Islam” Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literature hasil penelitian menunjukkan bahwa *TikTok*, mengintegrasikan aspek sosial dan *e-commerce*. Strategi pemasaran seperti *Collection Ads*, *Dynamic Showcase Ads*, dan *Lead Generation* memberikan fleksibilitas kepada pengguna untuk mempromosikan produk secara efektif. Landasan etika bisnis Islam diterapkan dalam strategi pemasaran *TikTok*, menekankan prinsip-prinsip jujur, tanggung jawab, tidak adanya penipuan, menepati janji, dan pelayanan dengan murah hati. Penelitian ini menegaskan bahwa pemasaran *TikTok* dapat sejalan dengan konsep maqashid syariah dan etika bisnis Islam, memberikan pandangan holistik terhadap kontribusi positifnya terhadap masyarakat. Penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana praktik bisnis dapat sejalan dengan prinsip-prinsip syariah, memberikan wawasan bagi pelaku bisnis, akademisi, dan pengambil kebijakan untuk mempromosikan pemasaran beretika dengan berlandaskan maqashid syariah dalam era teknologi digital.²⁴

3. Dyan Irawati (2024). Dalam penelitian yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produk Umkm Tahu Di Desa Duren Kota Madiun”

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus

²⁴ Nurhajjah Zulfa, Nila Nur Millah, Nuratin, dan Kartika Novitasari “Gojek Tokopedia Tbk, Dynamic Showcase Ads, and Etika Bisnis Islam”, “Konsep Maqashid Syariah Dalam Praktik Strategi Pemasaran *TikTok* Dengan Landasan Etika Bisnis Islam” 1, no. 2 (2023): 79–94, <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i2.64>.

untuk mengeksplorasi bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam diterapkan dalam proses produksi dan distribusi tahu. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, observasi lapangan, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam, seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat, telah memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan usaha dan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Duren. Selain itu, penerapan etika ini juga meningkatkan reputasi dan kepercayaan konsumen terhadap produk tahu yang dihasilkan. Studi ini menyimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam tidak hanya relevan tetapi juga esensial dalam menciptakan lingkungan bisnis yang berintegritas dan berkelanjutan. Rekomendasi penelitian ini meliputi peningkatan edukasi dan pelatihan bagi pelaku UMKM tentang etika bisnis Islam serta dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait untuk memperkuat praktik bisnis yang etis dan berkelanjutan. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang etika bisnis Islam dan pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal.²⁵

4. Melati Br. Lubis, Nur Khofifah Siregar, Sifa Maulida, Wardatun Thaibah Marpaung, Dan Syafri Fadillah Marpaung (2024). Dalam penelitian yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)” Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan studi literature kepustakaan. penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam berpengaruh positif

²⁵ Dyan Irawati, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produk Umkm Tahu Di Desa Duren Kota Madiun” 3, no. 2 (2024).

terhadap peningkatan UMKM. Etika bisnis merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh pedagang tentang tata cara, pengaturan, dan pengelolaan bisnis dengan memperhatikan norma dan moralitas. Dalam perspektif Islam, etika bisnis menjadi suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah dalam aktivitas bisnis. Konsep umum dan standar yang dilakukan menyangkut perilaku moral, tanggung jawab, dan moralitas. Etika bisnis Islami menjadi suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis, menjadi struktur fundamental dalam perubahan pemahaman terhadap sistem bisnis amoral di masyarakat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi positif mulai dari penyediaan lapangan kerja hingga peningkatan pendapatan. Dukungan pemerintah terhadap pengembangan UMKM menjadi krusial untuk mencapai pengembangan ekonomi nasional. Penerapan etika bisnis Islam dalam UMKM memerlukan perbaikan kesadaran baru terhadap bisnis dan kajian keilmuan yang berfokus pada normatif etik dan empirik induktif. Meskipun telah memenuhi kriteria yang baik, perlu pengembangan lebih lanjut, terutama dalam konsistensi pencatatan pelaku usaha mikro dan penanganan keluhan konsumen.²⁶

5. Adinda Thaliya, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto (2021). Dalam penelitian yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi, Efisiensi Pengolahan Pada Ukm Terhadap Sistem Sosial Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam” Pada penelitian ini, metode penelitian yang digunakan yakni

²⁶ Lubis et al., “Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).”

metode penelitian deskriptif kualitatif. Melalui penelitian ini dapat diketahui bahwa UMKM yang diteliti, yaitu UMKM industri kopi bubuk Cap Jempol Super Kedaton, Bandar Lampung telah memenuhi standard prinsip-prinsip etika bisnis Islam dan melalui penelitian ini pula dapat diketahui bahwa UMKM yang diteliti telah memenuhi standard konsep-konsep produksi dalam Islam dan telah melakukan efisiensi pengolahan dengan baik.²⁷

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No	Nama dan Judul peneliti	Celah	Persamaan	Perbedaan
1	Moh abrori dan sakinah (2024) "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Usaha Mikro Di Indonesia"	Telah memberikan kontribusi signifikan dalam menganalisis penerapan maqasid syariah dalam strategi pemasaran TikTok dengan menitikberatkan pada etika bisnis Islam. Namun, terdapat beberapa celah yang dapat diisi oleh penelitian lain. Studi ini lebih berfokus pada analisis konseptual melalui studi literatur, sehingga masih terdapat kekurangan dalam validasi empiris terhadap implementasi prinsip maqasid syariah dalam pemasaran digital	Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu pada Topik Penelitian Kedua penelitian sama-sama membahas etika bisnis Islam dalam konteks UMKM, Pendekatan Penelitian Sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali pemahaman pelaku usaha terhadap etika bisnis Islam,	Penelitian Moh Abrori dan Sakinah (2024) lebih menitikberatkan pada pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam dalam usaha mikro secara umum di Indonesia dengan metode fenomenologi. sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih

²⁷ Dan Suharto Adinda Thaliya, Muhammad Iqbal Fasa, "Iqtishaduna, Vol. XI No. 1 Juni 2021" XII (2021).

		oleh pelaku usaha secara langsung. Selain itu, penelitian ini belum mengkaji secara mendalam tantangan dan hambatan yang dihadapi pelaku UMKM dalam menerapkan etika bisnis Islam dalam pemasaran berbasis TikTok serta dampaknya terhadap keberlanjutan bisnis jangka panjang.	Metode Pengumpulan Data Kedua penelitian menggunakan wawancara mendalam sebagai metode utama pengumpulan data. Sama-sama mengamati praktik bisnis yang dilakukan oleh pelaku UMKM dalam menerapkan prinsip etika bisnis Islam.	terfokus pada keberlanjutan UMKM di Kota Palopo, menggunakan perspektif maqasid syariah untuk melihat bagaimana etika bisnis Islam dapat membantu menjaga keberlanjutan usaha.
2	Nurhajjah Zulfa, Nila Nur Millah, Nuratin, dan Kartika Novitasari (2023) "Maqashid Syariah Dalam Praktik Strategi Pemasaran Tiktok Dengan Landasan Etika Bisnis Islam"	Telah memberikan kontribusi signifikan dalam menganalisis penerapan maqasid syariah dalam strategi pemasaran TikTok dengan menitikberatkan pada etika bisnis Islam. Namun, terdapat beberapa celah yang dapat diisi oleh penelitian lain. Studi ini lebih berfokus pada analisis konseptual melalui studi literatur, sehingga masih terdapat kekurangan dalam validasi empiris terhadap	Pendekatan Penelitian Kedua penelitian menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode utama untuk menganalisis fenomena yang dikaji. Landasan Teoritis Sama-sama berlandaskan etika bisnis Islam dan maqasid syariah dalam mengevaluasi praktik bisnis. Tujuan Penelitian Sama-sama berupaya menunjukkan bahwa praktik	Meskipun kedua penelitian memiliki landasan yang sama dalam maqasid syariah dan etika bisnis Islam, perbedaannya terletak pada ruang lingkup dan objek penelitian. Penelitian Nurhajjah Zulfa dkk. (2023) berfokus pada

		implementasi prinsip maqasid syariah dalam pemasaran digital oleh pelaku usaha secara langsung. Selain itu, penelitian ini belum mengkaji secara mendalam tantangan dan hambatan yang dihadapi pelaku UMKM dalam menerapkan etika bisnis Islam dalam pemasaran berbasis TikTok serta dampaknya terhadap keberlanjutan bisnis jangka panjang.	bisnis dapat sejalan dengan prinsip-prinsip syariah, baik dalam pemasaran digital maupun dalam keberlanjutan UMKM. Kontribusi terhadap Pemangku Kepentingan Kedua penelitian memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pelaku bisnis, akademisi, dan pengambil kebijakan dalam menerapkan konsep etika bisnis Islam.	pemasaran digital melalui TikTok dan bagaimana strategi pemasaran di platform tersebut dapat sesuai dengan maqasid syariah. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih menitikberatkan pada keberlanjutan UMKM, dengan menganalisis bagaimana etika bisnis Islam berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha, khususnya di Kota Palopo.
3	Dyan Irawati (2024) “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produk Umkm Tahu Di Desa Duren Kota Madiun”	Telah memberikan kontribusi penting dalam menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada produk UMKM tahu di Desa Duren, Kota Madiun, dengan menyoroti dampak positif terhadap keberlanjutan usaha	Pendekatan Penelitian Kedua penelitian menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali penerapan etika bisnis Islam dalam konteks UMKM. Metode Pengumpulan	Meskipun kedua penelitian berfokus pada penerapan etika bisnis Islam dalam UMKM, terdapat perbedaan dalam ruang

		dan kesejahteraan masyarakat. Namun, terdapat beberapa celah yang dapat diisi oleh penelitian lain. Studi ini berfokus pada satu jenis produk (tahu) dengan pendekatan studi kasus, sehingga masih terbatas dalam memberikan gambaran yang lebih luas tentang penerapan etika bisnis Islam di berbagai sektor UMKM. Selain itu, penelitian ini menitikberatkan pada aspek produksi dan distribusi, tetapi belum mengeksplorasi secara mendalam bagaimana prinsip maqasid syariah—seperti perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta—dapat berperan dalam meningkatkan keberlanjutan UMKM secara lebih holistik.	Data Sama-sama menggunakan wawancara mendalam sebagai teknik utama dalam pengumpulan data. Menggunakan observasi lapangan untuk memahami praktik bisnis yang diterapkan oleh pelaku usaha. Fokus pada Etika Bisnis Islam Kedua penelitian menyoroti bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab diterapkan dalam kegiatan usaha. Dampak Etika Bisnis Islam terhadap Keberlanjutan Keduanya menyoroti bahwa penerapan etika bisnis Islam berkontribusi positif terhadap keberlanjutan usaha dan peningkatan kepercayaan pelanggan. Kontribusi terhadap Ilmu Pengetahuan Sama-sama	lingkup dan pendekatan analisisnya. Penelitian Dyan Irawati (2024) lebih spesifik dalam menganalisis industri tahu di satu desa, dengan metode studi kasus yang menyoroti dampak etika bisnis Islam pada produksi, distribusi, dan kepercayaan konsumen. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan memiliki cakupan yang lebih luas, meneliti keberlanjutan UMKM di Kota Palopo dengan pendekatan maqasid syariah, yang menilai dampak etika bisnis
--	--	--	--	---

			memberikan rekomendasi terkait penguatan edukasi dan dukungan bagi UMKM dalam menerapkan prinsip-prinsip bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.	Islam dalam konteks yang lebih komprehensif.
4	Melati Br. Lubis, Nur Khofifah Siregar, Sifa Maulida, Wardatun Thaibah Marpaung, Dan Syafri Fadillah Marpaung (2024) "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)"	Telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam peningkatan UMKM, dengan menyoroti bagaimana prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, tanggung jawab, dan moralitas berkontribusi terhadap pengembangan usaha. Namun, terdapat beberapa celah yang dapat diisi oleh penelitian lain. Studi ini menggunakan pendekatan studi literatur, sehingga masih terbatas dalam memberikan validasi empiris melalui data lapangan terkait penerapan etika bisnis Islam oleh pelaku UMKM secara langsung. Selain itu,	Pendekatan Penelitian Kedua penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dalam menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam konteks UMKM. Fokus pada Etika Bisnis Islam Keduanya membahas bagaimana etika bisnis Islam dapat berkontribusi terhadap pengembangan dan keberlanjutan UMKM. Dampak Etika Bisnis Islam Sama-sama menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam berdampak positif terhadap peningkatan dan keberlanjutan UMKM, terutama dalam membangun budaya bisnis yang lebih etis dan	terdapat perbedaan dalam pendekatan, objek, dan dimensi analisisnya: Penelitian Melati Br. Lubis dkk. (2024) bersifat teoritis dengan menggunakan metode studi kepustakaan, menyoroti bagaimana konsep etika bisnis Islam dapat meningkatkan UMKM secara umum. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih bersifat empiris, berbasis

		penelitian ini lebih berfokus pada dampak umum etika bisnis Islam terhadap UMKM, tanpa secara spesifik mengkaji hubungan antara penerapan etika bisnis Islam dan keberlanjutan UMKM dalam perspektif maqasid syariah.	bertanggung jawab. Kontribusi terhadap Pengembangan UMKM Kedua penelitian menekankan pentingnya dukungan pemerintah dan kesadaran pelaku usaha dalam menerapkan prinsip etika bisnis Islam guna meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMKM.	penelitian lapangan di Kota Palopo, dengan pendekatan maqasid syariah untuk menilai bagaimana etika bisnis Islam berkontribusi terhadap keberlanjutan UMKM.
5	Adinda Thaliya, Muhammad Iqbal Fasa, Dan Suharto (2021) “Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi, Efisiensi Pengolahan Pada Umkm Terhadap Sistem Sosial Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam”	Telah memberikan kontribusi penting dalam menganalisis implementasi etika bisnis Islam, konsep produksi, dan efisiensi pengolahan pada UMKM dalam sistem sosial ekonomi, dengan studi kasus UMKM industri kopi bubuk Cap Jempol Super Kedaton, Bandar Lampung. Namun, terdapat beberapa celah yang dapat diisi oleh penelitian lain. Studi ini lebih menitikberatkan pada analisis etika bisnis Islam dalam produksi dan efisiensi pengolahan, tetapi belum secara	Pendekatan Penelitian Kedua penelitian menggunakan metode kualitatif dalam mengkaji penerapan etika bisnis Islam dalam UMKM. Fokus pada Etika Bisnis Islam Sama-sama membahas bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam diterapkan dalam UMKM dan dampaknya terhadap keberlanjutan usaha. Analisis terhadap UMKM Kedua penelitian mengkaji peran UMKM dalam sistem sosial dan ekonomi, serta	terdapat perbedaan dalam ruang lingkup dan pendekatan analisisnya: Penelitian Adinda Thaliya dkk. (2021) bersifat spesifik, dengan fokus pada satu UMKM kopi bubuk dan menganalisis efisiensi produksi serta konsep ekonomi Islam dalam pengolahan usaha. Sedangkan

		mendalam mengeksplorasi implikasi penerapan etika bisnis Islam terhadap keberlanjutan usaha dalam perspektif maqasid syariah. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada satu UMKM, sehingga masih terbatas dalam memberikan gambaran yang lebih luas mengenai penerapan etika bisnis Islam di berbagai sektor UMKM.	bagaimana prinsip ekonomi Islam dapat diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari. Aspek Keberlanjutan Sama-sama menyoroti bahwa kepatuhan terhadap etika bisnis Islam dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, efisiensi produksi, dan keberlanjutan usaha.	penelitian yang akan dilakukan memiliki cakupan yang lebih luas, meneliti berbagai UMKM di Kota Palopo dengan pendekatan maqasid syariah, menekankan keberlanjutan usaha secara menyeluruh.
--	--	---	--	--

B. Deskripsi Teori

1. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Konsep etika berasal dari kata Yunani "*Ethos*", yang merujuk pada adat istiadat atau kebiasaan. Ini menunjukkan bahwa etika terkait dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang benar, dan semua kebiasaan yang dipegang dan diwariskan dari satu individu ke individu lainnya, atau dari satu generasi ke generasi berikutnya.²⁸ Menurut Magnis

²⁸ Iqbal, Riskun. "Digital marketing perspektif etika bisnis Islam." *Jurnal Mubtadiin* 8.02 (2022).

Suseno, etika merupakan sebuah ilmu daripada sebuah ajaran, yang dalam pandangannya dikenal sebagai etika dalam pengertian kedua. Sebagai suatu disiplin yang terutama menitikberatkan pada refleksi kritis dan rasionalitas, etika dalam konteks kedua ini menyangkut pertanyaan apakah nilai-nilai dan norma moral tertentu seharusnya diterapkan dalam situasi khusus yang dihadapi oleh seseorang.²⁹

Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.³⁰ Menurut Anoraga dan Soegiastuti, bisnis memiliki makna dasar sebagai *"the buying and selling of goods and services"*. Adapun dalam pandangan Straub dan Attner, bisnis tak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Adapun dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).³¹

²⁹ Franz Magnis Suseno, Etika Dasar Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral, Pustaka Filsafat, Jakarta.2020

³⁰ Ahmad, Mustaq. Etika Bisnis dalam Islam. Jakarta: Pustaka Al-Kaustar.2023

³¹ Anoraga, Panji dan Janti, Soegiastuti 2003, Pengantar Bisnis Modern, Jakarta : Pustaka Jaya

Berdasarkan definisi etika dan bisnis yang telah dijelaskan, etika bisnis dapat diartikan sebagai seperangkat aturan moral yang menentukan baik dan buruk, benar dan salah, serta kejujuran dan kebohongan. Etika ini bertujuan untuk mengatur perilaku manusia dalam menjalankan aktivitas bisnis, yaitu dalam melakukan pertukaran barang, jasa, atau uang dengan tujuan saling menguntungkan untuk meraih keuntungan. Oleh karena itu, etika bisnis merupakan pedoman etis yang harus selalu dipegang teguh dan tidak boleh diabaikan atau ditunda untuk membenarkan tindakan yang tidak adil dan tidak bermoral.³² Menjunjung tinggi etika bisnis adalah penting agar bisnis dapat menghasilkan hasil yang memuaskan bagi semua pihak yang terlibat. Secara sederhana mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip moralitas. Kajian etika bisnis terkadang merujuk kepada manajemen etis atau organizational etis.³³ Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas di sini, sebagaimana disinggung di atas berarti: aspek baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas dari perilaku manusia. Kemudian dalam kajian etika bisnis Islam ditambah dengan halal-haram.³⁴

³² Amanah, Dita dkk."Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Tokopedia.com" di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan.Jurnal Pendidikan Akutansi. VOL. 2 No.2.2022

³³ Fajrotul, N. Siti. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada"KOPIA AJA". Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi. Vol.21. No. 1.2021

³⁴ Lesmana, Rosa. t.t. Pengaruh Kelengkapan Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi kasus pada toko Huding Cisauk Tangerang. Jurnal pemasaran kompetitif , Vol.1 No.1.2022

b. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami. Pertama, etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis. Kedua, etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.³⁵

Etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al Qur'an dan sunnah. Indikator untuk mengukur etika bisnis Islam adalah Prinsip secara Islam, Manajemen yang baik, Pemasaran/iklan yang benar Produk mudharabah yang kompetitif.³⁶

c. Nilai-nilai Etika Bisnis Islam

Nilai-nilai etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:³⁷

- 1) Kesatuan (*Tauhid/Unity*) Dengan mengintegrasikan aspek religius dengan aspek-aspek kehidupan yang lainnya, seperti ekonomi, akan

³⁵ Nerdin dan Alifah Ratnawati, "Tingkat Customer Loyalty Berbasis Islamic Buisness Ethic Dan Brand Image", Jurnal CBAM, Vol. 2 No. 1 (2022):383.

³⁶ Nerdin dan Alifah Ratnawati, "Tingkat Customer Loyalty Berbasis Islamic Buisness Ethic Dan Brand Image", Jurnal CBAM, Vol. 2 No. 1 (2022):384.

³⁷ Erly Juliyan, "Etika Bisnis dalam Persepektif Islam", Jurnal Ummul Qura VII, no. 1 (2016): 67-69.

menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan selalu merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas berekonomi sehingga dalam melakukan aktivitas bisnis tidak akan mudah menyimpang dari segala ketentuannya. Perhatian terus menerus untuk kebutuhan etik dan dimotivasi oleh ketauhidan kepada Tuhan Yang Maha Esa akan meningkatkan kesadaran individu mengenai insting altruistiknya, baik terhadap sesama manusia maupun alam lingkungannya. Ini berarti, konsep tauhid akan memiliki pengaruh yang paling mendalam terhadap diri seorang muslim.

- 2) Keseimbangan (Keadilan/*Equilibrium*) Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari kebajikan dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah agar pengusaha Muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan alat timbangan yang benar, karena hal itu merupakan perilaku terbaik yang akan mendekatkan pada ketakwaan.
- 3) Kehendak Bebas (*Ikhtiyar/Free Will*) Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan perekonomian. Hal ini berlaku manakala tidak ada intervensi bagi pasar dari pihak manapun, tak terkecuali oleh pemerintah. Dalam Islam kehendak bebas mempunyai tempat tersendiri, karena potensi kebebasan

itu sudah ada sejak manusia dilahirkan di muka bumi ini. Namun, sekali lagi perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada dalam diri manusia bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanyalah milik Allah semata. Oleh karena itu perlu disadari setiap muslim, bahwa dalam situasi apa pun, ia dibimbing oleh aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang didasarkan pada ketentuan-ketentuan Tuhan dalam Syariat-Nya yang dicontohkan melalui Rasul-Nya.

