

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PENGEMBANGAN UMKM GLOBAL HALAL INDUSTRI

Oleh:

Fatmi Itsnaini¹

Muzhirul Alam²

Hawa Gazani³

Muhammad Ersya Faraby⁴

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: JL. Raya Telang, Perumahan Telang Inda, Telang, Kec. Kamal, Kabupaten
Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: 220721100186@student.trunojoyo.ac.id,
220721100069@student.trunojoyo.ac.id, hawa.gazani@trunojoyo.ac.id,
ersya.faraby@trunojoyo.ac.id.

Abstract. *This study aims to analyze the application of Islamic business ethics in the development of halal Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) at the global level. The halal industry, as a strategic economic sector, is experiencing rapid growth along with increasing global awareness of the importance of consuming halal products. This study used a qualitative method with a library research approach through analysis of various relevant journals, books, and scientific documents. The results of the study indicate that Islamic business ethics, including the values of shiddiq (honor), amanah (trust), tabligh (discipline), and fathanah (prosperity), play a significant role in enhancing the reputation, consumer trust, professionalism, and competitiveness of halal MSME products in the global market. Consistent application of business ethics can create a productive work culture, improve product quality, and strengthen compliance with international halal standards. However, structural and operational challenges still hamper the optimal development of halal MSMEs. Therefore, strengthening strategies are needed, such as increasing sharia literacy, digitalizing halal processes, multi-stakeholder collaboration, and providing incentives for business actors. Overall, Islamic*

Received October 31, 2025; Revised November 14, 2025; November 26, 2025

*Corresponding author: 220721100186@student.trunojoyo.ac.id

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PENGEMBANGAN UMKM GLOBAL HALAL INDUSTRI

business ethics is not merely a normative guideline, but an effective strategy in building the sustainability and competitiveness of halal MSMEs in the global halal industry ecosystem.

Keywords: *Implementation of Islamic Business Ethics, Development of MSMEs; Global Halal Industry.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) halal pada tingkat global. Industri halal sebagai salah satu sektor ekonomi strategis mengalami perkembangan pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat dunia terhadap pentingnya konsumsi produk halal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan kajian pustaka (library research) melalui analisis berbagai jurnal, buku, dan dokumen ilmiah yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam meliputi nilai shiddiq, amanah, tabligh, dan fathanah berperan penting dalam meningkatkan reputasi, kepercayaan konsumen, profesionalisme, serta daya saing produk UMKM halal di pasar global. Penerapan etika bisnis yang konsisten mampu menciptakan budaya kerja yang produktif, meningkatkan kualitas produk, serta memperkuat kepatuhan terhadap standar halal internasional. Meskipun demikian, tantangan struktural dan operasional masih menghambat optimalisasi perkembangan UMKM halal. Oleh karena itu, diperlukan strategi penguatan seperti peningkatan literasi syariah, digitalisasi proses halal, kolaborasi multipihak, serta pemberian insentif bagi pelaku usaha. Secara keseluruhan, etika bisnis Islam bukan hanya pedoman normatif, tetapi merupakan strategi efektif dalam membangun keberlanjutan dan daya saing UMKM halal dalam ekosistem industri halal global.

Kata Kunci: Penerapan Etika Bisnis Islam, Pengembangan UMKM, Global Halal Industri.

LATAR BELAKANG

Industri halal pada era globalisasi modern mengalami pertumbuhan pesat di berbagai belahan dunia. Industri ini mencakup berbagai sektor seperti makanan dan

minuman, kosmetik, fashion, farmasi, dan layanan pariwisata serta keuangan Syariah, di mana kepatuhan terhadap standar syariah menjadi kunci keberhasilan. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi produk halal telah menjadikan industri ini sebagai salah satu sektor strategis dalam perdagangan internasional. Jumlah konsumen Muslim yang mencapai lebih dari 1,8 miliar jiwa di seluruh dunia menjadikan pasar halal sebagai peluang ekonomi global yang sangat besar (Abbas, 2025). Fenomena ini tidak hanya diminati oleh negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim, tetapi juga oleh negara-negara non muslim yang menyadari potensi ekonomi dari produk halal (Adinugraha et al., 2022).

