

Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Produksi Tahu Susu Bandung “BB” di Situ Daun Kecamatan Tenjolaya Kabupaten Bogor Jawa Barat

Tri Susilowati¹, Muhamad Chairudin², Chris Yunizar³, Trina Rizky Utami⁴, Arsa⁵, Dede Darwis⁶, Putri Setiani⁷, Hanavi Triwusono⁸, Mikha Sulastri Sianturi⁹, Dinda Fatma Humaera¹⁰.

12345678910 STES Bhakti Nugraha, Tangerang

Email: ¹trisusilowati@stesbn.ac.id, ²20221010101@mhs.stesbn.ac.id,
³2022101095@mhs.stesbn.ac.id, ⁴2022101094@mhs.stesbn.ac.id, ⁵2021101072@mhs.stesbn.ac.id,
⁶2021101074@mhs.stesbn.ac.id, ⁷2021101082@mhs.stesbn.ac.id, ⁸2022101012@mhs.stesbn.ac.id,
⁹2022101042@mhs.stesbn.ac.id, ¹⁰2020101016@mhs.stesbn.ac.id;

Sejarah Artikel:

Disubmit: November 11th, 2025 Diproses: Desember 11th, 2025 Terbit: Januari 27th, 2026

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam proses produksi pada usaha Tahu Susu Bandung “BB” yang berlokasi di Situ Daun RT.12 RW. 03, Kecamatan Tenjolaya, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif dengan orientasi analisis deskriptif untuk memahami secara mendalam praktik etika bisnis yang dijalankan pelaku usaha dalam konteks produksi pangan tradisional. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pemilik dan pekerja, serta dokumentasi aktivitas produksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip kejujuran, amanah, kehalalan, dan keadilan telah diterapkan secara substantif dalam proses produksi dan hubungan kerja. Namun demikian, ditemukan adanya potensi gharar laten pada aspek konsistensi kualitas produk yang bersumber dari ketidakstabilan proses produksi akibat keterbatasan sarana, khususnya penggunaan bahan bakar tradisional. Temuan ini menunjukkan bahwa unsur gharar dalam ekonomi syariah tidak hanya relevan pada aspek transaksi, tetapi juga dapat muncul pada tahapan produksi. Penelitian ini berkontribusi memperluas kajian etika bisnis Islam dengan menempatkan proses produksi UMKM pangan tradisional sebagai locus analisis etis yang kontekstual dan empiris.

Keywords: *Etika, Bisnis Islam, Produksi, Tahu Susu Bandung.*

Copyright © 2026 Tri Susilowati, dkk

Correspondence Address:

Email Address: trisusilowati@stesbn.ac.id

Citation: Tri Susilowati, dkk (2026). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Produksi Tahu Susu Bandung “BB” di Situ Daun Kecamatan Tenjolaya Kabupaten Bogor Jawa Barat. *International Journal of Halal Economic*. Volume 3, No. 1, bulan Januari 2026

A. Pendahuluan

Dalam perspektif ekonomi Islam, aktivitas bisnis tidak semata dipandang sebagai upaya pencapaian keuntungan ekonomi, melainkan sebagai bagian dari ibadah dan tanggung jawab moral manusia sebagai khalifah di bumi. Etika bisnis Islam menuntut agar setiap aktivitas produksi dan distribusi dijalankan berdasarkan prinsip keadilan, kejujuran, amanah, dan keberkahan, serta menjauhkan diri dari unsur riba, gharar, dan maysir. Produsen dalam Islam diposisikan sebagai subjek moral yang bertanggung jawab tidak hanya kepada konsumen, tetapi juga kepada Allah SWT dan lingkungan sosial. Oleh karena itu, produksi pangan dalam perspektif Islam tidak hanya dinilai dari kuantitas dan efisiensi ekonomi, tetapi juga dari kepastian kualitas, kejelasan proses, dan nilai etis yang menyertainya.

Namun demikian, realitas empiris menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM pangan tradisional di Indonesia beroperasi dalam kondisi keterbatasan modal, teknologi, dan sistem manajemen produksi. Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa banyak usaha mikro masih menjalankan proses produksi secara tradisional, berbasis pengalaman dan kebiasaan turun-temurun, tanpa standar mutu yang terdokumentasi secara formal. Kondisi ini tidak jarang menyebabkan ketidakkonsistenan kualitas produk, meskipun pelaku usaha memiliki komitmen kuat terhadap kejujuran dan kepuasan konsumen. Temuan wawancara dengan pemilik usaha Tahu Susu Bandung “BB” menunjukkan bahwa orientasi usaha tidak hanya pada keuntungan, tetapi juga pada keberkahan dan kepercayaan konsumen, meskipun dihadapkan pada keterbatasan sarana produksi.

Fenomena problematik yang muncul dalam konteks usaha Tahu Susu Bandung “BB” adalah potensi ketidakpastian kualitas produk yang disebabkan oleh penggunaan bahan bakar kayu tradisional, terutama pada musim hujan. Data observasi menunjukkan bahwa kayu bakar yang basah menyebabkan suhu pembakaran tidak stabil, sehingga berpengaruh pada tekstur, rasa, dan daya tahan tahu yang dihasilkan. Kondisi ini diperkuat oleh hasil wawancara yang mengungkapkan bahwa ketidakstabilan proses perebusan sering kali sulit dihindari karena keterbatasan modal untuk beralih ke sumber energi yang lebih konsisten. Dalam perspektif ekonomi syariah, situasi ini berpotensi mengandung unsur gharar karena konsumen menerima produk dengan mutu yang tidak selalu seragam, meskipun tidak terdapat unsur kesengajaan atau manipulasi dari produsen.

Sejauh ini, penelitian-penelitian tentang etika bisnis Islam pada UMKM umumnya menitikberatkan pada aspek kepatuhan normatif, seperti kehalalan produk, kejujuran transaksi, dan penghindaran riba dalam pembiayaan. Sebagian

besar kajian tersebut masih memposisikan etika bisnis Islam sebagai seperangkat aturan ideal yang diukur melalui kepatuhan formal, bukan sebagai praktik sosial yang dinegosiasikan dalam keterbatasan struktural pelaku usaha mikro. Masih terbatas penelitian yang secara substantif mengkaji bagaimana nilai-nilai etika bisnis Islam dimaknai, diterapkan, dan dihadapkan pada tantangan nyata dalam proses produksi sehari-hari, khususnya pada industri pangan tradisional skala kecil.