- 4) Pertanggung jawaban (*Responsibility*) Dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya.
- 5) Ihsan Dalam sebuah kerjaan bisnis menggaris bawahi sejumlah perbuatan yang dapat mensupport pelaksanaan aksioma ihsan dalam bisnis, yaitu kemurahan hati (*leniency*), motif pelayanan (*service motive*) dan kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.

d. Indikator Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dari perspektif Al-Qur'an dan hadits, yang

bertumpu pada 6 (enam) prinsip, terdiri dari kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan dan keadilan. Indikator untuk mengukur etika bisnis antara lain :³⁸

- 1) Memberikan informasi yang benar mengenai karakteristik produk
- 2) Menjaga kepercayaan konsumen dengan menjual produk yang berkualitas
- 3) Karyawan dengan tulus membantu memilihkan baju bagi konsumen
- 4) Menjaga persaudaraan dengan mensponsori kegiatan keagamaan seperti pengajian

2. Berkelanjutan UMKM

a. Pengertian Berkelanjutan UMKM

Kata "berkelanjutan" sendiri menggambarkan atau memberi arti dari suatu proses atau tindakan berkelanjutan jangka panjang, yang menyebabkan atau memungkinkan sesuatu berlangsung selama jangka waktu tertentu, serta proses atau tindakan untuk membuat sesuatu berlangsung atau membuat sesuatu berjalan. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam konteks bisnis yang "berkelanjutan", melibatkan pemeliharaan proses dan tindakan perusahaan dari waktu ke waktu. Perusahaan yang berkelanjutan mengacu pada perusahaan yang dapat mencapai tujuan bisnis

³⁸ Nerdin dan Alifah Ratnawati, "Tingkat Customer Loyalty Berbasis Islamic Buisness Ethic Dan Brand Image", Jurnal CBAM, Vol. 2 No. 1 (2015):384.

jangka panjang dan menambah nilai dengan memasukkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan ke dalam strategi bisnisnya, Anindita.³⁹

Menurut Marwati dalam Steven & Bahar, keberlangsungan usaha juga dapat diartikan sebagai suatu keadaan atau kondisi usaha, dimana didalamnya terdapat cara-cara untuk mempertahankan, mengembangkan dan melindungi sumber daya serta memenuhi kebutuhan yang ada didalam suatu industri (usaha). Cara- cara yang dipergunakan ini bersumber dari pengalaman sendiri, orang lain, serta berlandaskan pada kondisi atau keadaan ekonomi yang sedang terjadi di dalam dunia usaha.⁴⁰

Keberlanjutan usaha artinya usaha tersebut dapat berkesinambungan pada generasi ke generasi selanjutnya dan memberikan dampak pada kelangsungan hidup suatu usaha pada generasi penerusnya, Koerniawan & Dewi.⁴¹ Pada penelitian Sugiarto, paduan inovasi dan keberlanjutan usaha dapat mewujudkan usaha jangka panjang dan tetap bertahan di pasar yang dinamis, keberlanjutan usaha adalah keberhasilan suatu usaha untuk tetap bertahan dan eksis pada jangka panjang serta memiliki daya saing kuat. Inovasi dibutuhkan agar para wirausaha dapat terus mengembangkan produknya dan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya atau bisa menjadi first mover serta memikirkan dampak jangka panjang yang bisa saja terjadi

³⁹ Anindita, R. “ *Etika Kepemimpinan dan Pengaruhnya terhadap Praktik CSR Perusahaan*”. Jurnal Arbah: Journal of Islamic Business and Economics, 2(1), 45–58. 2020 <https://doi.org/10.21580/arbah.2020.2.1.10159>

⁴⁰ Steven, & Bahar, H. “Pengaruh literasi keuangan, modal usaha, dan teknologi informasi yang dimediasi oleh kinerja usaha terhadap keberlangsungan UMKM di Kota Batam pada masa pandemi COVID-19” . *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 6, 2028–2051.2022

⁴¹ Koerniawan, P. C., & Dewi, N. “ Pengaruh Etika Islam terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Studi Kasus pada PT. Agrindo Indah Persada di Kabupaten Bengkulu Tengah)”. *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.2022

dengan adanya inovasi tersebut mulai dari faktor lingkungan, sosial, dan ekonomi.⁴² Lightelm, menyatakan ada beberapa faktor yang menjadikan suatu bisnis tersebut dapat bertahan, diantaranya: *compilation of a business plan* (kompilasi rencana bisnis), *regular updating of business plan* (memperbaharui rencana bisnis reguler), *regular analysis of competitor* (menganalisis reguler pesaing), *ease of venturing into a new business* (kemudahan merambah bisnis baru), *not a problem to take calculated risk* (bukan sebuah masalah untuk mengambil risiko yang diperhitungkan). Keberlanjutan usaha dalam UMKM tidak bisa hanya dinilai dari satu sudut pandang saja, keberlanjutan usaha dapat dicapai jika memenuhi dimensi ekonomi, teknologi, dan juga sosial. Ibrahim, Amanah, S.Gani, & Purnaningsi.⁴³

b. Manfaat Berkelanjutan UMKM

Pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik diharapkan wirausaha mampu mengambil keputusan secara tepat sehingga usaha dapat terus berkelanjutan, Aribawa.⁴⁴ Hasil tersebut tidak lepas dari manfaat keberlanjutan usaha, seperti yang dilansir dari Beritasatu, yaitu:⁴⁵

⁴² Sugiarto. “*Metodologi Penelitian Bisnis*”. Yogyakarta: Andi.2020

⁴³ Ibrahim, H., Amanah, S., Gani, D. S., & Purnaningsih, N. “Analisis keberlanjutan usaha pengrajin ekonomi kreatif kerajinan sutera di Provinsi Sulawesi Selatan”. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 23(3), 210–219.2022

⁴⁴ Aribawa, D. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13. 2020 <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1>

⁴⁵ Beritasatu. Pemerintah Dorong UMKM Menuju Bisnis Berkelanjutan. *Beritasatu.com*. Diakses dari <https://www.beritasatu.com/ekonomi/umkm/2016/03/15/123456/pemerintah-dorong-umkm-menuju-bisnis-berkelanjutan>

- 1) Produktivitas meningkat Menyederhanakan proses produksi dan mengurangi aktivitas yang berlebihan, sehingga biaya produksi yang dikeluarkan juga berkurang.
- 2) Membuka peluang investasi Perusahaan yang dapat mengelola keuangan, lingkungan kerja dengan baik dan memiliki sumber daya manusia yang berkesinambungan akan dapat diperhatikan oleh investor untuk berinvestasi di perusahaan.
- 3) Meningkatkan keuntungan Keberlanjutan usaha tidak lepas dari kelestarian lingkungan. Semakin terjaga lingkungan usaha maka dapat disimpulkan usaha tersebut dapat mendapat keuntungan dari lingkungan sekitar.
- 4) Sumber daya manusia yang berkualitas Sumber daya manusia yang dikelola secara tepat melalui keterampilan dan kemampuan yang dimiliki karyawan akan memotivasi untuk terus belajar sehingga dapat bersaing secara kompetitif demi mewujudkan kinerja usaha yang lebih baik.
- 5) Mengefisiensi energi Pemanfaatan teknologi yang sedang berkembang saat ini membantu suatu usaha seperti pemasaran bisa dilakukan secara online, mesin produksi yang didesain semakin efisien, pembukuan keuangan bisa dilakukan dengan sistem di komputer.

Dalam menjalankan usaha diperlukan strategi yang jelas agar usaha dapat berhasil, usaha yang memperlihatkan strategi yang jelas jika konsisten dengan tujuan jangka panjang sesuai dengan visi dan misi serta

memfokuskan seluruh upaya dalam mencapai tujuan tersebut, Burhanuddin.⁴⁶ Menurut Anonymous, karakter wirausaha yang berhasil menjalankan usaha secara keberlanjutan adalah :⁴⁷

- a) Memiliki naluri yang kuat dalam berusaha
- b) Berdedikasi tinggi pada usaha tersebut
- c) Dapat melihat keadaan pasar dan cepat tanggap
- d) Memiliki kemampuan memperoleh dan memanfaatkan informasi
- e) Memiliki ketrampilan yang dapat menunjang usaha
- f) Dapat memanfaatkan SDM dan modal yang ada

Merieska & Meiyanto passion kewirausahaan berperan pada pengembangan usaha agar usaha tersebut dapat berlanjut.⁴⁸ Keberlanjutan usaha adalah tujuan dari wirausaha dan wirausaha yang mempunyai karakter komitmen dan senantiasa bekerja keras dapat mewujudkannya, Abubakar & Palisuri.⁴⁹ Keberlanjutan usaha juga dapat didefinisikan sebagai konsep melakukan bisnis yang berkomitmen serta menjaga pemeliharaan kesejahteraan masyarakat dan keluarga, Hadiyati.⁵⁰

⁴⁶ Burhanuddin "Analisis Administrasi dan Manajemen serta Kepemimpinan Guru di Indonesia." Jakarta: Bumi Aksara.2020

⁴⁷ Anonymous, "Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan UKM Provinsi Yogyakarta", Tentang: Daftar Anggota Asosiasi Pengusaha Aluminium Yogyakarta.2022

⁴⁸ Merieska & Meiyanto" Buku Kewirausahaan UMKM" 2021, Yogyakarta

⁴⁹ Abubakar, H., & Palisuri, P." Karakteristik wirausaha terhadap keberlanjutan industri kuliner tradisional". Seminar Nasional Dan Call for Paper: Manajemen, Akuntansi Dan Perbankan, 403–410.2021

⁵⁰ Hadiyati, E. "Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil". Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 13(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.13.1.8-16>, 2021

c. Indikator Berkelanjutan UMKM

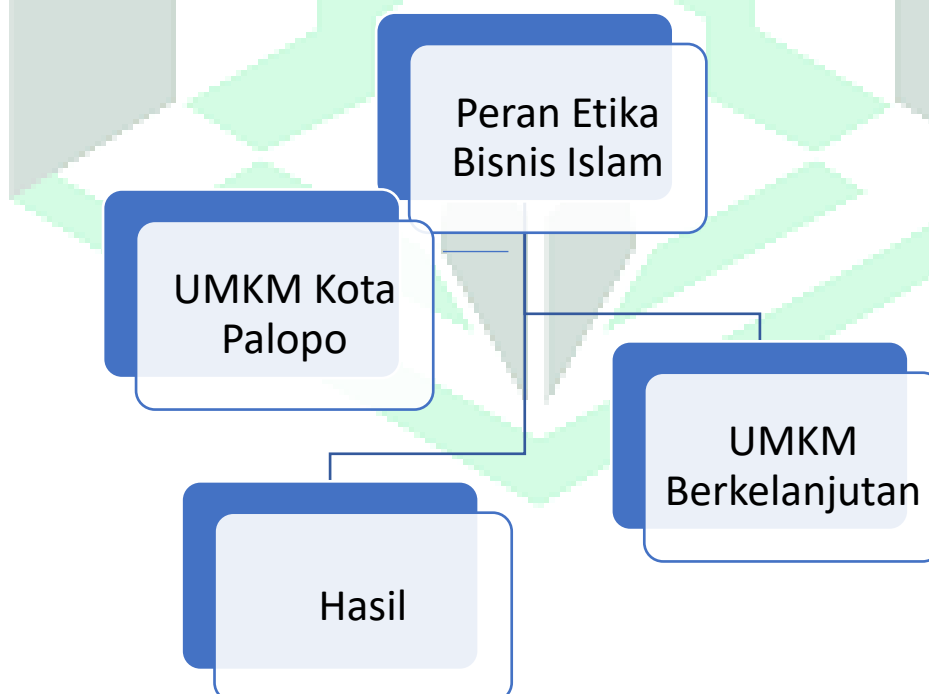
Indikator keberlanjutan UMKM menurut Wickham, dalam penelitian Hilmawati & Kusumaningtias.⁵¹

- 1) *Financial growth* (pertumbuhan keuangan), mendefinisikan pertumbuhan keuangan sebagai perkembangan bisnis dari suatu entitas komersial. Hal ini berkaitan dengan peningkatan omset, biaya dan investasi yang dibutuhkan untuk bisa mencapai omset tersebut, dan keuntungan yang dihasilkan. Hal ini juga berkaitan dengan aset bisnis. Pengukuran pertumbuhan keuangan dapat dilakukan melalui perubahan total aset, perubahan modal, perubahan omset, dan perubahan keuntungan.
- 2) *Strategic growth* (pertumbuhan strategi) Pertumbuhan strategis berkaitan dengan perubahan yang berkaitan dengan bagaimana suatu organisasi berinteraksi dengan lingkungannya sebagai keseluruhan strategis yang terintegrasi. Terutama berkaitan dengan cara bisnis mengembangkan kemampuannya untuk memanfaatkan pasar. Hal ini terkait dengan peluang yang dimanfaatkan oleh bisnis dan aset yang dimilikinya, baik yang berwujud maupun tidak berwujud untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Adapun cara pengukuran pertumbuhan strategis adalah melalui perubahan peningkatan volume penjualan atau produksi dan perubahan basis pelanggan yang meningkat

⁵¹ Hilmawati, I., & Kusumaningtias, R. (2021). *Analisis Keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Perspektif Wickham*. Jurnal Ilmu Manajemen, 9(2), 113–125. Mengutip dari Wickham, P. A. (2006). *Strategic Entrepreneurship* (4th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

- 3) Structural growth (pertumbuhan structural) Pertumbuhan struktural dalam sebuah bisnis itu tentang cara perusahaan mengubah system internalnya, ini mencakup bagaimana peran dan tanggung jawab manajerial, cara komunikasi, dan system kontrol sumber daya diatur. Pertumbuhan struktural dapat diukur melalui perubahan ukuran dan atau lokasi tempat usaha. Perubahan ukuran berarti mengacu pada seberapa besar dan kecilnya bisnis tersebut beroperasi. Begitu juga dengan perubahan lokasi tempat usaha dari satu lokasi ke lokasi lain yang dapat menunjukkan perubahan dalam struktur atau skala bisnis itu sendiri. Dengan perubahan tersebut usaha dapat berkembang menjadi lebih besar, misalnya meningkatnya omset dan pangsa pasar.⁵²

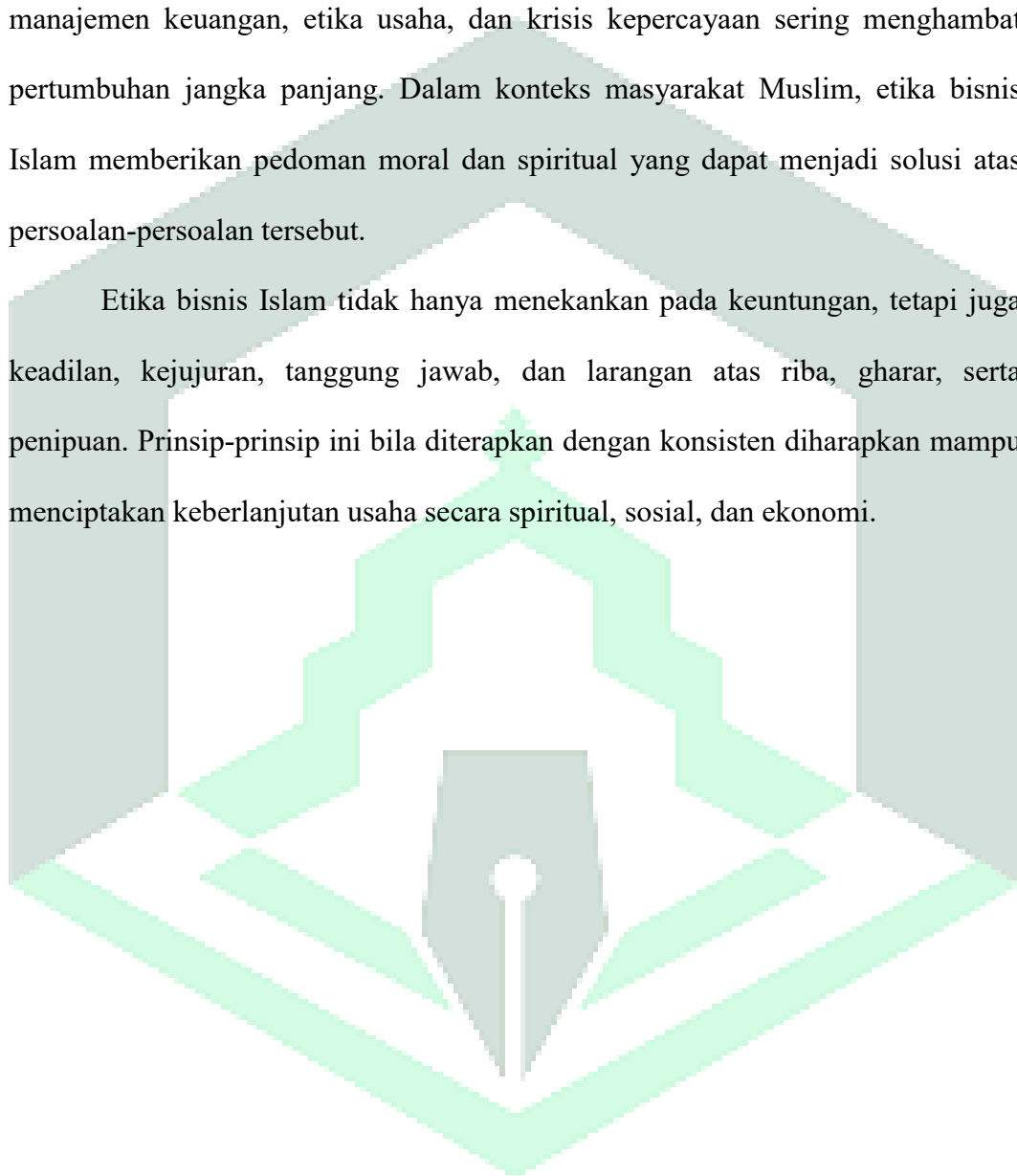
C. Kerangka Pikir



⁵² Wickham, P. A. (2006). *Strategic Entrepreneurship* (4th ed.). Harlow: Pearson Education Limited, dalam Hilmawati, I. & Kusumaningtias, R. (2021). *Analisis Keberlanjutan UMKM Berdasarkan Perspektif Wickham*. Jurnal Ilmu Manajemen, 9(2), 113–125.

UMKM merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian daerah, termasuk di Kota Palopo. Namun, tantangan keberlanjutan (*sustainability*) seperti manajemen keuangan, etika usaha, dan krisis kepercayaan sering menghambat pertumbuhan jangka panjang. Dalam konteks masyarakat Muslim, etika bisnis Islam memberikan pedoman moral dan spiritual yang dapat menjadi solusi atas persoalan-persoalan tersebut.

Etika bisnis Islam tidak hanya menekankan pada keuntungan, tetapi juga keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan larangan atas riba, gharar, serta penipuan. Prinsip-prinsip ini bila diterapkan dengan konsisten diharapkan mampu menciptakan keberlanjutan usaha secara spiritual, sosial, dan ekonomi.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln, metode kualitatif adalah pendekatan yang berfokus pada pengamatan mendalam terhadap fenomena yang terjadi, dengan tujuan untuk memahami makna dan konteks yang mendasari suatu peristiwa atau situasi. Oleh karenanya, penelitian kualitatif berfokus pada penggalian kedalaman data daripada keluasan data.⁵³ Anggito dan Setiawan mengatakan, penelitian kualitatif menggunakan latar belakang alami untuk menafsirkan fenomena.⁵⁴ Penelitian kualitatif biasanya bersifat induktif atau kualitatif, dan digunakan untuk memahami masyarakat dengan mengumpulkan banyak fakta dan menganalisis data.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini diarahkan secara spesifik pada analisis bagaimana penerapan etika bisnis Islam oleh pelaku UMKM di Kota Palopo berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha, dengan menekankan pada integrasi nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan (triple bottom line). Penelitian ini tidak hanya berhenti pada tataran normatif tentang pemahaman etika bisnis Islam sebagaimana banyak

⁵³ Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). Buku pegangan penelitian kualitatif SAGE (edisi ke-4). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.2020

⁵⁴ Anggito, A., & Setiawan, J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Jejak Publisher.[Universitas Bakrie Repository+4](#). 2022

dikaji pada penelitian terdahulu, tetapi lebih menitikberatkan pada praktik nyata yang dijalankan pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan lokal, seperti keterbatasan akses modal berbasis syariah, rendahnya literasi etika bisnis Islam, serta dinamika dukungan komunitas. Fokus penelitian ini juga membedakan diri dari penelitian sebelumnya yang cenderung mengangkat studi kasus terbatas pada produk tertentu atau aspek pemasaran digital, dengan cara mengeksplorasi bagaimana penerapan prinsip-prinsip etika Islam secara komprehensif dapat menopang keberlanjutan UMKM di Kota Palopo sebagai suatu ekosistem. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada keterkaitan langsung antara etika bisnis Islam dan keberlanjutan usaha UMKM dalam konteks lokal Palopo yang belum banyak dikaji secara mendalam.

C. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjawab fenomena-fenomena yang ada, serta untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam fenomena tersebut. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi berbagai aspek yang mendasari situasi yang sedang diteliti. Menurut Kriyantono, penelitian ini termasuk dalam kategori deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan data secara sistematis, faktual, dan akurat. Penelitian ini berupaya menggali kedalaman atau makna lebih mendalam dari fenomena yang diteliti, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap situasi atau masalah yang ada.⁵⁵ Deskriptif

⁵⁵ Kriyantono, R. *Teknik praktis riset komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.2020

dalam konteks ini diartikan sebagai pengumpulan data yang dapat menggambarkan situasi dan kondisi dengan pemilihan kasus yang menerapkan prinsip-prinsip entrepreneur syariah. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, observasi, dan analisis dokumen, yang mencakup catatan lapangan, foto, dokumen tertulis, serta rekaman audio atau video. Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana nilai-nilai etika bisnis Islam diterapkan oleh pelaku UMKM di Kota Palopo dan bagaimana penerapan tersebut mempengaruhi keberlanjutan usaha mereka.

D. Defenisi Istilah

1. Etika Bisnis Islam.

Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai moral dan prinsip yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, yang mengatur perilaku pelaku usaha agar tetap berada dalam koridor syariah, seperti kejujuran, keadilan, tidak menipu, tidak mengambil riba, dan menjunjung tinggi amanah.⁵⁶

Etika Bisnis Islam menurut saya adalah seperangkat prinsip dan nilai moral yang bersumber dari ajaran Islam—terutama Al-Qur'an dan Hadis—yang mengatur bagaimana aktivitas bisnis dilakukan secara adil, jujur, dan bertanggung jawab, tidak hanya demi keuntungan, tetapi juga demi kemaslahatan bersama dan ridha Allah.

2. Keberlanjutan UMKM

⁵⁶ Ahmad, Mustaq." Etika Bisnis dalam Islam". Jakarta: Pustaka Al-Kaustar 2022.

Keberlanjutan UMKM mengacu pada kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang, baik dari segi ekonomi (laba dan pertumbuhan usaha), sosial (hubungan dengan konsumen dan masyarakat), maupun spiritual (keberkahan usaha).⁵⁷

Keberlanjutan UMKM menurut saya adalah kemampuan usaha mikro, kecil, dan menengah untuk terus bertahan, berkembang, dan beradaptasi dalam jangka panjang, baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan.

E. Data dan Sumber Data

Data yang diperlukan untuk studi ini akan membantu peneliti untuk mencapai kesimpulan yang valid. Sumber data dapat diartikan dengan segala hal yang memberikan informasi terkait dengan penelitian dalam bentuk data yang diperlukan. Oleh karena itu, ucapan dan perilaku individu yang diamati atau diwawancarai digunakan sebagai sumber data penelitian.⁵⁸ Data primer dan sekunder adalah dua jenis data yang digunakan. Data primer diperoleh melalui wawancara, yang berarti sumber data memberikan informasi langsung kepada peneliti. Sedangkan data sekunder berasal dari data teoritis yang dikumpulkan dari jurnal online dan literatur lainnya.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Sugiyono menggambarkan instrumen penelitian

⁵⁷ Cut Devi Maulidasari, & Rusma Setiyana.. Sosialisasi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah(Umkm). Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(1).2021

⁵⁸ A. Kristanto, *Etika Bisnis: Konsep dan Realita* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2022), hlm. 8.

sebagai alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati untuk mendapatkan data yang relevan dan akurat untuk menjawab pertanyaan penelitian.⁵⁹ Peneliti menggunakan wawancara, alat tulis, dan dokumentasi dalam penelitian ini.

G. Teknik Pengumpulan Data

Tiga metode utama pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi melihat fenomena secara langsung, wawancara mengumpulkan informasi dari orang-orang yang relevan, dan dokumentasi mengumpulkan data tertulis atau rekaman yang mendukung penelitian.

1. Observasi

Menurut Riyanto, observasi merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung terhadap fenomena yang sedang diteliti. Dalam observasi langsung, peneliti mengamati kejadian atau aktivitas secara langsung.⁶⁰ Dengan menggunakan teknik ini, seseorang dapat mengamati secara langsung peristiwa atau fenomena yang menjadi subjek penelitian.

2. Wawancara

Sugiyono mendefinisikan wawancara sebagai "kegiatan komunikasi yang dilakukan antara dua orang atau lebih untuk mencari informasi secara rinci

⁵⁹ Sugiyono. *Metode Penelitian, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Revisi ke-15). Bandung: Alfabeta. 2020

⁶⁰ Riyanto Syafnidawaty, 'OBSERVASI', *Universitas Raharja*, 2020
<<https://raharja.ac.id/2020/11/10/observasi/>> [accessed 14 February 2024].

tentang peristiwa yang telah terjadi sehingga mampu memberikan makna yang nyata". Wawancara memungkinkan peneliti untuk menggali informasi lebih dalam dan memahami perspektif responden mengenai suatu fenomena yang sedang diteliti.⁶¹ Karyawan dan pelaku UMKM menerima pertanyaan langsung dari peneliti.

3. Dokumentasi

Pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lainnya disebut dokumentasi. Dokumentasi berfungsi sebagai sumber data yang dapat mendukung penelitian dengan memberikan informasi tambahan yang relevan dan autentik terkait topik yang sedang diteliti.⁶² Dalam penelitian ini, dokumentasi tersebut termasuk catatan lapangan, dokumen tertulis, dan rekaman audio atau video.

H. Subyek penelitian

Informan penelitian merupakan orang atau pihak yang berkaitan dengan penelitian yang dapat memberikan informasi mengenai berbagai kondisi yang ada di lokasi penelitian sehingga dapat memberikan data yang akurat kepada peneliti.

⁶¹ Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, dan R&D* (Edisi Revisi ke-15). Bandung: Alfabeta.2020

⁶² Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, dan R&D* (Edisi Revisi ke-15). Bandung: Alfabeta.2020

Informan pada penelitian ini. Menurut Bagong Suyanto, informan penelitian meliputi beberapa macam yaitu:⁶³

1. Informan Kunci (Key Informan) merupakan mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian.
2. Informan Utama merupakan mereka yang terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti.
3. Informan Tambahan merupakan mereka yang dapat memberikan informasi walaupun tidak secara langsung terlibat dalam interaksi sosial yang diteliti.

