

IMPLEMENTASI PRINSIP HALAL, RIBA, GHARAR, DAN MAYSIR PADA UMKM MAKANAN DI KOTA PALEMBANG

**Putri Rahmadyah¹, Yuleha², Shinta Nur Angraini³, Intan Puji Wara⁴, Maya
Panorama⁵**

Universitaas Islam Negri Raden Fatah Palembang

E-Mail: putriahmadyah123@gmail.com¹, ehayul397@gmail.com²,
shintanuranggraini@gmail.com³, intanpujiwara@gmail.com⁴,
4mayapanorama_uin@radenfatah.ac.id⁵

Abstrak – Sektor UMKM makanan di Kota Palembang memegang peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah sekaligus menjadi ciri khas kuliner Sumatera Selatan. Meskipun demikian, penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam praktik usaha masih belum sepenuhnya optimal, terutama berkaitan dengan aspek kehalalan produk, penghindaran riba, gharar, dan maysir. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan keempat prinsip tersebut pada aktivitas usaha, sistem permodalan, serta strategi pemasaran UMKM makanan di Kota Palembang. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara semi-terstruktur, observasi lapangan, dan penyebaran kuesioner kepada lima pelaku usaha kuliner khas Palembang yang dipilih sebagai informan. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa penerapan prinsip halal telah mengalami perkembangan, walaupun sebagian besar pelaku usaha masih memaknainya sebatas pada penggunaan bahan baku halal. Selain itu, mayoritas UMKM cenderung menghindari praktik riba dengan memanfaatkan modal pribadi maupun bantuan keluarga dibandingkan pinjaman berbunga. Dalam praktik transaksi, unsur gharar ditekan melalui keterbukaan harga dan kejujuran dalam proses penimbangan produk. Sementara itu, kesadaran terhadap larangan maysir tergolong cukup baik, terlihat dari penolakan pelaku usaha terhadap penggunaan sistem undian atau praktik yang bersifat spekulatif. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan adanya peningkatan literasi ekonomi syariah bagi pelaku UMKM, perluasan akses terhadap lembaga pembiayaan berbasis syariah, serta penguatan program pendampingan dari instansi terkait agar tercipta usaha kuliner yang lebih sesuai dengan prinsip Islam dan mampu berkembang secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Halal; Riba; Gharar; Maysir; UMKM Makanan; Palembang; Ekonomi Syariah.

Abstract – *The food MSME sector in Palembang City plays an important role in supporting regional economic growth while also representing the culinary identity of South Sumatra. However, the implementation of Islamic economic principles in business practices has not been fully optimized, particularly regarding product halalness, the prohibition of riba, gharar, and maysir. This study aims to examine the application of these four principles in business activities, capital systems, and marketing strategies among food MSMEs in Palembang City. This research employed a descriptive qualitative method, with data collected through semi-structured interviews, field observations, and questionnaires distributed to five selected informants operating traditional Palembang culinary businesses. The findings reveal that the implementation of halal principles has improved, although most business owners still interpret halal primarily in terms of raw materials. In addition, the majority of MSMEs tend to avoid riba practices by relying on personal capital and family funding instead of interest-based loans. In transaction practices, elements of gharar are minimized through price transparency and honesty in product measurement. Meanwhile, awareness regarding the prohibition of maysir is relatively high, as reflected in the rejection of lottery systems and speculative practices by business owners. Based on these findings, this study recommends strengthening Islamic economic literacy among MSME actors, expanding access to sharia-based financing institutions, and enhancing assistance programs from relevant institutions in order to create culinary businesses that are more aligned with Islamic principles and capable of sustainable development.*

Keywords: Halal; Riba; Gharar; Maysir; Food MSME; Palembang; Islamic Economy.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam menopang perekonomian Indonesia. Data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023 menunjukkan bahwa kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) telah mencapai lebih dari 61 persen serta mampu menyerap sekitar 97 persen tenaga kerja nasional. Dari berbagai subsektor yang berkembang, bidang usaha makanan dan minuman menjadi sektor yang paling dominan karena tingginya kebutuhan masyarakat serta kekayaan kuliner nusantara yang memiliki nilai budaya dan daya tarik ekonomi tersendiri.

Kota Palembang sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Selatan dikenal sebagai salah satu pusat perkembangan UMKM makanan dengan beragam jenis kuliner khas daerah. Makanan seperti pempek, tekwan, model, kemplang, dan martabak bukan hanya menjadi produk konsumsi, tetapi juga telah berkembang menjadi identitas budaya masyarakat Palembang yang dikenal luas di berbagai daerah. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palembang tahun 2023, terdapat lebih dari 12.000 unit UMKM yang bergerak di bidang makanan dan minuman, sehingga subsektor ini menjadi sektor usaha dengan jumlah pelaku terbanyak di kota tersebut (Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palembang, 2023).

Di samping besarnya potensi ekonomi tersebut, terdapat aspek lain yang juga penting untuk diperhatikan, yaitu kesesuaian praktik usaha UMKM makanan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Sebagai daerah yang mayoritas penduduknya beragama Islam, Kota Palembang diharapkan mampu membangun sistem usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga menjunjung tinggi nilai-nilai syariah dalam setiap aktivitas bisnisnya (Silviyah et al., 2022). Beberapa prinsip utama yang menjadi indikator kepatuhan syariah dalam kegiatan usaha meliputi kehalalan produk dan proses produksi, larangan riba dalam transaksi keuangan, larangan gharar atau ketidakjelasan dalam akad, serta larangan maysir yang mengandung unsur spekulasi dalam aktivitas bisnis (Sri Nurmayanti 2021)