Berdasarkan kondisi tersebut, research gap penelitian ini terletak pada minimnya kajian etika bisnis Islam yang berfokus pada dimensi proses produksi dan pengalaman subjektif pelaku usaha mikro tradisional. Penelitian ini tidak hanya menilai apakah prinsip etika bisnis Islam diterapkan atau tidak, tetapi berupaya memahami bagaimana prinsip-prinsip tersebut dijalankan dalam praktik produksi yang sarat keterbatasan. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan memaknai secara mendalam penerapan etika bisnis Islam dalam proses produksi pada usaha Tahu Susu Bandung "BB", serta mengidentifikasi dinamika etis yang muncul dalam upaya menjaga kehalalan, kejujuran, dan konsistensi kualitas produk secara kontekstual.

Penelitian ini menawarkan kontribusi konseptual dengan memperkenalkan gagasan gharar laten dalam proses produksi, yaitu bentuk ketidakpastian mutu produk yang tidak disengaja, bersifat temporer, dan muncul sebagai konsekuensi dari keterbatasan sarana produksi. Dengan menempatkan proses produksi UMKM pangan tradisional sebagai ruang analisis etika yang empiris dan kontekstual, penelitian ini diharapkan dapat memperluas khazanah kajian etika bisnis Islam dari pendekatan normatif menuju pendekatan praksis dan reflektif.

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai normatif yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis yang berfungsi mengarahkan perilaku ekonomi manusia agar selaras dengan tujuan syariah (maqāṣid al-sharī'ah). Etika ini tidak hanya mengatur hubungan antarmanusia dalam aktivitas ekonomi, tetapi juga mengaitkan aktivitas bisnis dengan dimensi transendental, yakni pertanggungjawaban manusia kepada Allah SWT. Oleh karena itu, etika bisnis Islam memandang aktivitas ekonomi sebagai bagian integral dari ibadah sosial yang memiliki implikasi moral, sosial, dan spiritual (Beekun, 1997; Chapra, 2021). Dalam kerangka ini, bisnis tidak bersifat value-free, melainkan sarat dengan nilai dan tanggung jawab etis.

Landasan normatif etika bisnis Islam bersumber dari Al-Qur'an yang menegaskan bahwa aktivitas ekonomi tidak terpisah dari nilai moral dan pertanggungjawaban kepada Allah SWT. Dalam QS. Al-Qashash [28]: 77 : "Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu kebahagiaan negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu di dunia." Ayat ini menegaskan bahwa pencarian keuntungan ekonomi harus diarahkan untuk mencapai tujuan akhirat tanpa mengabaikan keseimbangan duniawi.

Secara konseptual, etika bisnis Islam dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip dan standar perilaku yang mengatur bagaimana kegiatan ekonomi seharusnya dijalankan agar tidak menyimpang dari nilai keadilan, kejujuran, dan kemaslahatan. Beekun (1997) menegaskan bahwa etika bisnis Islam dibangun atas prinsip tauhid, keseimbangan ('adl), kehendak bebas, tanggung jawab, dan keadilan. Prinsip tauhid menempatkan seluruh aktivitas bisnis dalam kerangka penghambaan kepada Allah SWT, sehingga setiap keputusan ekonomi harus mempertimbangkan nilai halal dan haram. Prinsip ini membedakan secara mendasar etika bisnis Islam dari etika bisnis konvensional yang cenderung berorientasi pada rasionalitas ekonomi semata.

Prinsip keseimbangan ('adl) dalam etika bisnis Islam menuntut adanya harmoni antara kepentingan individu dan kepentingan sosial, antara pencapaian keuntungan dan keadilan distributif. Chapra (2000) menjelaskan bahwa keadilan dalam Islam tidak hanya bermakna legal-formal, tetapi juga substantif, yakni memastikan tidak adanya eksploitasi dan ketimpangan dalam aktivitas ekonomi. Oleh karena itu, bisnis yang etis dalam Islam adalah bisnis yang tidak merugikan pihak lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, serta memperhatikan dampak sosial dari aktivitas produksinya.

Dalam pengembangan mutakhir, Chapra (2021) menekankan bahwa tujuan utama ekonomi Islam adalah pencapaian kemaslahatan manusia melalui sistem ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan bermoral. Etika bisnis Islam berfungsi sebagai instrumen normatif sekaligus evaluatif untuk memastikan bahwa aktivitas ekonomi tidak menyimpang dari tujuan tersebut. Dengan kata lain, etika bisnis Islam tidak hanya berfungsi sebagai pedoman ideal, tetapi juga sebagai alat analisis kritis untuk menilai praktik ekonomi aktual. Pandangan ini diperkuat oleh Dusuki dan Abdullah (2007) yang menegaskan bahwa etika bisnis Islam harus mampu menjembatani nilai normatif syariah dengan realitas praktik bisnis.

Dalam konteks usaha mikro dan kecil, etika bisnis Islam sering kali dipraktikkan secara intuitif dan berbasis nilai religius personal pelaku usaha. Azizah (2024) menunjukkan bahwa pelaku UMKM cenderung memahami etika bisnis Islam sebagai nilai moral yang diwariskan secara kultural dan religius, bukan sebagai konsep teoritis formal. Maulana (2025) menambahkan bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam pada UMKM sering dinegosiasikan dengan realitas ekonomi, sehingga melahirkan praktik etis yang adaptif namun tidak selalu sistematis. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam hidup dalam praktik sosial pelaku usaha, bukan sekadar dalam teks normatif.

Dengan demikian, dalam penelitian ini etika bisnis Islam didefinisikan sebagai nilai moral berbasis syariah yang memandu perilaku pelaku usaha dalam mengambil keputusan ekonomi, khususnya dalam proses produksi. Etika bisnis Islam dipahami sebagai praktik sosial yang kontekstual, dinamis, dan dipengaruhi oleh kondisi struktural usaha mikro. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap bagaimana nilai kejujuran, amanah,

kehalalan, dan keadilan dimaknai dan diterapkan dalam realitas produksi UMKM pangan tradisional.

Dalam perspektif ekonomi Islam, produksi dipandang sebagai aktivitas penciptaan nilai yang harus dilakukan secara halal, thayyib, dan tidak menimbulkan mudarat bagi pihak lain. Produksi tidak semata-mata dimaknai sebagai proses transformasi input menjadi output, tetapi sebagai aktivitas etis yang mengandung tanggung jawab moral dan sosial. Oleh karena itu, proses produksi dalam Islam dinilai tidak hanya dari efisiensi dan output ekonomi, tetapi juga dari cara, sarana, dan dampak yang ditimbulkannya terhadap konsumen, lingkungan, dan masyarakat luas (Huda & Nasution, 2020; Chapra, 2021). Prinsip ini menegaskan bahwa etika bisnis Islam melekat pada seluruh tahapan produksi, sejak pemilihan bahan baku hingga produk sampai ke tangan konsumen.

