



An-naba : Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Masyarakat

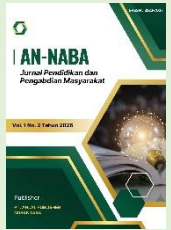
AN-NABA

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

Analisis Penerapan Prinsip Transparansi Produksi dalam Membangun Kepercayaan Konsumen Perspektif Ekonomi Syariah pada UMKM Cita Rasa Bengkulu

Emita Ayu Ningsih¹, Ezmi Permata Sari², Putri Nadilah³, Hikma Karunia Lestari⁴, Muhamad Ilham Maulana⁵, Muhammad Rasyid Abdul Ghafir⁶, Naufal Muhammad Dzakwan⁶, Sinta Puji Lestari⁷, Sriani Gusti⁸

¹⁻⁸ Ekonomi Syariah UINFAS Bengkulu, Indonesia

Email: mitaayuningsih75@gmail.com, ezmipermata123@gmail.com, nadilafutri77@gmail.com, neaaa699@gmail.com, muhamadmaulanailham112233@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan prinsip transparansi produksi dalam membangun kepercayaan konsumen pada UMKM Cita Rasa Bengkulu berdasarkan perspektif ekonomi syariah. Transparansi produksi merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan bisnis yang mampu meningkatkan keyakinan konsumen terhadap kualitas, keamanan, dan kehalalan produk yang ditawarkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transparansi produksi yang diterapkan melalui keterbukaan informasi bahan baku, proses produksi, kebersihan lingkungan kerja, serta informasi kehalalan produk mampu meningkatkan kepercayaan konsumen. Dalam perspektif ekonomi syariah, transparansi merupakan implementasi prinsip *shiddiq*, *amanah*, dan keadilan yang menjadi dasar dalam aktivitas bisnis Islam. Kepercayaan konsumen yang terbentuk melalui transparansi berdampak pada loyalitas pelanggan, peningkatan citra usaha, serta keberlanjutan bisnis UMKM. Penelitian ini merekomendasikan agar UMKM Cita Rasa Bengkulu terus meningkatkan keterbukaan informasi produksi sebagai bentuk implementasi etika bisnis Islam dan strategi peningkatan daya saing usaha. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa transparansi, kejujuran, dan penerapan prinsip syariah berkontribusi positif terhadap kepercayaan konsumen.

Abstract

This study aims to analyze the implementation of production transparency principles in building consumer trust at UMKM Cita Rasa Bengkulu from the perspective of Islamic economics. Production transparency is an important aspect of business activities because it provides clear information regarding raw materials, production processes, product quality, cleanliness, and halal assurance. This research employed a qualitative method with a case study approach. Data were collected through observation, interviews, documentation, and literature studies. The findings indicate that UMKM Cita Rasa Bengkulu has implemented production transparency through the disclosure of raw material information, hygienic production processes, clear product labeling, and halal-related information. These practices positively influence consumer trust by reducing uncertainty and increasing confidence in the products offered. From the perspective of Islamic economics, production transparency reflects the values of *shiddiq* (honesty), *amanah* (trustworthiness), and *adl* (justice), while also preventing elements of *gharar* (uncertainty) in business transactions. The implementation of transparency not only strengthens consumer trust and loyalty but also enhances business competitiveness and sustainability. Therefore, transparency serves as an important strategy in developing consumer-oriented and sharia-compliant business practices among UMKM.

Keywords: Producton Transparency, Consumer Trust, Islamic Economics, UMKM, Halal Products.



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

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan strategis dalam perekonomian Indonesia. Selain menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, UMKM juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Salah satu UMKM yang berperan dalam pengembangan produk khas daerah adalah UMKM Cita Rasa Bengkulu yang bergerak dalam penjualan makanan dan oleh-oleh khas Bengkulu.

Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut pelaku UMKM untuk tidak hanya menawarkan produk yang berkualitas tetapi juga membangun kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen menjadi aset penting karena memengaruhi keputusan pembelian, loyalitas, dan rekomendasi dari mulut ke mulut.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepercayaan konsumen. Produk yang memiliki rasa, keamanan, kemasan, dan daya tahan yang baik akan meningkatkan keyakinan konsumen terhadap suatu merek. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan positif dengan kepercayaan konsumen dan kepuasan pelanggan.¹

Selain kualitas produk, transparansi proses produksi juga menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan. Konsumen modern semakin memperhatikan asal bahan baku, kebersihan proses produksi, kehalalan produk, dan keamanan pangan. Transparansi memberikan informasi yang jelas sehingga mengurangi ketidakpastian konsumen terhadap produk yang dibeli.²

Dalam perspektif ekonomi syariah, transparansi merupakan implementasi prinsip shiddiq (jujur) dan amanah (dapat dipercaya). Islam mengajarkan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar mengenai produk yang dipasarkan. Praktik bisnis yang transparan akan meningkatkan keberkahan usaha sekaligus memperkuat hubungan antara produsen dan konsumen.

UMKM Cita Rasa Bengkulu sebagai penyedia oleh-oleh khas Bengkulu memiliki potensi besar untuk meningkatkan kepercayaan konsumen melalui kualitas produk dan transparansi proses produksi. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan guna mengetahui sejauh mana kedua variabel tersebut memengaruhi kepercayaan konsumen dalam perspektif ekonomi syariah.³

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis penerapan prinsip transparansi produksi dalam membangun kepercayaan konsumen pada UMKM Cita Rasa Bengkulu berdasarkan perspektif ekonomi syariah.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan transparansi produksi pada UMKM Cita Rasa Bengkulu?

¹ Dharman Dharman, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran Syariah, Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Pada UMKM Mohawi Konawe Kepulauan," *Journal of Management and Creative Business* 2, no. 2 (2024): 209–28, <https://doi.org/10.30640/jmcubus.v2i2.2343>.

² Ghina Fauziah Nasution and Universitas Pamulang, "TRANSPARANSI DIGITAL HALAL DAN PENGARUHNIA TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN MUSLIM DI" 9, no. 12 (2025): 420–24.

³ Nurul Hidayat, Noer Ayu Komang Kathy Saputri, and Khammada Qurratu A'yunii, "Analisis Penerapan Halal Supply Chain Management Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen UMKM Al-Izza," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 4 (2024): 2610–27, <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i4.1136>.

2. Bagaimana transparansi produksi memengaruhi kepercayaan konsumen?
3. Bagaimana perspektif ekonomi syariah terhadap transparansi produksi pada UMKM Cita Rasa Bengkulu?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis penerapan transparansi produksi pada UMKM Cita Rasa Bengkulu.
2. Menganalisis peran transparansi produksi dalam membangun kepercayaan konsumen.
3. Menganalisis penerapan transparansi produksi berdasarkan perspektif ekonomi syariah.

TINJAUAN PUSTAKA

Transparansi Produksi

Transparansi produksi adalah keterbukaan informasi mengenai seluruh tahapan produksi yang meliputi penggunaan bahan baku, proses pengolahan, pengemasan, penyimpanan, hingga distribusi produk kepada konsumen. Transparansi bertujuan memberikan kepastian informasi sehingga konsumen dapat menilai kualitas dan keamanan produk secara objektif.⁴

Indikator transparansi produksi Meliputi

1. Keterbukaan bahan baku
2. Keterbukaan proses produksi
3. Informasi kehalalan produk
4. Kebersihan lingkungan produksi
5. Ketersediaan informasi bagi konsumen

Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen merupakan keyakinan bahwa suatu produk atau perusahaan mampu memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kepercayaan menjadi dasar terbentuknya loyalitas pelanggan dan hubungan jangka panjang antara produsen dan konsumen.⁵

Menurut teori pemasaran, kepercayaan konsumen dibentuk oleh:

- a. Kejujuran pelaku usaha
- b. Reputasi Perusahaan
- c. Konsistensi kualitas produk
- d. Transparansi informasi
- e. Pengalaman Konsumen
- f.

Transparansi dalam Ekonomi Syariah

Dalam ekonomi syariah, transparansi merupakan implementasi dari prinsip:

Shiddiq (Kejujuran)

⁴ Nasution and Pamulang, "TRANSPARANSI DIGITAL HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN MUSLIM DI."

⁵ Dini Maulidya, "Peran Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen," *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 1 (2025): 207–21.

Produsen wajib memberikan informasi yang benar mengenai produk yang dipasarkan. Penyembunyian informasi termasuk perilaku yang dilarang dalam Islam.

Amanah

Pelaku usaha harus menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan produk sesuai informasi yang disampaikan.

