



An-naba : Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Masyarakat

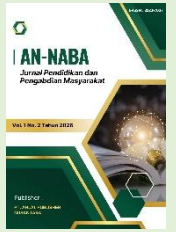
AN-NABA

Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Masyarakat

Published by PT. Ahlal Publisher Nusantara, Indonesia

Volume 1 Nomor 3 Tahun 2026 Issue | E-ISSN : 3123-7037

Journal Homepage: <https://publikasi.ahlalkamal.com/index.php/an-naba>



OPEN ACCESS

Peran Ekonomi Syariah dalam Meningkatkan Kepercayaan pada UMKM Cita Rasa

Emita Ayu Ningsih¹, Ezmi Permata Sari², Putri Nadilah³, Hikma Karunia Lestari⁴, Muhamad Ilham Maulana⁵, Muhammad Rasyid Abdul Ghafir⁶, Naufal Muhammad Dzakwan⁷, Sinta Puji Lestari⁸, Sriani Gusti⁹

^{1,9}Ekonomi Syariah UINFAS Bengkulu, Indonesia

Email: mitaayuningsih75@gmail.com¹, ezmipermata123@gmail.com², -, neaaa699@gmail.com⁴, muhamadmaulanailham112233@gmail.com⁵, muhammadrasyid359@gmail.com⁶, naufaldzakwanicha@gmail.com⁷, sintapujilestari35@gmail.com⁸, gustisriani4@gmail.com⁹

Abstrak

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia menjadi salah satu pilar penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, kepercayaan konsumen menjadi faktor utama dalam menjaga keberlangsungan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi syariah dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada UMKM Cita Rasa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode observasi, wawancara, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip ekonomi syariah seperti kejujuran, amanah, transparansi, keadilan, pelayanan yang baik, serta jaminan kehalalan produk mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap UMKM Cita Rasa. Selain itu, penerapan nilai syariah juga memberikan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan, peningkatan penjualan, serta citra usaha yang lebih baik di masyarakat. Implementasi ekonomi syariah tidak hanya menjadi strategi bisnis tetapi juga menjadi bentuk tanggung jawab moral dan spiritual dalam menjalankan usaha. Dengan demikian, ekonomi syariah memiliki peran penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara pelaku UMKM dan Konsumen sehingga mampu meningkatkan daya saing UMKM di tengah perkembangan ekonomi modern.

Kata Kunci : Ekonomi syariah, kepercayaan konsumen, UMKM, Etika bisnis Islam, UMKM Cita Rasa

Abstract

The development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia has become one of the main pillars supporting national economic growth. In the midst of increasingly competitive business conditions, consumer trust is an important factor in maintaining business sustainability. This study aims to analyse the role of Islamic economics in increasing consumer trust in UMKM Cita Rasa. The research used a descriptive studies. The result show that the implementation of Islamic economic principles sch as honesty, trustworthiness, transparency, fairness, good service, and hlal product assurance has a poritive influebce on consumer trust. Consumers tend to feel more confident and comfortable purchasing products from business that apply Islamic ethical values in their operations. In addition the application of sharia principles also contributes to customer loyalty, increased sales, and a stronger business image in society. The existence of halal products and transparent transctions are important indicators in building long term relationships between business actors and consumers. However, the implementation of Islamic economics in MSMEs still faces several challenges, including ilimited understanding of sharia business concept, certification costs, and technological limitations. Therefore, support from the government, Islamic financial institutions, and society is needed to strengthen the development of sharia based MSMEs. This study concludes that Islamic economics plays a significant role in increasing consumer trust and strengthening the competitiveness of UMKM Cita Rasa in the modern economic era.

Keywords: Islamic economics, consumer trust, MSMEs, Islamic business ethics, UMKM Cita Rasa



Copyright © 2026 by Author(s)

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. UMKM memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, menciptakan lapangan pekerjaan, serta mengurangi angka pengangguran. Di Provinsi Bengkulu, keberadaan UMKM menjadi salah satu sector unggulan yang mampu memperkenalkan budaya local melalui produk makanan khas daerah, accessories tradisional, serta batik basurek yang memiliki nilai budaya tinggi.

Salah satu UMKM yang bergerak di Kota Bengkulu adalah UMKM Cita Rasa Bengkulu. UMKM ini bergerak di bidang penjualan makanan khas Bengkulu, accessories, dan batik basurek. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, UMKM tidak hanya dituntut untuk menghasilkan produk berkualitas, tetapi juga mampu membangun kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen merupakan factor utama yang menentukan keberlangsungan usaha karena pelanggan cenderung memilih usaha yang memiliki kredibilitas, kejujuran, dan pelayanan baik.