Urgensi penelitian ini semakin meningkat sejak diberlakukannya kewajiban sertifikasi halal melalui Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Regulasi tersebut mewajibkan seluruh produk makanan dan minuman, termasuk yang dihasilkan oleh UMKM, untuk memiliki sertifikat halal resmi. Namun demikian, perhatian terhadap prinsip-prinsip lain seperti riba, gharar, dan maysir masih relatif terbatas, baik dalam kajian akademik maupun praktik usaha di tingkat daerah. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kekosongan kajian tersebut melalui penelitian berbasis data lapangan pada UMKM makanan di Kota Palembang.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini memfokuskan pembahasan pada empat rumusan masalah utama. Pertama, bagaimana penerapan prinsip halal pada UMKM makanan di Kota Palembang yang ditinjau dari penggunaan bahan baku, proses produksi, dan kepemilikan sertifikasi halal. Kedua, apakah sistem permodalan dan pembiayaan yang digunakan oleh pelaku UMKM makanan di Kota Palembang telah terhindar dari unsur riba. Ketiga, apakah terdapat praktik gharar dalam aktivitas transaksi jual beli maupun strategi pemasaran yang dijalankan oleh UMKM makanan di Kota Palembang. Keempat, apakah terdapat unsur maysir dalam kegiatan promosi atau sistem transaksi yang diterapkan oleh pelaku UMKM makanan di Kota Palembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mengkaji, serta menilai penerapan empat prinsip syariah pada UMKM makanan di Kota Palembang secara menyeluruh. Dari sisi teoritis, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ekonomi Islam, terutama yang berkaitan dengan praktik muamalah pada sektor usaha mikro dan kecil. Adapun secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah, lembaga keuangan syariah, serta perguruan tinggi Islam di Kota Palembang dalam menyusun program pembinaan dan pendampingan UMKM yang lebih terpadu serta sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

TINJAUAN PUSTAKA / KERANGKA TEORITIS

Konsep Halal dalam Ekonomi Islam

Secara etimologis, kata halal berasal dari bahasa Arab yang berarti sesuatu yang diperbolehkan serta tidak dilarang. Dalam bidang usaha makanan, konsep halal tidak hanya dipahami sebagai terbebas dari bahan haram seperti babi dan alkohol, tetapi juga mencakup seluruh proses yang berkaitan dengan produk tersebut. Para ulama fikih kontemporer menjelaskan bahwa kehalalan suatu produk makanan meliputi lima aspek utama yang saling berkaitan, yaitu asal bahan baku, proses pengolahan, penggunaan alat dan fasilitas produksi, sistem penyimpanan dan pengemasan, serta proses distribusi dan penyajian kepada konsumen (Handayani et al., 2022)

Di Indonesia, ketentuan mengenai produk halal diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan diperkuat melalui Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021. Dalam regulasi tersebut, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) diberikan kewenangan untuk menerbitkan sertifikat halal bagi pelaku usaha. Selain itu, pemerintah juga meluncurkan program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) sejak tahun 2022 guna membantu UMKM mikro memperoleh sertifikasi halal tanpa dipungut biaya, walaupun penyebaran informasi terkait program tersebut masih perlu ditingkatkan secara lebih luas (BPJPH, 2023).

Handayani et al. (2022) menegaskan pentingnya penerapan konsep halal supply chain, yaitu suatu sistem yang memastikan kehalalan produk tetap terjaga pada seluruh rantai pasok, mulai dari bahan baku hingga produk diterima konsumen. Konsep ini sangat relevan bagi UMKM makanan karena tidak semua pelaku usaha memiliki kemampuan untuk mengawasi secara penuh asal-usul bahan baku yang digunakan. Penelitian yang dilakukan oleh (N Rasha, A Suwar, 2025) juga menunjukkan bahwa tingkat pemahaman pelaku UMKM mengenai halal supply chain masih tergolong rendah, terutama dalam hal potensi kontaminasi silang dan kehalalan bahan tambahan pangan.

Larangan Riba dan Alternatif Pembiayaan Syariah

Riba secara terminologis diartikan sebagai pengambilan tambahan secara tidak adil terhadap pokok pinjaman, baik dalam transaksi utang piutang yang dikenal sebagai riba nasi'ah maupun dalam pertukaran barang sejenis yang disebut riba fadh'l. Larangan mengenai gharar dan maysir menjadi pilar utama dalam system keuangan Islam (Kuyateh, 2022). Selain itu, mayoritas ulama kontemporer yang tergabung dalam Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) menyatakan bahwa bunga pada bank konvensional termasuk ke dalam praktik riba yang diharamkan.

Dalam praktik UMKM, unsur riba umumnya ditemukan pada pinjaman rentenir dengan bunga tinggi, kredit usaha dari lembaga keuangan konvensional, maupun pinjaman daring yang menerapkan sistem bunga. Zulfikri dan Umari (2024) menjelaskan bahwa perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia memang terus mengalami peningkatan, namun jangkauannya terhadap pelaku UMKM mikro masih relatif rendah. Penelitian Fitriani dan Nisa (2024) di beberapa wilayah Sumatra juga menunjukkan bahwa keterbatasan akses geografis serta anggapan bahwa prosedur pembiayaan syariah cukup rumit menjadi faktor utama yang menghambat pelaku UMKM dalam memanfaatkan layanan keuangan berbasis syariah.

Sebagai alternatif, sistem keuangan syariah menyediakan beberapa bentuk akad yang dapat digunakan oleh pelaku usaha, seperti mudharabah yang berbasis bagi hasil, musyarakah dalam bentuk kerja sama modal, murabahah melalui mekanisme jual beli dengan margin keuntungan, serta ijarah dalam bentuk sewa. Selain itu, pemerintah menerapkan pembiayaan syariah yang terbukti mendorong pertumbuhan industry makanan yang bersertifikat secara berkelanjutan (Syaiful Umam, 2024).

Larangan Gharar dalam Transaksi UMKM

Gharar merupakan suatu bentuk transaksi yang mengandung unsur ketidakjelasan terkait informasi penting, baik mengenai objek transaksi, harga, waktu penyerahan, maupun kondisi barang yang diperjualbelikan. Larangan terhadap praktik gharar didasarkan pada hadis Nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Imam Muslim, di mana Rasulullah melarang praktik jual beli yang mengandung ketidakpastian dan spekulasi berlebihan.

