



SYARIKAT : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah
Volume 8 Nomor 2, Desember 2025
p-ISSN 2654-3923
e-ISSN 2621-6051

Implementasi Praktik Etika Bisnis Islam pada Perbankan dan UMKM Di Provinsi Bangka Belitung

Efendi Sugianto

Universitas Pertiba Pangkal Pinang

e-mail : efendisugianto@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi praktik etika bisnis Islam pada sektor perbankan syariah dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Bangka Belitung. Etika bisnis Islam dipandang sebagai landasan penting dalam membangun aktivitas ekonomi yang berkeadilan, transparan, dan berkelanjutan, tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga pada nilai moral dan keberkahan usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Informan penelitian meliputi manajemen perbankan syariah, nasabah, serta pelaku UMKM di Provinsi Bangka Belitung. Data dianalisis secara induktif untuk mengidentifikasi pola, tema, serta faktor-faktor yang memengaruhi penerapan etika bisnis Islam dalam praktik bisnis sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbankan syariah relatif lebih konsisten dalam menerapkan prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran, transparansi, keadilan, dan kepatuhan terhadap akad syariah, yang didukung oleh regulasi dan pengawasan dari Otoritas Jasa Keuangan serta Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Konsistensi ini berdampak positif terhadap peningkatan kepercayaan dan loyalitas nasabah. Sementara itu, penerapan etika bisnis Islam pada sektor UMKM menunjukkan variasi

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Perbankan Syariah, UMKM, Ekonomi Syariah, Bangka Belitung

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia menunjukkan kemajuan yang signifikan, khususnya pada sektor perbankan syariah dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Perbankan syariah berperan penting dalam memperluas akses keuangan berbasis nilai Islam, sementara UMKM menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Namun demikian, keberhasilan kedua sektor tersebut tidak hanya ditentukan oleh aspek finansial, tetapi juga oleh sejauh mana prinsip-prinsip etika bisnis Islam diterapkan secara konsisten dalam praktik usaha (Khairunnisa & Nofrianto, 2023).

Nilai moral Islami dalam kegiatan bisnis berfungsi sebagai pedoman normatif sekaligus strategis dalam membangun sistem usaha yang sehat dan berkelanjutan. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, keterbukaan, amanah, dan tanggung jawab sosial menjadi dasar dalam menciptakan hubungan yang harmonis antara pelaku usaha, konsumen, dan pemangku kepentingan lainnya. Penerapan prinsip-prinsip tersebut diyakini mampu menumbuhkan kepercayaan, memperkuat loyalitas pelanggan, serta meningkatkan daya saing usaha di tengah dinamika ekonomi modern (Rasha & Suwar, 2025).

Dalam konteks perbankan dan UMKM, penerapan prinsip syariah dalam praktik usaha dipandang sebagai faktor strategis yang dapat mendorong keberlanjutan bisnis. Hubungan usaha yang dilandasi kejujuran dan keterbukaan informasi akan meminimalkan potensi

konflik, sementara keadilan dalam pembagian hak dan kewajiban akan menciptakan keseimbangan kepentingan antar pihak. Dengan demikian, nilai-nilai Islam tidak hanya berfungsi sebagai norma moral, tetapi juga sebagai instrumen penguat kinerja dan reputasi lembaga usaha (Assa, 2025).

Provinsi Bangka Belitung memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, khususnya pada sektor perbankan dan UMKM. Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis syariah, muncul pertanyaan mengenai sejauh mana prinsip-prinsip Islam dalam kegiatan ekonomi telah diinternalisasi dan diterapkan secara konsisten dalam praktik bisnis sehari-hari. Tantangan yang dihadapi meliputi kesenjangan pemahaman pelaku usaha, keterbatasan literasi keuangan syariah, serta tekanan persaingan pasar yang sering kali mendorong orientasi keuntungan jangka pendek (Saifuddin, 2025).