Dalam konteks ekonomi modern yang semakin kompetitif, penerapan etika bisnis menjadi hal penting untuk menjaga keberlanjutan usaha dan reputasi perusahaan. Etika bisnis mencakup nilai-nilai kejujuran, keadilan, tanggung jawab sosial, serta transparansi dalam seluruh kegiatan ekonomi (Ulul Abshor C., 2024). Prinsip-prinsip tersebut sangat relevan dalam industri halal, karena kegiatan bisnis dalam sektor ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi semata, tetapi juga pada nilai-nilai moral dan kepatuhan terhadap syariah Islam. Penerapan etika bisnis yang baik mampu membentuk kepercayaan konsumen dan memperkuat citra positif perusahaan di pasar global (Alfarizi R. K., 2024).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan dalam menopang perekonomian nasional maupun global. Di Indonesia, UMKM berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan peningkatan produk domestik bruto (Siregar K., 2024). Namun, dalam konteks industri halal, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses terhadap sertifikasi halal, rendahnya literasi terhadap standar halal, serta kurangnya penerapan inovasi digital dalam proses produksi dan pemasaran (Nailul, 2024). Kondisi ini menyebabkan banyak UMKM halal yang belum mampu menembus pasar internasional secara optimal, padahal potensi pengembangan produk halal Indonesia sangat besar dan kompetitif di tingkat global (D. R. et al. Anwar, 2025).

Etika bisnis Islam berperan penting dalam menjawab tantangan tersebut. Dengan menerapkan nilai-nilai etika seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan, pelaku UMKM dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat daya saing produk halal Indonesia di pasar dunia (Ulul Abshor C., 2024). Selain itu, penerapan etika

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PENGEMBANGAN UMKM GLOBAL HALAL INDUSTRI

bisnis juga dapat mendorong terciptanya ekosistem halal yang berkelanjutan, karena setiap aktivitas bisnis dilakukan dengan mempertimbangkan nilai moral, sosial, dan lingkungan yang sejalan dengan prinsip maqashid syariah (Abbas, 2025).

Dengan demikian, penerapan etika bisnis dalam pengembangan UMKM global halal industri bukan hanya sebagai aspek tambahan, melainkan sebagai pondasi utama dalam membangun keunggulan kompetitif dan keberlanjutan bisnis. Etika bisnis menjadi elemen yang menyatukan kepentingan ekonomi, moral, dan spiritual, sehingga pengembangan UMKM halal tidak hanya menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap kemaslahatan umat dan reputasi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia (D. R. et al. Anwar, 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, perlu adanya kajian mengenai penerapan etika bisnis dalam pengembangan UMKM halal menjadi sangat penting dan relevan. Penelitian ini diperlukan untuk mengetahui sejauh mana prinsip etika bisnis telah diterapkan oleh UMKM halal di Indonesia, serta bagaimana penerapan tersebut berpengaruh terhadap peningkatan daya saing di pasar internasional. Selain memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur akademik di bidang etika bisnis halal, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan strategis bagi pemerintah dan pelaku usaha dalam merumuskan kebijakan dan strategi penguatan UMKM di pasar halal global.

KAJIAN TEORITIS

Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat prinsip moral, nilai, dan aturan perilaku yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, dan ijtihad ulama untuk mengatur aktivitas bisnis secara adil, jujur, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kemaslahatan. Etika bisnis Islam menekankan bahwa kegiatan ekonomi adalah bagian dari ibadah dan amanah yang harus dijalankan sesuai syariah (Puspita, 2024). Prinsip utamanya meliputi *tawhid* (kesatuan nilai), *amanah* (kejujuran), *'adl* (keadilan), *ihsan* (berbuat baik), serta larangan terhadap riba, maysir, dan gharar karena dapat merugikan pihak lain (AAOIFI, n.d.). Dalam praktik bisnis modern, etika bisnis Islam menjadi landasan penting bagi pelaku

usaha untuk menjaga integritas, kepatuhan halal, keseimbangan keuntungan, dan tanggung jawab sosial sehingga tercipta keberlanjutan usaha (Soediro, 2024).