Pada era perdagangan digital saat ini, praktik gharar menjadi semakin kompleks dan beragam. Penggunaan foto produk yang telah melalui proses penyuntingan secara berlebihan hingga tidak sesuai dengan kondisi asli, penyampaian deskripsi produk yang menyesatkan, serta ketidakjelasan ketentuan dalam sistem pre-order termasuk contoh bentuk gharar dalam transaksi modern (Yumarni & Rumatiga, 2024). Penelitian Camelia et al. (2024) menunjukkan bahwa praktik gharar dalam transaksi digital yang dilakukan UMKM di Indonesia masih cukup sering ditemukan. Namun demikian, sebagian besar kasus tersebut terjadi bukan karena unsur kesengajaan, melainkan akibat rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap etika bisnis Islam. Larangan Maysir dalam Kegiatan Promosi

Maysir atau qimar merupakan istilah dalam Al-Qur'an yang merujuk pada segala bentuk perjudian dan aktivitas yang bersifat untung-untungan. Larangan terhadap praktik tersebut dijelaskan secara tegas dalam QS. Al-Maidah ayat 90-91. Dalam perkembangan bisnis modern, praktik maysir tidak lagi selalu hadir dalam bentuk perjudian konvensional, tetapi telah berkembang menjadi berbagai bentuk promosi yang lebih terselubung, seperti program undian berhadiah dengan syarat pembelian tertentu, spin the wheel, maupun sistem promosi yang sepenuhnya bergantung pada faktor keberuntungan (Afandi, A. V. F., Husodo, D. A., Niswara, F. R. 2024).

Namun demikian, tidak seluruh program hadiah dapat dikategorikan sebagai maysir. Bentuk promosi seperti potongan harga, cashback, atau bonus pembelian yang diberikan secara pasti dan merata kepada seluruh konsumen yang memenuhi ketentuan tidak termasuk praktik maysir. Suatu aktivitas baru dikategorikan sebagai maysir apabila terdapat pihak yang harus mengeluarkan sejumlah pembayaran demi memperoleh peluang memenangkan hadiah, sementara kemungkinan untuk tidak memperoleh apa pun lebih besar dibandingkan peluang untuk menang (Wati, A., Paramansyah, A., & Damayanthi, D. 2020).

UMKM dan Implementasi Ekonomi Syariah di Indonesia

Perkembangan ekosistem ekonomi syariah di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan arah pertumbuhan yang cukup positif. Berdasarkan laporan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) tahun 2023, total aset keuangan syariah nasional telah mencapai lebih dari Rp 2.375 triliun dengan tingkat pertumbuhan yang terus mengalami peningkatan. Selain itu, pemerintah juga menetapkan visi menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah dunia melalui Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia (MEKSI) 2019-2024.

Meskipun demikian, berbagai penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara tingkat pemahaman dan penerapan prinsip syariah di kalangan pelaku UMKM. Penelitian Wahyuni dan Azhari (2022) mengungkapkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM Muslim sebenarnya telah mengetahui larangan riba, tetapi lebih dari separuhnya masih memanfaatkan layanan keuangan konvensional dalam aktivitas usaha mereka. Di sisi lain, penelitian Minarni et al. (2024) di wilayah Sumatra Selatan menunjukkan bahwa tingkat literasi syariah pelaku UMKM kuliner masih berada di bawah rata-rata nasional. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya langkah pembinaan dan edukasi yang lebih sistematis guna meningkatkan pemahaman di era bisnis digital yang terus berkembang (Awaliyah & Zakariya, 2025).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena penerapan prinsip-prinsip syariah dari perspektif

pelaku UMKM. Pendekatan tersebut dipilih karena tingkat pemahaman dan implementasi nilai-nilai syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti latar belakang pendidikan, budaya setempat, serta akses informasi yang dimiliki masing-masing pelaku usaha. Faktor-faktor tersebut dinilai tidak dapat dijelaskan secara optimal apabila hanya menggunakan pendekatan kuantitatif semata (Sari, S. I. N., 2025).

Penentuan subjek penelitian dilakukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan beberapa kriteria, yaitu: (1) pelaku UMKM yang bergerak di bidang makanan dan minuman di Kota Palembang; (2) telah menjalankan usaha sekurang-kurangnya enam bulan; (3) beragama Islam; dan (4) bersedia mengikuti proses wawancara mendalam. Penelitian ini melibatkan lima informan utama, yakni pemilik usaha Es Kacang Buto, Pempek Omah Dj, Tekwan/Model Mang Udin, Kemplang Berkah, dan Martabak Bangka 99. Kelima informan tersebut dipilih karena mewakili berbagai jenis kuliner khas Palembang dengan skala usaha yang berbeda-beda.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik yang saling mendukung. Pertama, wawancara mendalam semi-terstruktur yang dilakukan secara langsung dengan menggunakan pedoman pertanyaan berdasarkan empat variabel penelitian, yaitu halal, riba, gharar, dan maysir. Kedua, observasi lapangan pada lokasi produksi dan penjualan untuk melihat secara langsung praktik usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM, termasuk hal-hal yang tidak selalu terungkap dalam proses wawancara. Ketiga, penyebaran kuesioner terstruktur guna mengetahui tingkat pemahaman dan sikap pelaku UMKM terhadap prinsip-prinsip syariah secara lebih terukur. Seluruh data penelitian dikumpulkan pada tanggal 8 Mei 2026 di Kota Palembang.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data melalui tabel pengodean, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Proses pengodean dilakukan secara sistematis menggunakan empat kode pokok, yakni H (Halal), R (Riba), G (Gharar), dan M (Maysir), yang masing-masing dilengkapi dengan subkode sesuai karakteristik temuan di lapangan. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber, triangulasi metode, serta member checking kepada informan utama guna memastikan kesesuaian interpretasi peneliti dengan kondisi yang sebenarnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil UMKM Informan Penelitian

Lima informan dalam penelitian ini merupakan pelaku UMKM kuliner khas Palembang yang memiliki latar belakang usaha yang berbeda-beda, baik ditinjau dari jenis produk, lama usaha berjalan, maupun tingkat pendapatan harian. Usaha Es Kacang Buto telah beroperasi selama kurang lebih lima tahun dengan kisaran omzet harian antara Rp400.000 hingga Rp700.000. Sementara itu, Pempek Omah Dj termasuk usaha yang masih tergolong baru karena baru berjalan sekitar enam bulan, namun telah memiliki dua cabang usaha dengan pendapatan harian berkisar Rp250.000 sampai Rp400.000.

