

Pengaruh Pemahaman Ekonomi Syariah terhadap Perilaku Bisnis UMKM Fashion Muslimah di Pasar Tradisional Ramayana Pekanbaru

Marro'aini*

Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Al-Kifayah Riau

Email: marroaini51@gmail.com

*Corresponding Author

Publish: 24 Juli 2026

Abstract. This study aims to examine the effect of Islamic economic literacy on the business behavior of Muslim fashion micro, small, and medium enterprises (MSMEs). A quantitative research approach was employed, involving 40 Muslim fashion MSME owners selected through an accidental sampling technique. Data were collected using a structured questionnaire that had been tested for validity and reliability. The data were analyzed using simple linear regression to determine the effect of Islamic economic literacy on business behavior. The findings reveal that Islamic economic literacy has a positive and statistically significant effect on the business behavior of Muslim fashion MSMEs. The resulting regression equation is $Y = 23.741 + 0.654X$, indicating that each one-unit increase in Islamic economic literacy is associated with a 0.654-unit increase in business behavior. Furthermore, the coefficient of determination (R^2) of 0.524 indicates that 52.4% of the variation in business behavior can be explained by Islamic economic literacy, while the remaining 47.6% is attributable to other factors outside the research model. These findings highlight the importance of enhancing Islamic economic literacy among Muslim fashion MSME owners as a foundation for implementing business practices that are consistent with Islamic principles.

Keywords: Islamic Economics; Business Behavior; Muslim Fashion MSMEs; Islamic Economic Literacy.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman ekonomi syariah terhadap perilaku bisnis UMKM fashion Muslimah. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 40 pelaku UMKM Muslimah yang dipilih melalui teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data menggunakan regresi linear sederhana untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemahaman ekonomi syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku bisnis UMKM Muslimah. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 23,741 + 0,654X$ dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,524. Hal ini menunjukkan bahwa 52,4% variasi dalam perilaku bisnis dapat dijelaskan oleh pemahaman ekonomi syariah, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan pentingnya peningkatan literasi ekonomi syariah bagi pelaku UMKM Muslimah sebagai dasar dalam menjalankan praktik bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, sehingga mendorong tumbuhnya ekosistem ekonomi yang beretika dan berkelanjutan. Selain itu, diperlukan penelitian lanjutan yang dapat mengeksplorasi variabel-variabel lain yang memengaruhi perilaku bisnis UMKM Muslimah seperti motivasi religius, dukungan lingkungan sosial, dan akses terhadap pembiayaan syariah.

Kata Kunci: Ekonomi Syariah, Perilaku Bisnis, Fashion Muslimah, Regresi sederhana, UMKM

PENDAHULUAN

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terus memainkan peran sentral dalam pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia, tidak hanya dalam hal kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB), tetapi juga dalam penciptaan lapangan kerja dan pengentasan kemiskinan (Afif, 2024). Salah satu subsektor yang berkembang pesat adalah fashion Muslimah, yang mencerminkan pertumbuhan gaya hidup Islami di kalangan masyarakat urban. Di Kota Pekanbaru, UMKM fashion Muslimah mengalami perkembangan signifikan, terutama melalui pasar-pasar tradisional yang menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat kelas menengah dan pelaku usaha perempuan Muslimah (Damanik, 2024). Pasar tradisional tidak hanya menjadi ruang ekonomi, tetapi juga arena sosial dan kultural di mana nilai-nilai agama, budaya lokal, dan interaksi ekonomi bersatu.

Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap nilai-nilai keislaman, konsep ekonomi syariah semakin mendapat perhatian sebagai kerangka etis dan normatif dalam kegiatan bisnis. Memahami ekonomi syariah menjadi penting dalam membentuk perilaku bisnis yang tidak hanya mengejar keuntungan material, tetapi juga mempertimbangkan tanggung jawab sosial dan spiritual (Mubarok & Nurjaman, 2024). Ekonomi syariah mengintegrasikan ajaran Islam dalam aktivitas ekonomi dengan menekankan prinsip keadilan, kejujuran, transparansi, serta penghormatan terhadap hak-hak individu dan masyarakat. Pemahaman ini mempengaruhi perilaku bisnis dengan memandu pengambilan keputusan agar selaras dengan nilai-nilai Islam, dan memastikan bahwa praktik bisnis berjalan secara etis dan bertanggung jawab (Ilmi et al., 2025).

Dalam kerangka ekonomi syariah, keberadaan hukum dan regulasi memiliki peranan penting dalam mengatur operasional bisnis. Prinsip-prinsip seperti larangan terhadap riba (bunga), gharar (ketidakpastian berlebihan), dan maysir (perjudian) menjadi dasar pembentukan aktivitas ekonomi yang adil dan bermartabat (Fufut Fitriy et al., 2024). Nilai-nilai ini tidak hanya membentuk hukum, tetapi juga membangun sistem etika bisnis dan perilaku konsumen yang mendukung keadilan sosial. Dalam praktiknya, konsumen Muslim juga diharapkan menjauhi produk atau jasa yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, seperti produk berbahan alkohol atau daging babi (Muttaqin & Nursamsi, 2024).