Secara konseptual, etika bisnis Islam dalam proses produksi dapat didefinisikan sebagai seperangkat nilai syariah yang mengatur bagaimana barang diproduksi secara halal, berkualitas, dan bertanggung jawab. Huda dan Nasution (2020) menjelaskan bahwa dimensi etis dalam produksi mencakup kejelasan dan kehalalan bahan baku, kepastian dan keterkendalian proses, kebersihan alat dan lingkungan, serta konsistensi mutu produk. Dengan demikian, produsen dituntut untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan tidak hanya halal secara zat (halal li-dzātih), tetapi juga thayyib dari sisi proses, keamanan, dan kualitasnya. Definisi ini menempatkan produksi sebagai locus penting penerapan etika bisnis Islam.

Prinsip amanah dalam proses produksi mengharuskan produsen menjaga kualitas produk sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen. Amanah tidak hanya berkaitan dengan kejujuran informasi, tetapi juga dengan komitmen untuk menghasilkan produk yang layak konsumsi dan tidak merugikan pihak lain. Sementara itu, prinsip ihsan menuntut adanya upaya perbaikan berkelanjutan dalam proses produksi, meskipun produsen berada dalam keterbatasan sumber daya. Ihsan mendorong pelaku usaha untuk senantiasa meningkatkan kualitas dan mengurangi potensi risiko, sebagai bentuk tanggung jawab moral yang melampaui kewajiban minimal (Beekun, 1997; Hassan & Ali, 2021).

Dalam konteks UMKM pangan tradisional, penerapan etika bisnis Islam dalam produksi sering kali dihadapkan pada keterbatasan teknologi, modal, dan manajemen. Kondisi ini menyebabkan standar mutu tidak selalu terdokumentasi secara sistematis, melainkan dijaga melalui pengalaman, intuisi, dan kebiasaan produksi yang diwariskan secara turun-temurun. Nurhayati dan Wasilah (2021) menunjukkan bahwa meskipun sistem manajemen mutu formal belum diterapkan secara optimal, pelaku UMKM tetap berupaya menjaga kehalalan dan kualitas produk sebagai bentuk tanggung jawab etis kepada konsumen. Hal ini menegaskan bahwa etika bisnis Islam pada UMKM bersifat praksis dan kontekstual.

Lebih lanjut, beberapa studi menunjukkan bahwa keterbatasan teknologi dan energi merupakan faktor utama yang memengaruhi konsistensi kualitas produksi UMKM pangan. Huda et al. (2022) menegaskan bahwa ketidakkonsistenan proses produksi sering kali bukan disebabkan oleh niat manipulatif produsen, melainkan oleh keterbatasan alat dan sarana produksi. Dalam kerangka etika bisnis Islam, kondisi ini menuntut adanya upaya mitigasi risiko agar ketidakpastian kualitas tidak berkembang menjadi praktik yang merugikan konsumen. Oleh karena itu, etika produksi tidak dapat dilepaskan dari konteks struktural usaha mikro. Dalam penelitian ini, etika bisnis Islam dalam proses produksi dipahami sebagai praktik sosial yang dinamis, di mana nilai kehalalan, amanah, dan ihsan terus diupayakan dalam keterbatasan nyata pelaku usaha.

Secara klasik, gharar dalam ekonomi Islam dipahami sebagai unsur ketidakjelasan, spekulasi, atau ketidakpastian yang berpotensi menimbulkan kerugian dan sengketa dalam akad. Antonio (2001) menjelaskan bahwa gharar mencakup ketidakpastian objek akad dari sisi kuantitas, kualitas, harga, maupun waktu penyerahan. Larangan gharar bertujuan untuk menjaga prinsip keadilan ('adl) dan kepastian hukum dalam muamalah, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan akibat informasi yang tidak jelas atau tidak simetris. Dengan demikian, gharar diposisikan sebagai elemen yang harus dihindari demi terciptanya transaksi yang transparan dan berkeadilan.

Dalam perkembangan kajian kontemporer, konsep gharar tidak lagi dipahami secara sempit sebagai pelanggaran kontraktual semata, melainkan sebagai fenomena yang dapat muncul dalam keseluruhan proses ekonomi. Hassan dan Ali (2021) menyatakan bahwa ketidakpastian kualitas produk yang bersumber dari proses produksi yang tidak stabil dapat berdampak langsung pada kejelasan objek jual beli (ma'qud 'alaiih). Dalam konteks ini, gharar tidak selalu lahir dari niat manipulatif produsen, tetapi dapat bersumber dari keterbatasan teknologi, energi, dan sarana produksi yang memengaruhi konsistensi mutu barang. Pendekatan ini memperluas ruang analisis gharar ke ranah produksi.

Secara konseptual, gharar dalam proses produksi dapat didefinisikan sebagai ketidakpastian kualitas atau karakteristik produk yang bersumber dari proses produksi yang tidak sepenuhnya terkendali. Definisi ini menempatkan produksi sebagai tahap kritis dalam menjaga kejelasan objek akad, karena mutu produk yang tidak konsisten dapat memengaruhi ekspektasi dan kepuasan konsumen. Kamali (2019) menegaskan bahwa gharar harus dipahami secara proporsional, dengan mempertimbangkan konteks dan tingkat ketidakpastian yang terjadi, terutama pada sektor usaha mikro yang memiliki keterbatasan struktural.

Rahmawati dan Fitria (2022) memperkenalkan gagasan bahwa pada UMKM, gharar sering kali bersifat struktural, yakni lahir dari kondisi produksi yang tidak sepenuhnya dapat dikendalikan oleh pelaku usaha. Kondisi ini

melahirkan apa yang dapat disebut sebagai gharar laten, yaitu ketidakpastian yang tidak disengaja, bersifat temporer, dan dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti cuaca, ketersediaan energi, dan keterbatasan alat produksi. Konsep gharar laten penting untuk memahami praktik etika bisnis Islam secara kontekstual, karena menunjukkan bahwa tidak semua bentuk ketidakpastian dapat dipersamakan dengan pelanggaran etis yang disengaja.

Dalam kerangka etika bisnis Islam, keberadaan gharar laten menuntut penerapan prinsip ihsan dan maslahah dalam proses produksi. Chapra (2021) menekankan bahwa Islam tidak menuntut kesempurnaan mutlak dalam praktik ekonomi, tetapi menghendaki adanya upaya berkelanjutan untuk meminimalkan mudarat dan meningkatkan kemaslahatan. Dengan demikian, analisis gharar dalam penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menghakimi pelaku usaha, melainkan untuk memahami dinamika etis yang muncul dalam realitas produksi mikro serta upaya yang dilakukan produsen untuk menjaga kualitas dalam keterbatasan.