Di sisi lain, Tekwan/Model Mang Udin menjadi informan dengan pengalaman usaha paling lama, yakni sekitar dua puluh tahun, dengan tingkat omzet harian yang relatif sama seperti Pempek Omah Dj. Kemplang Berkah yang bergerak pada produksi kerupuk ikan telah menjalankan usaha selama enam tahun dengan kondisi omzet yang cenderung fluktuatif, terutama saat momen hari raya yang dapat mencapai sekitar Rp3.000.000 per hari. Adapun Martabak Bangka 99 telah beroperasi selama lima tahun dengan rata-rata omzet harian berkisar antara Rp200.000 hingga Rp500.000.

Tabel 1. Profil UMKM Informan Penelitian

No	Nama UMKM	Jenis Produk	Lama Usaha	Omzet/Hari	Sumber Modal
----	-----------	--------------	------------	------------	--------------

1	Es Kacang Buto	Minuman Tradisional	5 Tahun	Rp400.00 – Rp700.00	Tabungan Pribadi
2	Pempek Omah Dj	Pempek (2 Cabang)	6 Bulan	Rp250.00 – Rp400.00	Tabungan Pribadi
3	Tekwan/Model Mang Udin	Tekwan & Model	20 Tahun	Rp250.00 – Rp400.00	Tabungan Pribadi
4	Kemplang Berkah	Kerupuk Ikan	6 Tahun	Rp1.200.00 – Rp3.000.00*	Tabungan & Keluarga
5	Martabak Bangka 99	Martabak	5 Tahun	Rp200.00 – Rp500.00	Tabungan Pribadi

Implementasi Prinsip Halal Tingkat Kesadaran dan Pemahaman Halal

Secara umum, kelima informan dalam penelitian ini telah memiliki kesadaran yang cukup baik mengenai pentingnya menjaga kehalalan produk yang mereka jual. Seluruh pelaku usaha menyatakan bahwa proses produksi dilakukan secara bersih serta tidak menggunakan bahan-bahan yang diharamkan. Akan tetapi, hasil wawancara menunjukkan bahwa pemahaman mereka mengenai konsep halal masih cenderung terbatas pada aspek bahan baku yang terlihat secara langsung. Pemahaman tersebut belum sepenuhnya mencakup persoalan kontaminasi silang, kehalalan bahan tambahan pangan (BTP), maupun standar kebersihan peralatan produksi secara menyeluruh.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa pemahaman halal di kalangan pelaku UMKM makanan di Asia Tenggara masih didominasi oleh anggapan bahwa halal hanya berarti tidak menggunakan babi dan alkohol. Padahal, dalam Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH), konsep halal mencakup berbagai aspek yang lebih luas dan kompleks. Keterbatasan pemahaman tersebut berpotensi menimbulkan celah ketidakhalalan dalam proses produksi yang sering kali tidak disadari oleh pelaku usaha itu sendiri.

Status Sertifikasi Halal

Dari lima informan yang diteliti, terdapat tiga pelaku usaha, yaitu Pempek Omah Dj, Tekwan/Model Mang Udin, dan Martabak Bangka 99, yang telah memiliki sertifikat halal resmi dari MUI/BPJPH. Pemilik Martabak Bangka 99 menjelaskan bahwa keberadaan sertifikat halal tidak hanya memberikan rasa tenang sebagai pelaku usaha Muslim, tetapi juga meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual. (Lestari&Wijaya, 2022). Menyatakan bahwa sertifikasi halal berperan sebagai trust signal atau penanda kepercayaan yang efektif di pasar konsumen Muslim.

Sementara itu, Es Kacang Buto dan Kemplang Berkah belum memiliki sertifikasi halal secara resmi. Kendala yang dihadapi oleh kedua pelaku usaha tersebut juga berbeda. Pemilik Es Kacang Buto menyebutkan bahwa biaya dan prosedur pengurusan sertifikat dianggap

cukup rumit, sedangkan pemilik Kemplang Berkah mengaku masih belum memahami secara jelas proses pengajuan sertifikasi halal meskipun usahanya telah berjalan selama enam tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan sosialisasi antara program

Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) yang telah diluncurkan pemerintah dengan tingkat pemahaman pelaku UMKM mikro di lapangan serta menjadi sebuah penanda kepercayaan konsumen Muslim kepada penjualan (Lestari & Wijaya, 2022).

Implementasi Larangan Riba Strategi Penghindaran Riba

Aspek penghindaran riba menjadi salah satu temuan paling positif dalam penelitian ini. Seluruh informan menunjukkan konsistensi dalam menghindari penggunaan pinjaman berbunga, baik yang berasal dari bank konvensional maupun rentenir. Meskipun strategi yang digunakan berbeda-beda, seluruhnya tetap berorientasi pada prinsip pembiayaan yang bebas dari unsur bunga.