Lebih dari sekadar kepatuhan terhadap hukum, ekonomi syariah juga menekankan bahwa tujuan ekonomi bukan hanya keuntungan finansial semata, melainkan juga keuntungan spiritual (Yanti et al.,

2024). Artinya, bisnis yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah harus mampu memberikan manfaat sosial dan keberkahan, serta menjaga integritas dalam setiap transaksi. Integrasi nilai-nilai syariah dalam kegiatan usaha juga berpeluang meningkatkan kinerja bisnis, baik melalui kolaborasi dengan lembaga keuangan Islam maupun melalui penggunaan teknologi yang sejalan dengan nilai-nilai Islam (Santri, 2024).

Meski demikian, implementasi prinsip ekonomi syariah dalam praktik bisnis UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya dukungan kelembagaan, serta tekanan kompetitif dari pasar yang lebih luas (Mardiansyah & Syafril, 2024). Tantangan ini diperparah oleh masih rendahnya pemahaman teoretis dan praktis pelaku usaha terhadap prinsip-prinsip syariah. Selain itu, kompleksitas regulasi dan ekspektasi konsumen di tingkat lokal dan global menjadikan kepatuhan syariah semakin sulit dijaga secara konsisten (Noviyanti et al., 2024). Oleh karena itu, penting untuk menghadirkan kajian yang mampu menjawab persoalan implementasi nilai-nilai ekonomi Islam dalam konteks riil, khususnya di sektor UMKM fashion Muslimah.

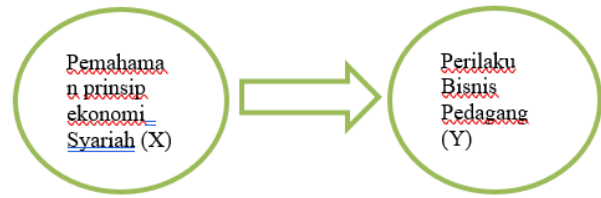
Permasalahan yang muncul kemudian adalah sejauh mana pemahaman ekonomi syariah benar-benar memengaruhi perilaku bisnis para pelaku UMKM Muslimah di Pekanbaru. Meskipun terdapat pertumbuhan positif UMKM berbasis Islam dan kesadaran nilai-nilai syariah meningkat, praktik bisnis yang dijalankan masih sering menunjukkan ketidakkonsistenan dengan prinsip-prinsip tersebut. Pelaku usaha sering kali beroperasi secara pragmatis tanpa basis nilai yang kokoh, sehingga berpotensi terjadi pelanggaran etika bisnis, seperti praktik harga yang tidak adil, kurangnya transparansi, dan pengabaian tanggung jawab sosial. Dalam konteks ini, perlu dilakukan kajian mendalam mengenai keterkaitan antara pemahaman ekonomi syariah dan bentuk-bentuk perilaku bisnis yang diterapkan di lapangan.

Tinjauan literatur menunjukkan bahwa mayoritas penelitian sebelumnya lebih menekankan pada pengaruh ekonomi syariah dalam sektor keuangan formal seperti perbankan dan asuransi (Thamrin & Athief, 2021). Sektor UMKM, khususnya UMKM perempuan di sektor fashion Muslimah, masih relatif terpinggirkan. Penelitian kontekstual yang menelaah interaksi antara nilai, hukum, etika, dan praktik bisnis dalam lingkungan pasar tradisional juga sangat terbatas. Terlebih lagi, belum ada kajian spesifik di Kota Pekanbaru yang menelusuri secara

sistematis hubungan antara pemahaman ekonomi syariah dan perilaku bisnis UMKM Muslimah. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dan memperluas horizon kajian ekonomi Islam ke sektor informal dan komunitas akar rumput. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis secara empiris sejauh mana pemahaman ekonomi syariah memengaruhi perilaku bisnis para pelaku UMKM fashion Muslimah di Pasar Tradisional Ramayana Pekanbaru. Adapun kebaruan (novelty) dari penelitian ini terletak pada pendekatannya yang menyoroti UMKM Muslimah sebagai subjek ekonomi yang aktif dan bernilai strategis, serta pada fokusnya terhadap pasar tradisional yang selama ini kurang tereksplorasi dalam literatur akademik ekonomi Islam. Penelitian ini juga menekankan pentingnya nilai sebagai pondasi perilaku ekonomi yang berkelanjutan, dan menawarkan rekomendasi praktis bagi pemangku kepentingan dalam merancang program pembinaan UMKM berbasis syariah yang kontekstual, aplikatif, dan memberdayakan. Dengan demikian, kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis terhadap pengembangan ekonomi Islam di sektor non-keuangan yang selama ini belum sepenuhnya tergarap secara maksimal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif korelasional. Desain ini dipilih untuk mengkaji hubungan antara pemahaman prinsip ekonomi Islam dan Perilaku bisnis para pedagang di Pasar Tradisional Ramayana Pekanbaru. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel tanpa melakukan manipulasi terhadapnya.



Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang aktif yang berjualan di Pasar Tradisional Ramayana Pekanbaru. Sampel diambil sebanyak 40 responden dengan menggunakan teknik sampling aksidental, yaitu metode pengambilan sampel non-probabilitas di mana responden yang dijumpai secara langsung di lokasi penelitian dan bersedia mengisi kuesioner dijadikan sebagai sampel.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan angket terstruktur yang disusun berdasarkan kerangka konsep prinsip ekonomi Islam dan etika bisnis. Angket terdiri dari dua bagian utama. Bagian pertama berisi data demografis responden seperti usia, jenis kelamin, dan lama berdagang. Bagian kedua berisi pernyataan-pernyataan terkait pemahaman ekonomi Islam sebagai variabel bebas dan etika bisnis sebagai variabel terikat, dengan skala Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju).

Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment untuk mengetahui sejauh mana setiap item dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner memiliki nilai korelasi yang signifikan, sehingga dinyatakan valid. Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach untuk mengukur konsistensi internal antar-item dalam kuesioner. Nilai Alpha Cronbach yang diperoleh menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengumpulan data.

Gambar: Variabel Penelitian

Tabel 1: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel (N = 40, $\alpha = 0,05$)	Keterangan
Pemahaman Prinsip Ekonomi Islam (X)	Pemahaman prinsip dasar ekonomi Islam	0,615	0,312	Valid
	Pengetahuan tentang larangan riba	0,638	0,312	Valid
	Pemahaman akad jual beli sesuai syariah	0,602	0,312	Valid
	Pemahaman zakat dalam bisnis	0,589	0,312	Valid

	Prinsip kejujuran dan halal dalam memperoleh keuntungan	0,667	0,312	Valid
Perilaku Bisnis Pedagang (Y)	Kejujuran dalam bertransaksi	0,644	0,312	Valid
	Keadilan dalam penetapan harga	0,626	0,312	Valid
	Menghindari penipuan atau gharar	0,651	0,312	Valid
	Amanah dan tanggung jawab	0,632	0,312	Valid
	Tanggung jawab sosial (zakat/sedekah)	0,660	0,312	Valid

Uji validitas dilakukan dengan korelasi product moment Pearson, menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel (r -tabel = 0,312 untuk $N = 40$ dan $\alpha = 0,05$), sehingga dinyatakan valid. Sementara itu, uji reliabilitas menggunakan rumus Cronbach's Alpha menghasilkan nilai sebesar 0,812, yang menunjukkan bahwa instrumen tersebut reliabel karena melebihi ambang batas 0,70.

Teknik analisis data dilakukan melalui dua tahap utama. Tahap pertama adalah analisis deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan profil responden dan distribusi jawaban dari masing-masing variabel yang diteliti. Data disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan persentase sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai karakteristik data. Tahap kedua adalah analisis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis data dalam penelitian ini disajikan dalam dua tahap, yaitu analisis deskriptif kuantitatif dan analisis regresi linear sederhana. Pada tahap pertama, analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menggambarkan profil responden dan distribusi jawaban terhadap masing-masing variabel. Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa mayoritas responden berusia antara 31 hingga 40 tahun, dengan tingkat pendidikan terakhir sebagian besar pada jenjang pendidikan menengah atas. Sebagian besar responden telah menjalankan usaha

regresi linear sederhana yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel pemahaman ekonomi syariah (X) terhadap perilaku bisnis UMKM Muslimah (Y). Rumus regresi linear sederhana yang digunakan dalam analisis ini adalah $Y = a + bX + e$, di mana Y merupakan perilaku bisnis, X adalah pemahaman ekonomi syariah, a adalah konstanta, b adalah koefisien regresi, dan e merupakan error atau taraf kesalahan.

Untuk menguji signifikansi pengaruh antara variabel independen dan dependen, digunakan uji t dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau 5%. Seluruh analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik seperti SPSS atau Microsoft Excel guna memastikan ketepatan perhitungan dan keakuratan hasil.

selama lebih dari tiga tahun, dengan jenis usaha, fashion muslimah.

1. Analisis deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif untuk menggambarkan tingkat pemahaman ekonomi syariah dan perilaku bisnis UMKM Muslimah. Setiap variabel terdiri dari beberapa indikator yang dinilai berdasarkan skor minimum, skor maksimum, rata-rata (mean), dan dikategorikan menurut tingkat pencapaian. Distribusi jawaban terhadap variabel pemahaman ekonomi syariah dan perilaku bisnis UMKM Muslimah disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Distribusi Deskriptif Variabel Pemahaman Ekonomi Syariah (X) dan Perilaku Bisnis UMKM Muslimah (Y)

Variabel	Indikator	Skor Minimum	Skor Maksimum	Rata-rata (Mean)	Kategori
Pemahaman Ekonomi Syariah (X)	Pengetahuan prinsip dasar ekonomi Islam	3	5	4.2	Tinggi
Pemahaman Ekonomi Syariah (X)	Pemahaman tentang larangan riba	3	5	4.1	Tinggi
Pemahaman Ekonomi Syariah (X)	Penerapan transaksi berbasis syariah	3	5	3.95	Cukup Tinggi
Rata-rata Variabel X				4.08	Tinggi

Perilaku Bisnis UMKM Muslimah (Y)	Etika bisnis dalam transaksi dagang	3	5	4.15	Tinggi
Perilaku Bisnis UMKM Muslimah (Y)	Konsistensi terhadap prinsip syariah	3	5	4.05	Tinggi
Perilaku Bisnis UMKM Muslimah (Y)	Tanggung jawab sosial dalam usaha	2.5	5	3.85	Cukup Tinggi
Rata-rata Variabel Y				4.02	Tinggi

Untuk variabel Pemahaman Ekonomi Syariah (X), terdapat tiga indikator utama. Indikator pertama yaitu pengetahuan prinsip dasar ekonomi Islam memiliki rata-rata 4.20, yang termasuk dalam kategori "tinggi". Indikator kedua yaitu pemahaman tentang larangan riba memperoleh skor rata-rata 4.10, juga termasuk kategori "tinggi". Sedangkan indikator ketiga yaitu penerapan transaksi berbasis syariah memiliki skor rata-rata 3.95, yang termasuk dalam kategori "cukup tinggi". Secara keseluruhan, rata-rata nilai dari variabel ini adalah 4.08, sehingga dikategorikan tinggi, yang menunjukkan bahwa para responden sudah memahami prinsip-prinsip dasar ekonomi syariah dengan baik.