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

UMKM adalah unit usaha produktif yang dikelompokkan berdasarkan aset dan omzet sebagaimana diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008. UMKM memiliki karakteristik modal kecil, manajemen sederhana, fleksibilitas tinggi, dan berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja serta pembentukan PDB nasional (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, 2008). Dalam konteks ekonomi syariah dan industri halal, UMKM menjadi aktor kunci dalam rantai pasok halal melalui produksi makanan, minuman, fashion, kosmetik, dan layanan halal lainnya (Noviyanti, 2025). Perkembangan UMKM yang konsisten, ditambah peningkatan literasi halal, memungkinkan UMKM menjadi pendorong utama pertumbuhan industri halal global. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM meliputi keterbatasan pembiayaan, akses pasar internasional, dan kewajiban memenuhi standar halal global (Ritonga, 2025).

Global Halal Industri

Global Halal Industry mencakup seluruh aktivitas ekonomi yang menghasilkan produk dan layanan halal, meliputi sektor makanan halal, fesyen halal, farmasi, kosmetik, pariwisata, logistik halal, hingga keuangan syariah (Noviyanti, 2025). Pertumbuhan industri halal global terus meningkat seiring tingginya populasi Muslim dunia dan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kehalalan, keamanan, kualitas, dan etika produksi. Laporan *State of the Global Islamic Economy* mencatat bahwa pengeluaran konsumen Muslim global untuk sektor halal terus bertumbuh dan mendorong terciptanya peluang ekspor bagi negara-negara produsen, termasuk Indonesia (DinarStandard & Refinitiv, 2020).

Industri halal global tidak hanya berbicara soal sertifikasi halal, tetapi juga *halal assurance*, keterlacakan rantai pasok, standar kualitas internasional, dan etika bisnis yang memadukan nilai-nilai keislaman serta keberlanjutan (Noviyanti, 2025). Implementasi etika bisnis Islam menjadi fondasi penting dalam menjaga integritas industri halal global,

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PENGEMBANGAN UMKM GLOBAL HALAL INDUSTRI

sehingga produk halal dapat diterima di berbagai pasar internasional dan memenuhi standar negara tujuan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kajian pustaka (*library research*). Metode ini dipilih karena penelitian berfokus pada pengumpulan dan analisis teori, konsep, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan mengenai penerapan etika bisnis dan pengembangan UMKM dalam industri halal global. Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui proses interpretatif, di mana data bersumber dari berbagai referensi ilmiah dan dokumen yang relevan (Sugiyono, 2019). Metode kajian pustaka memungkinkan peneliti untuk menelaah berbagai sumber literatur seperti buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, dan dokumen kebijakan guna memperoleh pemahaman teoretis dan konseptual secara komprehensif (Sugiyono, 2021). Dengan demikian, penelitian ini tidak mengumpulkan data lapangan, melainkan mengkaji hasil-hasil penelitian yang telah ada untuk menemukan pola, kesenjangan penelitian (*research gap*), serta arah pengembangan konsep penerapan etika bisnis dalam UMKM halal secara global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil telaah dari berbagai literatur, ditemukan bahwa penerapan etika bisnis dalam pengembangan UMKM halal global memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Etika bisnis tidak hanya berfungsi sebagai norma moral, tetapi juga sebagai fondasi nilai syariah yang mengarahkan perilaku pelaku usaha menuju keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip etika Islam seperti *shiddiq* (kejujuran), *amanah* (tanggung jawab), *tabligh* (transparansi), dan *fathanah* (kecerdasan dalam keputusan bisnis) berkontribusi pada peningkatan kepercayaan konsumen global terhadap produk halal UMKM (Adinugraha M. K.; Andrean, R., 2024).