Menurut Koentjaraningrat dalam Gunawan Imam, informan pertama yang ditunjuk karena memang benar-benar ahli atau yang memiliki pengetahuan tentang unsur masyarakat atau kebudayaan yang diperlukan itu disebut informan kunci (*key informan*).⁶⁴ Dalam menetapkan informan, peneliti menggunakan teknik purposive. Menurut Sugiyono purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini peneliti dalam menentukan informan kunci sesuai dengan kriteria dalam penetapan informan kunci yaitu seseorang yang mengetahui seluk beluk dan dapat memberikan informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian.⁶⁵

I. Keabsahan Data

⁶³ Bagong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan* (Jakarta: Prenada Media, 2023), hlm. 172.

⁶⁴ Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2022), hlm. 166;

⁶⁵ Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2022), hlm. 142.

Menguji validitas data yang dikumpulkan sangat penting saat mengolah data. Metode triangulasi digunakan dalam penelitian ini., yaitu proses untuk menilai kebenaran data dengan membandingkan dan mengkonfirmasi informasi dari berbagai sudut pandang atau sumber yang berbeda. Triangulasi memastikan bahwa data akurat dan konsisten, sehingga hasil penelitian lebih valid dan dapat dipercaya. Norman K. Denzin memberikan penjelasan mengenai empat tipe triangulasi, sebagai berikut:⁶⁶

1. Triangulasi metode yang digunakan untuk mencari dari berbagai macam sumber.
2. Triangulasi antar-peneliti yang dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data.
3. Triangulasi sumber data yaitu menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data.
4. Triangulasi teori yang ditujukan untuk menginterpretasikan data.¹

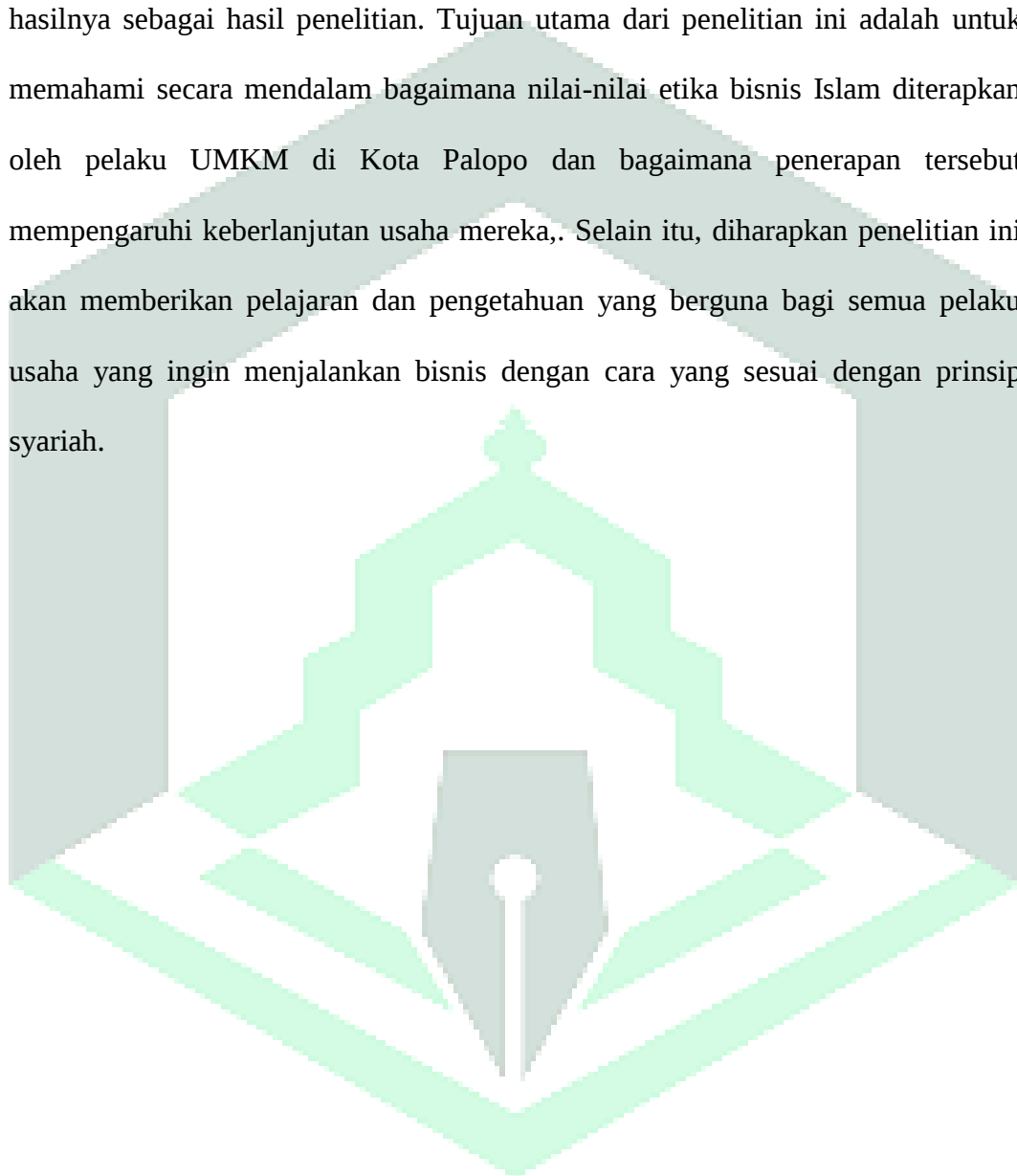
J. Teknik Analisis Data

Menurut *Maryville University*, analisis data adalah proses yang melibatkan pengumpulan, pembersihan, dan pengorganisasian data untuk mengubah data yang belum terstruktur atau tidak terpakai menjadi data yang berguna.⁶⁷ Melalui proses ini, peneliti dapat menemukan pola, membuat kesimpulan, dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang telah dianalisis dengan cermat. Penelitian

⁶⁶ Denzin, N. K. *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. Chicago, IL: Aldine.2020

⁶⁷ Hasna Latifatunnisa, "Teknik Analisis Data: Jenis, Contoh, Dan Langkah-Langkahnya," RevoUpedia, 2022.

ini menggunakan metode induktif untuk menganalisis data. Metode ini bertujuan untuk menarik kesimpulan dari fakta dan peristiwa yang terjadi, serta menyajikan hasilnya sebagai hasil penelitian. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam bagaimana nilai-nilai etika bisnis Islam diterapkan oleh pelaku UMKM di Kota Palopo dan bagaimana penerapan tersebut mempengaruhi keberlanjutan usaha mereka,. Selain itu, diharapkan penelitian ini akan memberikan pelajaran dan pengetahuan yang berguna bagi semua pelaku usaha yang ingin menjalankan bisnis dengan cara yang sesuai dengan prinsip syariah.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Dan Hasil Penelitian

1. Sejarah Singkat UMKM Palopo

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Palopo mengalami perkembangan yang cukup signifikan, terutama dalam beberapa tahun terakhir. Pada masa pandemi COVID-19, jumlah UMKM justru meningkat pesat sebagai bentuk adaptasi masyarakat terhadap krisis ekonomi, dari 6.853 unit pada tahun 2019 menjadi 12.504 unit di tahun 2021. Pemerintah Kota Palopo secara aktif memberikan dukungan kepada pelaku UMKM melalui berbagai program, seperti penyaluran bantuan produktif (BPUM), pelatihan kewirausahaan, serta pengembangan akses pemasaran. Selain itu, Palopo juga mencatatkan kemajuan melalui peluncuran program UMKM Go Digital bersama komunitas TDA Luwu Raya dan perbankan, guna mendorong transformasi digital pelaku usaha. Pemerintah daerah semakin memperkuat perannya dengan membangun pusat layanan terpadu PLUT-UMKM sebagai sarana pembinaan dan pendampingan. Hingga akhir 2024, tercatat lebih dari 15.000 UMKM tersebar di berbagai sektor, termasuk kuliner, kerajinan, pertanian, dan perdagangan. Keberadaan UMKM ini tidak hanya menjadi pilar ekonomi lokal, tetapi juga mencerminkan kemandirian dan kreativitas masyarakat Palopo dalam membangun usaha yang berkelanjutan.

2. Umur Responden

Tabel 4.1 Umur Responden

No.	Rentang Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	18 – 25 tahun	10	10%
2	26 – 35 tahun	30	30%
3	36 – 45 tahun	35	35%
4	46 – 55 tahun	15	15%
5	56 tahun ke atas	10	10%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel di atas, responden pelaku UMKM di Kota Palopo terdiri dari berbagai kelompok usia. Rentang usia 36–45 tahun merupakan kelompok terbanyak, yaitu sebanyak 35 responden (35%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM berada pada usia produktif dan matang dalam mengelola usaha. Selanjutnya, kelompok usia 26–35 tahun berada di posisi kedua dengan jumlah 30 responden (30%), yang mencerminkan antusiasme generasi muda dalam berwirausaha dan membangun kemandirian ekonomi.

3. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	41	41%
2	Perempuan	59	59%
Total		100	100%

Berdasarkan data dalam tabel, pelaku UMKM di Kota Palopo didominasi oleh perempuan dengan jumlah 59 responden atau 59% dari total responden, sedangkan laki-laki berjumlah 41 responden atau 41%. Hal ini

menunjukkan bahwa perempuan memiliki peran yang cukup besar dalam kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah di wilayah ini. Dominasi pelaku usaha perempuan ini bisa jadi disebabkan oleh banyaknya jenis usaha rumahan seperti kuliner, kerajinan tangan, atau jasa yang lebih banyak dikelola oleh perempuan, terutama di tingkat rumah tangga.

Sementara itu, partisipasi laki-laki dalam UMKM juga cukup signifikan, yaitu 41%, yang biasanya berkaitan dengan usaha di sektor jasa, perdagangan umum, dan konstruksi skala kecil. Komposisi ini menunjukkan bahwa UMKM di Palopo bersifat inklusif terhadap gender, dengan kontribusi yang seimbang dari kedua jenis kelamin dalam pembangunan ekonomi lokal. Keterlibatan aktif perempuan dalam UMKM juga mencerminkan kemandirian ekonomi dan meningkatnya peran perempuan dalam sektor kewirausahaan.

4. Pendidikan Responden

Tabel 4.3 Pendidikan Responden

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	SD/MI	7	17,5%
2	SMP/MTs	9	22,5%
3	SMA/Sederajat	22	55%
4	S1	2	5%
Total		40	100%

Berdasarkan tabel, mayoritas pelaku UMKM di Kota Palopo memiliki pendidikan terakhir SMA/ sederajat sebanyak 55%, disusul SMP/MTs sebesar 22,5%, SD/MI 17,5%, dan hanya 5% yang berpendidikan S1. Hal ini

menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM berasal dari latar belakang pendidikan menengah ke bawah. Oleh karena itu, program pelatihan dan pendampingan usaha sebaiknya disesuaikan dengan tingkat pendidikan agar lebih mudah dipahami dan diterapkan.

5. Hasil Penelitian

Tabel 4.4 Jumlah Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menurut Kecamatan di Kota Palopo, 2024

Kecamatan	Mikro	Kecil	Menengah	Jumlah
Subdistrict	Micro	Small	Medium	Subdistrict
Wara Selatan	1.115	-	-	1.115
Sendana	386	-	-	386
Wara	3.406	-	-	3.406
Wara Timur	3.117	-	-	3.117
Mungkajang	432	-	-	432
Wara Utara	1.870	-	-	1.870
Bara	2.446	-	-	2.446
Telluwanea	1.234	-	-	1.234
Wara Barat	798	-	-	798
Palopo	14.804			14.804

Sumber: Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Palopo

1. Bagaimana anda memastikan bahwa pelanggan mendapatkan informasi yang benar tentang produk yang anda jual?

Berdasarkan hasil wawancara pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan ibu Anti yang mengatakan :

*"Kami selalu menyampaikan bahan-bahan yang digunakan dan masa kadaluarsa produk secara jelas di label. Kalau pelanggan tanya, kami jawab langsung sejujur-jujurnya."*⁶⁸

Kemudian hasil wawancara dari stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Hajja Nur yang mengatakan :

*"Setiap produk kami diberi deskripsi bahan dan ukuran, baik di toko langsung maupun saat dipasarkan lewat media sosial. Itu penting supaya pelanggan tidak kecewa."*⁶⁹

Kemudian hasil wawancara dari toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Jinan yang mengatakan :

*"Sebelum menjual, kami edukasi dulu pelanggan soal manfaat dan batasan penggunaan produk. Kami nggak ingin mereka punya ekspektasi berlebihan."*⁷⁰

Kemudian hasil wawancara dari toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rani yang mengatakan :

*"Kami terbuka soal komposisi dan sumber bahan baku. Bahkan kami sering posting proses produksi di Instagram supaya lebih transparan."*⁷¹

⁶⁸ Ibu Anti, pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. 24 Juni 2025, 10:05 WITA

⁶⁹ Ibu Hajja Nur, stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. 24 Juli 2025, 11:00 WITA

⁷⁰ Ibu Jinan, toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. 24 Juli 2025, 01:30 WITA

Kemudian hasil wawancara dari toko flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rina Kartika yang mengatakan:

*"Saya selalu jelaskan bahan baku yang dipakai, waktu pengerjaan, dan kekuatan produk, supaya pembeli paham kualitas yang mereka dapatkan."*⁷²

Kemudian hasil wawancara dari salah satu pelanggan toko Raja ole-ole, yaitu Ibu Ayu JL. Andi Djemma, Kota Palopo:

*"Saya sudah langganan di toko Raja Oleh-Oleh cukup lama. Saya merasa nyaman belanja di sana karena informasinya selalu jelas. Misalnya, mereka kasih tahu kapan produk dibuat, berapa lama bisa disimpan, dan bahan-bahannya apa saja. Kalau ada perubahan rasa atau ukuran, mereka langsung sampaikan. Jadi saya merasa lebih yakin dan nggak ragu buat beli, bahkan kadang saya rekomendasikan ke teman-teman juga."*⁷³

Kemudian hasil wawancara dari Bapak M. Taufik, S.E. sebagai Pendamping UMKM Dinas Koperasi & UMKM Kota Palopo, hal ini didukung olehnya dengan mengatakan:

*"Banyak UMKM binaan kami sudah mulai menerapkan prinsip transparansi informasi produk, terutama setelah pelatihan etika bisnis dan digital marketing. Kami selalu tekankan pentingnya kejujuran dalam menyampaikan komposisi produk, tanggal produksi, dan cara penggunaan. UMKM yang konsisten memberikan informasi yang jujur biasanya punya tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dan loyalitas konsumen yang kuat. Kami juga mendorong pelaku usaha membuat label yang informatif dan edukatif."*⁷⁴

⁷¹ Ibu Rani, toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. 26 Juli 2025 01:30 WITA

⁷² Ibu Rina Kartika, toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. 27 Juli 2025, 09:30 WITA

⁷³ Ibu Ayu, Pelanggan Raja Ole-Ole 28 Juli 2025, 13:23

⁷⁴ Bapak M. Taufik, S.E, Pendamping UMKM Dinas Koperasi & UMKM Kota Palopo, 28 Juli 2025, 15:45 WITA

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pelaku UMKM di Kota Palopo, dapat disimpulkan bahwa mereka memiliki komitmen tinggi dalam memberikan informasi yang benar dan transparan kepada pelanggan. Langkah-langkah yang mereka lakukan meliputi: mencantumkan bahan, ukuran, dan masa kadaluarsa produk secara jelas pada label; memberikan edukasi langsung kepada pelanggan tentang manfaat dan cara penggunaan produk; serta memanfaatkan media sosial untuk menunjukkan proses produksi. Praktik keterbukaan ini dilakukan untuk menjaga kepercayaan konsumen, mencegah kesalahpahaman, dan memastikan pelanggan mengetahui kualitas serta keamanan produk yang mereka beli.

No	Informan	Jenis Informan	Alasan
1	Pemilik toko Raja Oleh-Oleh	Informan Kunci	Pemilik usaha, memiliki informasi langsung dan relevan.
2	Ibu Hajja Nur	Informan Kunci	Pemilik usaha, menjelaskan praktik keterbukaan informasi produk.
3	Ibu Jinan	Informan Kunci	Pemilik usaha, terlibat langsung dalam edukasi produk ke pelanggan.
4	Ibu Rani	Informan Kunci	Pemilik usaha, menjelaskan praktik transparansi di media sosial.
5	Ibu Rina Kartika	Informan Kunci	Pemilik usaha, menjelaskan bahan, proses, dan kualitas produk.
6	Ibu Ayu	Informan pendukung	Merasa nyaman dan percaya karena informasi produk selalu disampaikan secara jelas dan terbuka.
7	M. Taufik, S.E.	Informan tambahan	Menyatakan bahwa transparansi adalah hasil pembinaan UMKM

dan penting untuk loyalitas
pelanggan.

2. Apakah Anda berusaha menjaga kepercayaan pelanggan dengan menjual produk yang berkualitas dan sesuai jaminan?

Berdasarkan hasil wawancara pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan ibu Anti yang mengatakan :

*"Tentu, karena pelanggan puas itu artinya mereka bisa balik lagi. Kalau ada yang rusak atau kurang sesuai, kami ganti atau perbaiki."*⁷⁵

Kemudian hasil wawancara dari stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Hajja Nur yang mengatakan :

*"Kepercayaan pelanggan adalah modal utama kami. Kami lebih pilih rugi sedikit daripada pelanggan kecewa."*⁷⁶

Kemudian hasil wawancara dari toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Jinan yang mengatakan :

*"Iya, karena produk herbal itu sensitif. Kalau tidak berkualitas, bisa berdampak buruk dan mencoreng nama baik usaha kami."*⁷⁷

⁷⁵ Ibu Anti, pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. 24 Juni 2025, 10:05 WITA

⁷⁶ Ibu Hajja Nur, stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. 24 Juli 2025, 11:00 WITA

⁷⁷ Ibu Jinan, toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. 24 Juli 2025, 01:30 WITA

Kemudian hasil wawancara dari toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rani yang mengatakan :

*"Selalu kami jaga kualitas. Kalau bahan tidak segar, lebih baik tidak jual hari itu."*⁷⁸

Kemudian hasil wawancara dari toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rina Kartika yang mengatakan:

*"Saya pastikan semua produk saya sesuai pesanan. Kalau tidak sesuai, saya beri diskon atau bonus untuk mengganti ketidaksesuaian."*⁷⁹

Kemudian hasil wawancara bersama Ibu Yuliana, Pelanggan tetap toko Raja Oleh-Oleh JL. Ahmad Razak, Kota Palopo

*"Saya sudah beberapa kali beli kue dan makanan dari toko Bu Anti, dan sejauh ini saya selalu puas. Produknya enak, kemasannya rapi, dan kalau saya tanya soal kandungannya, beliau selalu jawab dengan jelas. Pernah sekali ada produk yang basi karena cuaca panas, dan Bu Anti langsung ganti tanpa banyak tanya. Itu bikin saya makin percaya dan nggak ragu beli lagi."*⁸⁰

Kemudian hasil wawancara bersama Bapak Hendra selaku Akademisi/Pengamat UMKM, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Cokroaminoto Palopo mengatakan

"Berdasarkan pengamatan saya terhadap pelaku UMKM di Palopo, banyak dari mereka menunjukkan etika dagang yang baik, terutama dalam menjaga kepercayaan konsumen. Mereka mulai sadar bahwa kualitas produk dan

⁷⁸ Ibu Rani, toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. 26 Juli 2025 01:30 WITA

⁷⁹ Ibu Rina Kartika, toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. 27 Juli 2025, 09:30 WITA

⁸⁰ Ibu Yuliana, Pelanggan tetap toko Raja Oleh-Oleh JL. Ahmad Razak, Kota Palopo, 28 Juli 2025, 10:30 WITA

*kejujuran dalam menyampaikan informasi adalah strategi jangka panjang untuk mempertahankan pelanggan. Beberapa bahkan mulai menerapkan sistem kontrol kualitas dan layanan pelanggan berbasis digital sebagai bentuk profesionalisme."*⁸¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pelaku UMKM di Kota Palopo, dapat disimpulkan bahwa menjaga kepuasan dan kepercayaan pelanggan merupakan prioritas utama dalam menjalankan usaha mereka. Para pelaku usaha berkomitmen untuk mengutamakan kualitas produk, memberikan jaminan penggantian atau perbaikan jika terjadi kerusakan, serta memastikan kesesuaian produk dengan pesanan. Beberapa bahkan rela menanggung kerugian demi mempertahankan kepercayaan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip tanggung jawab dan kepuasan pelanggan telah menjadi bagian dari praktik etika bisnis mereka.

No.	Informan	Jenis Informan	Alasan
1	Ibu Anti (Raja Oleh-Oleh)	Informan Kunci	Pemilik usaha, menjelaskan tanggung jawab terhadap kepuasan pelanggan
2	Ibu Hajja Nur	Informan Kunci	Pemilik usaha, menekankan kepercayaan pelanggan sebagai modal utama
3	Ibu Jinan	Informan Kunci	Pemilik usaha, menjelaskan pentingnya kualitas produk herbal
4	Ibu Rani	Informan Kunci	Pemilik usaha, menjaga standar bahan baku
5	Ibu Rina	Informan Kunci	Pemilik usaha, menjaga

⁸¹ Bapak Hendra selaku Akademisi/Pengamat UMKM, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Cokroaminoto Palopo, 28 Juli 2025, 15:00 WITA

	Kartika		kesesuaian dan kompensasi
6	Ibu Yuliana (Pelanggan)	Informan Pendukung	Merasa puas karena pelayanan yang jujur dan tanggap, bahkan saat ada masalah produk.
7	Bapak Hendra (Akademisi)	Informan tambahan	Mengamati pelaku UMKM mulai sadar pentingnya kualitas dan profesionalisme demi mempertahankan konsumen.

3. Seberapa penting bagi Anda untuk selalu menyediakan produk yang berkualitas agar kepercayaan pelanggan tetap terjaga?

Berdasarkan hasil wawancara pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan ibu Anti yang mengatakan :

*"Menurut saya, menjaga kepercayaan pelanggan itu sangat penting. Soalnya, kalau sekali mereka kecewa, apalagi merasa ditipu atau barang nggak sesuai, mereka bisa langsung nggak mau belanja lagi di tempat kita. Bahkan walaupun kita udah minta maaf atau kasih bonus, belum tentu mereka mau kembali. Jadi saya pribadi selalu usahakan jujur dari awal, jelaskan produk apa adanya, dan kalau ada kesalahan, saya tanggung jawab. Soalnya, membangun kepercayaan itu lama, tapi hilangnya bisa cepat banget."*⁸²

Kemudian hasil wawancara dari stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Hajja Nur yang mengatakan :

"Iya, memang sekarang pelanggan itu makin cerdas. Mereka nggak gampang dibohongi, dan kalau mereka merasa barang yang dibeli kualitasnya menurun, mereka pasti langsung cari tempat lain yang lebih bagus. Apalagi sekarang kan udah banyak banget pilihan, tinggal buka HP, bisa langsung

⁸² Ibu Anti, pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. 24 Juni 2025, 10:05 WITA

bandingin produk mana yang lebih oke. Makanya, sebagai penjual kita harus benar-benar jaga kualitas. Nggak bisa cuma mikir untung besar tapi ngorbanin kualitas. Soalnya sekali aja pelanggan kecewa, mereka bisa nggak balik lagi. Bahkan bisa aja mereka cerita ke orang lain, dan itu bisa bikin usaha kita rugi lebih besar. Jadi penting banget buat tetap konsisten—baik dari bahan yang dipakai, cara melayani, sampai hasil akhirnya. Kalau pelanggan puas, mereka pasti balik lagi dan bahkan bisa ngajak orang lain beli juga. Tapi kalau kecewa, jangan harap mereka mau datang dua kali.”⁸³

Kemudian hasil wawancara dari toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Jinan yang mengatakan :

"Bagi saya, kualitas itu bukan cuma soal bisnis, tapi juga tanggung jawab—baik sebagai pelaku usaha, maupun sebagai seorang muslim. Apa yang kita jual harus jelas, bersih, dan bermanfaat. Saya percaya kalau barang yang kita jual berkualitas, insyaAllah berkah juga rezekinya. Jadi saya selalu jaga bahan bakunya, proses produksinya, sampai hasil akhirnya. Karena kalau kita asal-asalan, bukan cuma pelanggan yang rugi, tapi kita juga kena hisabnya.”⁸⁴

Kemudian hasil wawancara dari toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rani yang mengatakan :

"Menurut saya, produk yang bagus itu nggak cuma bikin pelanggan puas, tapi juga bisa jadi promosi gratis. Kalau mereka suka, pasti mereka cerita ke teman, saudara, atau bahkan posting di media sosial. Dari situ, orang lain jadi penasaran dan datang beli juga. Jadi, saya selalu berusaha kasih yang terbaik—dari kualitas, kemasan, sampai pelayanan—karena kepuasan pelanggan itu bisa menyebar sendiri lewat mulut ke mulut.”⁸⁵

⁸³ Ibu Hajja Nur, stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. 24 Juli 2025, 11:00 WITA

⁸⁴ Ibu Jinan, toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. 24 Juli 2025, 01:30 WITA

⁸⁵ Ibu Rani, toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. 26 Juli 2025 01:30 WITA

Kemudian hasil wawancara dari toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rina Kartika yang mengatakan:

*"Bagi saya, menjaga kualitas produk itu hal paling utama. Karena kalau kita kasih barang bagus dan sesuai harapan pelanggan, mereka pasti puas. Nah, dari kepuasan itulah biasanya mereka dengan senang hati cerita ke teman-temannya, ke keluarganya, atau bahkan posting di media sosial. Itu yang jadi promosi alami dan gratis buat usaha saya. Saya percaya, usaha yang berkembang itu bukan cuma karena iklan atau diskon besar, tapi karena kepercayaan dan rekomendasi dari pelanggan sendiri. Jadi selama ini, saya nggak terlalu fokus ke promosi besar-besaran. Saya lebih fokus ke kualitas dan pelayanan, karena dari situlah pelanggan datang sendiri dan usaha bisa jalan terus bahkan makin dikenal orang."*⁸⁶

Kemudian hasil wawancara bersama Ibu Ramlah, Pelanggan tetap Toko Jinan Herbal JL. KH Ahmad Dahlan, Kota Palopo

*"Saya selalu beli jamu dan minuman herbal dari Bu Jinan karena rasanya tetap enak dan khasiatnya terasa. Kalau ada perubahan rasa sedikit saja, saya langsung tanya, dan beliau selalu jelaskan dengan jujur. Saya percaya karena selama ini kualitasnya stabil. Menurut saya, itu penting supaya pelanggan tetap setia."*⁸⁷

Kemudian hasil wawancara dari Bapak Ridwan, Penyuluh Koperasi Lapangan, Dinas Koperasi dan UKM Kota Palopo yang mengatakan:

"UMKM yang mampu mempertahankan kualitas produknya cenderung lebih bertahan dalam jangka panjang. Kualitas adalah fondasi utama dalam membangun loyalitas pelanggan. Kami selalu tekankan itu dalam pelatihan—jangan sekadar jual, tapi harus konsisten dari segi bahan, rasa, dan pelayanan."