Dalam perspektif Islam, kegiatan ekonomi tidak hanya berorientasi pada keuntungan material semata, tetapi juga harus memperhatikan nilai-nilai syariah seperti kejujuran, amanah, keadilan, tanggung jawab, serta keberkahan dalam transaksi. Prinsip-prinsip ekonomi syariah menjadi dasar penting dalam membangun hubungan harmonis antara pelaku usaha dan konsumen. Penerapan prinsip tersebut mampu menciptakan rasa aman dan nyaman sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang dijual.¹

Kepercayaan konsumen menjadi salah satu modal utama bagi UMKM dalam mempertahankan eksistensi usaha. Konsumen saat ini semakin selektif dalam memilih produk, terutama produk makanan dan fasion yang berkaitan dengan aspek halal. Kualitas, dan etika bisnis. Oleh karena itu, penerapan ekonomi syariah menjadi strategi yang relevan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus memperkuat citra usaha.

Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa penerapan etika bisnis Islam seperti kejujuran, transparansi, dan amanah dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan

¹ Zaharullah, "Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Berdagang Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Berdagang Untuk Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Muslim Di Aceh," *Jurnal Al-Mizan* 10, no. 2 (2023): 281-91.

pada UMKM syariah. Selain itu, sertifikasi halal dan penggunaan system pemasaran berbasis syariah juga memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan kepercayaan konsumen.²³

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana peran ekonomi syariah dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada UMKM Cita Rasa Bengkulu. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan UMKM berbasis syariah di Bengkulu serta menjadi referensi bagi pelaku usaha lain.

Rumusan masalah

1. Bagaimana penerapan ekonomi syariah pada UMKM Cita Rasa Bengkulu?
2. Bagaimana peran ekonomi syariah dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada UMKM Cita Rasa Bengkulu?
3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat penerapan ekonomi syariah pada UMKM Cita Rasa Bengkulu?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan ekonomi syariah pada UMKM Cita Rasa Bengkulu.
2. Untuk menganalisis peran ekonomi syariah dalam meningkatkan kepercayaan konsumen.
3. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat penerapan ekonomi syariah pada UMKM Cita Rasa Bengkulu.

Tinjauan Pustaka

1. Konsep Ekonomi Syariah

Ekonomi syariah merupakan sistem ekonomi yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis dengan tujuan menciptakan keadilan, kesejahteraan, dan keberkahan dalam aktivitas ekonomi. Sistem ekonomi syariah menekankan prinsip halal, kejujuran, transparansi, amanah, dan larangan riba praktik riba, gharar, serta peneipuan.

Menurut para ahli, ekonomi syariah tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah, tetapi juga hubungan sosial dan ekonomi antar sesama manusia. Implementasi

² Dini Maulidya, "Peran Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen," *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 1 (2025): 207–21.

³ Amin Fathurrizqi Azis, "IJSELAW : Indonesian Journal of Sharia Economic Law IJSELAW : Indonesian Journal of Sharia Economic Law" 3, no. 01 (2025): 60–69.

ekonomi syariah dalam bisnis dapat menciptakan lingkungan usaha yang sehat dan beretika.

4

Dalam Praktik bisnis UMKM, ekonomi syariah dapat diwujudkan melalui

1. Menjual produk halal dan berkualitas.
2. Tidak melakukan penipuan dalam transaksi.
3. Transparan harga
4. Pelayanan yang baik dan ramah
5. Menjaga amanah terhadap konsumen.

2. Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen merupakan keyakinan pelanggan terhadap integritas, kualitas, dan kredibilitas suatu usaha. Kepercayaan menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen melakukan pembelian ulang.⁵

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, transparansi informasi, dan kejujuran pelaku usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan kepercayaan konsumen.

3. Etika Bisnis

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai moral dalam menjalankan usaha sesuai ajaran Islam. Prinsip utama etika bisnis Islam meliputi

1. Siddiq (jujur)
2. Amanah (dapat dipercaya)
3. Tabligh (Transparan)
4. Fathanah (cerdas)

Penerapan etika bisnis Islam mampu meningkatkan citra usaha dan menciptakan loyalitas pelanggan jangka panjang⁶

4. UMKM dalam Perspektif Ekonomi Syariah

UMKM memiliki posisi strategis dalam pembangunan ekonomi masyarakat. Dalam perspektif ekonomi syariah, UMKM tidak hanya mengejar keuntungan tetapi juga memperhatikan aspek keberkahan, keadilan, dan kesejahteraan bersama.