Selain itu, hasil kajian juga memperlihatkan bahwa sektor UMKM halal memiliki potensi ekonomi besar dalam rantai pasok industri halal global, terutama pada subsektor makanan dan minuman, fashion, kosmetik, dan pariwisata halal. Namun, sebagian besar

UMKM masih menghadapi tantangan etika dalam praktik bisnis seperti kurangnya transparansi harga, kualitas produk yang tidak konsisten, dan rendahnya literasi halal (Ahmad S., 2021). Dengan demikian, penerapan etika bisnis yang konsisten tidak hanya berdampak pada peningkatan nilai moral pelaku usaha, tetapi juga mampu meningkatkan reputasi dan daya saing global UMKM dalam ekosistem industri halal dunia.

Etika Bisnis Islam sebagai Dasar Pengembangan UMKM Halal

Etika bisnis Islam merupakan fondasi yang kuat, yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah, dengan penekanan utama pada prinsip-prinsip kejujuran, keadilan, serta tanggung jawab sosial dalam setiap kegiatan ekonomi. Nilai-nilai ini tidak hanya menjadi landasan moral, tetapi juga pilar penting untuk membangun integritas dan kepercayaan masyarakat terhadap produk halal. Misalnya, dalam praktik sehari-hari, seorang pengusaha Muslim diharapkan untuk menghindari riba, penipuan, atau eksploitasi, yang secara langsung mendukung keberlanjutan bisnis yang etis.

Menurut penelitian Huda dan Nasution 2021, implementasi etika bisnis Islam dapat mendorong pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk menjalankan bisnis mereka secara lebih profesional dan selaras dengan prinsip syariah. Hal ini berarti UMKM tidak hanya fokus pada profit semata, tetapi juga pada aspek seperti kualitas produk, kesejahteraan karyawan, dan dampak positif terhadap lingkungan. Dalam skala global, industri halal semakin berkembang, dan etika bisnis menjadi indikator krusial untuk sertifikasi halal serta branding keberlanjutan (Huda & Nasution, 2021). Konsumen internasional, kini lebih memperhatikan nilai moral dan tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga bisnis yang mengabaikan aspek ini berisiko kehilangan pangsa pasar. Oleh karena itu, upaya pembinaan UMKM perlu diorientasikan pada penguatan karakter etis dan peningkatan literasi halal. Ini bisa dilakukan melalui pelatihan tentang prinsip-prinsip Islam dalam bisnis, seperti zakat dan sedekah yang mendorong distribusi kekayaan yang adil, serta edukasi tentang standar halal internasional. Dengan demikian, UMKM tidak hanya berkontribusi pada ekonomi syariah, tetapi juga membangun ekosistem bisnis yang lebih inklusif dan berkelanjutan di tingkat global.

Peran Etika Bisnis terhadap Daya Saing UMKM Halal Global

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PENGEMBANGAN UMKM GLOBAL HALAL INDUSTRI

Dalam era globalisasi, UMKM yang menerapkan prinsip etika bisnis Islam terbukti lebih adaptif dalam menghadapi tantangan pasar global yang semakin kompetitif. Hal ini karena etika bisnis tidak hanya membentuk fondasi moral, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif melalui praktik yang transparan dan berkelanjutan. Misalnya, kejujuran dalam pelabelan halal, keterbukaan informasi produk, serta komitmen terhadap kualitas tinggi merupakan elemen kunci yang memperkuat kepercayaan konsumen dan loyalitas merek.