Sejumlah penelitian terdahulu memberikan gambaran awal mengenai praktik etika bisnis Islam pada UMKM pangan. Rahman (2020) menunjukkan bahwa UMKM pangan halal telah menerapkan prinsip kejujuran dan kehalalan bahan, namun masih menghadapi kelemahan dalam pengendalian mutu produksi. Nurhayati dan Wasilah (2021) menegaskan bahwa amanah produsen merupakan faktor utama dalam menjaga kepercayaan konsumen, meskipun belum didukung oleh sistem manajemen kualitas yang memadai. Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara komitmen moral dan kapasitas teknis pelaku usaha.

Huda et al. (2022) menemukan bahwa keterbatasan teknologi dan energi menjadi penyebab utama ketidakkonsistenan produksi UMKM pangan tradisional. Fauzi (2023) menyoroti bahwa orientasi keberkahan menjadi motivasi dominan pelaku usaha mikro syariah dalam mengambil keputusan bisnis, bahkan ketika dihadapkan pada risiko penurunan kualitas produksi. Azizah (2024) menunjukkan bahwa praktik etika bisnis Islam pada usaha keluarga cenderung diwariskan secara kultural dan intuitif, sedangkan Maulana (2025) menegaskan bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam pada UMKM sering dinegosiasikan dengan realitas ekonomi sehingga menghasilkan praktik etis yang adaptif namun belum sistematis.

Meskipun penelitian-penelitian tersebut memberikan kontribusi penting, sebagian besar masih berfokus pada kepatuhan normatif dan aspek transaksi. Masih terbatas kajian yang secara eksplisit menjadikan proses produksi sebagai locus etis dan mengaitkannya dengan konsep gharar secara empiris. Oleh karena itu, penelitian ini memposisikan diri untuk mengisi celah tersebut dengan mengeksplorasi makna etika bisnis Islam dan keberadaan gharar laten dalam praktik produksi sehari-hari UMKM pangan tradisional. Pendekatan ini diharapkan mampu memperluas pemahaman gharar dari sekadar konsep normatif menuju fenomena etis yang bersifat prosedural dan kontekstual.

Berdasarkan telaah konseptual dan empiris, penelitian ini memandang etika bisnis Islam sebagai nilai normatif yang berinteraksi secara dinamis dengan realitas struktural UMKM. Asumsi teoritis penelitian ini adalah bahwa pelaku usaha mikro tidak sekadar menerapkan etika bisnis Islam secara tekstual, tetapi memaknainya secara kontekstual sesuai dengan pengalaman, keterbatasan, dan lingkungan produksi mereka. Fokus analisis diarahkan pada bagaimana prinsip kejujuran, amanah, kehalalan, dan keadilan dipraktikkan serta berpotensi melahirkan gharar laten dalam proses produksi. Pendekatan ini memungkinkan etika bisnis Islam dipahami sebagai praktik sosial yang hidup, bukan sekadar norma ideal yang terlepas dari realitas. Sehingga penelitian ini berupaya memperluas khazanah kajian etika bisnis Islam menuju pendekatan yang lebih empiris, kontekstual, dan reflektif.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan orientasi analisis deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam praktik etika bisnis Islam dalam konteks usaha Tahu Susu Bandung "BB". Studi kasus memungkinkan peneliti menggali fenomena secara holistik dan kontekstual sesuai dengan realitas lapangan. Penelitian dilakukan di lokasi produksi yang berada di Situ Daun Rt.12 Rw.03, Kecamatan Tenjolaya, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.

Penelitian lapangan dilaksanakan dengan intensitas observasi yang dilakukan pada beberapa siklus produksi untuk menangkap variasi proses dan kualitas produk yang dihasilkan. Observasi dilakukan secara berulang guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas produksi sehari-hari.

Informan kunci dalam penelitian ini adalah pemilik usaha dan pekerja yang terlibat langsung dalam proses produksi. Penentuan informan dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan relevansi pengalaman dan kedalaman informasi. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi non-partisipan, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali pemahaman dan nilai etis pelaku usaha, sedangkan observasi difokuskan pada proses produksi sehari-hari.

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan thematic analysis. Tahapan analisis meliputi proses reduksi data, pengkodean terbuka (open coding) untuk mengidentifikasi unit makna, pengkodean aksial (axial coding) untuk mengelompokkan tema-tema etika bisnis Islam, serta pengkodean selektif (selective coding) untuk menarik makna substantif terkait penerapan nilai kejujuran, amanah, kehalalan, dan potensi gharar dalam proses produksi. Proses analisis dilakukan secara iteratif dengan membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

C. Hasil & Pembahasan

1. Penerapan Prinsip Kejujuran dan Amanah dalam Proses Produksi

Kejujuran dan amanah merupakan prinsip fundamental dalam etika bisnis Islam yang mengikat pelaku usaha dalam seluruh proses produksi dan distribusi. Dalam QS. Al-Mā'idah [5]: 1: "Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu." Ayat ini mengandung makna bahwa produsen wajib memenuhi komitmen kualitas dan kuantitas produk sebagaimana yang dijanjikan kepada konsumen. Dalam konteks produksi pangan, pemenuhan akad tidak hanya terkait harga, tetapi juga mutu dan keamanan produk.

Hadis Nabi SAW juga menegaskan pentingnya kejujuran dalam aktivitas bisnis. Diriwayatkan HR. Tirmidzi "Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada." Hadis ini menunjukkan bahwa kejujuran dan amanah dalam bisnis memiliki nilai spiritual yang tinggi, sehingga etika produksi tidak dapat dipisahkan dari orientasi keberkahan usaha (Beekun, 1997; Fauzi, 2023).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Tahu Susu Bandung "BB" menerapkan prinsip kejujuran dan amanah secara konsisten dalam seluruh tahapan produksi. Berdasarkan observasi lapangan, produsen tidak menggunakan bahan berbahaya, tidak menambahkan pengawet kimia, serta tidak melakukan pengurangan takaran pada produk yang dihasilkan. Bahan baku yang digunakan, seperti kedelai, air, garam, cuka, kunyit, dan mentega, diperoleh dan diolah tanpa manipulasi yang dapat merugikan konsumen. Praktik ini menunjukkan adanya komitmen produsen untuk menjaga integritas produk sejak tahap awal produksi.