Pemilik Es Kacang Buto memperlihatkan pemahaman yang cukup baik mengenai konsep riba dengan mampu membedakan sistem bagi hasil yang dianggap lebih adil dengan bunga bank yang dipandang sebagai beban tetap yang memberatkan usaha. Oleh sebab itu, ia lebih memilih menggunakan modal pribadi dibandingkan mengambil pinjaman berbunga. Pemilik Pempek Omah Dj juga mengandalkan tabungan pribadi sebagai sumber modal dan menunjukkan kecenderungan memilih layanan perbankan syariah. Sementara itu, Tekwan/Model Mang Udin memilih meminjam dana kepada anggota keluarga tanpa bunga ketika membutuhkan tambahan modal usaha. Praktik tersebut mencerminkan penerapan prinsip ta'awun atau saling tolong-menolong dalam ajaran Islam. Di sisi lain, Martabak Bangka 99 menerapkan strategi pemutar kembali keuntungan usaha sebagai modal tambahan dan berkomitmen untuk tidak menggunakan utang selama menjalankan usahanya.

Kemplang Berkah memiliki pola pembiayaan yang berbeda dibandingkan informan lainnya. Modal usaha diperoleh melalui penggabungan tabungan antara pemilik usaha dan anaknya. Model pembiayaan berbasis keluarga tersebut pada dasarnya mencerminkan praktik musyarakah secara informal karena mengandung unsur kerja sama modal yang sesuai dengan prinsip syariah, walaupun tidak menggunakan akad formal sebagaimana dalam lembaga keuangan syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan perbedaan dengan sejumlah penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa sebagian besar UMKM makanan di Indonesia masih bergantung pada pembiayaan konvensional. Perbedaan tersebut diduga dipengaruhi oleh karakter masyarakat Palembang yang cenderung religius serta kuatnya budaya usaha berbasis kekeluargaan dalam aktivitas ekonomi masyarakat setempat.

Implikasi terhadap Ketahanan Usaha

Praktik kemandirian modal yang diterapkan oleh kelima informan tidak hanya sejalan dengan prinsip-prinsip syariah, tetapi juga memberikan tingkat ketahanan usaha yang lebih baik dalam menghadapi tekanan ekonomi dari luar. Ketiadaan kewajiban pembayaran cicilan bunga membuat pelaku UMKM memiliki ruang yang lebih fleksibel dalam mengatur arus kas, terutama ketika kondisi penjualan sedang menurun atau tidak stabil. Dengan demikian, pelaku usaha dapat lebih leluasa mempertahankan keberlangsungan usahanya tanpa terbebani pembayaran bunga yang bersifat tetap.

Temuan ini menunjukkan bahwa pembiayaan tanpa bunga lebih menguntungkan bagi pedagang kalangan kecil karena tidak membebani penjual dengan adanya cicilan. Ketika pendapatannya turun penjual tidak perlu khawatir dan tetap dapat mempertahankan usahanya tanpa memikirkan bayaran bunga cicilan perbulannya. Implementasi Larangan Gharar Transparansi Harga dan Informasi Produk

Seluruh informan dalam penelitian ini menunjukkan komitmen yang cukup kuat terhadap prinsip transparansi dalam aktivitas transaksi usaha mereka. Pempek Omah Dj, misalnya, menerapkan standar jumlah produk dalam setiap porsi, yaitu sepuluh butir pempek,

sehingga konsumen memperoleh kepastian mengenai jumlah yang diterima. Martabak Bangka 99 juga menerapkan keterbukaan harga dengan memasang daftar harga yang terlihat jelas pada gerobak jualannya agar konsumen dapat mengetahui harga sebelum melakukan pembelian. Sementara itu, Kemplang Berkah menyampaikan informasi terkait promo dan penawaran produk secara langsung kepada pelanggan tanpa adanya syarat tersembunyi.

Berbeda dengan informan lainnya, Tekwan/Model Mang Udin dan Es Kacang Buto lebih mengedepankan pendekatan personal dalam membangun hubungan dengan konsumen. Keduanya menekankan pentingnya menjaga kepercayaan pelanggan melalui kejujuran dalam penetapan harga dan ukuran porsi. Selain itu, sistem transaksi yang dilakukan secara langsung atau tatap muka turut membantu meminimalkan terjadinya asimetri informasi antara penjual dan pembeli.

Observasi Lapangan: Minimnya Praktik Gharar

Hasil observasi lapangan memperkuat temuan yang diperoleh melalui proses wawancara. Peneliti tidak menemukan adanya indikasi ketidaktransparanan yang berarti, baik dalam proses transaksi maupun pada informasi produk yang disampaikan kepada konsumen. Selain itu, kondisi tempat usaha yang relatif bersih dan tertata menunjukkan adanya komitmen pelaku UMKM terhadap kejujuran dan kualitas produk yang mereka jual.

Temuan ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya yang banyak menyoroti praktik gharar dalam perdagangan digital. Kelima UMKM yang menjadi objek penelitian lebih berfokus pada sistem transaksi secara langsung atau tatap muka, sehingga risiko terjadinya gharar akibat asimetri informasi dalam transaksi digital cenderung lebih rendah. Interaksi langsung antara penjual dan pembeli memungkinkan konsumen memperoleh informasi yang lebih jelas terkait produk, harga, maupun kualitas barang yang ditawarkan.

Implementasi Larangan Maysir Penolakan terhadap Sistem Undian

Aspek maysir dalam penelitian ini menunjukkan tingkat kesadaran yang cukup baik di kalangan para informan, walaupun pemahaman mereka terhadap istilah dan konsep fikihnya masih perlu ditingkatkan. Pemilik Es Kacang Buto secara tegas menghindari bentuk promosi yang berbasis undian dan lebih memilih strategi promosi seperti “beli dua gratis satu” karena dianggap lebih jelas, terbuka, serta memiliki nilai berbagi kepada konsumen. Sikap serupa juga ditunjukkan oleh Pempek Omah Dj yang menyatakan penolakan terhadap program undian yang mekanismenya tidak transparan.