Penelitian Wahab dan Jaafar 2022 menunjukkan bahwa konsumen, terutama di pasar internasional, lebih memilih produk dari UMKM yang menjunjung tinggi nilai-nilai ini, karena hal tersebut mengurangi risiko penipuan dan memastikan kepuasan jangka panjang. Selain itu, etika bisnis Islam berkontribusi pada peningkatan efisiensi internal UMKM dengan menciptakan budaya kerja yang disiplin, bertanggung jawab, dan adil. Budaya ini mendorong karyawan untuk bekerja lebih produktif, bukan hanya karena insentif finansial, tetapi juga karena nilai moral yang dianut (Wahab A., 2022). Perusahaan yang menanamkan etika bisnis memiliki tingkat produktivitas yang lebih tinggi, di mana karyawan termotivasi oleh prinsip-prinsip seperti keadilan dan tanggung jawab sosial, yang pada akhirnya mengurangi turnover dan meningkatkan kualitas output. Hal ini sejalan dengan prinsip maqashid syariah, yang menekankan kemaslahatan dan keseimbangan harmonis antara keuntungan ekonomi dengan nilai-nilai spiritual, seperti perlindungan terhadap eksploitasi dan promosi kesejahteraan masyarakat (Abdussama, 2021).

Dalam konteks ini, UMKM yang mengintegrasikan etika bisnis Islam tidak hanya mampu bertahan di pasar global, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang inklusif. Misalnya, praktik seperti pembagian keuntungan yang adil atau investasi dalam program sosial dapat menarik investor dan mitra internasional. Oleh karena itu, pembinaan UMKM perlu difokuskan pada pendidikan etika melalui workshop dan sertifikasi, agar mereka dapat mengoptimalkan potensi ini untuk pertumbuhan jangka panjang. Penelitian ini menegaskan bahwa etika bisnis bukan sekadar norma, melainkan strategi bisnis yang efektif di era digital dan global.

Tantangan Penerapan Etika Bisnis pada UMKM Halal

Meskipun industri halal memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, sebagian besar UMKM halal di negara berkembang masih dihadapkan pada hambatan serius yang menghambat kemajuan mereka. Tantangan utama meliputi keterbatasan modal yang sering kali membuat UMKM kesulitan untuk berinvestasi dalam teknologi atau bahan baku berkualitas tinggi, literasi halal yang rendah di kalangan pelaku usaha sehingga mereka kurang memahami standar sertifikasi internasional, lemahnya sistem pengawasan internal yang meningkatkan risiko pelanggaran etika, serta tekanan kompetisi global dari pemain besar yang memiliki akses lebih luas ke pasar (Yusof, 2023). Misalnya, di Indonesia sebagai salah satu negara dengan populasi Muslim terbesar, banyak UMKM halal masih bergantung pada modal pribadi atau pinjaman informal, yang membuat mereka rentan terhadap fluktuasi ekonomi dan kesulitan dalam memperluas jangkauan pasar.

Selain itu, sebagian pelaku UMKM masih menganggap penerapan etika bisnis Islam sebagai beban tambahan yang membebani biaya operasional, bukan sebagai investasi jangka panjang yang dapat meningkatkan keberlanjutan usaha. Persepsi ini sering muncul karena kurangnya pemahaman tentang manfaat etika dalam membangun reputasi dan loyalitas konsumen. Keberhasilan suatu sistem ekonomi sangat bergantung pada keselarasan antara nilai moral dan perilaku ekonomi, di mana etika bisnis dapat mengurangi risiko hukum, meningkatkan efisiensi, dan membuka peluang kemitraan global. Tanpa integrasi nilai-nilai ini, UMKM halal berisiko tertinggal dalam persaingan, terutama di era digital di mana konsumen semakin kritis terhadap transparansi dan keberlanjutan.

Oleh karena itu, diperlukan pendekatan edukatif dan kolaboratif yang komprehensif untuk menanamkan nilai etika pada sektor UMKM halal. Ini dapat dilakukan melalui program pelatihan intensif tentang prinsip syariah, pendampingan oleh lembaga sertifikasi halal, serta kebijakan pemerintah yang mendukung insentif fiskal bagi UMKM yang mematuhi standar etika. Misalnya, kolaborasi antara pemerintah, universitas, dan asosiasi bisnis dapat menciptakan ekosistem pendidikan yang inklusif, seperti workshop reguler dan platform digital untuk berbagi praktik terbaik. Penelitian ini

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PENGEMBANGAN UMKM GLOBAL HALAL INDUSTRI

menunjukkan bahwa dengan strategi ini, UMKM halal di negara berkembang tidak hanya dapat mengatasi hambatan, tetapi juga berkontribusi signifikan pada ekonomi syariah global yang lebih kuat dan berkelanjutan.