Hasil wawancara dengan pemilik usaha mengungkapkan bahwa keterbukaan informasi menjadi prinsip penting dalam menjalankan usaha. Komposisi bahan baku dan proses produksi dijelaskan secara terbuka kepada konsumen, baik melalui komunikasi langsung maupun melalui informasi yang tercantum pada kemasan. Keterbukaan ini tidak didorong oleh tuntutan regulasi formal, melainkan oleh kesadaran moral untuk memberikan hak informasi yang layak kepada konsumen. Dalam praktik sehari-hari, produsen memandang transparansi sebagai bagian dari tanggung jawab personal yang melekat pada aktivitas usaha.

Dalam perspektif etika bisnis Islam, praktik tersebut selaras dengan konsep amanah, yang menempatkan produsen sebagai pihak yang bertanggung jawab menjaga kepercayaan dan hak konsumen. Amanah tidak hanya dimaknai sebagai kejujuran dalam transaksi, tetapi juga sebagai komitmen untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan apa yang dijanjikan. Beekun (1997) menegaskan bahwa kejujuran dalam bisnis merupakan fondasi keberlanjutan usaha dan prasyarat terciptanya keadilan dalam muamalah. Temuan penelitian ini memperkuat pandangan tersebut dengan menunjukkan bahwa kejujuran dipahami sebagai nilai inti dalam relasi produsen-konsumen.

Lebih lanjut, kejujuran dalam usaha Tahu Susu Bandung “BB” dimaknai oleh pelaku usaha sebagai sumber keberkahan, bukan sekadar strategi pemasaran. Pemilik usaha menegaskan bahwa menjaga kejujuran diyakini dapat membawa ketenangan batin dan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Pandangan ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam tidak dipraktikkan sebagai kepatuhan administratif terhadap aturan eksternal, melainkan sebagai nilai religius yang terinternalisasi dalam kesadaran pelaku usaha. Kejujuran menjadi bagian dari identitas moral usaha, bukan sekadar alat untuk menarik konsumen.

Dari sisi proses produksi, penerapan kejujuran dan amanah tercermin dalam konsistensi praktik sehari-hari yang tidak berorientasi pada penghematan biaya dengan cara yang merugikan konsumen. Meskipun berada dalam keterbatasan modal dan sarana produksi, produsen tidak mengambil jalan pintas yang berpotensi menurunkan kualitas atau keamanan produk. Sikap ini menunjukkan adanya kesadaran etis bahwa keuntungan ekonomi tidak boleh diperoleh dengan mengorbankan hak dan keselamatan konsumen. Dalam konteks UMKM, praktik semacam ini memperlihatkan bagaimana nilai etika bisnis Islam dapat diaktualisasikan secara nyata dalam keterbatasan struktural.

Secara analitis, temuan ini menunjukkan bahwa prinsip kejujuran dan amanah dalam etika bisnis Islam berfungsi sebagai mekanisme pengendali perilaku produksi. Nilai-nilai tersebut membentuk batas etis yang membimbing pelaku usaha dalam mengambil keputusan, terutama ketika dihadapkan pada tekanan ekonomi dan keterbatasan sumber daya. Dengan demikian, kejujuran dan amanah tidak hanya berperan sebagai norma ideal, tetapi juga sebagai praktik sosial yang menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan tanggung jawab moral dalam proses produksi.

2. Kehalalan dan Thayyib sebagai Praktik Produksi yang Kontekstual

Prinsip kehalalan dan thayyib dalam usaha Tahu Susu Bandung “BB” diterapkan melalui penggunaan bahan baku alami serta proses produksi tradisional tanpa penambahan bahan kimia sintetis. Berdasarkan hasil observasi lapangan, seluruh tahapan produksi dilakukan secara manual dengan mengandalkan pengalaman dan keterampilan pekerja. Pemilihan bahan baku dilakukan secara selektif, dengan memastikan bahwa bahan yang digunakan tidak mengandung unsur yang diharamkan dan layak untuk dikonsumsi. Praktik ini menunjukkan adanya kesadaran produsen bahwa kehalalan tidak hanya berkaitan dengan status bahan, tetapi juga dengan kelayakan dan keamanan produk bagi konsumen.

Konsep halal dalam Islam tidak hanya merujuk pada keabsahan hukum bahan, tetapi juga pada aspek thayyib yang mencakup kebersihan, keamanan, dan kelayakan konsumsi. Dalam QS. Al-Baqarah [2]: 168: “Wahai manusia, makanlah dari apa yang ada di bumi yang halal lagi baik (thayyib)”. Ayat ini menjadi dasar normatif bahwa proses produksi pangan harus menjamin

kehalalan bahan sekaligus kualitas dan kebersihan proses. Dalam konteks UMKM pangan tradisional, prinsip *thayyib* menuntut produsen untuk menjaga kebersihan alat, lingkungan produksi, dan keamanan produk sesuai dengan kemampuan yang dimiliki (Huda & Nasution, 2020; Nurhayati & Wasilah, 2021).

Selain pada bahan baku, prinsip *thayyib* juga tercermin dalam perhatian terhadap kebersihan alat, bahan, dan lingkungan produksi. Meskipun fasilitas produksi masih bersifat sederhana dan terbatas, pelaku usaha berupaya menjaga kebersihan area kerja melalui pembersihan alat produksi secara rutin dan pengaturan lingkungan kerja agar tetap layak. Hasil observasi menunjukkan bahwa kebersihan dijaga sesuai dengan kemampuan sarana yang tersedia, tanpa mengabaikan standar kelayakan dasar pangan. Upaya ini mencerminkan pemahaman bahwa *thayyib* tidak selalu identik dengan teknologi modern, tetapi dapat diwujudkan melalui praktik kebersihan yang konsisten dan bertanggung jawab.

Dalam praktik sehari-hari, pelaku usaha memaknai halal sebagai tanggung jawab moral terhadap konsumen. Halal tidak dipahami secara terbatas pada pemenuhan syarat formal atau sertifikasi, melainkan sebagai komitmen untuk tidak membahayakan konsumen melalui produk yang dihasilkan. Pandangan ini terungkap dari hasil wawancara yang menunjukkan bahwa produsen lebih menekankan pada keamanan dan kelayakan konsumsi produk dibandingkan pencitraan formal. Dengan demikian, kehalalan dipraktikkan sebagai nilai etis yang hidup dalam proses produksi, bukan sekadar simbol administratif.

Temuan penelitian ini menguatkan hasil penelitian Nurhayati dan Wasilah (2021) yang menyatakan bahwa kehalalan proses merupakan bagian integral dari etika bisnis Islam pada UMKM pangan. Namun, penelitian ini juga memperluas kajian tersebut dengan menunjukkan bahwa penerapan prinsip halal pada usaha mikro sering kali bersifat adaptif dan kontekstual. Pelaku usaha menyesuaikan praktik halal dengan keterbatasan teknologi dan modal yang dimiliki, tanpa menghilangkan komitmen moral terhadap nilai-nilai syariah. Adaptasi ini tidak dimaknai sebagai pengabaian prinsip halal, melainkan sebagai strategi bertahan yang tetap berada dalam koridor etika Islam.