⁸⁶ Ibu Rina Kartika, toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo, 27 Juli 2025, 09:30 WITA

⁸⁷ Ibu Ramlah, Pelanggan tetap Toko Jinan Herbal JL. KH Ahmad Dahlan, Kota Palopo, 28 Juli 2025, 14:23 WITA

*Konsumen sekarang lebih cerdas, mereka bisa membedakan mana produk yang asal jadi dan mana yang serius menjaga mutu.*⁸⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pelaku UMKM di Kota Palopo, dapat disimpulkan bahwa menjaga kualitas produk dan kepercayaan pelanggan merupakan kunci utama dalam keberlangsungan usaha mereka. Para pemilik usaha menyadari bahwa pelanggan saat ini semakin cerdas dan selektif, sehingga kualitas produk, kejujuran dalam pelayanan, dan tanggung jawab sebagai pelaku usaha sangat ditekankan.

Sebagian besar responden menegaskan bahwa sekali kepercayaan pelanggan hilang, akan sangat sulit untuk didapatkan kembali. Oleh karena itu, mereka selalu berusaha memberikan produk yang sesuai, menjaga proses produksi, serta bersikap jujur dalam menjelaskan barang yang dijual.

Selain itu, mereka juga meyakini bahwa kepuasan pelanggan akan berbuah pada promosi alami, melalui rekomendasi dari mulut ke mulut atau media sosial. Bahkan ada yang memandang menjaga kualitas bukan sekadar strategi bisnis, melainkan bagian dari tanggung jawab moral dan spiritual sebagai seorang muslim.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa etika dalam berbisnis—khususnya kejujuran, konsistensi, dan komitmen terhadap kualitas—memiliki peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan dan mendukung keberlanjutan UMKM di Kota Palopo.

No.	Informan	Jenis Informan	Alasan
-----	----------	----------------	--------

⁸⁸ Bapak Ridwan, Penyuluh Koperasi Lapangan, Dinas Koperasi dan UKM Kota Palopo. 28 Juli 2025, 14:00 WITA

1	Ibu Anti (Raja Oleh-Oleh)	Informan Kunci	Pemilik usaha, menjelaskan pentingnya kepercayaan pelanggan.
2	Ibu Hajja Nur	Informan Kunci	Pemilik usaha, menekankan konsistensi kualitas di tengah persaingan.
3	Ibu Jinan	Informan Kunci	Pemilik usaha, menekankan kualitas sebagai tanggung jawab spiritual.
4	Ibu Rani	Informan Kunci	Pemilik usaha, mengaitkan kualitas dengan efek promosi alami.
5	Ibu Rina Kartika	Informan Kunci	Pemilik usaha, fokus pada kepuasan pelanggan dan loyalitas.
6	Ibu Ramlah (Pelanggan)	Informan Pendukung	Merasa puas dan setia karena kualitas produk yang stabil dan komunikasi yang jujur.
7	Bapak Ridwan (Penyuluh Koperasi, Dinas KUKM)	Informan tambahan	Mengamati bahwa konsistensi kualitas adalah kunci loyalitas dan keberlangsungan usaha UMKM.

4. Apakah Anda aktif dalam mensponsori atau mendukung kegiatan keagamaan seperti pengajian di lingkungan usaha Anda?

Berdasarkan hasil wawancara pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan ibu Anti yang mengatakan :

*"Iya, kami memang sering ikut berkontribusi kalau ada kegiatan pengajian atau acara keagamaan di masjid dekat rumah. Biasanya kami bantu dalam bentuk snack, minuman, atau kadang juga sumbang sedikit dana sesuai kemampuan. Bagi saya, itu bentuk kepedulian sebagai warga dan pelaku usaha di lingkungan sendiri. Selain itu, ini juga jadi cara kami bersilaturahmi dengan masyarakat sekitar. Kami percaya, rezeki itu akan lebih berkah kalau bisa dibagi, apalagi untuk kegiatan ibadah. Mungkin bantuannya nggak seberapa, tapi niatnya untuk mendukung kegiatan positif di lingkungan."*⁸⁹

Kemudian hasil wawancara dari stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Hajja Nur yang mengatakan :

*"Setiap bulan saya rutin ikut arisan pengajian di lingkungan sekitar. Biasanya arisannya digilir dari rumah ke rumah sambil ngaji bareng dan saling silaturahmi. Kadang kalau pas pengajiannya di tempat saya atau teman dekat, saya suka bantu konsumsi, kayak bawa kue, minuman, atau bahkan sumbang logistik seperti tikar, tenda, atau sound system kalau dibutuhkan. Bagi saya, kegiatan seperti ini bukan cuma soal ibadah, tapi juga menjaga hubungan baik antarwarga. Selain itu, ini juga jadi cara saya untuk tetap terlibat di lingkungan sosial, meskipun sibuk dengan usaha."*⁹⁰

Kemudian hasil wawancara dari toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Jinan yang mengatakan :

*"Memang usaha saya masih kecil, tapi saya selalu berusaha menyisihkan sebagian rezeki untuk infak atau bantu kegiatan keagamaan. Bukan soal besar kecilnya nominal, tapi lebih ke niat dan keikhlasannya. Kadang saya bantu lewat uang tunai, kadang juga dalam bentuk barang, seperti makanan atau perlengkapan acara. Kalau ada kegiatan di masjid atau majelis taklim, saya usahakan ikut berkontribusi meskipun sederhana. Saya percaya, rezeki itu akan terus mengalir kalau kita rajin berbagi, apalagi untuk hal-hal yang baik. Dan bagi saya, usaha ini bukan cuma cari untung, tapi juga ladang untuk berbagi."*⁹¹

⁸⁹ Ibu Anti, pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. 24 Juni 2025, 10:05 WITA

⁹⁰ Ibu Hajja Nur, stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. 24 Juli 2025, 11:00 WITA

⁹¹ Ibu Jinan, toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. 24 Juli 2025, 01:30 WITA

Kemudian hasil wawancara dari toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rani yang mengatakan :

*"Saya dan karyawan di toko ini memang punya kebiasaan ikut pengajian bareng, biasanya seminggu sekali atau saat ada jadwal khusus dari masjid sekitar. Selain untuk menambah ilmu agama, ini juga jadi momen memperkuat kebersamaan kami di luar aktivitas usaha. Selain itu, kami juga kadang ikut mendukung kegiatan dakwah di kampung, misalnya bantu konsumsi, transportasi, atau alat-alat yang dibutuhkan panitia. Bagi saya, usaha itu bukan cuma soal jual beli, tapi juga bagaimana usaha ini bisa memberi manfaat untuk orang lain, terutama dalam hal keagamaan. Semoga berkahnya bisa dirasakan bersama."*⁹²

Kemudian hasil wawancara dari toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rina Kartika yang mengatakan:

*"Kalau ada kegiatan sosial atau acara keagamaan di lingkungan sekitar, saya biasanya ikut berkontribusi dengan menyumbang hasil kerajinan saya. Misalnya ada pengajian akbar, santunan anak yatim, atau peringatan hari besar Islam, saya bantu kirim produk yang saya buat, seperti bingkisan, hiasan, atau barang yang bisa digunakan panitia. Buat saya, itu bentuk kepedulian sebagai warga dan juga rasa syukur karena masih diberi rezeki lewat usaha ini. Walaupun nilainya nggak besar, tapi saya senang bisa ikut ambil bagian dan semoga bermanfaat untuk orang lain."*⁹³

Selanjutnya hasil wawancara Ibu Maryam, Ketua Majelis Taklim An-Nur, Kelurahan Dangerakko, Kota Palopo mengatakan:

"Ibu Hajja Nur termasuk pelaku usaha yang rutin membantu saat ada pengajian. Biasanya beliau sumbang makanan ringan dari tokonya atau bantu biaya konsumsi. Bahkan kadang kalau kita butuh tempat darurat, beliau juga izinkan pakai halaman tokonya. Dukungan seperti ini sangat berarti bagi kami,

⁹² Ibu Rani, toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. 26 Juli 2025 01:30 WITA

⁹³ Ibu Rina Kartika, toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. 27 Juli 2025, 09:30 WITA

*dan kami merasa pelaku usaha seperti beliau sangat peduli dengan kegiatan keagamaan."*⁹⁴

Selanjutnya hasil wawancara Bapak Ustadz Abdullah Tokoh Agama dan Pembina Kegiatan Remaja Masjid, Kec. Wara, Kota Palopo mengatakan:

*"Saya melihat ada beberapa pelaku usaha di Palopo yang tidak hanya fokus pada bisnis, tapi juga aktif mendukung kegiatan dakwah dan pengajian. Mereka paham bahwa usaha yang baik adalah yang membawa manfaat bagi lingkungan. Ketika pelaku UMKM ikut mendukung kegiatan keagamaan, secara tidak langsung mereka memperkuat hubungan sosial dan spiritual di sekitarnya, yang juga bisa berdampak positif bagi kelangsungan usahanya."*⁹⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pelaku UMKM di Kota Palopo, dapat disimpulkan bahwa keterlibatan mereka dalam kegiatan keagamaan merupakan bentuk nyata kepedulian sosial dan spiritual yang dijalankan secara konsisten. Para pelaku usaha tidak hanya fokus pada keuntungan ekonomi, tetapi juga berusaha menjadikan usahanya sebagai sarana untuk berbagi, membangun silaturahmi, dan memperkuat hubungan sosial di lingkungan sekitar.

Kontribusi yang diberikan beragam, mulai dari menyumbangkan konsumsi, dana, perlengkapan acara, hingga hasil kerajinan tangan yang dibuat sendiri. Kegiatan yang mereka dukung pun beragam, seperti pengajian rutin, arisan majelis taklim, santunan anak yatim, dan acara hari besar Islam.

Bagi para pelaku usaha ini, partisipasi dalam kegiatan keagamaan tidak hanya memberikan manfaat sosial, tetapi juga diyakini membawa keberkahan dalam rezeki dan kelancaran usaha. Mereka memandang bahwa usaha yang baik adalah usaha yang bisa memberi manfaat untuk sesama, baik secara langsung

⁹⁴ Ibu Maryam, Ketua Majelis Taklim An-Nur, Kelurahan Dangerakko, Kota Palopo, 28 Juli 2025, 09:00 WITA

⁹⁵ Bapak Ustadz Abdullah Tokoh Agama dan Pembina Kegiatan Remaja Masjid, Kec. Wara, Kota Palopo. 29 Juli 2025, 10:00 WITA

maupun tidak langsung. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam telah mereka terapkan secara nyata dalam aktivitas kewirausahaan mereka.

Dengan demikian, keterlibatan UMKM dalam kegiatan keagamaan di Kota Palopo tidak hanya memperkuat ikatan sosial antarwarga, tetapi juga memperkuat posisi mereka sebagai pelaku usaha yang beretika, berempati, dan berorientasi pada keberkahan serta tanggung jawab sosial.

No	Informan	Jenis Informan	Alasan
1	Ibu Anti (Raja Oleh-Oleh)	Informan Kunci	Pemilik usaha, terlibat langsung dalam pengajian dan kontribusi sosial
2	Ibu Hajja Nur	Informan Kunci	Rutin ikut pengajian dan sumbang logistik kegiatan
3	Ibu Jinan	Informan Kunci	Menyisihkan rezeki untuk infak dan acara keagamaan
4	Ibu Rani	Informan Kunci	Ikut pengajian bersama karyawan dan dukung kegiatan dakwah
5	Ibu Rina Kartika	Informan Kunci	Memberi produk kerajinan untuk kegiatan keagamaan
6	Ibu Maryam (Ketua Majelis Taklim An-Nur)	Informan Pendukung	Mengonfirmasi bahwa pelaku usaha seperti Ibu Hajja Nur rutin membantu kegiatan pengajian dan konsumsi.
7	Ustadz Abdullah (Tokoh Agama)	Informan tambahan	Menyatakan bahwa banyak UMKM di Palopo aktif mendukung kegiatan dakwah dan memperkuat nilai spiritual.

5. Seberapa besar peran kegiatan keagamaan dalam mempererat hubungan persaudaraan di lingkungan usaha Anda?

Berdasarkan hasil wawancara pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan ibu Anti yang mengatakan :

*"Pengaruh kegiatan keagamaan bagi usaha saya sangat besar. Lewat pengajian atau kegiatan sosial keagamaan, saya jadi lebih dekat dengan tetangga dan pelanggan. Di situ kami bisa ngobrol santai, saling kenal lebih dalam, dan akhirnya hubungan jadi lebih akrab. Kadang dari situ juga muncul pelanggan baru, karena mereka tahu saya punya usaha. Tapi yang paling penting menurut saya, kegiatan seperti itu bikin suasana lingkungan jadi lebih harmonis. Jadi meskipun bukan acara bisnis, tetap ada dampaknya bagi usaha saya secara tidak langsung."*⁹⁶

Kemudian hasil wawancara dari stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Hajja Nur yang mengatakan :

*"Menurut saya, kegiatan keagamaan punya pengaruh yang positif, bukan cuma secara pribadi, tapi juga dalam hubungan dengan pelanggan. Lewat kegiatan seperti pengajian, buka puasa bersama, atau santunan, saya jadi lebih dekat dengan mereka, bukan hanya sebagai penjual dan pembeli, tapi juga sebagai sesama muslim. Rasanya hubungan jadi lebih hangat dan penuh rasa saling percaya. Selain itu, saya juga merasa apa yang saya lakukan ini nggak hanya berdampak di dunia usaha, tapi juga jadi bagian dari ibadah. Bisa saling mengingatkan dalam kebaikan dan berbagi rezeki, itu hal yang sangat saya syukuri."*⁹⁷

⁹⁶ Ibu Anti, pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. 24 Juni 2025, 10:05 WITA

⁹⁷ Ibu Hajja Nur, stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. 24 Juli 2025, 11:00 WITA

Kemudian hasil wawancara dari toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Jinan yang mengatakan :

*"Saya merasa kalau ada kegiatan seperti pengajian rutin atau buka puasa bersama, suasana di lingkungan sekitar usaha jadi lebih hangat dan penuh rasa kekeluargaan. Biasanya kami saling bantu, bawa makanan, ngobrol santai, dan itu bikin hubungan antarwarga jadi lebih akrab. Pelanggan juga jadi nggak canggung, karena udah kenal lewat kegiatan seperti itu. Meskipun bukan kegiatan dagang, tapi dampaknya terasa. Lingkungan yang guyub dan kompak itu bikin usaha saya juga ikut nyaman dijalankan. Jadi bukan cuma jualan, tapi juga jadi bagian dari komunitas yang saling mendukung."*⁹⁸

Kemudian hasil wawancara dari toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rani yang mengatakan :

*"Kalau lagi pengajian, suasananya bukan cuma untuk mendengarkan ceramah, tapi juga jadi ajang saling berbagi cerita. Kami sering ngobrol soal kehidupan sehari-hari, termasuk tantangan dalam usaha. Kadang ada yang curhat soal dagangannya sepi, ada juga yang kasih saran atau motivasi. Dari situ kami jadi makin akrab, saling dukung, dan merasa tidak sendirian dalam menjalani usaha. Jadi selain dapat ilmu agama, kami juga dapat semangat baru dari teman-teman pengajian. Menurut saya, ini sangat membantu, apalagi kalau lagi capek atau bingung, bisa saling menguatkan."*⁹⁹

Kemudian hasil wawancara dari toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rina Kartika yang mengatakan:

"Dari kegiatan keagamaan seperti pengajian atau kajian Islam, saya banyak belajar hal-hal penting yang bisa saya terapkan dalam usaha. Salah satunya

⁹⁸ Ibu Jinan, toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. 24 Juli 2025, 01:30 WITA

⁹⁹ Ibu Rani, toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. 26 Juli 2025 01:30 WITA

*tentang etika berdagang—bagaimana kita harus jujur, amanah, dan nggak menipu pelanggan. Saya jadi lebih paham bahwa usaha itu bukan sekadar cari untung, tapi juga bentuk tanggung jawab sebagai seorang muslim. Kejujuran dan niat yang baik dalam berdagang itu ternyata punya nilai ibadah juga. Jadi setiap saya jualan, saya selalu ingat untuk menjaga kepercayaan pelanggan, karena itu juga bagian dari ajaran agama."*¹⁰⁰

Selanjutnya hasil wawancara Ibu Sitti Rahma, pelanggan setia toko Raja Oleh-Oleh mengatakan:

*"Saya pribadi merasa lebih nyaman berbelanja di tempat usaha yang pemiliknya aktif dalam kegiatan keagamaan. Rasanya lebih akrab, karena kami pernah bertemu dalam acara pengajian atau kegiatan sosial. Ada rasa persaudaraan, bukan sekadar transaksi. Itu yang bikin saya dan tetangga lain betah dan loyal jadi pelanggan."*¹⁰¹

Selanjutnya hasil wawancara bersama Bapak Nasruddin, Ketua RT setempat dan penggerak pengajian lingkungan mengatakan:

*"Kegiatan keagamaan rutin seperti pengajian, tadarusan, atau santunan anak yatim sangat efektif mempererat hubungan di lingkungan, termasuk pelaku usaha. Ketika mereka ikut terlibat, hubungan jadi lebih akrab. Mereka jadi bagian dari komunitas, bukan sekadar pedagang. Itu membuat lingkungan usaha lebih harmonis, dan sering kali berdampak positif bagi keberlangsungan usaha mereka juga."*¹⁰²

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pelaku UMKM di Kota Palopo, dapat disimpulkan bahwa kegiatan keagamaan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap hubungan sosial dan keberlangsungan usaha mereka. Para pelaku usaha menyampaikan bahwa melalui aktivitas seperti pengajian, buka puasa bersama, santunan, dan kajian Islam, tercipta suasana kekeluargaan yang erat antara mereka dengan pelanggan maupun masyarakat sekitar.

¹⁰⁰ Ibu Rina Kartika, toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo, 27 Juli 2025, 09:30 WITA

¹⁰¹ Ibu Sitti Rahma, pelanggan setia toko Raja Oleh-Oleh, 29 Juli 2025, 16:00 WITA

¹⁰² Bapak Nasruddin, Ketua RT setempat dan penggerak pengajian lingkungan, 29 Juli 2025, 16:30 WITA

Kegiatan keagamaan menjadi sarana silaturahmi, saling berbagi, dan memperkuat rasa saling percaya. Interaksi yang terjadi di luar konteks jual beli justru membangun ikatan emosional yang pada akhirnya berdampak baik terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, kegiatan ini memperluas jaringan sosial yang secara tidak langsung bisa membuka peluang usaha, menarik pelanggan baru, dan membangun citra positif.

Tidak hanya sebagai ajang sosial, kegiatan keagamaan juga memberikan nilai spiritual dan pembelajaran moral, terutama dalam hal etika berdagang. Para pelaku UMKM menyatakan bahwa melalui kegiatan keagamaan, mereka terdorong untuk lebih jujur, amanah, serta bertanggung jawab dalam menjalankan usahanya. Bagi mereka, berdagang bukan hanya mencari keuntungan materi, tetapi juga bagian dari ibadah dan bentuk pengamalan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keterlibatan aktif dalam kegiatan keagamaan berkontribusi dalam menciptakan lingkungan usaha yang harmonis, beretika, dan berkelanjutan, sekaligus memperkuat posisi pelaku UMKM sebagai bagian penting dalam komunitas sosial di Kota Palopo.

No	Informan	Jenis Informan	Alasan
1	Ibu Anti (Raja Oleh-Oleh)	Informan Kunci	Mengalami langsung manfaat kegiatan keagamaan terhadap relasi sosial.
2	Ibu Hajja Nur	Informan Kunci	Menjalin hubungan hangat dengan pelanggan lewat acara keagamaan.
3	Ibu Jinan	Informan	Mengaitkan kegiatan keagamaan dengan

		Kunci	suasana kekeluargaan usaha.
4	Ibu Rani	Informan	Mendapat dukungan sosial dan
		Kunci	emosional dari komunitas pengajian.
5	Ibu Rina	Informan	Menanamkan nilai-nilai keagamaan
	Kartika	Kunci	sebagai etika dalam berdagang.
6	Ibu Sitti	Informan	Merasa lebih akrab dan loyal pada usaha
	Rahma	Pendukung	yang pemiliknya aktif dalam kegiatan
	(Pelanggan)		keagamaan.
7	Bapak	Informan	Kegiatan keagamaan menjadikan pelaku
	Nasruddin	tambahan	usaha sebagai bagian dari komunitas,
	(Ketua RT)		bukan sekadar pedagang.