Adil

Setiap pihak dalam transaksi harus memperoleh haknya secara seimbang tanpa adanya unsur penipuan atau manipulasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada UMKM Cita Rasa Bengkulu.

Sumber Data

1. Data Primer

- a. Wawancara dengan pihak pemilik UMKM
- b. Wawancara dengan Konsumen
- c. Observasi Kegiatan produksi

2. Data Sekunder

- a. Jurnal ilmiah
- b. Buku ekonomi syariah
- c. Dokumen UMKM
- d. Artikel ilmiah terkait

Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Dokumentasi
- d. Studi Kasus

Teknik Analisis Data

- a. Reduksi data
- b. Penyajian data
- c. Penarikan kesimpulan
- d. Triaangulasi data

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Transparansi Produksi pada UMKM Cita Rasa

Hasil observasi menunjukkan bahwa UMKM Cita Rasa Bengkulu telah menerapkan beberapa bentuk transparansi produksi. Konsumen dapat mengetahui informasi mengenai komposisi produk, tanggal kedaluwarsa, dan asal bahan baku yang digunakan. Produk-produk yang dipasarkan juga mencantumkan informasi kemasan yang cukup jelas.

Dalam proses produksi, kebersihan lingkungan kerja menjadi perhatian utama. Penggunaan bahan baku yang aman dan proses pengemasan yang higienis memberikan keyakinan kepada konsumen mengenai kualitas produk yang dihasilkan. Praktik tersebut sesuai dengan konsep halal dan thayyib dalam ekonomi syariah.⁶

Selain itu, adanya keterbukaan informasi mengenai proses produksi memungkinkan konsumen memahami bagaimana produk dibuat. Transparansi tersebut memberikan nilai tambah karena konsumen merasa lebih aman ketika mengonsumsi produk yang diketahui asal-usul dan proses pembuatannya.⁷

Transparansi Produksi dan Kepercayaan Konsumen

Wawancara dengan konsumen menunjukkan bahwa keterbukaan informasi menjadi salah satu alasan mereka memilih produk UMKM Cita Rasa Bengkulu. Konsumen menyatakan lebih percaya terhadap produk yang memiliki informasi jelas mengenai bahan baku, proses produksi, dan masa berlaku produk.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa transparansi mampu meningkatkan kepercayaan konsumen karena mengurangi ketidakpastian dalam proses pembelian. Semakin banyak informasi yang diberikan produsen, semakin tinggi tingkat keyakinan konsumen terhadap produk tersebut.⁸

Kepercayaan konsumen juga dipengaruhi oleh konsistensi pelaku usaha dalam menjaga kualitas produk. Transparansi yang tidak disertai kualitas yang baik tidak akan mampu mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, transparansi harus berjalan beriringan dengan kualitas produk yang baik.⁹

Perspektif Ekonomi Syariah

Dalam perspektif ekonomi syariah, transparansi produksi merupakan implementasi nyata dari prinsip shiddiq dan amanah. Pelaku usaha yang memberikan informasi secara terbuka telah menjalankan perintah Islam untuk berlaku jujur dalam transaksi ekonomi. Transparansi juga membantu menghindari unsur gharar (ketidakjelasan) yang dilarang dalam syariat Islam.¹⁰

Prinsip transparansi yang diterapkan UMKM Cita Rasa Bengkulu juga sejalan dengan konsep perlindungan konsumen dalam Islam. Konsumen berhak memperoleh informasi yang benar mengenai produk yang akan dikonsumsi. Keterbukaan informasi mengenai bahan baku, proses produksi, dan kehalalan produk merupakan bentuk tanggung jawab moral sekaligus tanggung jawab syariah.¹¹

⁶ Hidayat, Komang Kathy Saputri, and Qurratu A'yunii, "Analisis Penerapan Halal Supply Chain Management Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen UMKM Al-Izza."

⁷ Nasution and Pamulang, "TRANSPARANSI DIGITAL HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN MUSLIM DI."

⁸ Nasution and Pamulang.

⁹ E. S. Pebrianto and R. Mahyarni, & Andriani, "Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Syariah: Digital Marketing Sebagai Intervening.," *PEKA Journal*. 13, no. 1 (2025): 1–24.