Lebih lanjut, temuan ini menunjukkan bahwa konsep *thayyib* dalam produksi UMKM tidak selalu diwujudkan melalui standar teknis yang tinggi, tetapi melalui kesadaran etis untuk meminimalkan risiko dan menjaga kualitas produk. Pelaku usaha berupaya memastikan bahwa produk yang dihasilkan aman, layak, dan tidak merugikan konsumen, meskipun belum didukung oleh sistem manajemen mutu formal. Hal ini sejalan dengan pandangan Huda dan Nasution (2020) yang menekankan bahwa *thayyib* mencakup dimensi kebersihan, keamanan, dan kemanfaatan produk dalam konteks nyata produksi.

Secara analitis, penerapan prinsip kehalalan dan thayyib pada usaha Tahu Susu Bandung “BB” menunjukkan bahwa etika bisnis Islam beroperasi sebagai praktik sosial yang kontekstual. Nilai halal dan thayyib dinegosiasikan dengan realitas keterbatasan struktural UMKM, namun tetap dijaga sebagai pedoman moral dalam pengambilan keputusan produksi. Dengan demikian, halal dan thayyib tidak hanya berfungsi sebagai standar normatif, tetapi juga sebagai kerangka etis yang membimbing produsen dalam menjaga kualitas, keamanan, dan keberlanjutan usaha dalam praktik sehari-hari.

3. Implikasi Etis Produksi Tahu Susu Bandung “BB” sebagai Tanggung Jawab Sosial

Berdasarkan data observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pemilik usaha, proses produksi Tahu Susu Bandung “BB” dimulai dari tahap pemilihan bahan baku utama berupa kedelai impor yang dinilai memiliki kualitas lebih stabil dibandingkan kedelai lokal. Pemilihan kedelai ini didasarkan pada pengalaman produksi sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas bahan baku sangat memengaruhi tekstur dan rasa tahu. Keputusan tersebut mencerminkan upaya produsen untuk menjaga mutu produk sejak tahap awal produksi, meskipun harus menanggung biaya bahan baku yang relatif lebih tinggi. Dengan demikian, tahap pemilihan bahan baku tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mengandung pertimbangan etis terkait tanggung jawab terhadap kualitas produk yang dikonsumsi masyarakat.

Islam memandang aktivitas produksi sebagai amanah sosial yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat luas. Dalam QS. Asy-Syu‘arā’ [26]: 183: “Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya.” Ayat ini menegaskan bahwa produsen dilarang mengurangi kualitas atau mutu produk yang dapat merugikan konsumen. Dalam konteks penelitian ini, ayat tersebut memperkuat analisis bahwa konsistensi kualitas produksi merupakan bagian dari tanggung jawab etis produsen UMKM pangan.

Tahap selanjutnya adalah perendaman kedelai selama kurang lebih tiga hingga empat jam, diikuti dengan pencucian hingga bersih sebelum proses penggilingan. Berdasarkan observasi, proses perendaman dan pencucian dilakukan secara teliti untuk memastikan bahwa kotoran dan residu pada kedelai dapat dihilangkan secara optimal. Tahap ini bertujuan untuk menjaga kebersihan dan kualitas sari kedelai yang dihasilkan, sekaligus meminimalkan risiko kontaminasi pada produk akhir. Praktik ini menunjukkan bahwa perhatian terhadap kebersihan telah menjadi bagian dari kebiasaan produksi, meskipun belum diformalkan dalam standar operasional tertulis.

Setelah digiling menggunakan mesin penggilingan sederhana, sari kedelai yang dihasilkan direbus secara bertahap menggunakan wajan besar dengan bahan bakar kayu. Proses perebusan dilakukan sambil terus diaduk agar panas merata dan sari kedelai matang secara sempurna. Observasi menunjukkan bahwa tahap perebusan menjadi salah satu tahapan paling krusial dalam menentukan kualitas akhir tahu, karena suhu dan durasi

pemanasan sangat memengaruhi tekstur dan rasa produk. Penggunaan bahan bakar kayu, meskipun bersifat tradisional, dipertahankan karena dianggap mampu menghasilkan cita rasa khas yang menjadi ciri produk tahu susu Bandung “BB”.

Ketika proses perebusan selesai, sari kedelai harus diperas dan dipisahkan dari ampasnya menggunakan kain penyaring. Ampas kedelai yang dihasilkan tidak dibuang begitu saja, tetapi dimanfaatkan kembali sebagai pakan ternak atau bahan olahan lain, yang menunjukkan adanya kesadaran untuk meminimalkan limbah produksi. Sari kedelai kemudian dicampurkan dengan mentega sebagai bahan pengikat untuk menghasilkan tekstur tahu yang lebih lembut dan khas. Penambahan mentega dilakukan dengan takaran tertentu berdasarkan pengalaman produksi, bukan melalui perhitungan teknis tertulis, yang menunjukkan dominannya pengetahuan praktis dalam proses produksi.

Tahapan selanjutnya adalah proses pengendapan dengan memasukkan campuran sari kedelai ke dalam air biang (cuka). Proses ini bertujuan untuk memisahkan gumpalan tahu dari cairannya secara alami. Setelah proses pengendapan selesai, gumpalan tahu dicetak sesuai ukuran produk yang telah ditentukan. Tahap pencetakan dilakukan secara manual dengan memperhatikan kerapihan dan keseragaman ukuran, sebagai upaya menjaga konsistensi produk yang diterima konsumen. Proses ini mencerminkan adanya perhatian terhadap aspek keadilan dalam distribusi produk, meskipun tidak dinyatakan secara eksplisit oleh pelaku usaha.

Tahap akhir produksi meliputi pemanasan kembali tahu yang telah dicetak, pemberian garam, serta pewarna alami dari kunyit sebelum produk dikemas. Pewarnaan dengan kunyit dilakukan untuk memberikan warna kuning khas tanpa menggunakan bahan pewarna sintetis. Seluruh proses produksi dilakukan tanpa bahan pengawet, sehingga produk tahu susu Bandung “BB” memiliki daya tahan terbatas dan harus segera dikonsumsi. Kondisi ini disadari oleh produsen dan dikomunikasikan kepada konsumen sebagai bagian dari tanggung jawab informasi. Dengan demikian, proses produksi yang dijalankan tidak hanya mempertahankan metode tradisional, tetapi juga mencerminkan praktik etis dalam menjaga keamanan dan kualitas pangan (tanggung jawab sosial).