Sementara itu, untuk variabel Perilaku Bisnis UMKM Muslimah (Y), juga terdapat tiga

2. Analisis regresi linear sederhana

Pada tahap kedua, dilakukan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh antara variabel pemahaman ekonomi syariah (X) terhadap perilaku bisnis UMKM Muslimah (Y). Rumus dasar regresi linear sederhana yang digunakan dalam analisis ini adalah:

$$Y = a + bX + e$$

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

indikator. Indikator etika bisnis dalam transaksi dagang memperoleh skor rata-rata 4.15 (kategori "tinggi"), indikator konsistensi terhadap prinsip syariah memperoleh rata-rata 4.05 (kategori "tinggi"), dan indikator tanggung jawab sosial dalam usaha mendapatkan skor rata-rata 3.85 (kategori "cukup tinggi"). Secara keseluruhan, rata-rata variabel ini adalah 4.02, yang juga dikategorikan tinggi. Hasil deskriptif ini mengindikasikan bahwa para pelaku UMKM Muslimah di lokasi penelitian telah memiliki pemahaman ekonomi syariah yang cukup baik dan mampu menerapkannya dalam praktik bisnis mereka secara konsisten, khususnya dalam menjaga etika dan tanggung jawab sosial. Temuan ini menjadi landasan awal untuk melihat hubungan lebih lanjut melalui analisis regresi sederhana yang dijelaskan pada tahap berikutnya.

$$Y = 23,741 + 0,654X$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam pemahaman ekonomi syariah akan diikuti oleh peningkatan sebesar 0,654 satuan dalam perilaku bisnis UMKM Muslimah. Dengan kata lain, terdapat hubungan positif antara pemahaman ekonomi syariah dan perilaku bisnis. Hasil pengujian signifikansi terhadap koefisien regresi disajikan dalam Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Koefisien	t Hitung	Sig. (p-value)	Keterangan
Konstanta (a)	23,741	—	—	—
X → Y (b)	0,654	6,812	0,000	Signifikan (p < 0,05)

Dari hasil analisis tersebut, nilai t hitung sebesar 6,812 dengan p -value sebesar 0,000 menunjukkan bahwa variabel pemahaman ekonomi syariah berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku bisnis UMKM Muslimah. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,524 mengindikasikan bahwa 52,4% variasi dalam perilaku bisnis dapat dijelaskan oleh pemahaman ekonomi syariah. Adapun sisanya, yaitu 47,6%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman UMKM Muslimah terhadap ekonomi syariah, maka semakin positif pula perilaku bisnis yang dijalankan, yang mencerminkan prinsip-prinsip Islam dalam aktivitas usahanya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman ekonomi syariah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku bisnis UMKM Muslimah. Temuan ini menguatkan teori bahwa pengetahuan atau literasi ekonomi syariah berperan penting dalam membentuk keputusan dan perilaku ekonomi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam konteks teori perilaku terencana (Theory of Planned Behavior), pemahaman menjadi elemen penting dalam membentuk sikap dan intensi berperilaku (Santri, 2024). Dengan demikian, semakin baik pemahaman pelaku UMKM terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah, maka semakin kuat pula orientasi mereka dalam menerapkan nilai-nilai Islam dalam aktivitas bisnis, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial.

Ekonomi Syariah memainkan peran penting dalam membentuk perilaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya dalam konteks praktik bisnis yang etis dan strategi pertumbuhan yang berkelanjutan. Integrasi prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam operasional

Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 52,4% variasi dalam perilaku bisnis dapat dijelaskan oleh pemahaman ekonomi syariah, sedangkan 47,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Implikasi penelitian ini menunjukkan pentingnya peningkatan literasi ekonomi syariah bagi pelaku UMKM Muslimah sebagai landasan dalam menjalankan praktik bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, sehingga dapat mendorong terbentuknya ekosistem ekonomi yang beretika, inklusif, dan berkelanjutan. Selain itu, diperlukan penelitian lanjutan untuk mengeksplorasi variabel-variabel lain yang berpotensi

memengaruhi perilaku bisnis, seperti tingkat religiositas, orientasi kewirausahaan, literasi keuangan syariah, dukungan kelembagaan, serta faktor sosial dan budaya, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang membentuk perilaku bisnis pelaku UMKM Muslimah.

UMKM tidak hanya mencerminkan ketaatan pada nilai-nilai agama, tetapi juga memberikan keuntungan nyata secara praktis dalam bentuk peningkatan kinerja usaha, loyalitas pelanggan, serta pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas (Hendratmoko et al., 2024). Dalam era digital yang semakin kompleks dan kompetitif, pendekatan ekonomi Syariah menjadi semakin relevan karena mampu menjadi panduan moral sekaligus sistem yang adaptif terhadap perubahan teknologi dan dinamika pasar (Sono et al., 2023).

Prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Syariah menekankan pentingnya keadilan, transparansi, tanggung jawab sosial, dan larangan terhadap eksploitasi, seperti riba dan gharar. Nilai-nilai ini tercermin dalam praktik transaksi bisnis yang adil dan etis, di mana pelaku UMKM didorong untuk menjaga integritas dalam hubungan dengan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis. Model-model pembiayaan seperti mudharabah dan musyarakah, yang berdasarkan pada konsep bagi hasil dan kerja sama kemitraan, memberikan alternatif bagi pelaku usaha dalam mengakses modal tanpa harus terbebani bunga atau risiko ketidakpastian yang tinggi (Isfianadewi, 2024). Sistem ini lebih menekankan pada prinsip kepercayaan dan saling menguntungkan, sehingga tidak hanya mendorong pertumbuhan bisnis secara materiil, tetapi juga memperkuat hubungan sosial antar pelaku ekonomi.

Kehadiran prinsip ekonomi Islam dalam manajemen UMKM secara empiris telah menunjukkan peningkatan citra bisnis dan loyalitas pelanggan. Hal ini terjadi karena konsumen cenderung mempercayai usaha yang mematuhi prinsip-prinsip moral dan etika, terlebih lagi dalam masyarakat Muslim yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap nilai-nilai keagamaan (Damanik, 2024). Penerapan ekonomi Syariah tidak hanya berfungsi sebagai pembeda di pasar, tetapi juga menjadi strategi branding yang kuat. Konsumen merasa lebih nyaman bertransaksi dengan pelaku usaha yang dianggap jujur, amanah, dan bertanggung jawab (Mubarak & Nurjaman, 2024). Dalam jangka panjang, citra yang baik ini akan berkontribusi terhadap stabilitas dan keberlanjutan bisnis, sekaligus

memperkuat daya saing di tengah pasar yang semakin kompetitif.

Di era digital, integrasi antara prinsip ekonomi Syariah dan teknologi menjadi peluang besar bagi UMKM untuk tumbuh lebih efisien dan inovatif (Anugrahi Putri Ziyadatin Ilmi et al., 2025). Penggunaan sistem digital seperti aplikasi kasir, manajemen stok, dan analisis keuangan berbasis data memungkinkan pelaku UMKM untuk menerapkan prinsip Syariah secara lebih akurat dan terstruktur (Fufut Fitriy et al., 2024). Misalnya, dengan sistem pencatatan keuangan digital, UMKM dapat lebih transparan dalam laporan keuangan dan dapat mempertanggungjawabkan setiap transaksi dengan lebih baik, sesuai dengan tuntunan Islam (Yanti et al., 2024). Teknologi juga memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas melalui e-commerce atau platform digital lainnya, dengan tetap menjaga kepatuhan pada nilai-nilai Syariah, seperti tidak menjual barang haram atau menghindari penipuan dalam promosi produk.

Namun, integrasi teknologi dengan prinsip Syariah tidak dapat berjalan secara otomatis. Diperlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga keuangan, dalam memberikan akses kepada pelaku UMKM terhadap pelatihan, infrastruktur digital, serta pembiayaan yang sesuai prinsip Syariah (Muttaqin & Nursamsi, 2024). Kolaborasi ini sangat penting agar teknologi benar-benar menjadi alat pemberdayaan, bukan sekadar alat komersialisasi (Mardiansyah & Syafril, 2024). Dalam konteks ini, literasi keuangan Syariah juga menjadi krusial. Tanpa pemahaman yang memadai, teknologi canggih pun tidak akan mampu membawa perubahan berarti dalam perilaku bisnis. Oleh karena itu, program literasi dan pelatihan bisnis berbasis nilai-nilai Islam harus menjadi bagian integral dari upaya pemberdayaan UMKM secara nasional.

Literasi keuangan Syariah memiliki dampak langsung terhadap manajemen usaha dan perilaku etika bisnis para pelaku UMKM. Ketika pemilik bisnis memiliki pemahaman yang baik tentang prinsip-prinsip Syariah dalam keuangan, mereka akan lebih hati-hati dalam mengelola utang, investasi, dan pengeluaran (Noviyanti et al., 2024). Selain itu, mereka juga cenderung lebih jujur dan bertanggung jawab dalam menyampaikan informasi keuangan, karena menganggap bahwa transaksi bisnis adalah bagian dari ibadah yang akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah

SWT (Nasir & Rismaya, 2024). Pemahaman seperti ini menciptakan budaya kerja yang bersih dan adil, serta memperkuat kepercayaan antara pelaku usaha dengan konsumen maupun mitra usaha (Wicaksono et al., 2024). Pengetahuan ini juga berfungsi sebagai jembatan antara religiusitas pribadi dan praktik bisnis, sehingga tercipta sinergi antara nilai spiritual dan aktivitas ekonomi.

Tentu saja, tidak dapat dipungkiri bahwa masih banyak tantangan yang dihadapi UMKM dalam menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Syariah secara optimal. Akses terhadap modal yang terbatas, rendahnya tingkat pendidikan formal sebagian pelaku usaha, serta kurangnya regulasi yang mendukung sistem pembiayaan Syariah menjadi hambatan serius (Putri & Yustati, 2024). Selain itu, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami sepenuhnya konsep dasar dalam ekonomi Islam, seperti perbedaan antara riba dan margin keuntungan, atau bagaimana menyusun akad yang sesuai syariah (Luthfiah et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa integrasi ekonomi Syariah dalam UMKM tidak cukup hanya melalui labelisasi atau simbol keagamaan semata, tetapi harus disertai dengan pemahaman substansial dan pendampingan yang berkelanjutan.

Untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut, diperlukan peran aktif dari pemerintah, lembaga pendidikan, dan lembaga keuangan syariah dalam membentuk ekosistem bisnis yang mendukung praktik ekonomi Islam. Pemerintah dapat menciptakan regulasi yang memberikan insentif kepada UMKM yang menerapkan sistem Syariah, misalnya dalam bentuk pembebasan pajak, akses prioritas terhadap pelatihan, atau fasilitasi promosi produk halal (Ferdy & Fikri, 2024). Lembaga keuangan syariah harus mampu menyediakan produk pembiayaan yang mudah diakses oleh pelaku usaha mikro, dengan prosedur yang sederhana namun tetap sesuai prinsip Syariah (Alam et al., 2022). Lembaga pendidikan dan dakwah juga harus terlibat aktif dalam memberikan edukasi dan motivasi kepada masyarakat, sehingga nilai-nilai Islam tidak hanya menjadi wacana, tetapi benar-benar membentuk budaya bisnis umat.

Dalam konteks yang lebih luas, lembaga filantropi Islam seperti zakat, infak, dan wakaf juga dapat berkontribusi dalam mendukung transformasi ekonomi UMKM menuju sistem yang lebih berkelanjutan dan ramah lingkungan. Konsep ekonomi hijau berbasis Syariah, yang mengintegrasikan prinsip keadilan sosial dengan kepedulian lingkungan, dapat menjadi solusi

terhadap tantangan global saat ini (Jasri et al., 2023). Dukungan dari lembaga-lembaga tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk pendanaan, pelatihan, maupun bantuan teknis bagi UMKM yang berkomitmen pada prinsip ekonomi Islam dan pelestarian lingkungan. Pendekatan ini tidak hanya akan meningkatkan produktivitas, tetapi juga memperkuat nilai-nilai spiritual dalam dunia bisnis.

Aspek hukum dalam ekonomi Syariah juga memainkan peran penting dalam membentuk ekosistem bisnis yang sehat dan berkelanjutan. Kehadiran kerangka hukum yang adil, transparan, dan sesuai prinsip Syariah memberikan rasa aman kepada pelaku usaha dan konsumen (Aryani, 2023). Dalam sistem hukum ekonomi Islam, pelanggaran terhadap akad atau kecurangan dalam transaksi tidak hanya dianggap sebagai pelanggaran hukum, tetapi juga sebagai pelanggaran moral dan spiritual (Musyafa', 2023). Ini memberikan dimensi ganda dalam penegakan disiplin bisnis yang berkelanjutan. Selain itu, hukum ekonomi Islam memberikan solusi terhadap konflik bisnis melalui pendekatan musyawarah dan mediasi yang mengutamakan penyelesaian damai.

Secara keseluruhan, ekonomi Syariah memberikan landasan filosofis dan praktis bagi pelaku UMKM untuk menjalankan usaha secara adil, transparan, dan berorientasi pada kesejahteraan sosial. Dalam konteks Indonesia, di mana mayoritas penduduk beragama Islam dan UMKM menjadi tulang punggung ekonomi nasional, penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam sektor ini tidak hanya menjadi kebutuhan spiritual, tetapi juga strategi pembangunan yang cerdas. Kolaborasi antar pemangku kepentingan, dari pemerintah hingga komunitas lokal, sangat dibutuhkan untuk mewujudkan integrasi penuh antara ekonomi Syariah dan UMKM sebagai pilar ekonomi rakyat. Dengan pendekatan ini, pertumbuhan ekonomi tidak hanya akan meningkat secara kuantitatif, tetapi juga akan membawa keberkahan dan keberlanjutan yang berorientasi pada keadilan sosial dan nilai-nilai kemanusiaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pemahaman ekonomi syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku bisnis UMKM Muslimah. Analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah, maka semakin baik pula perilaku bisnis yang dijalankan, yang mencerminkan kepatuhan

terhadap nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Nilai koefisien determinasi yang cukup tinggi mengindikasikan bahwa variabel pemahaman ekonomi syariah mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam perilaku bisnis UMKM Muslimah. Temuan ini mempertegas pentingnya internalisasi pengetahuan dan kesadaran terhadap ekonomi syariah dalam praktik bisnis sehari-hari pelaku usaha Muslimah.

Penelitian ini merekomendasikan agar para pelaku UMKM Muslimah terus meningkatkan pemahaman mereka terhadap konsep dan prinsip ekonomi syariah melalui pelatihan, pendampingan usaha, maupun pendidikan nonformal berbasis keislaman. Pemerintah daerah, lembaga keuangan syariah, dan organisasi masyarakat Islam perlu bersinergi dalam menyediakan program penguatan kapasitas bagi pelaku UMKM berbasis nilai-nilai syariah agar mampu menjalankan bisnis yang tidak hanya kompetitif tetapi juga sesuai dengan tuntunan agama. Selain itu, diperlukan penelitian lanjutan yang dapat mengeksplorasi variabel-variabel lain yang memengaruhi perilaku bisnis UMKM Muslimah seperti motivasi religius, dukungan lingkungan sosial, dan akses terhadap pembiayaan syariah. Dengan pemahaman yang lebih komprehensif, kebijakan pemberdayaan UMKM Muslimah dapat dirancang secara lebih efektif dan kontekstual.