Selain itu, masih ditemui perbedaan tingkat penerapan nilai-nilai Islam antara sektor formal seperti perbankan dan sektor nonformal seperti UMKM. Kondisi ini menimbulkan persoalan mengenai faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat konsistensi penerapan prinsip syariah dalam praktik usaha, baik yang bersumber dari aspek internal seperti komitmen dan pemahaman pelaku usaha, maupun dari aspek eksternal seperti regulasi, pengawasan, dan pembinaan (Karmila *et al.*, 2025).

Berdasarkan telaah terhadap berbagai penelitian terdahulu, kajian mengenai etika bisnis Islam telah banyak dilakukan, baik pada sektor perbankan syariah maupun UMKM. Sebagian besar penelitian sebelumnya menekankan pengaruh etika bisnis Islam terhadap kepercayaan nasabah, loyalitas konsumen, daya saing usaha, dan kinerja bisnis, baik melalui pendekatan kuantitatif maupun studi kasus parsial. Hasil-hasil penelitian tersebut secara umum menyimpulkan bahwa penerapan prinsip kejujuran, keadilan, amanah, dan transparansi berkontribusi positif terhadap keberlangsungan usaha.

Namun demikian, terdapat beberapa celah penelitian (*research gap*) yang belum banyak dikaji secara mendalam. Pertama, sebagian besar penelitian terdahulu cenderung memisahkan kajian antara perbankan syariah dan UMKM, sehingga belum memberikan gambaran komparatif mengenai perbedaan tingkat konsistensi, pola penerapan, serta tantangan implementasi etika bisnis Islam pada kedua sektor tersebut dalam satu konteks wilayah yang sama. Padahal, perbankan dan UMKM merupakan dua pilar utama dalam pengembangan ekonomi syariah yang saling berkaitan.

Kedua, penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada wilayah perkotaan besar atau pusat ekonomi nasional, sementara kajian yang mengangkat konteks daerah kepulauan seperti Provinsi Bangka Belitung masih sangat terbatas. Kondisi sosial, budaya, tingkat literasi syariah, serta karakteristik UMKM di Bangka Belitung memiliki

kekhasan tersendiri yang berpotensi memengaruhi praktik etika bisnis Islam. Oleh karena itu, hasil penelitian di daerah lain belum tentu sepenuhnya relevan jika diterapkan pada konteks Bangka Belitung.

Ketiga, banyak studi terdahulu menempatkan etika bisnis Islam sebatas sebagai variabel normatif atau moral, tanpa menggali secara mendalam bagaimana nilai-nilai tersebut benar-benar dipraktikkan dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Masih sedikit penelitian yang mengkaji kesenjangan antara pemahaman normatif dan praktik empiris etika bisnis Islam, khususnya pada UMKM yang memiliki keterbatasan literasi, pembinaan, dan pengawasan.

Keempat, aspek faktor pendukung dan penghambat implementasi etika bisnis Islam sering kali dibahas secara umum, namun belum dianalisis secara kontekstual dengan membedakan antara faktor internal (komitmen individu, motivasi religius, pemahaman syariah) dan faktor eksternal (regulasi, pengawasan, tekanan pasar) pada sektor perbankan dan UMKM secara simultan. Padahal, perbedaan struktur organisasi dan sistem pengawasan pada kedua sektor tersebut sangat memengaruhi konsistensi penerapan etika bisnis Islam.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan kajian dengan mengkaji implementasi praktik etika bisnis Islam secara komprehensif dan kontekstual pada sektor perbankan syariah dan UMKM di Provinsi Bangka Belitung. Penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam, tetapi juga

membandingkan tingkat konsistensi, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat, serta menggambarkan realitas praktik di lapangan melalui pendekatan kualitatif.