Secara analitis, rangkaian proses produksi Tahu Susu Bandung “BB” menunjukkan bahwa praktik etika bisnis Islam tidak selalu diwujudkan melalui sistem produksi modern, tetapi dapat terinternalisasi dalam kebiasaan produksi tradisional yang berorientasi pada kebersihan, kualitas, dan tanggung jawab terhadap konsumen. Setiap tahapan produksi memuat pertimbangan etis, meskipun tidak selalu dirumuskan secara konseptual oleh pelaku usaha. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam pada UMKM pangan tradisional beroperasi sebagai praktik sosial yang hidup dan kontekstual, selaras dengan pengalaman dan keterbatasan pelaku usaha.

4. Gharar Laten dalam Konsistensi Kualitas Produksi

Meskipun prinsip etika bisnis Islam telah diterapkan secara substantif dalam proses produksi Tahu Susu Bandung “BB”, hasil penelitian menunjukkan adanya potensi gharar pada aspek konsistensi kualitas produk. Islam secara tegas melarang praktik ekonomi yang mengandung unsur gharar atau ketidakjelasan yang berpotensi merugikan pihak lain. Dalam HR. Muslim: “Rasulullah SAW melarang jual beli yang mengandung gharar.” Hadis ini menjadi dasar larangan terhadap praktik ekonomi yang mengandung ketidakpastian kualitas dan kuantitas barang. Dalam pengembangan kontemporer, larangan gharar tidak hanya dipahami pada aspek transaksi, tetapi juga pada tahapan produksi ketika ketidakstabilan proses menyebabkan ketidakpastian mutu produk (Antonio, 2001; Hassan & Ali, 2021).

Berdasarkan observasi lapangan yang dilakukan secara berulang, ditemukan bahwa proses perebusan sari kedelai sangat bergantung pada kualitas bahan bakar kayu. Pada kondisi tertentu, terutama pada musim hujan, kayu bakar yang digunakan cenderung basah sehingga menghasilkan panas yang tidak stabil. Ketidakstabilan suhu pembakaran ini berimplikasi langsung pada proses pemasakan sari kedelai, yang pada akhirnya memengaruhi tekstur, rasa, dan daya tahan tahu yang dihasilkan. Variasi kualitas tersebut tampak pada perbedaan tingkat kekenyalan tahu, kadar air, serta kecepatan produk mengalami penurunan mutu setelah diproduksi. Dalam beberapa produksi, tahu memiliki tekstur lebih lembut dan daya tahan lebih singkat, sementara pada produksi lainnya tekstur cenderung lebih padat dan relatif lebih awet. Pemilik usaha mengakui bahwa kondisi tersebut sulit dihindari karena keterbatasan akses terhadap bahan bakar kayu kering secara konsisten. Pengakuan ini menunjukkan adanya kesadaran produsen terhadap fluktuasi kualitas, meskipun belum sepenuhnya diimbangi dengan solusi teknis yang memadai.

Dalam perspektif ekonomi syariah, kondisi tersebut berpotensi mengandung unsur gharar karena kualitas produk sebagai objek akad (ma'qud 'alaih) tidak selalu dapat dipastikan secara konsisten oleh konsumen (Antonio, 2001). Hassan dan Ali (2021) menegaskan bahwa ketidakpastian kualitas produk yang bersumber dari proses produksi yang tidak stabil dapat memengaruhi kejelasan objek jual beli, meskipun transaksi dilakukan secara jujur dan tanpa niat manipulatif. Dalam konteks ini, gharar tidak muncul sebagai akibat dari perilaku curang atau penyembunyian informasi, melainkan sebagai konsekuensi dari keterbatasan struktural dalam proses produksi tradisional.

Penelitian ini menunjukkan bahwa gharar yang muncul bersifat laten, yakni ketidakpastian yang tidak disengaja, bersifat tidak permanen, dan dipengaruhi oleh faktor eksternal di luar kontrol penuh pelaku usaha. Konsep gharar laten ini sejalan dengan temuan Rahmawati dan Fitria (2022) yang menyatakan bahwa pada UMKM, ketidakpastian sering kali bersumber dari

keterbatasan teknologi, energi, dan infrastruktur produksi. Dengan demikian, gharar dalam konteks ini lebih tepat dipahami sebagai fenomena prosedural daripada pelanggaran normatif yang bersifat individual.

Secara teoretis, temuan ini memperluas cakupan analisis gharar dalam kajian ekonomi Islam yang selama ini lebih banyak berfokus pada aspek akad dan transaksi. Penelitian ini menunjukkan bahwa proses produksi juga merupakan locus etis yang penting, karena kualitas produk yang dihasilkan sangat menentukan kejelasan objek transaksi. Dengan kata lain, etika bisnis Islam tidak hanya diuji pada saat akad dilakukan, tetapi telah dimulai sejak tahap produksi. Hal ini menguatkan pandangan bahwa etika bisnis Islam merupakan praktik kontekstual yang dinegosiasikan secara dinamis antara nilai normatif syariah dan realitas struktural pelaku usaha mikro.

Lebih lanjut, temuan ini juga mengkritisi pendekatan normatif yang cenderung memposisikan gharar sebagai pelanggaran biner antara halal dan haram, tanpa mempertimbangkan kompleksitas realitas UMKM. Dalam praktiknya, pelaku usaha mikro sering kali berada dalam situasi di mana pemenuhan standar ideal syariah harus dihadapkan pada keterbatasan sumber daya. Oleh karena itu, analisis gharar laten memungkinkan pemahaman yang lebih adil dan proporsional terhadap praktik etika bisnis Islam di tingkat mikro, tanpa mengaburkan pentingnya nilai keadilan dan perlindungan konsumen.

Upaya meminimalkan potensi gharar dapat dilakukan melalui perbaikan pada aspek stabilitas proses produksi, khususnya dalam pengelolaan bahan bakar dan perencanaan perebusan. Beberapa alternatif yang realistis antara lain penyediaan tempat penyimpanan kayu bakar yang lebih kering dan terlindung dari hujan, penggunaan blower listrik sederhana untuk membantu kestabilan pembakaran, atau adaptasi bertahap terhadap sumber energi alternatif yang lebih stabil sesuai dengan kemampuan modal usaha.