⁴ Zaharullah, "Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Berdagang Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Berdagang Untuk Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Muslim Di Aceh."

⁵ Bela Shafira Hidayati, "Persepsi Konsumen Terhadap Produk Halal Dari UMKM: Dampak Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)* 4, no. 4 (2024): 619–25, <https://doi.org/10.47233/jeps.v4i4.1925>.

⁶ Maulidya, "Peran Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen."

UMKM berbasis syariah mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis yang adil, transparan, dan bertanggung jawab. Selain itu, penerapan prinsip halal menjadi nilai tambah yang meningkatkan kepercayaan pelanggan Muslim.⁷

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini digunakan untuk memahami secara mendalam mengenai penerapan ekonomi syariah dan pengaruhnya terhadap kepercayaan konsumen pada UMKM Cita Rasa Bengkulu.

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada UMKM Cita Rasa Bengkulu yang bergerak dibidang makanan khas Bengkulu, Accesories, dan Kain Batik Basurek Khas Bengkulu.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer diperoleh melalui Wawancara dengan pemilik UMKM, Observasi langsung terhadap aktivitas usaha, Serta dokumentasi kegiatan usaha.

b. Data Sekunder

Data Sekunder diperoleh dari, Buku, artikel ilmiah, jurnal bereputasi, serta dokumen terkaiyt ekonomi syariah dan UMKM.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Obsrvasi

Penelitian melakukan pengamatan langsung terhadap proses produksi, pelayanan konsumen, dan aktivitas transaksi di UMKM.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha dan beberapa konsumen untuk mengetahui persepsi terhadap penerapan ekonomi syariah.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berupa foto produk, catatan penjualan, dan data usaha

d. Studi pusaka

Penelitian ini menggunakan referensi dari berbagai jurnal dan buku yang relevan dengan penelitian.

⁷ Azis, "IJSELAW : Indonesian Journal of Sharia Economic Law IJSELAW : Indonesian Journal of Sharia Economic Law."

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan;

1. Reduksi Data
2. Penyajian data
3. Penarikan kesimpulan

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum UMKM Cita Rasa Bengkulu

UMKM Cita Rasa Bengkulu merupakan usaha lokal yang bergerak di bidang penjualan makanan khas Bengkulu, accessories, dan Kain Batik Basurek. Produk makanan yang dijual meliputi Bay Tat, Sirup kalamansi, Perut punai, Kerupuk Turiri, Keripik jeruk kalamansi, Kopi, dan berbagai oleh-oleh khas Bengkulu, sedangkan produk accessories dan kain batik basurek menjadi ciri khas budaya lokal yang memiliki nilai seni tinggi.

Usaha ini berkembang dengan mengedepankan kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen. Selain itu, UMKM juga menerapkan prinsip ekonomi syariah dalam aktivitas bisnis sehari-hari.

2. Penerapan Ekonomi Syariah pada UMKM Cita Rasa Bengkulu

a. Kejujuran

Pemilik UMKM selalu memberikan informasi yang jelas mengenai harga, kualitas produk, serta bahan yang digunakan. Dalam Islam, kejujuran menjadi prinsip utama dalam berdagang.

Penerapan kejujuran mampu meningkatkan rasa percaya konsumen karena pelanggan merasa tidak dirugikan. Prinsip ini sesuai dengan konsep *siddiq* dalam etika bisnis Islam.⁸

b. Menjaga Kualitas produk

UMKM Cita Rasa Bengkulu menjaga kualitas produk makanan dan kain batik basurek agar tetap baik dan layak digunakan. Produk makanan dipastikan menggunakan bahan halal dan aman dikonsumsi.

Kehalalan produk menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim.⁹

⁸ Zaharullah, "Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Berdagang Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Berdagang Untuk Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Muslim Di Aceh."

⁹ Azis, "IJSELAW : Indonesian Journal of Sharia Economic Law IJSELAW : Indonesian Journal of Sharia Economic Law."

c. **Transparansi Harga**

Semua produk memiliki harga yang jelas sehingga konsumen dapat memilih produk sesuai kebutuhan. Transparansi harga membantu menghindari praktik gharar atau ketidakjelasan dalam transaksi.

d. **Pelayanan Ramah dan Amanah**

Pelayanan yang baik menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan pelanggan. Konsumen merasa nyaman karena mendapatkan pelayanan sopan, ramah, dan cepat.

Sikap amanah yang ditunjukkan pelaku usaha menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen.¹⁰

e. **Tanggung jawab sosial**

UMKM juga berupaya membantu masyarakat sekitar melalui pemberdayaan tenaga kerja lokal dan promosi budaya Bengkulu melalui batik Basurek.