Strategi Penguatan Etika Bisnis dalam Pengembangan Industri Halal Global

Strategi yang dapat diterapkan meliputi:

1. Peningkatan literasi etika bisnis syariah, melalui pelatihan dan pendidikan kewirausahaan berbasis nilai Islam.
2. Digitalisasi dan transparansi informasi halal, agar proses bisnis lebih terbuka dan terpercaya.
3. Kolaborasi antara UMKM, pemerintah, dan lembaga halal internasional untuk memperluas jaringan dan standar etika global.
4. Insentif moral dan finansial bagi pelaku usaha yang konsisten menerapkan prinsip etika bisnis Islam.

Etika bisnis Islam menjadi strategi yang efektif dalam pengembangan industri halal karena mampu memperkuat kepercayaan, transparansi, dan keberlanjutan usaha. Kepercayaan konsumen terhadap produk halal meningkat ketika pelaku usaha menerapkan nilai kejujuran, amanah, serta keterbukaan informasi dalam proses produksi. Dalam konteks pemasaran global, etika bisnis juga terbukti mendorong reputasi dan memperkuat *brand image* produk halal (Ali R., 2021). Penerapan etika Islam mendorong kepatuhan terhadap standar halal nasional maupun internasional dengan mencegah praktik *gharar* dan penipuan (Yunus & Hashim, 2023).

Selain itu, etika bisnis Islam mendukung keberlanjutan dan tata kelola rantai pasok yang baik dalam industri halal global (D. R. Anwar et al., 2025). Pada tingkat UMKM, penerapan etika bisnis Islam mampu meningkatkan kualitas produk, profesionalitas, dan nilai tambah dalam bentuk produk yang *halal* sekaligus *thayyib* (Sofyan & Nuryana, 2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil telaah literatur, penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam memiliki peran strategis dalam memperkuat daya saing dan keberlanjutan UMKM halal di tingkat global. Etika bisnis tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga sebagai kerangka nilai syariah yang membentuk perilaku usaha yang jujur, adil, dan bertanggung jawab. Nilai-nilai seperti *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah* terbukti meningkatkan kepercayaan konsumen, memperbaiki kualitas layanan, serta memperkuat reputasi produk halal UMKM dalam pasar internasional. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa integrasi nilai etika Islam mampu mendorong profesionalisme UMKM, meningkatkan efisiensi operasional, serta menciptakan budaya kerja yang produktif berbasis tanggung jawab sosial.

Meskipun demikian, UMKM halal di berbagai negara berkembang masih menghadapi tantangan serius, termasuk keterbatasan modal, rendahnya literasi halal, minimnya transparansi dalam rantai pasok, serta lemahnya pengawasan internal yang meningkatkan potensi pelanggaran etika. Tantangan ini menegaskan bahwa etika bisnis harus didukung oleh edukasi yang kuat, pendampingan sertifikasi halal, dan kebijakan pemerintah yang memfasilitasi kematangan ekosistem industri halal.

Saran

Strategi penguatan etika bisnis secara komprehensif melalui peningkatan literasi syariah, digitalisasi proses halal, kolaborasi multipihak, serta pemberian insentif moral dan finansial dapat membantu UMKM bertransformasi menjadi pelaku usaha halal yang kompetitif, transparan, dan berkelanjutan. Secara keseluruhan, etika bisnis Islam bukan sekadar nilai normatif, tetapi merupakan strategi efektif yang memperkuat kepercayaan, meningkatkan kualitas, dan memastikan keberlanjutan industri halal di tingkat global. Demikian pula, penulis juga sangat disarankan untuk memberikan ulasan terkait keterbatasan penelitian, serta rekomendasi untuk penelitian yang akan datang.