DAFTAR RUJUKAN

- Damanik Ade Zuki. (2024). Kaitan Antara Studi Kelayakan Bisnis Dengan Hukum Ekonomi Syariah. *Ekonomi Keuangan Syariah Dan Akuntansi Pajak*, 1(3), 254–261. <https://doi.org/10.61132/eksap.v1i3.279>
- Afif, A. (2024). Islamic Education and Sharia Economy in Developing Pesantren Business Entities: A Case Study of BUMPes Nurul Jadid. *IJIE International Journal of Islamic Education*, 3(2), 125–136. <https://doi.org/10.35719/ijie.v3i2.2207>
- Alam, A., Sulistiyanto, M. R., Nurrahman, A., El Ashfahany, A., & Saifurrahman, A. (2022). Exploration of Factors that Hinder The Use of Sharia Crowdfunding Model Financing Services as Funding by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). *EKSYAR : Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, 9(2), 144–157. <https://doi.org/10.54956/eksyar.v9i2.383>
- Alfiah Thalia Nabila Putri, & Herlina Yustati.

- (2024). Peran Ekonomi Syariah dalam Pengelolaan UMKM Berbasis Media Sosial. *SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(6), 38–49. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i6.969>
- Anugrahi Putri Ziyadatin Ilmi, Silvi Indah Nurvita Sari, Hikmatas Sa'diyah, Ananta Delyana Mafikah, Rika Nur Amelia, & Eny Latifah. (2025). Perilaku Konsumtif Menurut Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 2(1), 136–149. <https://doi.org/10.61132/jeap.v2i1.811>
- Ariqah Luthfiyah, Atikah Humaidah, Dewi Fazira, & Intan Alisa. (2024). Penerapan Peran UMKM dalam Membangun Ekonomi Syariah di Kota Medan. *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 01–13. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i1.1493>
- Aryani, K. (2023). Peranan Hukum Ekonomi Islam dalam Meningkatkan Kesejahteraan UMKM di Indonesia. *Indonesian Journal of Law and Justice*, 1(2), 13. <https://doi.org/10.47134/ijlj.v1i2.2053>
- Ferdy, & Muhammad Ali Fikri. (2024). Islamic religiosity and islamic branding on msme performance: financial knowledge as mediation. *i-economics: A Research Journal on Islamic Economics*, 10(2), 145–165. <https://doi.org/10.19109/ieconomics.v10i2.23405>
- Fufut Fitriy, Anya Regista Cahyani, Salsabilah Nurhidayah, Hadi Peristiwo, Wahyu Hidayat, & Fitri Fitri. (2024). Analisis Perilaku Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Terhadap Belanja Online. *SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(4), 116–126. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i4.741>
- Hendratmoko, H., Nadrattuzaman Hosen, M., & Muafi, M. (2024). Influence of sharia compliance on MSMEs' intention to use Islamic crowdfunding in Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 10(2), 277–295. <https://doi.org/10.20885/jeki.vo10.iss2.art1>
- Isfianadewi, D. (2024). The role of sharia microfinance institutions in developing MSMEs. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 13(1), 252–266. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v13i1.3188>
- Isnain Fitri Auli Yanti, Ulfian, U., Febriani, F., Bayulpa, D. O., Safitra, M., & Tarigan, D. J. (2024). Konsep Etika Bisnis Dan Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Journal of Economics and Business*, 2(1), 21–33. <https://doi.org/10.61994/econis.v2i1.456>
- Jasri, J., Mustamin, S. W., & Nurmayanti, S. (2023). Analisis Pemberdayaan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Syariah untuk Mencapai Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Penelitian UPR*, 3(2), 47–54. <https://doi.org/10.52850/jptupr.v3i2.10729>
- M. Khorul Muttaqin, & Nursamsi Nursamsi. (2024). Peningkatan Kinerja Usaha Fotokopi Melalui Optimalisasi Prinsip Ekonomi Syariah. *Ekonomi Keuangan Syariah Dan Akuntansi Pajak*, 1(1), 08–12. <https://doi.org/10.61132/eksap.v1i1.512>
- Mardiansyah, A., & Syafril, R. (2024). Menganalisis Ekonomi Dalam Islam Yang Berkaitan Dengan Aspek Hukum Dalam Bisnis. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(5), 673–678. <https://doi.org/10.47233/jebs.v4i5.1950>
- Mubarak, A. B., & Nurjaman, M. I. (2024). Analysis of Investor Behavior in the Ethical Review of Sharia Economic Law. *ATTIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 22–37. <https://doi.org/10.52490/attijarah.v6i1.2803>
- Musyafa', M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kabupaten Jepara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4135. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10880>
- Nasir, A., & Rismaya, E. (2024). Exploring Sharia-Based Msme Development Strategies Through the Utilization of Majoo Point of Sale Technology. *Finansha: Journal of Sharia Financial Management*, 5(2). <https://doi.org/10.15575/fjsfm.v5i2.41732>
- Noviyanti, T. A., Wigati, S., & Choirunnisa, W. H. (2024). Analisis Hubungan Antara Laba dan Tujuan Ekonomi Syariah Kontemporer.

Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam,
14(1), 62–87.
<https://doi.org/10.15642/maliyah.2024.14.1.62-87>

Santri, I. R. (2024). Decision to Invest in the Sharia Capital Market with the Theory of Planned Behavior (TPB) Model Approach. *American Journal of Economic and Management Business (AJEMB)*, 3(6), 111–123.
<https://doi.org/10.58631/ajemb.v3i6.88>

Sono, M. G., Sudarmanto, E., Palupiningtyas, D., & Sugianto, E. (2023). The Effect of Sharia Financing Availability on Economic Growth of MSMEs in Sukabumi. *West Science Interdisciplinary Studies*, 1(11), 1156–1164.
<https://doi.org/10.58812/wsis.v1i11.385>

Thamrin, D. A., & Athief, F. H. N. (2021). The Use Of Conventional Banks By Sharia Economic Law Students: Practice, Factors, And Laws. *Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 7(2), 36–44.
<https://doi.org/10.21107/dinar.v7i2.9150>

Wicaksono, A., Anita, E., Rahma, S., Nasrullah, A., & Nikmah, I. (2024). The Role of Sharia Micro Financing in the Development of Micro Small and Medium Enterprises in Telanaipura District. *International Journal of Economics (IJE)*, 3(2), 1190–1195.
<https://doi.org/10.55299/ijec.v3i2.968>

INSTRUMEN

Berikut adalah **40 soal kuesioner** yang dibagi menjadi dua variabel:

Variabel X: Pemahaman Prinsip Ekonomi Islam (20 soal) dan

Variabel Y: Etika Bisnis Pedagang Muslimah (20 soal).

Format jawaban menggunakan skala Likert:

1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju.

A. Kuesioner Variabel X: Pemahaman Prinsip Ekonomi Islam

1. Saya memahami bahwa tujuan utama ekonomi Islam adalah keadilan dan kesejahteraan bersama.
2. Saya tahu bahwa riba (bunga) dilarang dalam Islam.
3. Saya memahami perbedaan antara akad jual beli dan akad pinjam meminjam dalam Islam.
4. Saya mengetahui bahwa zakat merupakan kewajiban dalam pengelolaan harta usaha.
5. Saya yakin pentingnya kejujuran dalam menjalankan usaha sesuai prinsip Islam.
6. Saya mengetahui bahwa keuntungan dalam Islam harus diperoleh dari usaha yang halal.
7. Saya memahami bahwa setiap transaksi harus jelas dan tidak mengandung unsur penipuan.
8. Saya memahami konsep akad mudharabah dan musyarakah.
9. Saya mengetahui bahwa dalam Islam dilarang menimbun barang untuk menaikkan harga.
10. Saya mengerti bahwa setiap jenis usaha harus terhindar dari unsur haram dan batil.
11. Saya tahu bahwa persaingan usaha dalam Islam harus dilakukan secara sehat.
12. Saya percaya bahwa prinsip keadilan harus diterapkan dalam semua bentuk transaksi.
13. Saya memahami konsep distribusi kekayaan yang adil menurut Islam.
14. Saya mengetahui bahwa setiap pelaku usaha muslimah harus bertanggung jawab secara sosial.
15. Saya memahami bahwa setiap usaha memiliki dimensi spiritual di samping ekonomi.
16. Saya mengerti bahwa dalam Islam tidak boleh ada eksploitasi dalam berbisnis.
17. Saya percaya bahwa menjalankan usaha dengan cara Islami akan mendatangkan keberkahan.

18. Saya mengetahui bahwa Islam mengatur etika berdagang secara lengkap.
19. Saya memahami pentingnya niat dalam setiap transaksi bisnis menurut syariah.
20. Saya merasa cukup paham tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam praktik bisnis sehari-hari.

B. Kuesioner Variabel Y: Etika Bisnis Pedagang Muslimah

21. Saya selalu berusaha jujur dalam setiap transaksi dengan konsumen.
22. Saya menetapkan harga barang secara adil dan sesuai standar pasar.
23. Saya berusaha menghindari penipuan dalam setiap aktivitas jual beli.
24. Saya merasa bertanggung jawab atas barang atau jasa yang saya jual.
25. Saya menyisihkan sebagian keuntungan untuk zakat dan sedekah.
26. Saya menghindari praktik curang seperti mengurangi timbangan atau kualitas produk.
27. Saya tidak menjual produk yang haram atau meragukan (syubhat).
28. Saya memberikan informasi yang benar dan jelas kepada pembeli.
29. Saya bersikap amanah dalam mengelola keuangan dan keuntungan usaha.
30. Saya tidak melakukan promosi yang menipu konsumen.
31. Saya menerima kritik dan saran dari konsumen dengan lapang dada.
32. Saya tidak memaksakan penjualan terhadap konsumen.
33. Saya tidak menjelek-jelekkan pesaing untuk menarik konsumen.
34. Saya memperhatikan etika berbusana dan bersikap ketika melayani pelanggan.
35. Saya menjadikan usaha sebagai sarana ibadah dan dakwah.
36. Saya tetap konsisten menjalankan etika meskipun sedang rugi.
37. Saya berusaha membina hubungan baik dan silaturahmi dengan konsumen.
38. Saya merasa bersalah jika melakukan praktik bisnis yang menyimpang dari Islam.
39. Saya memiliki tanggung jawab moral terhadap dampak sosial dari usaha saya.
40. Saya percaya bahwa etika bisnis yang baik akan meningkatkan kepercayaan pelanggan.