6. Apakah omzet usaha Anda mengalami peningkatan dari tahun ke tahun serta mampu meningkatkan laba bersih?

Berdasarkan hasil wawancara pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan ibu Anti yang mengatakan :

*"Alhamdulillah, walaupun nggak langsung besar, tapi omzet usaha saya terus meningkat dari tahun ke tahun. Apalagi sejak saya ikut pelatihan etika bisnis islam sehingga meskipun usaha saya kecil, tapi perlahan-lahan mulai berkembang berkat pengetahuan baru yang saya dapat dari pelatihan itu."*¹⁰³

Kemudian hasil wawancara dari stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Hajja Nur yang mengatakan :

"Iya, omzet usaha saya memang fluktuatif, nggak selalu stabil setiap bulan. Tapi biasanya ada momen-momen tertentu yang bikin penjualan naik tajam, seperti waktu bulan Ramadhan dan menjelang akhir tahun. Di bulan Ramadhan,

¹⁰³ Ibu Anti, pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. 24 Juni 2025, 10:05 WITA

*permintaan produk saya meningkat karena banyak orang cari oleh-oleh, hampers, atau kebutuhan buka puasa. Begitu juga saat akhir tahun, banyak yang beli buat acara keluarga atau liburan. Jadi saya sudah antisipasi dengan stok lebih banyak."*¹⁰⁴

Kemudian hasil wawancara dari toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Jinan yang mengatakan :

*"Sejak saya mulai lebih serius menjaga kualitas produk dan menerapkan etika bisnis islam, Alhamdulillah, laba bersih usaha juga ikut naik. Memang sih, biaya produksi jadi sedikit lebih tinggi karena bahan bakunya saya pilih yang lebih bagus dan kemasannya juga lebih rapi. Tapi dampaknya sepadan, karena pelanggan lebih puas dan banyak yang repeat order."*¹⁰⁵

Kemudian hasil wawancara dari toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rani yang mengatakan :

*"Iya, peningkatan usaha itu ada kok, cuma memang nggak selalu besar. Kadang naiknya pelan-pelan, tergantung musim dan kondisi pasar. Tapi yang saya syukuri, usaha ini cukup stabil. Pendapatannya bisa terus jalan dan alhamdulillah bisa memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari. Jadi walaupun nggak meledak penghasilannya, saya tetap merasa usaha ini bermanfaat dan layak dijalani. Yang penting konsisten dan tetap jaga kualitas serta pelayanan ke pelanggan."*¹⁰⁶

Kemudian hasil wawancara dari toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rina Kartika yang mengatakan:

¹⁰⁴ Ibu Hajja Nur, stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. 24 Juli 2025, 11:00 WITA

¹⁰⁵ Ibu Jinan, toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. 24 Juli 2025, 01:30 WITA

¹⁰⁶ Ibu Rani, toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. 26 Juli 2025 01:30 WITA

*"Sejak saya mulai jualan dan menerapkan etika bisnis islam, Alhamdulillah omzet saya lumayan naik. Dulu saya Cuma punya beberapa pembeli yang datang ke toko sekarang lebih banyak dan punya pelanggan tetap.."*¹⁰⁷

Selanjutnya hasil wawancara Ibu Siti Nurjanah, Pelanggan tetap toko Raja Oleh-Oleh mengatakan:

*"Saya sudah langganan sejak awal usaha Ibu Anti masih kecil, waktu itu belum punya toko tetap. Tapi sekarang saya lihat usahanya sudah jauh berkembang. Toko makin ramai, produknya juga makin beragam. Saya yakin usahanya untung karena pelanggannya terus bertambah, karena dia menerapkan etika bisnis islam dalam menjalankan usahanya."*¹⁰⁸

Selanjutnya hasil wawancara Bapak Drs. Hamka, M.Si Akademisi & Pengamat UMKM di Kota Palopo mengatakan

*"Secara umum, banyak pelaku UMKM di Palopo menunjukkan tren peningkatan omzet dalam beberapa tahun terakhir, khususnya yang mampu menerapkan etika bisnis islam. Mereka yang aktif mengikuti pelatihan, serta menjaga kualitas produk cenderung lebih unggul dalam persaingan. Peningkatan omzet ini biasanya juga berdampak positif terhadap laba bersih, karena loyalitas pelanggan ikut meningkat."*¹⁰⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pelaku UMKM di Kota Palopo, dapat disimpulkan bahwa perkembangan omzet usaha cenderung mengalami peningkatan meskipun tidak selalu dalam jumlah besar dan stabil setiap saat. Para pelaku usaha menyatakan bahwa perkembangan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, seperti penerapan strategi digital marketing, pemanfaatan marketplace, peningkatan kualitas produk, serta penyesuaian dengan momen-momen tertentu seperti bulan Ramadhan dan akhir tahun.

¹⁰⁷ Ibu Rina Kartika, toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo, 27 Juli 2025, 09:30 WITA

¹⁰⁸ Ibu Siti Nurjanah, Pelanggan tetap toko Raja Oleh-Oleh, 01 Juni 2025, 11:00 WITA

¹⁰⁹ Bapak Drs. Hamka, M.Si Akademisi & Pengamat UMKM di Kota Palopo, 29 Juli 2025. 13:00 WITA

Beberapa pelaku UMKM telah mengikuti pelatihan etika bisnis islam, yang terbukti efektif dalam menjangkau lebih banyak pelanggan. Selain itu, pemanfaatan etika bisnis islam dalam menjalankan usaha yang membantu membuat pelanggan menjadi nyaman dan royal sehingga memperluas pasar, terutama di luar wilayah lokal. Di sisi lain, mereka menyadari bahwa konsistensi menjaga kualitas merupakan fondasi penting dalam mempertahankan pelanggan dan mendongkrak penjualan. Meskipun biaya produksi meningkat karena peningkatan kualitas, hal ini dianggap sepadan karena mendorong loyalitas pelanggan dan meningkatkan repeat order.

No.	Informan	Jenis Informan	Alasan
1	Ibu Anti (Raja Oleh-Oleh)	Informan Kunci	Menjelaskan peningkatan omzet lewat pelatihan dan media sosial.
2	Ibu Hajja Nur	Informan Kunci	Menjelaskan peningkatan omzet saat momen Ramadhan dan akhir tahun.
3	Ibu Jinan	Informan Kunci	Mengaitkan laba bersih dengan peningkatan kualitas dan pemasaran.
4	Ibu Rani	Informan Kunci	Menekankan stabilitas dan keberlanjutan usaha secara bertahap.
5	Ibu Rina Kartika	Informan Kunci	Menjelaskan dampak positif penjualan lewat marketplace.

6	Ibu Siti Nurjanah (Pelanggan)	Informan Pendukung	Menyaksikan perkembangan usaha Ibu Anti dari kecil hingga berkembang; percaya omzet ikut naik.
7	Bapak Drs. Hamka, M.Si	Informan tambahan	UMKM yang adaptif digital dan aktif pelatihan menunjukkan peningkatan omzet dan laba yang signifikan.

7. Sejauh mana aset dan modal usaha Anda berkembang seiring waktu sebagai indikator keberlanjutan keuangan?

Berdasarkan hasil wawancara pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan ibu Anti yang mengatakan :

*"Awal mula usaha ini saya jalankan cuma pakai gerobak kecil di pinggir jalan. Waktu itu modalnya terbatas, jadi saya mulai dari yang sederhana dulu. Alhamdulillah, setelah beberapa tahun dijalani dengan sabar dan terus belajar, sekarang saya sudah bisa punya kios sendiri. Memang perkembangan usahanya nggak langsung besar, tapi aset saya pelan-pelan bertambah—mulai dari perlengkapan usaha, stok barang, sampai tempat jualannya. Semuanya saya kumpulkan sedikit demi sedikit dari hasil keuntungan. Jadi walaupun prosesnya bertahap, saya sangat bersyukur karena usaha ini terus tumbuh."*¹¹⁰

Kemudian hasil wawancara dari stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Hajja Nur yang mengatakan :

¹¹⁰ Ibu Anti, pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. 24 Juni 2025, 10:05 WITA

*"Alhamdulillah, sekarang modal yang saya punya sudah cukup untuk menutupi semua kebutuhan operasional usaha, tanpa harus pinjam atau berutang lagi. Bagi saya, itu sudah jadi kemajuan yang besar. Dulu, kadang saya harus pinjam dulu untuk beli bahan atau bayar kebutuhan toko, tapi sekarang bisa jalan sendiri dari hasil usaha. Rasanya lebih tenang karena semua bisa dikelola dari uang sendiri, nggak ada beban cicilan. Ini juga jadi motivasi buat saya untuk terus jaga usaha ini, biar tetap stabil dan makin berkembang."*¹¹¹

Kemudian hasil wawancara dari toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Jinan yang mengatakan :

*"Waktu pertama kali mulai usaha, saya hanya bermodalkan pinjaman kecil. Saat itu perlengkapan masih sangat terbatas, serba sederhana. Tapi Alhamdulillah, seiring waktu usaha ini mulai berkembang. Sekarang saya sudah bisa mutar modal sendiri tanpa harus pinjam lagi. Bahkan saya juga sudah punya peralatan produksi yang lengkap dan lebih memadai. Semua saya kumpulkan sedikit demi sedikit dari hasil penjualan. Bagi saya ini pencapaian besar, karena dari yang awalnya serba pas-pasan, sekarang usaha sudah lebih stabil dan bisa dikelola dengan lebih profesional."*¹¹²

Kemudian hasil wawancara dari toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rani yang mengatakan :

"Awalnya saya memulai usaha ini dari rumah, cuma pakai dapur seadanya dan bahan pun dibeli sedikit-sedikit sesuai kebutuhan. Tapi Alhamdulillah, setelah dijalani terus dan makin banyak pelanggan, sekarang saya sudah punya tempat usaha sendiri. Lokasinya juga lebih strategis dan bisa menampung lebih banyak barang. Selain itu, stok bahan juga sekarang lebih lengkap karena saya bisa beli dalam jumlah besar sekaligus. Semua ini saya capai bertahap, dari hasil usaha

¹¹¹ Ibu Hajja Nur, stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. 24 Juli 2025, 11:00 WITA

¹¹² Ibu Jinan, toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. 24 Juli 2025, 01:30 WITA

*itu sendiri. Saya sangat bersyukur karena usaha kecil ini bisa berkembang pelan-pelan."*¹¹³

Kemudian hasil wawancara dari toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rina Kartika yang mengatakan:

*"Alhamdulillah, sekarang saya sudah bisa beli beberapa peralatan baru untuk usaha, yang dulu belum kesampaian karena keterbatasan modal. Selain itu, saya juga mulai merekrut satu-dua orang karyawan untuk bantu produksi dan melayani pelanggan. Itu menurut saya tanda kalau modal dan usaha saya mulai berkembang. Dulu semuanya saya kerjakan sendiri, tapi sekarang sudah bisa dibagi, jadi lebih efisien. Ini jadi semangat buat saya bahwa kalau dikelola dengan baik, usaha kecil pun bisa tumbuh pelan-pelan."*¹¹⁴

Kemudian hasil wawancara Ibu Nursiah, tetangga dan pelanggan toko Jinan Herbal mengatakan:

*"Saya sering lihat langsung perkembangan usaha Ibu Jinan. Dulu waktu awal-awal, dia jualan dari rumah dengan perlengkapan seadanya. Tapi sekarang sudah punya alat produksi yang lengkap, kemasannya bagus, dan bahkan bisa melayani banyak pesanan sekaligus. Dari yang saya tahu, semua perkembangan itu dari hasil usaha sendiri, bukan dari pinjaman. Menurut saya, itu tanda bahwa usahanya memang berkembang secara keuangan."*¹¹⁵

Kemudian hasil wawancara, Bapak Asrul, SE Konsultan Keuangan UMKM, Palopo mengatakan:

"Perkembangan aset dan modal menjadi indikator penting dalam keberlanjutan finansial sebuah UMKM. Ketika pelaku usaha mampu mengurangi ketergantungan pada pinjaman dan mulai menambah aset dari keuntungan sendiri, itu menandakan bahwa bisnis tersebut mulai stabil. Beberapa UMKM di Palopo menunjukkan pola ini—mereka sudah memiliki tempat usaha sendiri,

¹¹³ Ibu Rani, toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. 26 Juli 2025 01:30 WITA

¹¹⁴ Ibu Rina Kartika, toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. 27 Juli 2025, 09:30 WITA

¹¹⁵ Ibu Nursiah, tetangga dan pelanggan toko Jinan Herbal, 29 Juli 2025, 11:00 WITA

*peralatan baru, dan stok barang yang meningkat dari waktu ke waktu. Ini adalah tanda bahwa usaha mereka dikelola dengan baik secara keuangan."*¹¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pelaku UMKM di Kota Palopo, dapat disimpulkan bahwa perkembangan usaha mereka menunjukkan kemajuan yang signifikan, meskipun dicapai secara bertahap. Awalnya, sebagian besar memulai usaha dari kondisi yang sangat sederhana seperti menggunakan gerobak, dapur rumah, atau dengan modal pinjaman kecil. Namun dengan ketekunan, pengelolaan keuangan yang baik, dan semangat untuk terus belajar, mereka berhasil memperluas skala usaha.

Kemajuan yang dicapai meliputi kepemilikan kios atau tempat usaha sendiri, peningkatan jumlah aset seperti stok dan peralatan produksi, serta kemampuan membiayai operasional usaha tanpa harus berutang. Beberapa pelaku usaha juga sudah mampu merekrut karyawan, yang menunjukkan tumbuhnya kapasitas produksi dan pelayanan. Secara keseluruhan, kisah para pelaku UMKM ini menggambarkan bahwa meskipun dimulai dari skala kecil, usaha yang dikelola dengan tekun dan jujur dapat berkembang secara mandiri dan berkelanjutan.

No	Informan	Jenis Informan	Alasan
1	Ibu Anti (Raja Oleh- Oleh)	Informan Kunci	Menjelaskan perkembangan usaha dari gerobak kecil hingga memiliki kios dan peningkatan aset.
2	Ibu Hajja Nur	Informan Kunci	Menyampaikan bahwa kini dapat membiayai operasional tanpa utang, sebagai bukti kemajuan modal.
3	Ibu Jinan	Informan Kunci	Mengisahkan perkembangan dari

¹¹⁶ Bapak Asrul, SE Konsultan Keuangan UMKM, Palopo 29 Juli 2025, 13:00 WITA

			pinjaman kecil ke modal mandiri dan perlengkapan produksi lengkap.
4	Ibu Rani	Informan Kunci	Menyampaikan pertumbuhan dari dapur rumah ke tempat usaha tetap dengan stok yang lebih besar.
5	Ibu Rina Kartika	Informan Kunci	Menjelaskan perkembangan modal yang memungkinkan pembelian alat baru dan merekrut karyawan.
6	Ibu Nursiah	Informan Pendukung	Menyaksikan langsung perkembangan usaha Ibu Jinan dari rumah hingga memiliki alat produksi lengkap.
7	Bapak Asrul, SE	Informan tambahan	UMKM yang mengurangi pinjaman dan menambah aset dari keuntungan menunjukkan keberlanjutan keuangan.

8. Apakah usaha Anda secara aktif mengembangkan dan menyesuaikan strategi pemasaran serta pengembangan produk untuk memperluas pasar?

Berdasarkan hasil wawancara pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan ibu Anti yang mengatakan :

"Iya, saya memang rutin ikut pelatihan etika bisnis islam, apalagi yang berkaitan dengan penerapan etika bisnis islam agar usaha yang dijalankan dapat berkembang. Dari pelatihan-pelatihan itu, saya belajar cara menjalankan usaha. Agar dapat berkembang.." ¹¹⁷

¹¹⁷ Ibu Anti, pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. 24 Juni 2025, 10:05 WITA

Kemudian hasil wawancara dari stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Hajja Nur yang mengatakan :

*"Saya memang cukup rutin update desain produk, apalagi karena mayoritas pelanggan saya itu muslimah. Jadi saya selalu perhatikan tren yang lagi berkembang, seperti warna yang lagi digemari, model yang sedang hits, sampai bahan yang nyaman tapi tetap syar'i. Biasanya saya cari referensi dari media sosial, lihat influencer muslimah, atau ikut komunitas usaha. Dari situ saya sesuaikan produk saya biar tetap diminati dan nggak ketinggalan zaman. Buat saya, penting banget untuk peka terhadap tren pasar, apalagi kalau targetnya spesifik seperti muslimah. Kalau desainnya menarik dan sesuai kebutuhan mereka, insyaAllah usaha juga ikut berkembang."*¹¹⁸

Kemudian hasil wawancara dari toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Jinan yang mengatakan :

*"Kami memang sering mendengarkan masukan dari pelanggan, terutama soal rasa, jenis produk, atau kemasan. Dari situ, kami mulai kembangkan varian baru sesuai permintaan mereka. Misalnya, ada pelanggan yang minta versi tanpa gula, atau ukuran yang lebih kecil buat oleh-oleh, ya kami coba wujudkan. Jadi bukan cuma asal buat produk baru, tapi benar-benar berdasarkan kebutuhan dan selera pembeli. Alhamdulillah, responnya positif karena mereka merasa dilibatkan dan dihargai. Buat saya, mendengarkan pelanggan itu kunci supaya usaha tetap relevan dan diminati."*¹¹⁹

Kemudian hasil wawancara dari toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rani yang mengatakan :

"Kami memang sengaja sesuaikan kemasan dan rasa produk supaya bisa masuk ke pasar yang lebih luas, seperti kafe atau toko oleh-oleh. Misalnya dari segi kemasan, kami buat yang lebih praktis, menarik, dan cocok dipajang di rak

¹¹⁸ Ibu Hajja Nur, stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. 24 Juli 2025, 11:00 WITA

¹¹⁹ Ibu Jinan, toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. 24 Juli 2025, 01:30 WITA

*penjualan. Soal rasa pun kami jaga konsistensinya, bahkan kadang kami buat varian khusus yang cocok buat selera umum, bukan cuma pelanggan langganan. Tujuannya supaya produk kami bisa diterima di berbagai tempat, bukan cuma dijual sendiri di rumah atau toko kecil. Dengan begitu, peluang usaha jadi makin besar."*¹²⁰

Kemudian hasil wawancara dari toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rina Kartika yang mengatakan:

*"Alhamdulillah, kami sudah mulai ekspor kecil-kecilan, walaupun masih skala terbatas. Itu juga bisa terlaksana karena ada kerja sama dengan komunitas UMKM di Palopo. Mereka bantu fasilitasi pengiriman ke luar negeri, terutama produk-produk khas yang banyak diminati, seperti makanan olahan atau kerajinan tangan. Jadi kami bergabung, kumpulkan produk dari beberapa pelaku usaha, lalu dikirim bareng-bareng. Walaupun belum besar, ini jadi pengalaman dan peluang baru buat usaha saya. Harapannya ke depan bisa makin berkembang dan rutin ekspor sendiri."*¹²¹

Kemudian hasil wawancara Ibu Lilis Suryani Pelanggan tetap Flowfifflower mengatakan:

*"Saya sering beli produk dari Flowfifflower, dan saya perhatikan memang mereka selalu update. Kadang ada promo baru, model kemasan berubah, atau jenis produknya ditambah. Bahkan saya tahu mereka sekarang juga aktif promosi di media sosial. Itu sangat membantu buat saya sebagai pelanggan, karena bisa tahu informasi terbaru tanpa harus datang langsung ke toko."*¹²²

Kemudian hasil wawancara, Bapak Hendra Wijaya, Dosen Kewirausahaan Universitas Andi Djemma Palopo mengatakan:

"Dalam menghadapi persaingan saat ini, UMKM dituntut untuk adaptif dan inovatif. Banyak pelaku UMKM di Palopo mulai menyesuaikan strategi

¹²⁰ Ibu Rani, toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. 26 Juli 2025 01:30 WITA

¹²¹ Ibu Rina Kartika, toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. 27 Juli 2025, 09:30 WITA

¹²² Ibu Lilis Suryani Pelanggan tetap Flowfifflower, 28 Juli 2025, 10:30 WITA

pemasaran, baik melalui media sosial, pelatihan digital marketing, maupun melalui penyesuaian produk sesuai tren pasar. Ini menunjukkan adanya kesadaran untuk tidak hanya bertahan, tapi juga tumbuh. Dari hasil pengamatan saya, strategi adaptif seperti ini sangat efektif memperluas pasar dan meningkatkan daya saing lokal."¹²³

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM di Kota Palopo, terlihat bahwa masing-masing usaha memiliki komitmen kuat untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Mereka tidak hanya fokus pada penjualan, tetapi juga aktif mengikuti pelatihan, memperbarui desain produk, mendengarkan kebutuhan pasar, serta membuka peluang baru melalui kerja sama dan ekspansi.

Pelaku usaha seperti Ibu Anti dan Ibu Hajja Nur menunjukkan pentingnya adaptasi terhadap tren media sosial dan kebutuhan segmen khusus seperti muslimah. Sementara itu, Ibu Jinan menunjukkan bahwa keterlibatan pelanggan dalam pengembangan produk dapat meningkatkan loyalitas dan daya saing. Ibu Rani menegaskan pentingnya penyesuaian kemasan dan rasa untuk memperluas distribusi ke segmen retail seperti kafe dan toko oleh-oleh. Sedangkan Ibu Rina Kartika menjadi bukti bahwa kolaborasi melalui komunitas UMKM bahkan dapat membuka pintu ekspor meski dalam skala kecil. Secara keseluruhan, strategi inovatif ini menjadi bukti bahwa UMKM di Palopo tidak hanya bertahan, tetapi mampu berkembang secara aktif melalui pembelajaran, adaptasi pasar, dan kolaborasi yang strategis.

No	Informan	Jenis	Alasan
Informan			

¹²³ Bapak Hendra Wijaya, Dosen Kewirausahaan Universitas Andi Djemma Palopo, 29 Juli 2025, 13:45 WITA

1	Ibu Anti (Raja Oleh-Oleh)	Informan Kunci	Menyesuaikan strategi pemasaran berdasarkan tren media sosial dan pelatihan digital marketing.
2	Ibu Hajja Nur	Informan Kunci	Mengembangkan produk sesuai tren desain muslimah melalui komunitas dan referensi media sosial.
3	Ibu Jinan	Informan Kunci	Mengembangkan varian produk berdasarkan masukan pelanggan agar tetap relevan di pasar.
4	Ibu Rani	Informan Kunci	Menyesuaikan rasa dan kemasan produk agar bisa masuk pasar ritel seperti kafe dan toko oleh-oleh.
5	Ibu Rina Kartika	Informan Kunci	Mengembangkan pasar melalui kerja sama ekspor skala kecil dengan komunitas UMKM lokal.
6	Ibu Lilis Suryani	Informan Pendukung	Mengamati pembaruan produk dan promosi yang konsisten dari Flowfifflower via media sosial.
7	Bapak Hendra Wijaya	Informan Tambahan	Menyatakan UMKM Palopo semakin adaptif lewat pelatihan, digitalisasi, dan penyesuaian terhadap tren.

9. Bagaimana usaha Anda memanfaatkan peluang baru dan memperkuat posisi di pasar untuk mendukung pertumbuhan jangka panjang?