Dengan demikian, kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada pendekatan komparatif-sektoral dalam satu wilayah lokal, serta pada upaya menjembatani kesenjangan antara konsep normatif etika bisnis Islam dan praktik empirisnya. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan etika bisnis Islam sekaligus menjadi dasar perumusan kebijakan dan strategi penguatan ekonomi syariah yang lebih aplikatif di tingkat daerah.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi praktik etika bisnis Islam pada sektor perbankan syariah dan UMKM di Provinsi Bangka Belitung, serta mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mendukung maupun menghambat penerapannya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai realitas penerapan etika bisnis Islam, sekaligus menjadi dasar perumusan rekomendasi strategis dalam memperkuat ekosistem bisnis syariah yang adil, transparan, dan berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Prinsip Kejujuran (Shidiq)

a. Pengertian Kejujuran

Kejujuran dalam etika bisnis Islam (*shidiq*) merupakan sikap konsisten antara ucapan, tindakan, dan realitas yang

sebenarnya, tanpa adanya unsur manipulasi, penipuan, atau menyembunyikan informasi yang dapat merugikan pihak lain. Kejujuran menjadi fondasi utama dalam setiap transaksi bisnis karena mencerminkan amanah dan tanggung jawab moral pelaku usaha kepada Allah SWT dan sesama manusia. Dalam konteks bisnis, kejujuran mencakup kejujuran dalam kualitas produk, harga, akad, proses produksi, serta penyampaian informasi kepada konsumen atau mitra usaha.

b. Kejujuran sebagai Alat Membaca Data Lapangan

Dalam membaca data lapangan, prinsip kejujuran digunakan untuk menilai kesesuaian antara pernyataan informan dan praktik nyata yang dilakukan. Peneliti tidak hanya mengandalkan pengakuan verbal, tetapi juga membandingkannya dengan hasil observasi dan dokumen pendukung. Misalnya, ketika pelaku usaha menyatakan bahwa mereka selalu jujur dalam kualitas produk, peneliti menguji klaim tersebut melalui pengamatan langsung terhadap proses produksi, standar kualitas, dan keluhan konsumen.

c. Indikator Analisis Lapangan

Data lapangan dikatakan mencerminkan prinsip kejujuran apabila ditemukan indikator seperti: tidak adanya manipulasi harga atau kualitas, kesesuaian informasi produk dengan kondisi

sebenarnya, serta konsistensi antara akad yang disepakati dan praktik transaksi. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara ucapan dan tindakan menjadi indikasi lemahnya penerapan prinsip kejujuran.

2. Prinsip Keadilan (Al-'Adl)

a. Pengertian Keadilan

Keadilan dalam etika bisnis Islam (al-'adl) bermakna menempatkan sesuatu pada posisi yang semestinya serta memberikan hak dan kewajiban secara proporsional kepada setiap pihak yang terlibat dalam aktivitas bisnis. Keadilan tidak selalu berarti kesamaan, tetapi keseimbangan yang mempertimbangkan hak, kewajiban, dan kontribusi masing-masing pihak. Dalam bisnis, keadilan mencakup keadilan dalam penetapan harga, pembagian keuntungan, perlakuan terhadap konsumen, serta hubungan kerja dengan mitra dan karyawan.

b. Keadilan sebagai Alat Membaca Data Lapangan

Dalam analisis data lapangan, prinsip keadilan digunakan untuk menilai apakah terdapat keseimbangan kepentingan antara pelaku usaha dan pihak lain. Peneliti mengkaji bagaimana keuntungan dibagi, bagaimana risiko ditanggung, serta bagaimana keputusan bisnis diambil. Misalnya, dalam kerja sama UMKM, peneliti menelaah apakah pembagian keuntungan dilakukan secara transparan dan

proporsional sesuai kesepakatan awal.

c. Indikator Analisis Lapangan

Penerapan keadilan dapat dibaca dari data yang menunjukkan adanya kesepakatan yang jelas, tidak adanya eksploitasi, serta mekanisme penyelesaian konflik yang adil. Ketidakadilan terlihat ketika satu pihak lebih dominan mengambil keuntungan, sementara pihak lain menanggung risiko yang tidak seimbang atau tidak mendapatkan haknya secara layak.