Sementara itu, Tekwan/Model Mang Udin menerapkan sistem bonus berdasarkan jumlah pembelian, yaitu memberikan tambahan produk kepada pelanggan yang membeli lebih dari tujuh porsi. Pelaku usaha tersebut juga secara sadar membedakan antara bonus pembelian dengan sistem undian yang dianggap mengandung unsur perjudian. Kemampuan pelaku UMKM dalam membedakan bentuk promosi yang diperbolehkan dan yang mengandung unsur maysir menjadi temuan yang cukup positif, terutama mengingat tingkat literasi formal mengenai fikih muamalah di kalangan UMKM masih relatif terbatas.

Prinsip Kejujuran sebagai Landasan Promosi

Pemilik Kemplang Berkah dan Martabak Bangka 99 memiliki pandangan yang relatif sama mengenai praktik promosi dalam usaha. Keduanya berpendapat bahwa promosi diperbolehkan dalam Islam selama dilakukan secara jujur, tidak mengandung unsur penipuan, serta tidak menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Pandangan tersebut pada dasarnya sejalan dengan prinsip *la dharar wa la dhirar*, yaitu kaidah fikih yang menegaskan bahwa tidak boleh ada tindakan yang membahayakan diri sendiri maupun pihak lain.

Hasil penelitian ini menunjukkan perbedaan dengan temuan Farhana (2024) yang menyatakan bahwa cukup banyak UMKM makanan di beberapa wilayah Pulau Jawa masih menggunakan sistem undian berhadiah sebagai strategi pemasaran tanpa mempertimbangkan unsur maysir di dalamnya. Perbedaan tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh karakter budaya masyarakat Palembang yang cenderung lebih konservatif dalam aspek religius serta lebih

mengutamakan pola promosi berbasis hubungan kepercayaan dan kejujuran dengan konsumen.

Tabel Koding Analisis Data Lapangan

Tabel 2. Koding Data Wawancara Lapangan

No	UMKM	Prinsip	Kategori	Kode	Kutipan / Parafrase	Interpretasi Analitik
1	Pempek Omah Dj	Halal	Sertifikasi Halal	H-1	Sudah memiliki sertifikat halal dari MUI dan sangat memperhatikan kebersihan alat masak agar tetap sesuai syariah.	Kepemilikan sertifikat halal disertai praktik kebersihan operasional mencerminkan implementasi prinsip halal yang terintegrasi.
2	Tekwan/Model Mang Udin	Halal	Sertifikasi Halal	H-1	Sudah memiliki sertifikat halal dan menjamin proses pembuatan bersih dan tidak tercampur bahan haram.	Jaminan kebersihan proses beriringan dengan sertifikasi formal menunjukkan implementasi halal yang konsisten.
3	Martabak Bangka 99	Halal	Sertifikasi Halal	H-1	Sertifikat halal membuat penjual lebih tenang dan pelanggan lebih percaya untuk membeli produknya.	Sertifikat halal berfungsi ganda: ketenangan batin pelaku usaha dan peningkatan kepercayaan konsumen.
4	Es Kacang Buto	Halal	Belum Sertifikasi	H-2	Belum memiliki sertifikat halal resmi. Penjual ragu terkait biaya atau prosedur, meski menjamin proses pembuatan bersih.	Kekhawatiran atas biaya dan prosedur menjadi hambatan utama; menunjukkan gap sosialisasi program SEHATI.
5	Kemplang Berkah	Halal	Belum Sertifikasi	H-2	Belum memiliki sertifikat halal. Pemilik mengaku masih sangat awam untuk memahami dan mengikuti prosedurnya.	Minimnya literasi sertifikasi halal bahkan pada usaha yang sudah berjalan lama menunjukkan gap sosialisasi dari otoritas terkait.
6	Semua UMK M	Halal	Kebersihan Produksi	H-3	Seluruh pelaku UMKM mengaku menjaga kebersihan proses pembuatan dan memastikan tidak tercampur bahan haram.	Higienitas dan keterhindaran dari bahan haram merupakan implementasi prinsip halal pada level praktis.

7	Es Kacang Buto	Riba	Penghindaran Riba	R-1	Pemilik memahami konsep bagi hasil dan membedakannya dengan bunga bank, memilih modal sendiri.	Pemahaman konseptual bagi hasil vs bunga mendorong penggunaan modal mandiri sebagai strategi menghindari riba.
8	Pempek Omah Dj	Riba	Penghindaran Riba	R-1	Modal awal dari tabungan pribadi, lebih memilih prinsip perbankan syariah karena menghindari riba.	Preferensi terhadap perbankan syariah
					prinsip perbankan syariah karena menghindari riba.	menunjukkan kesadaran aktif dalam memilih instrumen keuangan Islami.
9	Tekwan/Model Mang Udin	Riba	Penghindaran Riba	R-1	Jika butuh tambahan modal, lebih memilih meminjam kepada saudara daripada KUR atau bank.	Preferensi pinjaman keluarga tanpa bunga mencerminkan prinsip ta'awun yang bebas dari unsur riba.
10	Martabak Bangka 99	Riba	Penghindaran Riba	R-1	Penjual lebih memilih memutar kembali keuntungan usaha karena tidak mau terikat hutang apapun.	Strategi reinvestasi keuntungan (bootstrapping) merupakan bentuk penghindaran riba paling murni.
11	Kemplang Berkah	Riba	Modal Mandiri	R-2	Pemilik memulai usaha dengan modal tabungan sendiri dan anaknya untuk beli bahan baku dan peralatan.	Kolaborasi modal keluarga mencerminkan pola pembiayaan berbasis kekeluargaan yang bebas dari unsur riba.
12	Pempek Omah Dj	Gharar	Transparansi Harga/Porsi	G-1	Menerapkan kejujuran dalam timbangan (per porsi isi 10 butir) dan menghindari praktik spekulasi seperti promo undian tidak jelas.	Standarisasi takaran per porsi merupakan implementasi langsung anti-gharar yang memberikan kepastian kepada konsumen.