Berdasarkan hasil wawancara pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan ibu Anti yang mengatakan :

"Saya aktif ikut berbagai kegiatan bazar, baik yang diadakan oleh pemerintah, komunitas, maupun acara lokal. Selain itu, saya juga kerja sama

*dengan beberapa sekolah dan kantor di sekitar sini sebagai pemasok snack atau konsumsi acara. Biasanya mereka pesan untuk rapat, seminar, atau kegiatan siswa. Dari kerja sama seperti itu, alhamdulillah usaha saya jadi lebih dikenal dan pemasukannya juga lumayan. Saya senang karena selain menambah penghasilan, saya juga bisa ikut berkontribusi di lingkungan sekitar."*¹²⁴

Kemudian hasil wawancara dari stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Hajja Nur yang mengatakan :

*"Saya sekarang sudah mulai kerja sama dengan beberapa reseller buat bantu jualin produk. Jadi mereka ambil barang dari saya, lalu jual lagi ke pelanggan mereka, baik secara online maupun langsung. Cara ini cukup efektif buat memperluas pasar, apalagi saya belum punya waktu dan tenaga untuk promosi besar-besaran sendiri. Dengan adanya reseller, produk saya bisa dikenal di luar daerah juga. Mereka biasanya aktif promosi di media sosial, jadi sangat membantu perkembangan usaha saya. InsyaAllah ke depannya jumlah reseller akan terus bertambah."*¹²⁵

Kemudian hasil wawancara dari toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Jinan yang mengatakan :

*"Sekarang kami mulai aktif bikin konten digital, bukan cuma buat promosi, tapi juga untuk edukasi pelanggan. Misalnya, kami jelaskan manfaat produk, cara pemakaian yang benar, atau proses pembuatan agar mereka lebih paham dan percaya. Konten-konten itu kami bagikan lewat Instagram, WhatsApp, dan kadang TikTok. Harapannya, pelanggan nggak cuma beli sekali, tapi merasa cocok dan percaya, lalu jadi langganan. Jadi dari situ, pelan-pelan kami bangun loyalitas merek, biar mereka tetap ingat dan pilih produk kami walaupun banyak pilihan di luar sana."*¹²⁶

¹²⁴ Ibu Anti, pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. 24 Juni 2025, 10:05 WITA

¹²⁵ Ibu Hajja Nur, stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. 24 Juli 2025, 11:00 WITA

¹²⁶ Ibu Jinan, toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. 24 Juli 2025, 01:30 WITA

Kemudian hasil wawancara dari toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rani yang mengatakan :

*"Saya aktif ikut komunitas UMKM di Palopo, karena dari situ saya bisa banyak belajar dan saling tukar pengalaman dengan sesama pelaku usaha. Kami sering diskusi soal strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, sampai peluang kerja sama. Selain itu, saya juga rutin ikut program pelatihan yang diadakan pemerintah, baik dari dinas koperasi, perdagangan, atau instansi lain. Pelatihannya sangat membantu, apalagi soal digital marketing, pengemasan, dan manajemen usaha. Ilmu-ilmu itu saya terapkan di usaha sendiri, dan alhamdulillah ada dampaknya, baik dari sisi penjualan maupun pengelolaan usaha yang lebih rapi."*¹²⁷

Kemudian hasil wawancara dari toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rina Kartika yang mengatakan:

*"Sekarang saya sudah mulai jualan secara online, jadi nggak cuma mengandalkan pembeli yang datang langsung ke toko. Biasanya saya promosi lewat Instagram dan WhatsApp, kadang juga ikut marketplace. Alhamdulillah, dari situ banyak yang tahu produk saya, bahkan ada beberapa yang pesan dari luar kota. Mereka biasanya lihat dari postingan atau dapat rekomendasi teman. Kalau ada pesanan khusus, saya usahakan layani sebaik mungkin, mulai dari pengemasan sampai pengiriman. Meskipun jaraknya jauh, saya senang karena bisa menjangkau pelanggan lebih luas dan itu sangat membantu perkembangan usaha saya."*¹²⁸

Selanjutnya hasil wawancara Bapak Andi Ridwan, Pelanggan tetap Jinan Herbal mengatakan:

"Saya melihat Jinan Herbal semakin berkembang karena mereka aktif bikin edukasi tentang manfaat produk herbal, bukan cuma jualan saja. Saya sering

¹²⁷ Ibu Rani, toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. 26 Juli 2025 01:30 WITA

¹²⁸ Ibu Rina Kartika, toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. 27 Juli 2025, 09:30 WITA

*lihat postingan mereka di Instagram, isinya informatif dan meyakinkan. Saya jadi lebih percaya dan tertarik beli lagi. Menurut saya, cara mereka memanfaatkan media sosial buat edukasi itu sangat bagus untuk jangka panjang."*¹²⁹

Selanjutnya hasil wawancara Ibu Nurjannah Karim Pegiat UMKM dan Ketua Komunitas UMKM Kreatif Palopo mengatakan:

*"Banyak pelaku UMKM yang mulai sadar pentingnya memanfaatkan peluang dari komunitas, kerja sama antarusaha, sampai pelatihan dan event pemerintah. Mereka yang aktif seperti ini biasanya mampu bertahan dan berkembang lebih baik. Misalnya, dengan ikut bazar, membangun jaringan reseller, atau menjangkau pasar online. Inilah yang membuat posisi mereka di pasar jadi lebih kuat."*¹³⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pelaku UMKM di Kota Palopo, dapat disimpulkan bahwa masing-masing usaha telah menunjukkan upaya inovatif dan strategis dalam mengembangkan usahanya. Pelaku usaha aktif mengikuti kegiatan seperti bazar dan menjalin kerja sama dengan lembaga lokal untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk. Selain itu, ada yang mulai bekerja sama dengan reseller untuk memperluas jangkauan pasar, serta memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi dan edukasi konsumen guna membentuk loyalitas merek.

Keterlibatan dalam komunitas UMKM dan program pelatihan dari pemerintah juga memberi dampak positif terhadap pengelolaan dan perkembangan usaha. Pelaku UMKM semakin adaptif terhadap tren digital dan kebutuhan pasar, termasuk melayani pesanan dari luar kota. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM di Palopo memiliki semangat berkembang, terus belajar, dan

¹²⁹ Bapak Andi Ridwan, Pelanggan tetap Jinan Herbal, 28 Juli 2025, 11:25 WITA

¹³⁰ Ibu Nurjannah Karim Pegiat UMKM dan Ketua Komunitas UMKM Kreatif Palopo, 28 Juli 2025, 16:23 WITA

mampu bersaing dengan tetap menjaga nilai kepercayaan pelanggan dan kualitas produk.

No	Informan	Jenis	Alasan
	Informan		
1	Ibu Anti (Raja Oleh-Oleh)	Informan Kunci	Aktif mengikuti bazar dan menjalin kerja sama dengan sekolah/kantor untuk memperluas jaringan.
2	Ibu Hajja Nur	Informan Kunci	Memanfaatkan sistem reseller untuk memperluas pasar ke luar daerah.
3	Ibu Jinan	Informan Kunci	Membangun loyalitas merek dengan membuat konten edukatif dan promosi digital.
4	Ibu Rani	Informan Kunci	Memperkuat usaha melalui komunitas UMKM dan pelatihan dari pemerintah.
5	Ibu Rina Kartika	Informan Kunci	Memperluas jangkauan pasar melalui penjualan online dan pelayanan luar kota.
6	Bapak Andi Ridwan	Informan Pendukung	Menilai konten edukasi Jinan Herbal di Instagram efektif membangun kepercayaan pelanggan.
7	Ibu Nurjannah Karim	Informan Tambahan	Menyatakan UMKM aktif di bazar, reseller, dan online biasanya lebih bertahan dan berkembang.

10. Apakah terdapat perubahan dalam struktur organisasi dan sistem internal usaha Anda guna mendukung pertumbuhan bisnis?

Berdasarkan hasil wawancara pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan ibu Anti yang mengatakan :

*"Alhamdulillah, sekarang usaha saya sudah punya dua karyawan tetap. Jadi saya mulai belajar mengatur sistem kerja, supaya semuanya lebih teratur. Misalnya, satu orang fokus urus produksi, dan yang satu lagi bantu bagian pemasaran dan pengemasan. Dengan begitu, pekerjaan jadi lebih ringan dan bisa selesai lebih cepat. Saya juga mulai buat jadwal kerja, catatan harian, dan evaluasi tiap minggu biar karyawan juga tahu apa yang harus dikerjakan. Ini saya lakukan supaya usaha bisa jalan lebih profesional dan nggak cuma bergantung sama saya terus."*¹³¹

Kemudian hasil wawancara dari stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Hajja Nur yang mengatakan :

*"Belakangan ini saya mulai bikin SOP sederhana untuk usaha saya, biar kerjaan jadi lebih tertib dan nggak asal jalan. Isinya ya hal-hal dasar aja dulu, seperti jadwal kerja, alur produksi, cara melayani pelanggan, sampai standar pengemasan. Soalnya makin ke sini, makin banyak yang harus diatur—apalagi kalau udah punya karyawan. Jadi penting banget ada panduan biar semua tahu tugasnya masing-masing dan hasil kerjanya juga konsisten. Meski masih sederhana, tapi alhamdulillah cukup membantu bikin usaha jadi lebih rapi dan terkontrol."*¹³²

Kemudian hasil wawancara dari toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Jinan yang mengatakan :

"Saya sadar kalau mau usaha berkembang, pengelolaan keuangan harus jelas. Jadi saya mulai belajar manajemen keuangan—baik dari pelatihan, video online, maupun sharing dengan teman-teman UMKM. Sekarang saya juga sudah pakai aplikasi kasir buat pencatatan transaksi harian. Jadi semua pemasukan, pengeluaran, dan stok barang tercatat lebih rapi. Dulu saya catat manual di buku, tapi sering lupa atau keliru. Sekarang lebih mudah dipantau dan bisa lihat

¹³¹ Ibu Anti, pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. 24 Juni 2025, 10:05 WITA

¹³² Ibu Hajja Nur, stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. 24 Juli 2025, 11:00 WITA

*laporan keuangan kapan saja. Ini sangat membantu saya buat ambil keputusan, misalnya kapan belanja stok atau kapan bisa simpan untuk modal usaha."*¹³³

Kemudian hasil wawancara dari toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rani yang mengatakan :

*"Sekarang saya mulai belajar bagi tugas dalam usaha. Bagian produksi sudah saya percayakan ke karyawan, karena mereka sudah cukup terlatih dan tahu standar yang saya mau. Jadi saya bisa lebih fokus ke pemasaran, seperti mengatur strategi promosi, bikin konten di media sosial, dan menjalin kerja sama dengan pelanggan atau mitra baru. Dengan begitu, usaha jadi lebih terarah dan bisa berkembang dari dua sisi—produksi jalan terus, promosi juga makin aktif. Saya merasa ini langkah penting supaya usaha nggak stuck di satu titik aja dan saya nggak terlalu kewalahan kerja sendiri."*¹³⁴

Kemudian hasil wawancara dari toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rina Kartika yang mengatakan:

*"Sekarang saya sudah mulai bentuk tim kecil di usaha saya, supaya kerja jadi lebih efisien dan nggak numpuk di satu orang saja. Ada yang saya fokuskan untuk bagian produksi, mulai dari menyiapkan bahan sampai pengemasan, dan ada juga yang saya arahkan ke bagian pemasaran, terutama promosi di media sosial dan melayani pelanggan. Dengan pembagian seperti ini, pekerjaan bisa jalan bareng, lebih cepat selesai, dan saya juga bisa memantau hasilnya dengan lebih baik. Walaupun timnya masih kecil, tapi saya merasa usaha jadi lebih teratur dan produktif."*¹³⁵

Selanjutnya hasil wawancara Ibu Wati, Pelanggan tetap Flowfifflower mengatakan:

¹³³ Ibu Jinan, toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. 24 Juli 2025, 01:30 WITA

¹³⁴ Ibu Rani, toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. 26 Juli 2025 01:30 WITA

¹³⁵ Ibu Rina Kartika, toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. 27 Juli 2025, 09:30 WITA

*"Dulu waktu saya sering belanja di Flowfiffflower, yang layani cuma Ibu Rina sendiri. Tapi sekarang saya lihat sudah ada beberapa staf yang bantu di toko maupun bagian pengemasan. Pelayanannya juga lebih cepat dan sistematis. Saya rasa itu karena usahanya makin berkembang dan sudah mulai terorganisir dengan baik."*¹³⁶

Kemudian hasil wawancara, Bapak Drs. H. Musafir, M.Si, Dosen Kewirausahaan dan Pembina UMKM Kota Palopo mengatakan:

*"Perubahan struktur organisasi dalam skala kecil seperti UMKM memang tidak harus langsung formal. Tapi saat pelaku usaha mulai membagi tugas, membuat SOP, atau menggunakan alat bantu manajemen seperti aplikasi kasir, itu sudah termasuk bentuk modernisasi internal. Langkah-langkah kecil ini penting sebagai fondasi pertumbuhan yang berkelanjutan."*¹³⁷

Berdasarkan hasil wawancara dari berbagai pelaku UMKM di Kota Palopo, terlihat bahwa mereka mulai membenahi manajemen usaha secara perlahan namun terarah. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Anti dari Raja Oleh-Oleh, saat ini usahanya sudah memiliki dua karyawan tetap dan mulai menerapkan pembagian tugas serta jadwal kerja agar usaha berjalan lebih tertib dan profesional. Hal yang sama juga dilakukan oleh Ibu Hajja Nur yang mulai menyusun SOP sederhana, seperti alur kerja dan standar pelayanan, agar setiap pekerjaan lebih terorganisir dan hasilnya lebih konsisten.

Sementara itu, dari sisi pengelolaan keuangan, Ibu Jinan dari Jinan Herbal sudah mulai menerapkan pencatatan keuangan yang lebih rapi menggunakan aplikasi kasir. Langkah ini memudahkannya dalam memantau kondisi keuangan dan mengambil keputusan usaha. Ibu Rani dari Syukur Coffe & Tea pun sudah mulai mendelegasikan bagian produksi ke karyawan agar ia bisa lebih fokus

¹³⁶ Ibu Wati, Pelanggan tetap Flowfiffflower, 28 Juli 2025, 11:24 WITA

¹³⁷ Bapak Drs. H. Musafir, M.Si, Dosen Kewirausahaan dan Pembina UMKM Kota Palopo, 29 Juli 2025, 11-40 WITA

mengembangkan pemasaran dan strategi promosi. Terakhir, Ibu Rina Kartika dari Flowfifflower juga membentuk tim kecil yang bertugas di bagian produksi dan pemasaran, sehingga pekerjaan bisa berjalan paralel dan lebih efisien.

Dari seluruh wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM di Palopo tidak hanya fokus pada penjualan, tetapi juga terus berbenah dari segi manajemen usaha. Meskipun skala usahanya masih tergolong kecil, mereka sudah mulai menerapkan prinsip-prinsip profesionalisme dalam operasional sehari-hari, yang menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan dan pertumbuhan usaha ke depannya.

No	Informan	Jenis Informan	Alasan
1	Ibu Anti (Raja Oleh-Oleh)	Informan Kunci	Mulai menerapkan pembagian kerja dan jadwal kerja mingguan untuk meningkatkan profesionalisme usaha.
2	Ibu Hajja Nur	Informan Kunci	Menyusun SOP sederhana agar alur kerja usaha menjadi lebih tertib dan konsisten.
3	Ibu Jinan	Informan Kunci	Menerapkan pencatatan keuangan digital menggunakan aplikasi kasir untuk efisiensi manajemen keuangan.
4	Ibu Rani	Informan Kunci	Mendelegasikan tugas produksi agar bisa fokus ke strategi pemasaran dan pengembangan usaha.
5	Ibu Rina Kartika	Informan Kunci	Membentuk tim kecil untuk efisiensi kerja di bidang produksi dan pemasaran.
6	Ibu Wati	Informan Pendukung	Mengamati peningkatan pelayanan dan struktur kerja di Flowfifflower.
7	Bapak Drs. H. Musafir,	Informan Tambahan	Menegaskan bahwa penggunaan SOP, pembagian kerja, dan aplikasi kasir adalah

M.Si

bentuk modernisasi internal.

11. Sejauh mana usaha Anda melakukan perluasan lokasi usaha atau peningkatan kapasitas produksi sebagai bagian dari pertumbuhan struktural?

Berdasarkan hasil wawancara pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan ibu Anti yang mengatakan :

*"Awalnya saya jualan dari rumah saja, sekadar coba-coba sambil urus keluarga. Pelanggannya pun masih dari tetangga dan teman dekat. Tapi lama-lama, pesanan makin banyak, dan saya mulai merasa rumah nggak cukup lagi buat produksi dan melayani pembeli. Alhamdulillah, sekarang saya sudah punya kios sendiri di pinggir jalan. Tempatnya lebih strategis dan mudah dijangkau pelanggan. Dengan kios ini, usaha saya jadi kelihatan lebih profesional dan alurnya lebih tertata."*¹³⁸

Kemudian hasil wawancara dari stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Hajja Nur yang mengatakan :

*"Awalnya saya pakai tempat kecil di samping rumah buat jualan. Tapi seiring waktu, pesanan makin banyak, terutama pas musim libur atau ada acara besar. Ruang yang lama sudah nggak cukup lagi buat tampung stok dan layani pembeli. Akhirnya saya putuskan untuk sewa tempat baru yang lebih besar dan lokasinya juga lebih strategis. Alhamdulillah, sejak pindah ke tempat baru, penjualan makin lancar dan pelanggan juga lebih nyaman belanja."*¹³⁹

Kemudian hasil wawancara dari toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Jinan yang mengatakan :

¹³⁸ Ibu Anti, pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. 24 Juni 2025, 10:05 WITA

¹³⁹ Ibu Hajja Nur, stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. 24 Juli 2025, 11:00 WITA

*"Sekarang kapasitas produksi saya sudah jauh lebih baik karena saya baru saja beli alat baru. Dulu semua masih serba manual, jadi pengerjaan produk agak lambat dan nggak bisa banyak dalam satu waktu. Tapi setelah ada alat bantu seperti blender industri dan sealer otomatis, proses produksi jadi lebih cepat dan hasilnya juga lebih rapi. Saya bisa menerima lebih banyak pesanan tanpa kewalahan. Jadi walaupun modalnya agak besar, tapi saya merasa ini langkah penting supaya usaha bisa terus berkembang dan melayani pelanggan dengan lebih baik."*¹⁴⁰

Kemudian hasil wawancara dari toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rani yang mengatakan :

*"Alhamdulillah, sekarang saya sudah buka cabang kecil di dekat salah satu sekolah. Tujuannya supaya produk saya lebih mudah dijangkau oleh pelanggan di daerah lain, terutama orang tua dan guru yang butuh produk herbal praktis. Lokasinya strategis karena dekat keramaian, jadi cukup membantu meningkatkan penjualan. Meskipun masih sederhana, tapi ini jadi langkah awal saya untuk memperluas jangkauan pasar dan mengenalkan produk ke lebih banyak orang."*¹⁴¹

Kemudian hasil wawancara dari toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rina Kartika yang mengatakan:

*"Alhamdulillah, sekarang kapasitas produksi kami meningkat cukup signifikan. Kalau dulu hanya bisa produksi dalam jumlah terbatas, sekarang sudah bisa dua kali lipat dari sebelumnya. Ini karena kami sudah punya alat bantu produksi tambahan dan manajemen waktu kerja juga lebih tertata. Jadi proses pembuatan lebih cepat, hasilnya juga lebih konsisten. Dengan kapasitas yang meningkat ini, kami bisa memenuhi permintaan pelanggan lebih baik dan menjaga stok tetap tersedia."*¹⁴²

¹⁴⁰ Ibu Jinan, toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. 24 Juli 2025, 01:30 WITA

¹⁴¹ Ibu Rani, toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. 26 Juli 2025 01:30 WITA

¹⁴² Ibu Rina Kartika, toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. 27 Juli 2025, 09:30 WITA

Kemudian hasil wawancara Bapak Ardi, Pelanggan tetap Syukur Coffee & Tea mengatakan:

*"Saya perhatikan sekarang warung kopi milik Bu Rani sudah jauh lebih ramai dibanding dulu. Kalau dulu tempatnya kecil dan hanya bisa untuk beberapa orang, sekarang sudah diperluas dan ada tambahan tempat duduk. Bahkan produknya makin banyak variasinya. Saya pikir ini menunjukkan usaha beliau memang berkembang dan mampu melayani lebih banyak pelanggan."*¹⁴³

Kemudian hasil wawancara Ibu Hj. Sumarni, S.E., M.M., Konsultan UMKM dan Ketua Forum UMKM Kota Palopo mengatakan,

*"Banyak pelaku UMKM di Palopo yang mulai memahami pentingnya pertumbuhan struktural seperti ekspansi lokasi atau peningkatan kapasitas produksi. Tidak semua langsung membangun cabang, tapi bisa dimulai dari menyewa tempat lebih luas, menambah alat produksi, hingga merekrut tenaga kerja tambahan. Hal ini adalah sinyal positif bahwa pelaku usaha telah bersiap menuju skala bisnis yang lebih besar dan berdaya saing."*¹⁴⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pelaku UMKM di Kota Palopo, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kapasitas usaha menjadi salah satu fokus utama dalam pengembangan bisnis mereka. Pelaku usaha menunjukkan kemajuan dengan beralih dari berjualan di rumah ke kios atau tempat strategis, menyewa lokasi usaha yang lebih besar, serta membuka cabang baru di lokasi yang prospektif. Hal ini dilakukan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kenyamanan pelanggan.

Selain itu, peningkatan kapasitas produksi juga menjadi perhatian penting. Para pelaku UMKM mulai berinvestasi pada alat bantu produksi seperti blender industri, sealer otomatis, serta manajemen waktu kerja yang lebih baik, sehingga

¹⁴³ Bapak Ardi, Pelanggan tetap Syukur Coffee & Tea, 28 Juli 2025, 13:00 WITA

¹⁴⁴ Ibu Hj. Sumarni, S.E., M.M., Konsultan UMKM dan Ketua Forum UMKM Kota Palopo, 29 Juli 2025, 13:45 WITA

memungkinkan mereka melayani pesanan dalam jumlah lebih banyak dengan kualitas yang tetap terjaga. Beberapa usaha bahkan telah mampu menggandakan volume produksi dan menjangkau konsumen di lokasi baru melalui pembukaan cabang.

Hal ini menunjukkan bahwa UMKM di Kota Palopo telah berkembang secara signifikan dalam hal skala usaha dan efisiensi operasional. Mereka tidak hanya fokus pada pertumbuhan penjualan, tetapi juga membangun fondasi usaha yang lebih kuat untuk jangka panjang dengan memperhatikan lokasi, alat kerja, dan sistem kerja yang lebih modern.

No	Informan	Jenis Informan	Alasan
1	Ibu Anti (Raja Oleh-Oleh)	Informan Kunci	Beralih dari usaha rumahan ke kios di lokasi strategis untuk menunjang pertumbuhan usaha.
2	Ibu Hajja Nur	Informan Kunci	Menyewa tempat usaha yang lebih besar untuk menampung stok dan meningkatkan kenyamanan pelanggan.
3	Ibu Jinan	Informan Kunci	Meningkatkan kapasitas produksi dengan membeli peralatan bantu produksi seperti sealer dan blender.
4	Ibu Rani	Informan Kunci	Membuka cabang kecil di dekat sekolah untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.
5	Ibu Rina Kartika	Informan Kunci	Meningkatkan kapasitas produksi hingga dua kali lipat dengan alat bantu dan manajemen waktu yang

baik.

- | | | | |
|---|--------------------------------|-----------------------|--|
| 6 | Bapak Ardi | Informan
Pendukung | Mengamati ekspansi tempat
duduk & ragam produk di Syukur
Coffee & Tea. |
| 7 | Ibu Hj. Sumarni,
S.E., M.M. | Informan
Tambahan | Menyatakan bahwa ekspansi
lokasi & peningkatan alat produksi
adalah indikasi kesiapan menuju
skala lebih besar. |

12. Apakah Anda selalu memberikan informasi yang jujur dan transparan mengenai karakteristik produk kepada pelanggan?

Berdasarkan hasil wawancara pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan ibu Anti yang mengatakan :

*"Selalu. Kami percaya bahwa kejujuran adalah bentuk ibadah dan salah satu cara utama dalam menjaga kepercayaan pelanggan. Dalam setiap transaksi, kami berusaha memberikan informasi yang jujur tentang produk—baik dari segi kualitas, harga, maupun manfaatnya. Kami yakin, jika kita jujur dalam berdagang, pelanggan akan merasa nyaman dan kembali lagi. Bagi kami, menjaga amanah itu bukan cuma untuk keuntungan, tapi juga bagian dari tanggung jawab sebagai pelaku usaha Muslim."*¹⁴⁵

Kemudian hasil wawancara dari stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Hajja Nur yang mengatakan :

"Iya, saya tidak pernah menyembunyikan kekurangan produk. Menurut saya, itu bagian dari tanggung jawab moral sebagai seorang profesional. Dalam setiap proses kerja, terutama ketika saya terlibat dalam pengembangan atau

¹⁴⁵ Ibu Anti, pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo. 24 Juni 2025, 10:05 WITA

*pemasaran produk, saya selalu berusaha transparan kepada konsumen. Kejujuran adalah hal yang sangat penting bagi saya, karena membangun kepercayaan jangka panjang jauh lebih berharga daripada keuntungan sesaat."*¹⁴⁶

Kemudian hasil wawancara dari toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Jinan yang mengatakan :

*"Produk saya memiliki efek tertentu, dan karena itu saya merasa wajib untuk menginformasikannya dengan jelas kepada konsumen. Bagi saya, transparansi adalah kunci—saya ingin memastikan produk ini digunakan dengan aman dan sesuai kebutuhan. Memberikan informasi yang jujur bukan hanya soal etika, tapi juga bentuk tanggung jawab saya terhadap pengguna."*¹⁴⁷

Kemudian hasil wawancara dari toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rani yang mengatakan :

*"Saya selalu berkomitmen untuk mengedukasi pelanggan, tidak hanya tentang kelebihan produk saya, tapi juga keterbatasannya. Menurut saya, pelanggan berhak tahu secara menyeluruh sebelum memutuskan untuk membeli atau menggunakan produk. Pendekatan ini penting agar tercipta hubungan yang jujur dan saling percaya antara saya dan konsumen."*¹⁴⁸

Kemudian hasil wawancara dari toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Rina Kartika yang mengatakan:

"Kalau ada produk yang cacat atau kurang sempurna, saya selalu langsung beri tahu ke pembeli. Saya nggak mau menutupi kekurangan karena saya percaya

¹⁴⁶ Ibu Hajja Nur, stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo. 24 Juli 2025, 11:00 WITA

¹⁴⁷ Ibu Jinan, toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo. 24 Juli 2025, 01:30 WITA

¹⁴⁸ Ibu Rani, toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo. 26 Juli 2025 01:30 WITA

*kejujuran itu penting. Biasanya, kalau memang ada cacat, saya kasih diskon sebagai bentuk tanggung jawab. Alhamdulillah, pelanggan bisa mengerti dan justru jadi makin percaya karena saya terbuka. Saya yakin, kalau kita jujur, usaha akan lebih berkah dan langgeng."*¹⁴⁹

Kemudian hasil wawancara Ibu Suryani, Pelanggan tetap toko Jinan Herbal mengatakan:

*"Saya suka beli produk herbal dari Ibu Jinan karena beliau selalu jujur soal kandungan dan cara pakainya. Kalau ada efek samping atau tidak cocok untuk kondisi tertentu, pasti beliau sampaikan dulu. Itu yang bikin saya percaya dan tetap langganan sampai sekarang."*¹⁵⁰

Kemudian hasil wawancara Ustadz H. Amiruddin, S.Ag, Tokoh agama & pembina majelis taklim setempat mengatakan:

*"Dalam Islam, berdagang itu tidak hanya soal untung rugi, tapi juga soal amanah. Memberikan informasi yang benar tentang produk adalah bentuk tanggung jawab dan integritas pedagang. Saya selalu mendorong pelaku usaha di lingkungan kami agar tidak menutupi kekurangan barang dan tidak melebih-lebihkan kelebihan produk. Kejujuran dalam usaha adalah cerminan akhlak Islami."*¹⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pelaku UMKM di Kota Palopo, dapat disimpulkan bahwa kejujuran menjadi prinsip utama yang dijunjung tinggi dalam menjalankan usaha. Para pelaku usaha menyadari bahwa transparansi dalam menyampaikan informasi produk, baik kelebihan maupun kekurangannya, merupakan bentuk tanggung jawab moral sekaligus strategi membangun kepercayaan jangka panjang dengan pelanggan.