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PENGEMBANGAN UMKM GLOBAL HALAL INDUSTRI

DAFTAR REFERENSI

- AAOIFI. (n.d.). *Shariah Standards Overview*.
- Abbas, H. (2025). Optimalisasi Strategi Pemasaran Produk Halal pada UMKM: Pendekatan Etika Bisnis Syariah. In *ShariaBiz: Jurnal Bisnis dan Keuangan Syariah*.
- Abdussama, Z. (2021). *Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Adinugraha M. K.; Andrean, R., H. H. . F. (2024). Halal industry, digital economy, and creative economy: challenges and opportunities for MSMEs in Indonesia. In *Journal of Islamic Economics, Management, and Business*.
- Adinugraha, H. H., Sartika, M., & Rahmawati, E. (2022). Industri halal di Indonesia: Potensi dan tantangan dalam ekonomi global. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(2), 45–56.
- Ahmad S., N. . R. (2021). Islamic Business Ethics and Its Role in Sustainable Halal Entrepreneurship. *Journal of Islamic Economics Studies*.
- Alfarizi R. K., M. . H. (2024). Meningkatkan Transformasi Digital dan Keberlanjutan pada UMKM Kuliner Halal Indonesia: Studi Pemodelan Kinerja. In *Journal of Religious Policy*.
- Ali R., F. . A. (2021). Ethical Branding in the Global Halal Market: Challenges and Opportunities. *Journal of Halal Industry*.
- Anwar, D. R. et al. (2025). Membangun Ekosistem Halal yang Berkelanjutan: Peran Regulasi, Digitalisasi, dan Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Pasar Global. *Jurnal Tana Mana*.
- Anwar, D. R., Hakim, L., & Mansoor, A. (2025). Halal Value Chain Governance and Ethics in the Global Halal Industry. *International Journal of Halal Studies*, 6(1), 22–38.
- DinarStandard, & Refinitiv. (2020). *State of the Global Islamic Economy Report 2020/2021*. DinarStandard.
- Huda, N., & Nasution, A. (2021). *Digital Banking: Perkembangan dan Tantangan di Indonesia*. Pustaka Mandiri.

- Nailul, M. (2024). Implementation of Sharia Principles in Managing Halal Certified MSME Business. In *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Noviyanti, R. (2025). Halal Industry Growth: Economic Opportunities and *JIEBI*.
- Puspita, Y. (2024). Application of Islamic Business Ethics in *Asy-Syukriyyah Journal*.
- Ritonga, R. S. (2025). The influence of regulation, halal awareness, and business prospects on MSME decisions to obtain halal certification. *IJEB*.
- Siregar K., F. A. . R. (2024). UMKM Participation in Halal Industry: The Legal Framework and Opportunities. In *Jurnal Ilmiah Islam Futura*.
- Soediro, A. (2024). *Understanding the Islamic Business Ethics in BMT Operations*. Universitas A.
- Sofyan, R., & Nuryana, I. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Penguatan Kompetensi UMKM Halal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 10(1), 78–89.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Ulul Abshor C., M. N. . W. (2024). Implementation of Islamic Business Ethics in the Production Process: A Case Study in the Berkah Abadi UMKM Industry. In *Jurnal Sharia Economica*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (2008).
- Wahab A., N. . J. (2022). The Impact of Islamic Ethics on Halal SME Competitiveness in ASEAN Region. *Halal Management Journal*.
- Yunus, N., & Hashim, M. (2023). Islamic Ethical Principles and Their Impact on Halal Business Performance. *Journal of Islamic Marketing*, 14(3), 501–518.
- Yusof, R. et al. (2023). Challenges of Implementing Business Ethics in Global Halal SMEs. *Asian Journal of Islamic Management*.