¹⁰ Nor Jannah and Aziz Akbar, "Dilema Transparansi Harga: Analisis Implementasi Akad Murabahah Dan Mitigasi Risiko Gharar Pada UMKM Busana Muslim," *Dalwa Islamic Economic Studies: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2025): 104–18, <https://doi.org/10.38073/dies.v4i2.3534>.

¹¹ Amin Fathurrizqi Azis, "IJSELAW : Indonesian Journal of Sharia Economic Law IJSELAW : Indonesian Journal of Sharia Economic Law" 3, no. 01 (2025): 60–69.

Penerapan prinsip syariah dalam kegiatan produksi terbukti mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat loyalitas pelanggan, dan meningkatkan daya saing usaha. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah tidak hanya memiliki dimensi spiritual tetapi juga memberikan manfaat ekonomi yang nyata bagi keberlangsungan UMKM.¹²

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa UMKM Cita Rasa Bengkulu telah menerapkan prinsip transparansi produksi melalui keterbukaan informasi mengenai bahan baku, proses produksi, kebersihan lingkungan kerja, masa kedaluwarsa produk, serta informasi yang berkaitan dengan kualitas dan keamanan produk. Penerapan transparansi tersebut memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh informasi yang jelas mengenai produk yang akan dikonsumsi sehingga meningkatkan rasa aman dan keyakinan terhadap produk yang ditawarkan.

Transparansi produksi terbukti berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Keterbukaan informasi yang diberikan oleh UMKM mampu mengurangi ketidakpastian konsumen, meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas produk, serta mendorong loyalitas pelanggan. Konsumen cenderung lebih percaya dan memilih produk yang memiliki informasi yang jelas dibandingkan produk yang tidak memberikan informasi secara terbuka.

Dalam perspektif ekonomi syariah, transparansi produksi merupakan implementasi nilai-nilai *shiddiq* (kejujuran), *amanah* (dapat dipercaya), dan *adl* (keadilan) yang menjadi landasan utama dalam aktivitas bisnis Islam. Transparansi juga berfungsi untuk menghindari unsur *gharar* (ketidakjelasan) yang dilarang dalam syariat. Oleh karena itu, penerapan transparansi produksi tidak hanya memberikan manfaat ekonomi berupa peningkatan kepercayaan dan loyalitas konsumen, tetapi juga mencerminkan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan usaha.

Dengan demikian, transparansi produksi dapat menjadi strategi yang efektif bagi UMKM Cita Rasa Bengkulu dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat daya saing usaha, serta mewujudkan praktik bisnis yang berkelanjutan dan sesuai dengan nilai-nilai ekonomi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Azis, Amin Fathurrizqi. "IJSELAW : Indonesian Journal of Sharia Economic Law IJSELAW : Indonesian Journal of Sharia Economic Law" 3, no. 01 (2025): 60–69.
- Dharman Dharman. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran Syariah, Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Pada UMKM Mohawi Konawe Kepulauan." *Journal of Management and Creative Business* 2, no. 2 (2024): 209–28. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i2.2343>.
- Hidayat, Nurul, Noer Ayu Komang Kathy Saputri, and Khammada Qurratu A'yunii. "Analisis Penerapan Halal Supply Chain Management Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen UMKM Al-Izza." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 4 (2024): 2610–27. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i4.1136>.

¹² Saifuddin and Humairoh, "Analisis Penerapan Prinsip Syariah Dan Dampak Terhadap Kinerja Keuangan UMKM," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2025): 198–209.

- Jannah, Nor, and Aziz Akbar. "Dilema Transparansi Harga: Analisis Implementasi Akad Murabahah Dan Mitigasi Risiko Gharar Pada UMKM Busana Muslim." *Dalwa Islamic Economic Studies: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2025): 104–18. <https://doi.org/10.38073/dies.v4i2.3534>.
- Maulidya, Dini. "Peran Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen." *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 1 (2025): 207–21.
- Nasution, Ghina Fauziah, and Universitas Pamulang. "TRANSPARANSI DIGITAL HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN MUSLIM DI" 9, no. 12 (2025): 420–24.
- Pebrianto, E. S., and R. Mahyarni, & Andrini. "Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Syariah: Digital Marketing Sebagai Intervening." *PEKA Journal*. 13, no. 1 (2025): 1–24.
- Saifuddin, and Humairoh. "Analisis Penerapan Prinsip Syariah Dan Dampak Terhadap Kinerja Keuangan UMKM." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2025): 198–209.