13	Martabak Bangka 99	Gharar	Transparansi Harga/Porsi	G-1	Papan harga terlihat jelas di gerobak. Promosi dilakukan secara transparan dan tidak menipu pembeli.	Keterbukaan informasi harga menghilangkan unsur ketidakjelasan (gharar) dalam transaksi jual beli.
14	Kemplang Berkah	Gharar	Transparansi Transaksi	G-1	Promo dilakukan terbuka tanpa penipuan, sesekali memberi potongan harga atau bonus tambahan kepada pembeli.	Promo yang disampaikan langsung dan terbuka kepada konsumen meminimalkan potensi gharar dalam pemasaran.
15	Tekwan/Model Mang Udin	Gharar	Kejujuran Dagang	G-2	Mengutamakan kepercayaan pelanggan dengan tidak melakukan manipulasi harga maupun porsi.	Integritas dalam penetapan harga dan porsi mencerminkan etika pedagang Muslim yang anti-gharar.
16	Es Kacang Buto	Gharar	Kejujuran Dagang	G-2	Transaksi dilakukan secara langsung dan terbuka. Pemilik mengutamakan kejujuran dalam berdagang.	Transaksi langsung (face-to-face) dan sikap jujur pemilik mengurangi potensi informasi asimetris penyebab gharar.
17	Es Kacang Buto	Maysir	Penghindaran Maysir	M-1	Menghindari sistem promosi berbasis undian atau judi. Promo yang dibolehkan seperti 'beli dua gratis satu'.	Pembedaan antara promo berbasis nilai dan promo berbasis spekulasi menunjukkan pemahaman konsep maysir dalam konteks pemasaran.

Sintesis Temuan: Pola Implementasi Prinsip Syariah

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah pada lima UMKM makanan di Kota Palembang memperlihatkan pola yang cukup menarik. Implementasi prinsip syariah terlihat lebih kuat pada aspek penghindaran riba dan maysir, sementara pada aspek sertifikasi halal formal serta pemahaman mengenai gharar masih diperlukan penguatan yang lebih mendalam.

Konsistensi para informan dalam menghindari riba menjadi salah satu temuan yang paling menonjol dalam penelitian ini. Hal tersebut terlihat dari kecenderungan pelaku usaha menggunakan modal pribadi, pembiayaan berbasis keluarga, maupun sistem reinvestasi keuntungan tanpa melibatkan pinjaman berbunga. Temuan ini memberikan kontribusi positif

terhadap kajian mengenai praktik keuangan syariah pada sektor UMKM. Selain itu, penolakan terhadap sistem promosi berbasis undian yang dianggap mengandung unsur maysir juga menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah dalam praktik pemasaran telah cukup terinternalisasi di kalangan pelaku usaha, meskipun pemahaman formal mengenai istilah fikihnya masih perlu ditingkatkan.

Di sisi lain, persoalan sertifikasi halal masih menjadi tantangan yang memerlukan perhatian lebih serius. Dari lima informan yang diteliti, tiga pelaku usaha telah memiliki sertifikat halal resmi, sedangkan dua lainnya belum tersertifikasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kendala utama bukan terletak pada rendahnya keinginan pelaku usaha untuk memperoleh sertifikasi halal, melainkan pada keterbatasan pemahaman mengenai prosedur pengurusan sertifikasi. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan yang lebih aktif dan sistematis dari pemerintah maupun lembaga terkait agar akses UMKM terhadap sertifikasi halal dapat semakin mudah dan merata.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil menggambarkan implementasi empat prinsip syariah utama, yaitu halal, riba, gharar, dan maysir, pada UMKM makanan di Kota Palembang melalui kajian terhadap lima pelaku usaha kuliner khas daerah. Secara umum, penerapan prinsip syariah pada aspek riba, gharar, dan maysir menunjukkan kondisi yang cukup baik. Namun demikian, pada aspek sertifikasi halal formal masih diperlukan perhatian dan penguatan yang lebih serius.

Pada aspek halal, seluruh informan telah menunjukkan kesadaran dalam menjaga kebersihan produk serta menghindari penggunaan bahan yang diharamkan. Walaupun demikian, pemahaman mengenai konsep halal supply chain secara menyeluruh masih belum optimal dan perlu ditingkatkan. Dari sisi sertifikasi halal, terlihat adanya perbedaan yang cukup jelas antara UMKM yang telah memiliki sertifikat halal dengan yang belum tersertifikasi. Hambatan utama yang ditemukan bukan semata-mata persoalan biaya, melainkan rendahnya pemahaman pelaku usaha mengenai prosedur pengurusan sertifikasi halal.

Pada aspek riba, hasil penelitian menunjukkan kondisi yang cukup positif. Seluruh informan secara konsisten menghindari penggunaan pinjaman berbunga dan lebih memilih menggunakan modal pribadi, pembiayaan keluarga tanpa bunga, maupun sistem reinvestasi keuntungan usaha. Pola tersebut menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah telah cukup terinternalisasi dalam praktik keuangan UMKM kuliner di Kota Palembang.

Dalam aspek gharar, seluruh informan menerapkan praktik keterbukaan informasi melalui transparansi harga, kejelasan ukuran atau takaran produk, serta kejujuran dalam penyampaian informasi kepada konsumen. Dominasi transaksi secara langsung atau tatap muka dalam model usaha mereka juga turut mengurangi potensi terjadinya gharar yang umumnya muncul dalam transaksi perdagangan digital.

Sementara itu, pada aspek maysir, para informan telah menunjukkan kesadaran untuk menghindari bentuk promosi yang bersifat spekulatif maupun berbasis undian. Mereka mampu membedakan antara promosi yang diperbolehkan, seperti diskon, bonus pasti, dan program beli gratis, dengan promosi yang berpotensi mengandung unsur maysir. Meski demikian, pemahaman formal mengenai konsep maysir masih perlu diperkuat agar pelaku UMKM mampu mengenali bentuk-bentuk maysir modern yang lebih terselubung.