¹⁴⁹ Ibu Rina Kartika, toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo, 27 Juli 2025, 09:30 WITA

¹⁵⁰ Ibu Suryani, Pelanggan tetap toko Jinan Herbal, 29 Juli 2025, 14:23 WITA

¹⁵¹ Ustadz H. Amiruddin, S.Ag, Tokoh agama & pembina majelis taklim setempat, 28 Juli 2025. 13:36

Nilai kejujuran tidak hanya diterapkan dalam promosi, tetapi juga dalam proses produksi, pelayanan, hingga penyampaian efek produk. Ada yang secara terbuka memberikan diskon jika terdapat kecacatan pada produk, dan ada pula yang secara konsisten mengedukasi pelanggan terkait batasan dan manfaat produk. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM di Palopo tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga mengedepankan etika dan tanggung jawab sosial dalam berbisnis, sehingga membentuk hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan konsumennya.

No	Informan	Jenis Informan	Alasan
1	Ibu Anti (Raja Oleh-Oleh)	Informan Kunci	Menekankan kejujuran sebagai bentuk ibadah dan tanggung jawab dalam menjaga kepercayaan pelanggan.
2	Ibu Hajja Nur	Informan Kunci	Selalu transparan terhadap kekurangan produk sebagai bentuk tanggung jawab moral jangka panjang.
3	Ibu Jinan	Informan Kunci	Menyampaikan efek produk secara terbuka demi keamanan dan kenyamanan konsumen.
4	Ibu Rani	Informan Kunci	Mengedukasi pelanggan tentang kelebihan dan keterbatasan produk untuk menciptakan hubungan yang saling percaya.
5	Ibu Rina Kartika	Informan Kunci	Terbuka soal produk cacat dan memberikan diskon sebagai bentuk tanggung jawab dan membangun

kepercayaan.

6	Ibu Suryani	Informan Pendukung	Merasa percaya karena edukasi dan keterbukaan Ibu Jinan soal kandungan dan efek produk.
7	Ustadz H. Amiruddin, S.Ag	Informan Tambahan	Menyatakan kejujuran dalam usaha adalah bentuk amanah dan akhlak Islami yang wajib dijaga dalam berdagang.

B. Pembahasan

1. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam operasional UMKM di Kota Palopo?

Penerapan etika bisnis Islam oleh pelaku UMKM di Kota Palopo terlihat dari upaya mereka menjaga kejujuran, kualitas produk, dan membangun kepercayaan pelanggan. Mereka berusaha memberikan pelayanan yang jujur, menawarkan produk berkualitas, dan bertanggung jawab terhadap kepuasan konsumen, bahkan rela menanggung kerugian demi mempertahankan kepercayaan tersebut. Selain itu, kegiatan keagamaan seperti pengajian, arisan, dan santunan anak yatim menjadi bagian integral dari praktik berbisnis mereka. Keterlibatan ini tidak hanya mempererat hubungan sosial dan memperkuat ikatan emosional dengan pelanggan dan masyarakat sekitar, tetapi juga dianggap sebagai usaha mendatangkan keberkahan dan berkah dalam rezeki mereka.

Nilai-nilai spiritual seperti kejujuran, amanah, dan niat yang baik selalu diingat saat menjalankan usaha, menjadikannya bagian dari prinsip etika yang mereka pegang teguh. Para pelaku UMKM meyakini bahwa keberhasilan usaha

tidak hanya ditentukan oleh strategi bisnis semata, tetapi juga oleh sejauh mana prinsip-prinsip Islami diterapkan secara konsisten. Mereka juga aktif mensponsori dan berpartisipasi dalam berbagai kegiatan keagamaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan spiritual, yang sekaligus memperkuat citra positif usaha mereka di lingkungan.

Dalam hal pemasaran, mereka mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan media sosial, dengan mengutamakan kualitas sebagai bentuk tanggung jawab moral dan agama agar bisnis mereka berjalan berkelanjutan dan diberkahi. Upaya menjaga hubungan baik dengan konsumen pun tidak hanya dilakukan secara transaksional, tetapi juga emosional dan spiritual, mencerminkan konsep *ukhuwah Islamiyah* dalam interaksi bisnis. Dengan demikian, penerapan etika bisnis Islam ini tidak hanya memperkuat hubungan sosial dan kepercayaan pelanggan, tetapi juga memberi nilai keberkahan dan keberlanjutan dalam operasional UMKM di Kota Palopo. Praktik ini mencerminkan sinergi antara nilai-nilai keagamaan dan kegiatan ekonomi, yang menjadi karakteristik khas UMKM yang menjunjung tinggi prinsip Islam sebagai pedoman hidup dan usaha.

2. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam penerapan etika bisnis islam bagi berkelanjutan UMKM?

Penerapan etika bisnis Islam dalam keberlanjutan UMKM di Kota Palopo didukung oleh berbagai faktor yang memperkuat dan memudahkan pelaksanaan prinsip-prinsip etika tersebut. Salah satunya adalah kesadaran dan nilai keagamaan yang kuat di kalangan pelaku usaha, yang membuat mereka lebih konsisten dalam menjalankan bisnis secara jujur, amanah, dan bertanggung jawab,

sebagaimana diajarkan dalam Islam,. Selain itu, partisipasi aktif dalam kegiatan keagamaan, seperti pengajian, arisan, dan santunan sosial, membantu memperkuat moral dan ikatan sosial, sehingga menciptakan suasana usaha yang harmonis dan penuh kepercayaan.

Dukungan dari komunitas dan masyarakat sekitar juga turut memperkuat komitmen pelaku usaha dalam menjalankan etika bisnis Islam, sekaligus mempererat hubungan sosial yang bermanfaat bagi keberlanjutan usaha,. Namun demikian, ada faktor penghambat yang cukup signifikan, seperti tekanan ekonomi dan persaingan bisnis yang ketat, yang dapat memaksa pelaku usaha mengabaikan prinsip etika demi mempertahankan kelangsungan usaha mereka. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman mendalam tentang ekonomi Islami menjadi hambatan lainnya, sehingga penerapan nilai-nilai etika secara tepat tidak selalu optimal,. Keterbatasan modal dan sumber daya juga menjadi tantangan, karena seringkali mereka harus berjuang dengan keterbatasan ekonomi yang memaksa tindakan yang kurang sesuai prinsip etika. Selain itu, pengaruh budaya dan norma sosial di luar agama yang tidak selalu selaras dengan nilai-nilai Islami dapat menghambat penerapan etika bisnis secara konsisten dan berkelanjutan. Oleh karena itu, keberhasilan dalam menerapkan etika bisnis Islam sangat bergantung pada kekuatan nilai spiritual dan dukungan sosial di lingkungan sekitar, sementara hambatan finansial dan kurangnya edukasi menjadi tantangan utama yang perlu terus diatasi agar UMKM dapat berkembang secara berkelanjutan dan sesuai dengan syariat Islam.

3. Bagaimana strategi yang dapat diterapkan untuk memperkuat penerapan etika bisnis dalam mendukung keberlanjutan UMKM di kota Palopo?

Strategi yang dapat diterapkan untuk memperkuat penerapan etika bisnis dalam mendukung keberlanjutan UMKM di Kota Palopo melibatkan pendekatan multidimensi yang mengintegrasikan aspek edukasi, penguatan nilai keagamaan, serta peningkatan dukungan sosial dan ekonomi. Pertama, pengembangan program pelatihan dan pendidikan tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islami secara berkelanjutan perlu difokuskan guna meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya kejujuran, amanah, dan tanggung jawab dalam berbisnis,. Kedua, pemerintah dan lembaga keagamaan dapat berperan aktif dengan menyediakan forum diskusi, pelatihan, dan penyuluhan yang menekankan penerapan nilai-nilai moral dan etika berdasarkan ajaran Islam dalam kegiatan usaha sehari-hari,. Ketiga, pelaku usaha harus didorong dan diberi insentif untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosial keagamaan seperti pengajian, santunan, dan kegiatan kampanye etika bisnis, sehingga budaya berbagi dan kepercayaan yang lahir dari kegiatan tersebut mampu memperkuat etika dan integritas usaha,. Selain itu, mendorong kolaborasi antara pelaku UMKM, komunitas sosial, dan lembaga keagamaan untuk membangun jaringan saling mendukung dan menguatkan prinsip-prinsip etika bisnis secara kolektif sangat penting,. Selanjutnya, penerapan kebijakan dan regulasi berbasis syariat Islam oleh pemerintah daerah dapat menanamkan norma dan standar etika yang jelas dalam dunia usaha, sekaligus memberikan perlindungan terhadap pelaku

usaha yang menerapkan prinsip-prinsip tersebut,. Di sisi lain, pemberdayaan modal dan sumber daya ekonomi perlu dioptimalkan agar pelaku UMKM dapat menjalankan usaha secara berkelanjutan tanpa mengorbankan nilai-nilai etika, sehingga mereka mampu menanggung biaya peningkatan kualitas dan keadilan usaha,. Terakhir, perlu adanya monitoring dan evaluasi secara berkala untuk memastikan penerapan etika bisnis berjalan konsisten, serta memberikan pembinaan berkesinambungan agar budaya bisnis berbasis etika mampu menjadi fondasi utama keberlanjutan UMKM di Kota Palopo. Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut, diharapkan keberlanjutan UMKM dapat terwujud dengan prinsip-prinsip etika yang kokoh, mendukung keberhasilan usaha secara moral dan ekonomi.

4. Bagaimana analisis mendalam dan menghubungkan temuan dilapangan dengan teori-teori yang ada secara komprehensif ?

Pembahasan ini mengkaji temuan lapangan tentang praktik etika bisnis Islam oleh pelaku UMKM di Kota Palopo dan menghubungkannya secara sistematis dengan kerangka teori yang dipakai dalam penelitian ini. Secara umum penelitian menemukan bahwa etika bisnis Islam pada pelaku UMKM Palopo terealisasi melalui praktik kejujuran dalam penjelasan produk dan timbangan, komitmen menjaga kualitas (halalan-thayyib), penghindaran praktik-praktik dilarang seperti penipuan dan riba, serta keterlibatan dalam kegiatan-kegiatan sosial-keagamaan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial usaha; temuan ini konsisten dengan ringkasan hasil penelitian yang tercantum pada abstrak dan bab hasil.

Pertama, dari sisi konsep etika bisnis Islam (tauḥīd, amanah, ṣidq/kejujuran, keadilan) temuan menunjukkan bahwa nilai-nilai ini bukan sekadar kesadaran normatif tetapi diwujudkan dalam praktik sehari-hari yang berdampak langsung pada hubungan pelaku usaha–konsumen (trust building). Hal ini sesuai dengan deskripsi teori etika bisnis Islam yang dipakai dalam kajian teori (Etika Bisnis Islam sebagai pedoman moral yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis) sehingga proses pembentukan kepercayaan pelanggan pada UMKM dapat dipahami sebagai hasil operasi nilai etis yang melekat pada praktik bisnis—bukan hanya retorika. Bukti kualitatif dari wawancara (mis. pernyataan pemilik toko yang menegaskan komitmen menjaga kualitas dan rela menanggung kerugian demi kepercayaan pelanggan) menguatkan hubungan praktik→nilai→outcome tersebut.

Kedua, ketika dikaitkan dengan kerangka keberlanjutan (Triple Bottom Line — ekonomi, sosial, lingkungan) yang diadopsi dalam penelitian, praktik etis yang ditemui di lapangan menunjukkan mekanisme pengaruh yang jelas: (a) dimensi ekonomi — kejujuran dan kualitas mendorong loyalitas pelanggan dan reputasi yang meningkatkan penjualan berulang; (b) dimensi sosial — keterlibatan pelaku usaha dalam aktivitas keagamaan dan kegiatan komunitas memperkuat jaringan sosial (social capital) yang menjadi sumber dukungan non-finansial; (c) dimensi lingkungan — praktik kebersihan dan perhatian pada integritas produk (halal/thayyib) mendukung reputasi berkelanjutan di pasar lokal. Hubungan empiris ini mendukung gagasan Elkington bahwa keberlanjutan bisnis efektif bila profit, people, dan planet dipertimbangkan secara bersamaan, dan menunjukkan

bagaimana etika Islami dapat menjadi motor integrasi ketiganya pada level UMKM.

Ketiga, analisis terhadap faktor pendukung dan penghambat menghubungkan temuan lapangan dengan literatur terkait sumber daya dan kapasitas institusional. Temuan bahwa religiositas pelaku usaha dan dukungan komunitas memperkuat penerapan etika selaras dengan kajian yang menekankan peran norma sosial dan modal sosial dalam menegakkan perilaku etis; sebaliknya, hambatan seperti rendahnya literasi etika bisnis Islam, keterbatasan modal berbasis syariah, dan tekanan kompetisi menunjukkan bahwa nilai saja tidak cukup tanpa kapasitas struktural (resources, akses pembiayaan, dan pelatihan). Dengan kata lain, untuk menjadikan etika sebagai praktik berkelanjutan diperlukan instrumen-instrumen pendukung yang bersifat struktural—suatu temuan yang mengarah pada rekomendasi intervensi pendidikan, akses pembiayaan syariah, dan pendampingan kelembagaan.

Keempat, mengaitkan temuan dengan pendekatan *maqāṣid al-syarīʿah* memperlihatkan dimensi normatif-fungsional dari etika bisnis Islam: praktik kejujuran dan tanggung jawab sosial pada UMKM dapat dianalisis sebagai upaya melindungi *hifz al-māl* (perlindungan harta), *hifz al-nafs* (perlindungan jiwa/kehidupan ekonomi), dan *hifz al-ummah* (kesejahteraan masyarakat). Pendekatan *maqāṣid* memfasilitasi interpretasi bahwa etika yang diterapkan pelaku UMKM bukan sekadar kepatuhan ritual, melainkan strategi normatif untuk menjaga tujuan-tujuan sosial-ekonomi yang lebih luas — sebuah kontribusi

empiris yang memperkaya literatur yang sebelumnya banyak bersifat normatif atau berfokus pada kasus tunggal

Kelima, dari sudut teori organisasi dan pertumbuhan usaha (mis. konsep pertumbuhan struktural menurut Wickham), praktik etis yang masih bersifat parsial dan bergantung pada individu mengindikasikan tahap awal internalisasi nilai dalam struktur organisasi UMKM; tanpa perubahan struktural—seperti pembagian peran, dokumentasi SOP etika, dan mekanisme pengawasan—nilai etis cenderung rentan terhadap tekanan ekonomi dan pergantian pengelola. Oleh karena itu, memperkuat etika bisnis pada level UMKM memerlukan pendekatan yang mengkombinasikan pendidikan (literasi etika), pembentukan standar internal (SOP), dan dukungan kelembagaan (akses modal syariah, jejaring usaha)—suatu proposisi yang sejalan dengan rekomendasi kebijakan dalam lampiran skripsi.

Akhirnya, secara metodologis, temuan-temuan kualitatif ini mengisi celah penelitian yang sebelumnya tercatat—yaitu banyak studi yang berfokus pada aspek normatif, studi literatur, atau kasus produk tunggal—dengan memberikan bukti empiris lintas sektor UMKM pada konteks lokal Kota Palopo yang memperlihatkan hubungan praktis antara etika bisnis Islam, maqāṣid, dan indikator keberlanjutan. Oleh karena itu pembahasan ini menegaskan kontribusi penelitian: bukan hanya mendeskripsikan praktik etika, tetapi juga memetakan mekanisme pengaruhnya terhadap keberlanjutan dan menautkannya pada kebutuhan intervensi struktural yang didukung literatur.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penerapan etika bisnis Islam oleh pelaku UMKM di Kota Palopo secara umum telah berlangsung meskipun belum sepenuhnya sistematis dan menyeluruh. Etika bisnis Islam yang diterapkan mencakup prinsip-prinsip kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan kepedulian sosial. Banyak pelaku UMKM yang menjadikan nilai-nilai keislaman sebagai pedoman dalam bertransaksi dan menjalankan usahanya. Hal ini tercermin dalam praktik sehari-hari seperti kejujuran dalam menyampaikan kualitas produk, menghindari penipuan dan kecurangan dalam timbangan, serta komitmen dalam menepati janji kepada konsumen. Pelaku UMKM juga menunjukkan kesadaran bahwa bisnis merupakan bagian dari ibadah, sehingga nilai-nilai keagamaan tidak hanya menjadi norma pribadi tetapi juga fondasi moral dalam pengelolaan usaha. Etika bisnis Islam diterapkan tidak hanya untuk mencari keuntungan material, tetapi juga keberkahan dalam usaha. Beberapa pelaku usaha mengaitkan keberhasilan usaha mereka dengan keistiqamahan dalam menjalankan etika Islam seperti tidak menggunakan riba, tidak menipu konsumen, dan menjaga kebersihan produk sesuai prinsip *halalan thayyiban*. Namun, penelitian juga menemukan bahwa penerapan tersebut masih bersifat parsial dan tergantung pada pemahaman individu pelaku usaha. Belum semua pelaku UMKM memahami secara mendalam konsep-konsep ekonomi Islam seperti *gharar*, *riba*, dan *maysir*. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih

luas dan pelatihan yang terstruktur masih sangat diperlukan untuk menyelaraskan operasional UMKM dengan prinsip-prinsip syariah secara menyeluruh.

Penerapan etika bisnis Islam dalam praktik UMKM di Kota Palopo didorong oleh sejumlah faktor pendukung internal dan eksternal. Secara internal, religiositas pelaku usaha menjadi faktor utama. Para pelaku usaha yang memiliki kesadaran beragama yang tinggi lebih terdorong untuk menerapkan prinsip etika Islam dalam setiap aktivitas bisnis. Selain itu, motivasi untuk memperoleh kepercayaan dari konsumen juga menjadi alasan penting. Kepercayaan ini berperan sebagai aset sosial yang mendukung loyalitas pelanggan dan memperluas jaringan pasar, baik secara langsung maupun melalui media digital seperti marketplace dan media sosial. Faktor pendukung eksternal antara lain adalah keberadaan komunitas keagamaan dan kegiatan sosial keislaman yang turut memperkuat jaringan sosial antarpelaku usaha, serta dukungan keluarga dalam membina usaha berbasis nilai-nilai kejujuran dan kerja keras. Namun, penerapan etika bisnis Islam juga menghadapi sejumlah hambatan. Pertama, masih rendahnya pemahaman dan literasi pelaku UMKM terhadap prinsip-prinsip etika bisnis Islam secara konseptual dan praktis. Kedua, kurangnya akses terhadap pembiayaan syariah, yang membuat pelaku UMKM seringkali terpaksa mengandalkan sumber keuangan konvensional yang belum tentu sesuai prinsip Islam. Ketiga, minimnya peran pemerintah dalam menyediakan fasilitas pendampingan, pelatihan, dan regulasi yang mendukung praktik bisnis berbasis syariah menjadi tantangan tersendiri. Selain itu, dalam beberapa kasus ditemukan bahwa tekanan ekonomi dan persaingan pasar membuat sebagian pelaku UMKM

tergoda untuk menyimpang dari prinsip etika, seperti manipulasi harga atau promosi yang menyesatkan. Hal ini mengindikasikan bahwa konsistensi terhadap etika bisnis Islam sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi dan lingkungan bisnis yang dihadapi.

Untuk memperkuat penerapan etika bisnis Islam dalam rangka mendorong keberlanjutan UMKM di Kota Palopo, diperlukan strategi yang bersifat edukatif, kolaboratif, dan struktural. Strategi edukatif dapat dilakukan melalui penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan secara berkala yang difasilitasi oleh lembaga pendidikan, pemerintah daerah, dan organisasi keagamaan. Materi pelatihan dapat mencakup prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam, fiqh muamalah, serta praktik-praktik bisnis syariah yang aplikatif. Peran perguruan tinggi seperti IAIN Palopo menjadi sangat strategis dalam mendesain kurikulum dan program pengabdian masyarakat yang menyoroti UMKM sebagai mitra binaan. Strategi kolaboratif melibatkan sinergi antara pelaku usaha, lembaga keuangan syariah, pemerintah, dan akademisi. Lembaga keuangan syariah dapat lebih aktif dalam memberikan akses pembiayaan mikro berbasis syariah yang mudah diakses UMKM. Pemerintah daerah diharapkan berperan dalam menciptakan ekosistem usaha yang etis dengan regulasi yang mendukung, serta memberikan penghargaan terhadap UMKM yang konsisten menerapkan prinsip syariah dalam usahanya. Strategi struktural juga penting, yaitu melalui pembentukan asosiasi atau komunitas UMKM berbasis syariah yang menjadi wadah edukasi, advokasi, dan saling berbagi pengalaman sukses. Komunitas ini juga dapat menjadi pengawas moral

antarpelaku usaha sehingga nilai-nilai etika bisnis Islam tidak hanya dijadikan slogan tetapi menjadi budaya kerja yang mengakar.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, ada beberapa saran yang dapat diberikan guna meningkatkan pengelolaan dan perkembangan UMKM di Kota Palopo secara lebih efektif dan berkelanjutan.

1. Disarankan bagi para pelaku UMKM untuk terus meningkatkan kemampuan mereka dalam bidang digital marketing dan penggunaan teknologi informasi agar mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan dari pemerintah maupun swasta dalam bidang digitalisasi usaha sangat diperlukan untuk membantu UMKM tetap relevan dan mampu beradaptasi dengan perkembangan tren pasar saat ini.
2. Pentingnya pelaku UMKM menjaga dan meningkatkan kualitas produk secara konsisten harus terus didukung melalui pelatihan peningkatan mutu dan inovasi produk. Hal ini bertujuan untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, serta menjaga keberlangsungan usaha dalam menghadapi tantangan persaingan.
3. Aspek keagamaan dan etika bisnis harus terus dipromosikan sebagai bagian integral dari pengelolaan usaha. Kegiatan keagamaan dan nilai-nilai kejujuran, amanah, serta tanggung jawab sosial dalam berbisnis adalah kunci membangun hubungan sosial yang solid, memperkuat citra usaha, dan menciptakan suasana usaha yang harmonis dan berkelanjutan. Oleh karena

itu, pelaku UMKM disarankan untuk aktif berpartisipasi dalam kegiatan sosial keagamaan dan mendukung komunitas sekitar sebagai bagian dari strategi memperkuat hubungan sosial dan memperlancar operasional usaha.