3. Prinsip Keterbukaan (Transparansi)

a. Pengertian Keterbukaan

Keterbukaan atau transparansi dalam etika bisnis Islam berarti kesediaan pelaku usaha untuk menyampaikan informasi secara jelas, jujur, dan dapat diakses oleh pihak yang berkepentingan. Keterbukaan mencakup transparansi harga, akad, risiko usaha, serta proses pengambilan keputusan. Prinsip ini bertujuan untuk mencegah kesalahpahaman, menumbuhkan kepercayaan, dan menciptakan hubungan bisnis yang sehat dan berkelanjutan.

b. Keterbukaan sebagai Alat Membaca Data Lapangan

Dalam membaca data lapangan, keterbukaan digunakan untuk menilai sejauh mana informasi bisnis disampaikan secara jelas kepada konsumen atau mitra usaha. Peneliti mengamati

apakah pelaku usaha menjelaskan harga, kualitas, dan ketentuan transaksi secara terbuka atau justru menyembunyikan informasi penting. Wawancara dengan konsumen dan mitra usaha menjadi sumber penting untuk menguji tingkat keterbukaan ini.

c. Indikator Analisis Lapangan

Data lapangan mencerminkan keterbukaan apabila ditemukan praktik penyampaian informasi yang jelas, adanya pencatatan transaksi, serta kemudahan akses informasi bagi pihak terkait. Sebaliknya, keterbatasan informasi, ketidakjelasan harga, atau perubahan sepihak dalam kesepakatan menjadi indikasi rendahnya transparansi.

METODE

Pendekatan kualitatif memiliki ciri khas dalam pengumpulan data, yaitu melalui wawancara mendalam observasi langsung serta studi dokumentasi, kemudian teknik ini memungkinkan peneliti untuk berinteraksi langsung dengan informan seperti manajer perbankan, nasabah, pelaku UMKM maupun pihak-pihak terkait lainnya, dengan cara ini, peneliti dapat memperoleh data yang lebih kaya, detail dan autentik, penggunaan metode kualitatif juga memberikan ruang bagi peneliti untuk menangkap dinamika sosial, budaya dan nilai religius yang memengaruhi penerapan etika bisnis Islam di lapangan (Niam *et al.*, 2024).

Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang terlibat langsung dalam proses pengumpulan hingga analisis data, peneliti harus memiliki kepekaan dalam memahami konteks lokal bahasa dan nilai-nilai masyarakat di Bangka Belitung, hal ini sangat relevan karena etika bisnis Islam tidak hanya berhubungan dengan teori tetapi juga berkaitan dengan praktik, pengalaman dan pemaknaan yang hidup dalam komunitas dengan demikian, metode kualitatif memberikan fleksibilitas untuk menggali dimensi-dimensi yang mungkin terabaikan jika hanya menggunakan pendekatan kuantitatif (Kuswianto, 2025).

Analisis data dalam metode kualitatif dilakukan secara induktif, yaitu dengan mengorganisasi informasi yang diperoleh dari lapangan, kemudian mengidentifikasi tema-tema atau pola yang muncul, hasil analisis ini tidak hanya mendeskripsikan fakta, tetapi juga menafsirkan makna di balik perilaku dan praktik bisnis yang dijalankan oleh perbankan dan UMKM dalam konteks penelitian ini, analisis kualitatif akan membantu mengungkap sejauh mana nilai-nilai Islam benar-benar dijadikan pedoman dalam kegiatan bisnis dan faktor apa saja yang mendukung maupun menghambat implementasinya (Fadli, 2021).

Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai realitas penerapan etika bisnis Islam di Bangka Belitung, kemudian hasil penelitian tidak hanya akan memberikan kontribusi

akademik dalam pengembangan kajian etika bisnis Islam tetapi juga dapat menjadi rekomendasi praktis bagi pelaku perbankan, UMKM dan pemerintah daerah dengan demikian pendekatan kualitatif dipandang paling tepat untuk menjawab tujuan penelitian yang menekankan pada pemahaman makna, pengalaman dan praktik nyata di lapangan..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik etika bisnis Islam pada sektor perbankan syariah di Provinsi Bangka Belitung telah diterapkan dalam berbagai aspek penting, prinsip kejujuran menjadi landasan utama yang tercermin dalam keterbukaan informasi produk pembiayaan di mana bank syariah selalu menjelaskan akad yang digunakan, mekanisme pembayaran serta risiko yang mungkin timbul, hal ini memperlihatkan komitmen lembaga keuangan syariah dalam menegakkan nilai keadilan agar tidak merugikan nasabah. Implementasi akad-akad syariah yang sesuai dengan ketentuan Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI) semakin memperkuat legitimasi dan kredibilitas bank syariah dalam menjalankan aktivitasnya kemudian kesesuaian operasional dengan regulasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga menjadi indikator penting bahwa bank syariah di Bangka Belitung tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada keberkahan usaha (Dianto & Majid, 2025).