Secara keseluruhan, rendahnya implementasi prinsip syariah pada beberapa aspek tidak sepenuhnya disebabkan oleh kurangnya kepedulian pelaku usaha, melainkan lebih dipengaruhi oleh keterbatasan literasi dan belum optimalnya sistem pendampingan yang tersedia. Oleh sebab itu, diperlukan pendekatan yang bersifat menyeluruh melalui sinergi antara pemerintah daerah, lembaga keuangan syariah, perguruan tinggi Islam, serta komunitas pelaku usaha agar pengembangan UMKM berbasis syariah dapat berjalan lebih efektif.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diajukan. Pertama, Pemerintah Kota Palembang perlu meningkatkan sosialisasi program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) secara lebih aktif dengan menjangkau langsung lokasi-lokasi UMKM mikro melalui layanan bergerak (mobile service) dan kerja sama dengan komunitas maupun asosiasi pedagang. Selain itu, kolaborasi antara Dinas Koperasi dan UMKM, BPJPH Sumatera Selatan, dan Kantor Kementerian Agama Kota Palembang perlu diperkuat guna menciptakan sistem pendampingan yang lebih terintegrasi.

Kedua, lembaga keuangan syariah perlu memperluas program penjangkauan kepada komunitas UMKM makanan di Kota Palembang. Penyediaan produk pembiayaan mikro syariah yang sederhana, mudah diakses, serta disertai edukasi literasi keuangan syariah dengan bahasa yang mudah dipahami diharapkan mampu mempercepat peralihan pelaku UMKM dari sistem pembiayaan konvensional menuju pembiayaan berbasis syariah.

Ketiga, perguruan tinggi Islam di Palembang, khususnya UIN Raden Fatah Palembang dan STEBIS IGM, memiliki peluang besar untuk berkontribusi melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) tematik maupun pengabdian masyarakat yang berfokus pada pendampingan UMKM berbasis syariah. Pengembangan modul pelatihan praktis mengenai implementasi halal, riba, gharar, dan maysir dalam konteks UMKM kuliner juga perlu dilakukan secara lebih luas dan sistematis.

Keempat, penelitian lanjutan dengan jumlah sampel yang lebih besar serta penggunaan metode mixed method sangat diperlukan agar diperoleh gambaran yang lebih representatif mengenai kondisi UMKM berbasis syariah di Kota Palembang maupun wilayah Sumatera Selatan secara umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Lestari, D., & Wijaya, R. (2022). Peran Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada UMKM Makanan Halal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Jubaedah, D., Dermawan, M.J., & Burhanudin, B.M. (2025). Etika Bisnis Prespektif Islam Secara Umum dan Khusus. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(1), 07-21. <https://indojournal.com/index.php/ekopedia/article/view/17>
- Yumarni, A., & Rumatiga, H. (2024). Penerapan Prinsip Larangan “MAGRIB: Maysir, Gharar, dan Riba” dalam Pembiayaan yang Bergerak di Bidang Usaha Non Halal. *Karimah Tauhid*, 3(4), 4310–4330. <https://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/view/12841>
- Wati, A., Paramansyah, A., & Damayanthi, D. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*.
- BPJPH. (2023). Laporan Tahunan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal 2023. Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Sri Nurmayanti. “Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”, Skripsi,” Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, (2021).
- Sari, S. I. N., Ilmi, A. P. Z., Mafikah, A. D., Sa’diyah, H., Amelia, R. N., & Latifah, E. (2025). Konsep Produksi Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*.
- Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palembang. (2023). Data UMKM Kota Palembang Tahun 2023. Palembang: Pemerintah Kota Palembang.
- Minarni, Yuliana, I., Wahyuni, N., & Sawitri, D. (2024). Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia Berbasis Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 3075–3086. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei>
- Farhana, N. (2024). Implementasi Maqashid Syariah Pada Asuransi Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01), 58–63. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei>
- Afandi, A. V. F., Husodo, D. A., Niswara, F. R. (2024). Aplikasi Etika Bisnis dalam Kegiatan UMKM Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis Syariah*.
- Kuyateh, M. A. (2022). Shariah compliance prohibitions in Islamic banking and finance: the case of Riba, Gharar and Maysir. *Journal of Islamic Banking & Finance*, 39(1), 29–37.

- N Rasha, A Suwar - AL-UKHWAH-Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, 2025. Konsep etika bisnis Islam dalam penguatan UMKM: Relevansi, tantangan, dan model implementasi.
- Zulfikri, Z., & Umari, Z. F. (2024). Kontribusi Bank Wakaf Mikro Terhadap UMKM Dalam Mengembangkan Industri Halal (Studi Kasus di Sumatera Selatan). *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 10(1).
<https://ejournal.stebisigm.ac.id/index.php/esha>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar Tahun 2022-2023*. Jakarta: Kemenkopukm.
- KNEKS. (2023). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2023*. Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah.
- Syaiful Umam, M. (2024). Penerapan Pembiayaan Perbankan Syariah dalam Pembangunan Industri Makanan Halal di Indonesia. *MASADIR: Jurnal Hukum Islam*, 4 (01), 899 - 910.
<https://doi.org/10.33754/masadir.v4i01.1277>
- Camelia, I., et al. (2024). Analisis Peran Sertifikasi Halal pada Bisnis UMKM Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 1474–1484. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13349>
- Silviah, Nur Manna, dan Novieati Dwi Lestari.(2022). “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM”. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam* 10 (1): 96-112. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.295> ..
- Fitriani, D., & Nisa, F. L. (2024). Analisis Praktek Larangan Maysir, Gharar, dan Riba dalam Asuransi Syariah di Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*.
<https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru>
- OJK. (2023). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2022*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan. Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.
- Handayani, D. I., Masudin, I., Haris, A., & Restuputri, D. P. (2022). Ensuring the halal integrity of the food supply chain through halal suppliers: a bibliometric review. *Journal of Islamic Marketing*, 13(7), 1457–1478. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2020-0329> Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Awaliyah, M., & Zakariya, N. A. (2025). Peran Etika Bisnis Islam Terhadap Pelaku UMKM di Era Bisnis Digital. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(6), 11870–11874.