3. **Peran Ekonomi syariah dalam meningkatkan kepercayaan Konsumen**

Penerapan ekonomi syariah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepercayaan konsumen. Hal ini terlihat dari beberapa aspek berikut:

a. **Mingkatkan Loyalitas Pelanggan**

Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan dan kualitas produk cenderung melakukan pembelian ulang. Loyalitas pelanggan menjadi indikator keberhasilan penerapan prinsip syariah dalam bisnis.

b. **Meningkatkan Citra Usaha**

Penerapan ekonomi syariah menciptakan citra positif di mata masyarakat. Konsumen memandang UMKM sebagai usaha yang gharar, amanah, dan bertanggung jawab.

c. **Memberikan rasa aman kepada Konsumen**

Penggunaan bahan halal dan sistem transaksi yang transparan membuat konsumen merasa aman dalam berbelanja.

d. **Memperkuat Hubungan sosial**

Prinsip ekonomi syariah menekankan pentingnya hubungan harmonis antara penjual dan pembeli. Hal ini membantu menciptakan komunikasi yang baik antara UMKM dan pelanggan.

¹⁰ Iryanto Irvan Jaya Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, "No Title 濟無 No Title No Title No Title" 2 (2024): 306–12.

e. Meningkatkan Daya Saing Usaha

UMKM berbasis syariah memiliki nilai tambah dibanding usaha lain karena mengedepankan etika dan nilai religius dalam aktivitas bisnis.

4. Faktor Pendukung Penerapan Ekonomi Syariah

Beberapa Faktor pendukung antara lain:

- a. Kesadaran pemilik usaha terhadap pentingnya nilai islam.
- b. Tingginya minat masyarakat terhadap produk halal.
- c. Dukungan konsumen lokal.
- d. Kemajuan teknologi digital marketing berbasis syariah.¹¹

5. Faktor Penghambat penerapan ekonomi syariah

Faktor penghambat meliputi

- a. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang ekonomi syariah.
- b. Persaingan Harga dan produk non-syariah.
- c. Keterbatasan modal usaha
- d. Belum optimalnya promosi digital.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penerapan ekonomi syariah pada UMKM Cita Rasa Bengkulu dilakukan melalui kejujuran dalam transaksi, menjaga kualitas dan kehalalan produk , trnasparansi harga, pelayanan amanah, serta tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Penerapan prinsip-prinsip tersebut memiliki peranan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Konsumen merasa lebih aman, nyaman, dan yakin terhadap produk yang dijual sehingga berdampak pada meningkatnya loyalitas pelanggan serta citra positif usaha.

Selain itu, ekonomi syariah juga membantu UMKM meningkatkan daya saing di tengah persaingan bisnis modern karena nilai-nilai Islam memberikan keunggulan dalam aspek etika dan pelayanan.

Saran

¹¹ Aan Sulton and Hilmi Nur Azizah, "Strategi Digital Marketing Berbasis Syariah Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pada UMKM Halal," no. 2025 (2026): 378–91.

1. UMKM Cita Rasa Bengkulu diharapkan terus mempertahankan prinsip ekonomi syariah dalam seluruh aktivitas bisnis.
2. Pelaku usaha perlu meningkatkan promosi digital berbasis syariah agar produk lebih dikenal masyarakat luas.
3. Pemerintah diharapkan memberikan pelatihan dan pendampingan terkait pengembangan UMKM syariah.
4. UMKM dapat meningkatkan inovasi produk tanpa meninggalkan nilai-nilai syariah dan budaya lokal Bengkulu.

DAFTAR PUSAKA

- Azis, Amin Fathurrizqi. "IJSELAW : Indonesian Journal of Sharia Economic Law IJSELAW : Indonesian Journal of Sharia Economic Law" 3, no. 01 (2025): 60–69.
- Hidayati, Bela Shafira. "Persepsi Konsumen Terhadap Produk Halal Dari UMKM: Dampak Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)* 4, no. 4 (2024): 619–25. <https://doi.org/10.47233/jeps.v4i4.1925>.
- Maulidya, Dini. "Peran Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen." *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 1 (2025): 207–21.
- Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, Iryanto Irvan Jaya. "No Title 濟無No Title No Title No Title" 2 (2024): 306–12.
- Sulton, Aan, and Hilmi Nur Azizah. "Strategi Digital Marketing Berbasis Syariah Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pada UMKM Halal," no. 2025 (2026): 378–91.
- Zaharullah. "Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Berdagang Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Berdagang Untuk Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Muslim Di Aceh." *Jurnal Al-Mizan* 10, no. 2 (2023): 281–91.