Transparansi menjadi salah satu ciri khas yang menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap bank

syariah di Bangka Belitung, laporan keuangan disusun secara jelas dan terbuka sehingga nasabah dapat memahami alur penggunaan dana mereka, pelayanan yang diberikan pun berusaha mengutamakan keterbukaan, baik dalam menjawab pertanyaan, memberikan informasi produk maupun menyelesaikan keluhan nasabah, transparansi ini tidak hanya menciptakan kepercayaan tetapi juga menumbuhkan rasa aman dan nyaman dalam bertransaksi, kepercayaan yang tinggi menjadi modal utama bank syariah untuk menjaga loyalitas nasabah, terutama di tengah persaingan ketat dengan bank konvensional (Lita, 2022) dengan demikian, prinsip transparansi menjadi salah satu faktor kunci keberlanjutan perbankan syariah di daerah Bangka Belitung..

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya kendala dalam implementasi etika bisnis Islam, khususnya terkait literasi syariah masyarakat, masih banyak nasabah yang belum sepenuhnya memahami perbedaan mendasar antara akad syariah dan akad konvensional, sehingga sering kali muncul kesalahpahaman dalam transaksi misalnya sebagian nasabah masih beranggapan bahwa sistem pembiayaan syariah sama saja dengan sistem bunga pada bank konvensional, rendahnya literasi ini menunjukkan perlunya sosialisasi dan edukasi yang lebih intensif dari pihak bank syariah kepada masyarakat, karena tanpa pemahaman yang baik, nilai-nilai etika bisnis Islam berpotensi dipersepsikan hanya sebagai

formalitas tanpa makna substantif (Rambe, 2022).

Perbankan syariah di Provinsi Bangka Belitung perlu memperkuat strategi edukasi dan pendampingan kepada nasabah, baik melalui media informasi, seminar maupun layanan konsultasi khusus, upaya ini sangat penting agar nasabah benar-benar memahami akad syariah, mekanisme pembiayaan serta nilai-nilai Islami yang mendasarinya (Yunita, 2025), selain itu penguatan etika bisnis Islam juga perlu didukung oleh peningkatan kualitas sumber daya manusia di sektor perbankan syariah, terutama dalam hal komunikasi, pelayanan dan pemahaman syariah yang mendalam, kemudian dengan adanya sinergi antara penerapan regulasi, peningkatan kualitas SDM dan edukasi masyarakat, diharapkan implementasi etika bisnis Islam pada perbankan syariah di Provinsi Bangka Belitung dapat berjalan lebih optimal, konsisten dan berkelanjutan.

Pada sektor UMKM di Provinsi Bangka Belitung, penerapan etika bisnis Islam menunjukkan keragaman yang cukup nyata, beberapa pelaku usaha telah menjadikan nilai kejujuran sebagai dasar utama dalam bertransaksi, misalnya dengan menjaga kualitas produk sesuai standar dan tidak melakukan praktik curang yang merugikan konsumen, hal ini memperlihatkan komitmen untuk menunaikan amanah dalam setiap kegiatan usaha, kemudian produk yang dipasarkan oleh UMKM tersebut umumnya mendapatkan apresiasi dari konsumen karena konsistensi dalam menjaga mutu dan layanan dengan

demikian, prinsip kejujuran dan amanah dapat menjadi modal sosial sekaligus daya saing yang kuat bagi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar.