Dengan demikian, etika bisnis Islam tidak hanya dipahami sebagai seperangkat nilai moral yang bersifat abstrak, tetapi juga sebagai panduan konkret dalam melakukan perbaikan proses produksi secara berkelanjutan dan berkeadilan. Konsep gharar laten yang diidentifikasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan etika bisnis Islam pada UMKM tidak selalu menuntut transformasi radikal, melainkan dapat dimulai dari perbaikan kecil namun signifikan pada aspek teknis produksi yang berdampak langsung pada kepastian kualitas produk dan perlindungan konsumen.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam proses produksi Tahu Susu Bandung "BB" telah dijalankan secara substantif dan kontekstual. Prinsip kejujuran, amanah, kehalalan, dan keadilan tidak hanya hadir sebagai konsep normatif, tetapi dipraktikkan dalam keseharian produksi melalui pemilihan bahan baku

yang halal, transparansi komposisi produk, ketepatan takaran, serta hubungan kerja yang bersifat adil dan manusiawi. Pelaku usaha memaknai etika bisnis Islam sebagai orientasi keberkahan dan tanggung jawab moral, bukan semata strategi ekonomi atau kepatuhan formal terhadap aturan syariah.

Temuan penerapan etika bisnis Islam pada tingkat UMKM pangan tradisional tidak terlepas dari keterbatasan struktural. Potensi gharar pada aspek konsistensi kualitas produk muncul akibat ketidakstabilan proses produksi, khususnya penggunaan kayu bakar basah yang memengaruhi suhu perebusan dan mutu tahu. Hal ini menunjukkan bahwa gharar dalam praktik ekonomi syariah tidak selalu bersumber dari niat manipulatif, melainkan dapat muncul secara laten sebagai konsekuensi keterbatasan sarana dan teknologi. Dengan demikian, penelitian ini mengkritisi pemahaman normatif yang memposisikan gharar semata-mata sebagai pelanggaran transaksi, tanpa mempertimbangkan dimensi proses produksi.

Secara konseptual, penelitian ini menegaskan bahwa etika bisnis Islam merupakan praktik sosial yang dinegosiasikan dalam konteks nyata pelaku usaha mikro. Nilai-nilai etika tidak diterapkan secara tekstual dan ideal, tetapi dimaknai secara adaptif sesuai dengan pengalaman, keterbatasan, dan tujuan keberkahan yang diyakini pelaku usaha. Dengan mengangkat dimensi gharar laten dalam proses produksi, penelitian ini memperluas cakupan analisis etika bisnis Islam dari ranah transaksi menuju ranah produksi sebagai locus etis yang sama pentingnya. Berdasarkan temuan tersebut, rekomendasi ilmiah penelitian ini adalah perlunya penguatan manajemen produksi berbasis prinsip ihsan, yaitu upaya perbaikan berkelanjutan untuk meminimalkan ketidakpastian mutu produk. Bagi pelaku UMKM pangan tradisional, langkah konkret yang dapat dilakukan meliputi pengelolaan bahan bakar yang lebih terencana, penyediaan tempat penyimpanan kayu bakar yang kering, atau adaptasi bertahap terhadap sumber energi yang lebih stabil sesuai kemampuan modal. Upaya ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kualitas produk, tetapi juga berfungsi sebagai ikhtiar etis untuk menghilangkan potensi gharar dan menjaga hak konsumen.

Bagi pemangku kebijakan dan lembaga pendamping UMKM, hasil penelitian ini mengindikasikan pentingnya pendampingan yang tidak hanya berfokus pada aspek legalitas halal dan pembiayaan, tetapi juga pada proses produksi dan manajemen mutu berbasis nilai syariah. Etika bisnis Islam perlu diterjemahkan ke dalam panduan praktis yang kontekstual dan realistis bagi UMKM pangan tradisional. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji penerapan etika bisnis Islam melalui pendekatan action research, khususnya dalam menguji efektivitas adaptasi teknologi sederhana yang ramah syariah pada UMKM pangan. Selain itu, penelitian komparatif antarjenis UMKM pangan tradisional dapat dilakukan untuk melihat variasi praktik gharar laten dan strategi

etis yang dikembangkan pelaku usaha. Pendekatan multidisipliner yang menggabungkan ekonomi syariah, teknologi pangan, dan studi sosial juga berpotensi memperkaya pemahaman tentang etika bisnis Islam sebagai praktik ekonomi yang hidup dan berkelanjutan.

REFERENCES

- Al-Quran al karim. (2019). Al-Qur'an dan Terjemahannya. Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Al-Tirmidzi, M.bin Isa. (2005). Sunan al -Tirmidzi. Beirut: Dar al-kutub al -Ilmiyyah
- Antonio, M. S. (2001). Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik. Jakarta: Gema Insani
- Azizah, N. (2024). Praktik Etika Bisnis Islam pada Usaha Keluarga Skala Mikro. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 14(2), 115–128.
- Beekun, R. I. (1997). *Islamic Business Ethics*. Herndon: International Institute of Islamic Thought (IIIT).
- Chapra, M. U. (2000). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Chapra, M. U. (2021). Islamic Moral Economy: The Challenge of Capitalism. *Journal of Islamic Economics*, 13(1), 1–15.
- Fauzi, A. (2023). Keberkahan sebagai Orientasi Etika Bisnis UMKM Syariah. *Jurnal Muamalah*, 15(1), 45–58.
- Hassan, M. K., & Ali, A. (2021). Gharar and Risk Management in Islamic Economic Practices. *International Journal of Islamic Economics*, 5(2), 67–82.
- Huda, N., & Nasution, M. E. (2020). Etika Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 12(1), 23–38.
- Huda, N., et al. (2022). Tantangan Produksi UMKM Pangan Halal di Indonesia. *Jurnal Industri Halal*, 4(1), 1–12.
- Maulana, R. (2025). Negosiasi Nilai Etika Bisnis Islam dalam UMKM. *Jurnal Ekonomi Islam*, 18(1), 77–91.
- Muslim bin al-Hajjaj. (2003). *Sahih Muslim*. Riyadh: Dar al-Salam.
- Nurhayati, S., & Wasilah. (2021). *Akuntansi Syariah di UMKM*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahman, F. (2020). Etika Bisnis Islam pada Industri Rumah Tangga Pangan. *Jurnal Muamalah*, 12(1), 1–14.
- Rahmawati, D., & Fitria, T. (2022). Kualitas Produk dan Tantangan Etika Produksi UMKM Halal. *Jurnal Halal Industry*, 6(2), 89–102

- Hali, H., Saputra, M. A., Prasetyo, G. K., & Marlina, L. (2025). Konsep dan implementasi produksi halal pada UMKM pangan dalam perspektif ekonomi syariah. *Jurnal Ekonomi Keuangan Syariah dan Akuntansi Pajak*, 2(4), 221–236.
- Putro, A. A., & Alhifni, A. (2025). Etika bisnis Islam sebagai praktik adaptif dalam penguatan UMKM: Tantangan struktural dan implikasi normatif. *Al-Ukhwah: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(1), 96–113.