4. Disarankan agar pemerintah daerah dan lembaga terkait memberikan kemudahan akses terhadap pembiayaan yang berorientasi kepada pengembangan usaha kecil, serta menyediakan pendampingan dalam pengelolaan keuangan dan pengembangan usaha secara berkelanjutan. Pendampingan ini penting untuk membantu UMKM mengelola aset dan modal secara lebih efektif serta memanfaatkan peluang-peluang baru yang muncul dari pasar digital maupun tradisional.
5. Perlu adanya advokasi dan edukasi yang berkelanjutan terkait etika berbisnis dan pentingnya menjaga kepercayaan pelanggan sebagai fondasi keberhasilan usaha jangka panjang. Edukasi ini dapat dilakukan melalui pelatihan, seminar, maupun kegiatan alternatif lain yang menanamkan nilai-nilai kejujuran, tanggung jawab, dan berbagi keberkahan.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan UMKM di Kota Palopo dapat berkembang secara lebih stabil, berkelanjutan, dan mampu memberikan manfaat yang lebih besar tidak hanya bagi pelaku usaha, tetapi juga komunitas dan masyarakat secara umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, H., & Palisuri, P. (2021) " Karakteristik wirausaha terhadap keberlanjutan industri kuliner tradisional". Seminar Nasional Dan Call for Paper: Manajemen, Akuntansi Dan Perbankan, 403–410.
- Abuznaid, S dan Rice. (2022) "Business ethics in Islam: The glaring gap in practice. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management" 2(4), 278–288. <https://doi.org/10.1108/17538390911006340>.
- Ahmad Sarwat, Maqashid Syari'ah, (Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2021), h. 53.
- Ahmad, Mustaq. Etika Bisnis dalam Islam. Jakarta: Pustaka Al-Kaustar.2023
- Alfira Eka Fauziah, Titin Suprihatin, and Nanik Eprianti, (2022) "Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Tabungan Paket Lebaran Sembako," n.d., 147–54.
- Amalia, Siti. (2022) "Strategi Penjualan Produk Hni-Hpai Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iain Palopo)". Diss. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.
- Amanah, Dita dkk.(2022) "Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Tokopedia.com" di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan.Jurnal Pendidikan Akutansi. VOL. 2 No.2.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2022) Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukabumi: Jejak Publisher.Universitas Bakrie Repository+4.
- Anindita, R. (2020) " Etika Kepemimpinan dan Pengaruhnya terhadap Praktik CSR Perusahaan". Jurnal Arbah: Journal of Islamic Business and Economics, 2(1), 45Abrori, Moh. "Madinah : Jurnal Studi Islam" 11 (2024): 345–57.
- Adinda Thaliya, Muhammad Iqbal Fasa, Dan Suharto. "Iqtishaduna, Vol. XIINo. 1Juni 2021" XII (2021).
- Economic, Islamic, and Law Maret. "Al-Amwal : Journal of Islamic Economic

Law Maret, Vol.4, No. 1

<https://Ejournal.Iainpalopo.Ac.Id/Index.Php/Alamwal/Index>” 4, no. 1 (n.d.).

Fauziah, Alfira Eka, Titin Suprihatin, and Nanik Eprianti. “Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Tabungan Paket Lebaran Sembako,” n.d., 147–54.

Ilham, at all. “Pengaruh Modal, Digitalisasi Informasi Dan Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo.” *Jurnal of Islamic Economic and Business* 04 (2022): 23–36.

Iqbal, Riskun. “TiDIGITAL MARKETING PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAMtle,” n.d.

Irawati, Dyan. “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produk Umkm Tahu Di Desa Duren Kota Madiun” 3, no. 2 (2024).

Latifatunnisa, Hasna. “Teknik Analisis Data: Jenis, Contoh, Dan Langkah-Langkahnya.” RevoUpedia, 2022.

Lubis, Melati Br, Nur Khofifah Siregar, Sifa Maulida, and Wardatun Thaibah Marpaung. “Madani : Jurnal Ilmiah Multidisipline Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)” 1, no. 12 (2024): 93–97.

No, Volume, Juli Desember, Muhammad Haekal Yunus, Baharuddin Semmaila, and Ratna Dewi. “Journal of Management Science (JMS)” 3, no. 2 (2022).

Pada, Distribusi, Umkm Terhadap, and Profitabilitas Dalam. “(2) & 3)” 1, no. 4 (2022): 305–13.

Rahayu, Eka. “Jurnal Al-Istishna : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Optimalisasi Pengembangan UMKM Pendahuluan” 01, no. 02 (2025): 76–88.

Salmaa. “Pengertian, Isi, Dan Contoh Fokus Peneletian.” Deepublish, 2022.

Sarjana, Sri, Aprilina Susandini, Zul Azmi, Kania Ratnasari, Henny Noviany, and

Lis Setyowati. *Manajemen UMKM (Konsep Dan Strategi Di Era Digital)*,
First Edition (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022), n.d.

Suraiya, Nur. "Sharia Financial Management Alternative Sources In Encouraging Micro , Small , And Medium Enterprises Expansion In Indonesia" 2, no. 2 (2022): 113–25. <https://doi.org/10.33830/elqish.v2i2.3604.2022>.

Syafnidawaty. "OBSERVASI." Universitas Raharja, 2020.

Tbk, Gojek Tokopedia, Dynamic Showcase Ads, and Etika Bisnis Islam. "Konsep Maqashid Syariah Dalam Praktik Strategi Pemasaran Tiktok Dengan Landasan Etika Bisnis Islam" 1, no. 2 (2023): 79–94.
<https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i2.64>.

Wardokhi, Endang Ruhiyat, and Suripto. "Penerapan Konsep Pentuple Bottom Line Pada Umkm Di Kota Tangerang Selatan Dalam Mewujudkan Keberlanjutan Usaha." *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Ndongesia (JABISI)* 4, no. 2 (2023): 105–17.

–58. 2020 <https://doi.org/10.21580/arbah..2.1.10159>

Anonymous, "Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan UKM Provinsi Yogyakarta",
Tentang: Daftar Anggota Asosiasi Pengusaha Aluminium Yogyakarta.2022

Anoraga, Panji dan Janti, Soegiastuti (2003), Pengantar Bisnis Modern, Jakarta :
Pustaka Jaya

Aribawa, D. (2020) Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13.
<https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1>

Asafri Jaya Bakri, (2023) Konsep Maqashid Syariah Menurut al-Syatibi (Jakarta :
PT. Raja Grafindo Persada), h. 64-66

Asy-Syatibi. (1997). *Al-Muwafaqat fi Usul al-Shari'ah* (2 vols., edited by
Abdallah Darraz). Cairo: Dar al-Ma'arif.

- Beritasatu. Pemerintah Dorong UMKM Menuju Bisnis Berkelanjutan. Beritasatu.com. Diakses dari <https://www.beritasatu.com/ekonomi/umkm/2016/03/15/123456/pemerintah-dorong-umkm-menuju-bisnis-berkelanjutan>
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis. Ugm Press.
- Budiarto, Rachmawan, et al. Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis. Ugm Press, 2018.
- Burhanuddin (2020) “Analisis Administrasi dan Manajemen serta Kepemimpinan Guru di Indonesia.” Jakarta: Bumi Aksara.
- Dan Suharto Adinda Thaliya, Muhammad Iqbal Fasa, “Iqtishaduna, Vol. XI No. 1 Juni 2021” XII (2021).
- Denzin, N. K. The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods. Chicago, IL: Aldine.2020
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). Buku pegangan penelitian kualitatif SAGE (edisi ke-4). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.2020
- Distribusi Pada, Umkm Terhadap, and Profitabilitas Dalam, “2) & 3)” 1, no. 4 (2022): 305–13.
- Dyan Irawati, (2024) “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Produk Umkm Tahu Di Desa Duren Kota Madiun” 3, no. 2.
- Eka Rahayu, (2025) “Jurnal Al-Istishna : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Optimalisasi Pengembangan UMKM Pendahuluan” 01, no. 02: 76–88.
- Elkington, J. Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. Oxford: Capstone Publishing. 2020

- Erly Juliyani, (2020) “Etika Bisnis dalam Persepektif Islam”, Jurnal Ummul Qura VII, no. 1: 67-69.
- Fajrotul, N. Siti. (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada”KOPIMA AJA”. Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi. Vol.21. No. 1.
- Fasiha (2016) “Ekonomi Dan Bisnis Islam Dari Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam” Rajawali Pers.
- Fathurrahman, Rezki Amalia, and Saiful Muchlis. (2025) "Peran Keuangan Syariah Terhadap Etika Dan Moralitas Sebagai Solusi Pembangunan Yang Berkah” Miftahul Ulum 3.1: 1-8.
- Franz Magnis Suseno, Etika Dasar Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral, Pustaka Filsafat, Jakarta.2020
- Ghofar Shidiq, Teori Maqashid Al-Syariah dalam Hukum Islam, Jurnal: Sultan Agung, Vol XLIV No.118 Juni – Agustus 2021), h. 117
- Ghofar Shidiq, Teori Maqashid Al-Syariah dalam Hukum Islam, Jurnal: Sultan Agung, Vol XLIV No.118 Juni – Agustus 2021), h. 123-124
- Ghofar Shidiq, Teori Maqashid Al-Syariah dalam Hukum Islam, Jurnal: Sultan Agung, Vol XLIV No.118 Juni – Agustus 2021), h. 126
- Hadiyati, E. (2021) “Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil”. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 13(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.13.1.8-16>.
- Hasbi, Muhammad, Nurul Hidayah, and Siradjuddin Siradjuddin. (2025) "Pemikiran Ekonomi Awal: Konsep-Konsep Dasar dan Pengaruhnya Dalam Sejarah Ekonomi." AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584) 5.2: 110-123.
- Hasna Latifatunnisa, (2024) ‘Teknik Analisis Data: Jenis, Contoh, Dan Langkah-Langkahnya’, RevoUpedia, 2022 <<https://revou.co/panduan-teknis/teknik>

analisis-data#:~:text=Maryville University mendefinisikan analisis data,berguna dalam membuat keputusan bisnis.> [accessed 10 February].

Ibrahim, H., Amanah, S., Gani, D. S., & Purnaningsih, N. (2022) “Analisis keberlanjutan usaha pengrajin ekonomi kreatif kerajinan sutera di Provinsi Sulawesi Selatan”. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 23(3), 210–219.

Ika Yunia dan Abdul Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam (Perspektif Maqashid alSyariah)*, (Jakarta: PT. Adhitya Andrebina Agung, 2020), h. 119

Ika Yunia dan Abdul Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam (Perspektif Maqashid alSyariah)*, (Jakarta: PT. Adhitya Andrebina Agung, 2020), h. 43-46

Itsnaini Rahmah et al., “Kata Kunci:,” no. 2 (2020): 30–50.

Kementerian Wakaf dan Urusan Islam Kuwait, *al-Mawsu’ah al-Fiqhiyyah al Kuwaitiyyah*, vol. 39 (Kuwait: Kementrian Wakaf dan Urusan Islam Kuwait, 1427), vol. 40. h. 261

Khaliza, Rahmayati. (2024) “Analisis Peran Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pedagang Sembako Di Pasar Keude Lueng Putu, Kecamatan Bandar Baru, Kabupaten Pidie Jaya)”. Diss. UIN Ar-raniry.

Koerniawan, P. C., & Dewi, N. (2022) “ Pengaruh Etika Islam terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Studi Kasus pada PT. Agrindo Indah Persada di Kabupaten Bengkulu Tengah)”. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Kriyantono, R. (2020) “Teknik praktis riset komunikasi: Disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran”. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Kuat Ismanto, *Asuransi Perspektif Maqashid Asy-Syariah* (Yogyakarta Pustaka Pelajar, 2021),

Kuat Ismanto, Asuransi Perspektif Maqashid Asy-Syariah (Yogyakarta Pustaka Pelajar, 2021), h. 126

Lesmana, Rosa. t.t. (2022) “Pengaruh Kelengkapan Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi kasus pada toko Huding Cisauk Tangerang”. Jurnal pemasaran kompetitif, Vol.1 No.1.

Melati Br Lubis et al., (2024) “Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)” 1, no. 12 : 93–97.

Merieska & Meiyanto” Buku Kewirausahaan UMKM” 2021, Yogyakarta

Moh Abrori, “Madinah : Jurnal Studi Islam” 11 (2024): 345–57.

Muhammad Alwi, Muslimin H. Karra, Wahyuddin Abdullah, Muhammad Facrurrazy, (2016) “Konsep Maqsid AS Syariah Dalam Perbankan Syariah” Hukum Ekonomi Syariah, IAIN Palopo. <http://ejournal-iainpalopo.ac.id/alamwal>.

Moh. Mukri, (2022) “Aplikasi Konsep Maslahah al-Gazali pada Isu-isu Hukum Islam Kontemporer di Indonesia” (Yogyakarta : Idea Press Yogyakarta, h. 3

Moh. Toruquddin, Teori Maqashid Syariah Perspektif Al-Syatibi (Jurnal Syariah dan Hukum, Volume 6 Nomor 1, Juni 2023), h. 2

Moh. Toruquddin, Teori Maqashid Syariah Perspektif Al-Syatibi, Jurnal Syariah dan Hukum, Volume 6 Nomor 1, Juni 2020), h. 33

Moh. Toruquddin, Teori Maqashid Syariah Perspektif Al-Syatibi, Jurnal Syariah dan Hukum, Volume 6 Nomor 1, Juni 2020, h. 4

Muhammad Rafi Siregar and Ahmad Rifai, (2023) “Overcoming the Global Economic Crisis in The Perspective of Islamic Finance” 5, no. 3: 406–17.

Murtiningsih, Dewi, and Rona Tumiur Mauli Caroline. (2024) "Digitalisasi Umkm." Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) 7.3: 1387-1400.

- Nerdin dan Alifah Ratnawati, (2022) “Tingkat Customer Loyalty Berbasis Islamic Buisness Ethic Dan Brand Image”, Jurnal CBAM, Vol. 2 No. 1:383.
- Nerdin dan Alifah Ratnawati, (2022) “Tingkat Customer Loyalty Berbasis Islamic Buisness Ethic Dan Brand Image”, Jurnal CBAM, Vol. 2 No. 1:384.
- Nufus, Wulan Fitriya Khayatun, Tri Harning Rachmatika, and Dyah Ayu Retno Kinkin. (2024) "Penerapan Etika Pemasaran Islam Dalam Penggunaan Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)." *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 3.1: 11-23.
- Nur Haida et al., (2024) “Implementasi Sustainable Development Goals (SDGS) Di Indonesia Perspektif Ekonomi Islam Abstract ,” 11.
- Nur Suraiya, (2022) “Sharia Financial Management Alternative Sources In Encouraging Micro , Small , And Medium Enterprises Expansion In Indonesia” 2, no. 2: 113–25, <https://doi.org/10.33830/elqish.v2i2.3604.2022>.
- Nurhajjah Zulfa, Nila Nur Millah, Nuratin, dan Kartika Novitasari (2023) “Gojek Tokopedia Tbk, Dynamic Showcase Ads, and Etika Bisnis Islam”, “Konsep Maqashid Syariah Dalam Praktik Strategi Pemasaran Tiktok Dengan Landasan Etika Bisnis Islam” 1, no. 2: 79–94, <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i2.64>.
- Riskun Iqbal, (2021) “TiDIGITAL MARKETING PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAMtle,” n.d.
- Riyanto Syafnidawaty, ‘OBSERVASI’, Universitas Raharja, 2020
- Rohmah, Luthfiyana Hidayatu, and Taufiqur Rahman. (2023) "Penerapan Green Economy Di Desa Tanjungkalang Nganjuk Untuk Mewujudkan Sdgs Menurut Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo* 9.2: 479-491.

Salmaa, 'Pengertian, Isi, Dan Contoh Fokus Peneletian', Deepublish, 2022
<<https://penerbitdeepublish.com/pengertian-isi-dan-contoh-fokus-penelitian/>> [accessed 14 February 2024].

Sri Sarjana et al., (2022) "Manajemen UMKM (Konsep Dan Strategi Di Era Digital)", First Edition (Purbalingga: Eureka Media Aksara), n.d.

Steven, & Bahar, H. (2022) "Pengaruh literasi keuangan, modal usaha, dan teknologi informasi yang dimediasi oleh kinerja usaha terhadap keberlangsungan UMKM di Kota Batam pada masa pandemi COVID-19". Jurnal Ekonomi dan Keuangan, 6, 2028–2051.

Sugiarto. "Metodologi Penelitian Bisnis". Yogyakarta: Andi.2020

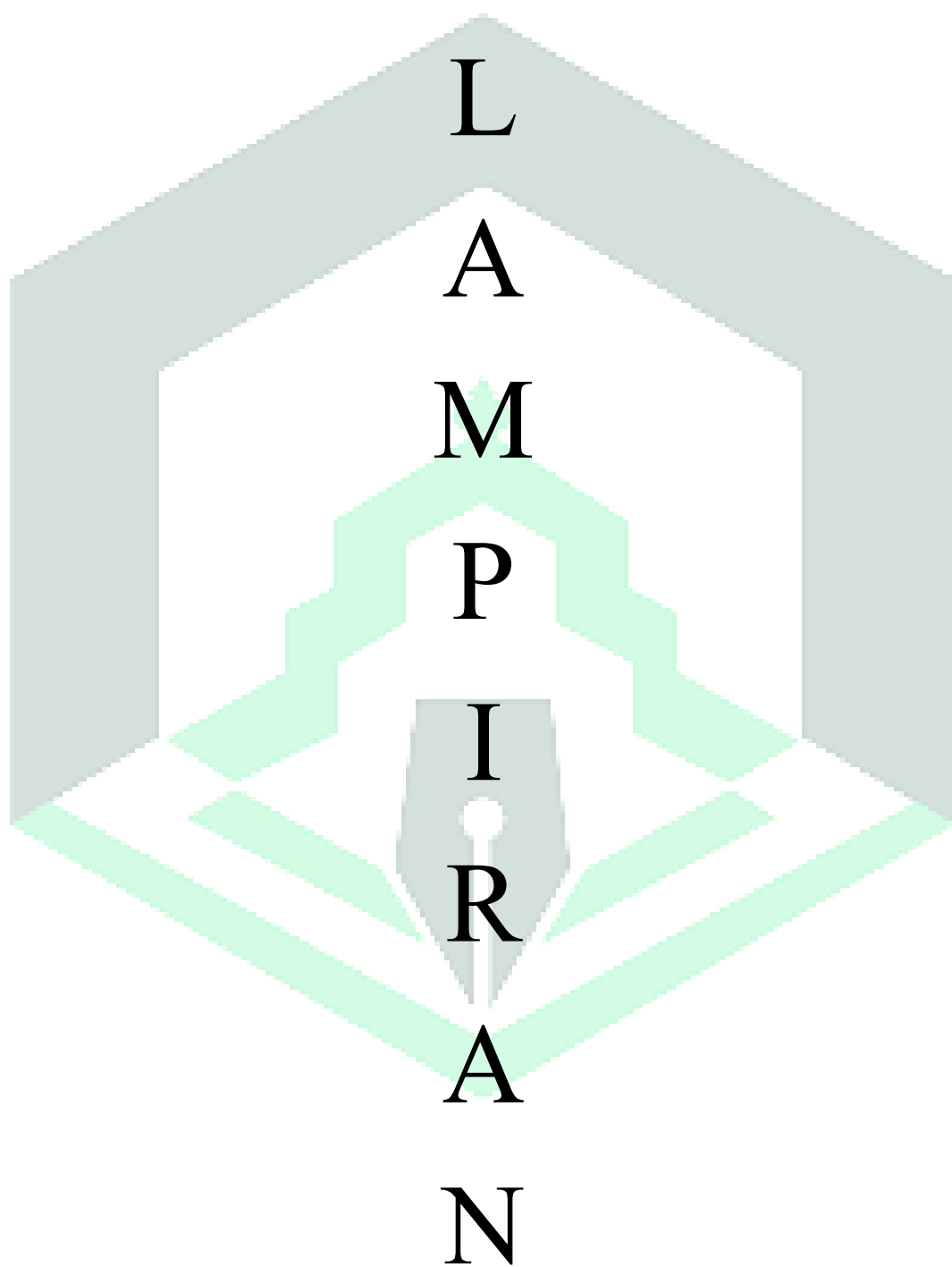
Sugiyono. Metode Penelitian, Kualitatif, dan R&D (Edisi Revisi ke-15). Bandung: Alfabeta. 2020

Suraiya, (2021) "Sharia Financial Management Alternative Sources In Encouraging Micro , Small , And Medium Enterprises Expansion In Indonesia."

Taseman Ratna Suraiya, Nashrun Jauhari, Niswatin (2024) " Membangun Ketahanan Keluarga Pasca Covid-19 Melalui Hukum Keluarga Islam Berbasis Maqasid Al-Shariah" CV. Global Aksara Pers Anggota IKAPI, Jawa Timur, 2021 No. 282/JTI/2021, Agustus 2024. Hal, 183

Volume No et al., "Journal of Management Science (JMS)" 3, no. 2 (2022).

Wardokhi, Endang Ruhiyat, and Suripto, (2023) "Penerapan Konsep Pentuple Bottom Line Pada Umkm Di Kota Tangerang Selatan Dalam Mewujudkan Keberlanjutan Usaha," Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Ndongesia (JABISI) 4, no. 2 (2023): 105–17, <http://ejournal-ibik57.ac.id/index.php/jabisi/article/view/1009>.



BUKTI WAWANCARA

LAMPIRAN 1 : Wawancara Ibu Anti pemilik toko Raja Oleh-Oleh, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Selatan, kota Palopo.



LAMPIRAN 2: Wawancara Ibu Hajja, stand Hajja Nur, JL. Manennungeng No. 147, Dangerakko, Kec. Wara Utara, kota Palopo.



LAMPIRAN 3: Wawancara Ibu Jinan, toko Jinan Herbal, JL. Poros JL. Andi Tadda No 45, Ponjalae, Kec. Wara Timur, kota Palopo.



LAMPIRAN 4: Wawancara Ibu Rani, toko Syukur Coffe & Tea, JL. Andi Pangerang No.123, Luminda, kec. Wara utara, kota Palopo.



LAMPIRAN 5: Wawancara Ibu Rina Kartika, toko Flowfifflower, JL. Andi Baso Rachim, tompotika, kec. Wara, kota Palopo.



LAMPIRAN 6: Wawancara Responden Pendukung dan Tambahan





LAMPIRAN 6: Kousioner Wawancara

1. Bagaimna anda memastikan bahwa pelanggan menndapatkan informasi yang benar tentang produk yang anda jual?
2. Apakah anda berusaha menjaga kepercayaan pelanggan dengan menjual produk yang berkualitas dan sesuai jaminan?
3. Seberapa penting bagi anda untuk selalu menyediakan produk yang berkualitas agar kepercayaan pelanggan tetap terjaga?
4. Apakah anda aktif dalam mesponsori atau mendukung kegiatan keagamaan seperti pengajian di lingkungan usaha anda?
5. Seberapa besar peran kegiatan keagamaan dalam mempererat hubungan persaudaraan di lingkungan usaha anda?
6. Apakah omzet usaha anda mengalami peningkatan dari tahun ke tahun serta mampu meningkatkan laba bersih?
7. Sejauh mana aset dan modal usaha anda berkembang seiring waktu sebagai indikator keberlanjutan keuangan?
8. Apakah usaha anda secata aktif mengembangkan dan menyesuaikan stratego pemasaran serta pengembangan produk untuk memperluas pasar?
9. Bagaimana usaha anda memanfaatkan peluang baru dan memperkuat posisi di pasar untuk mendukung pertumbuhan jangka panjang
10. Apakah terdapat perubahan dalam struktur organisasi dan sistem internal usaha anda guna mendukung pertumbuhan bisnis?
11. Sejauh mana usaha anda melakukan perluasan lokasi atau peningkatan kapasitas produksi sebagai bagian dari pertumbuhan struktual?
12. Apakah anda selalu memberikan informasi yang jujur dan transparan mengenai karateristik produk kepada pelanggan?

RIWAYAT HIDUP



Muh Arya Setya, Lahir pada tanggal 23 Agustus 2003 di Dusun Porodoo, Des. Mappedeceng, Kec. Mappedeceng, Kab. Luwu Utara. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Abdullah dan Ibu Jusriani, saat ini penulis bertempat tinggal di Dusun Porodoo, Des. Mappedeceng, Kec. Mappedeceng, Kab. Luwu Utara. Awal pendidikan penulis dimulai pada tahun 2009 di SDN 111 mappdeceng

yang selesai pada tahun 2015 dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan menengah di SMPN 2 Masamba, kemudian pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan Di SMKN 2 Luwu Utara dan berhasil selesai di tahun 2021. Lalu di tahun yang sama pula, penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi negeri di Kota Palopo, yakni Universitas Islam Negeri Palopo (UIN Palopo) melalui jalur UMPTKIN dengan mengambil jurusan Manajemen Bisnis Syariah pada tingkatan Strata 1 (S1). Selama berkuliah penulis mengikuti organisasi internal kampus yakni Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (HMPS MBS) periode 2023-2025.