Meskipun demikian, penelitian juga menemukan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi kendala dalam menerapkan prinsip etika bisnis Islam secara konsisten (Raham, 2025), tantangan utama terletak pada aspek transparansi harga di mana sebagian pelaku usaha belum mampu menyampaikan informasi harga secara terbuka dan jelas kepada konsumen, kemudian kurangnya keterbukaan ini sering kali menimbulkan persepsi negatif yang dapat menurunkan kepercayaan konsumen, selain itu dalam kerja sama usaha bersama prinsip keadilan dalam pembagian keuntungan masih belum sepenuhnya diterapkan, sehingga menimbulkan potensi konflik antar mitra, hal ini menunjukkan masih adanya kesenjangan pemahaman dan praktik di kalangan pelaku UMKM.

Keterbatasan literasi syariah menjadi faktor penting yang memengaruhi konsistensi penerapan etika bisnis Islam di sektor UMKM sebagian besar pelaku usaha masih memahami etika bisnis sebatas aspek moral, tanpa mengaitkannya secara komprehensif dengan prinsip syariah (Lubis, 2024), kondisi ini diperburuk dengan minimnya akses terhadap pendidikan bisnis Islami dan pelatihan manajemen modern yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, akibatnya banyak pelaku UMKM yang menjalankan usahanya berdasarkan pengalaman dan kebiasaan, tanpa pedoman yang jelas

mengenai praktik bisnis Islami, rendahnya pemahaman ini dapat menjadi hambatan dalam membangun usaha yang berkeadilan, berkelanjutan dan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

Penguatan literasi syariah dan manajemen bisnis modern menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku UMKM di Bangka Belitung. Pemerintah daerah, lembaga perbankan syariah serta organisasi kemasyarakatan perlu berkolaborasi dalam memberikan pelatihan, pendampingan dan edukasi tentang pentingnya penerapan etika bisnis Islam, langkah ini tidak hanya akan meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola bisnis, tetapi juga memperkuat citra UMKM syariah sebagai usaha yang berdaya saing tinggi dan terpercaya, dengan dukungan ekosistem yang kondusif, UMKM diharapkan mampu menjadikan etika bisnis Islam sebagai fondasi dalam setiap aktivitas usaha, sehingga dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pelaku usaha, konsumen, dan masyarakat luas (Luthfy & Mukhlas, 2024).

Faktor internal yang memengaruhi keberhasilan penerapan etika bisnis Islam terutama terkait dengan komitmen individu pelaku usaha, komitmen ini diwujudkan melalui tekad untuk menjalankan usaha secara jujur adil dan sesuai dengan prinsip syariah (Purwandari & Mukmin, 2025), meskipun dihadapkan pada tekanan persaingan, kemudian pemahaman terhadap nilai-nilai Islam juga menjadi penentu karena semakin baik pemahaman seorang pelaku usaha terhadap prinsip syariah, semakin tinggi pula kesadarannya untuk

menjadikan etika bisnis Islam sebagai pedoman dalam bertransaksi, motivasi menjaga keberkahan usaha turut memperkuat konsistensi dalam menjalankan bisnis Islami, dengan orientasi pada keberkahan, pelaku usaha tidak hanya mengejar keuntungan materi tetapi juga kebermanfaatan bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

Selain faktor internal, keberhasilan penerapan etika bisnis Islam juga sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal, regulasi pemerintah menjadi pedoman yang memastikan praktik bisnis berjalan sesuai prinsip syariah dan terhindar dari penyimpangan, pengawasan dari otoritas keuangan dan lembaga syariah, seperti DSN-MUI, memperkuat konsistensi pelaksanaan etika bisnis di lapangan, kemudian persaingan pasar juga berperan penting, karena semakin ketatnya persaingan menuntut pelaku usaha untuk menjaga kualitas layanan dan produk agar tetap dipercaya masyarakat, tuntutan konsumen yang semakin kritis membuat pelaku usaha tidak bisa hanya berorientasi pada keuntungan tetapi harus memperhatikan kejujuran, transparansi dan kualitas dalam setiap aspek usahanya (Mufidah *et al.*, 2025).

Dalam konteks perbankan, faktor eksternal lebih mudah diatasi karena adanya sistem regulasi dan pengawasan yang ketat, perbankan syariah memiliki struktur organisasi, pedoman operasional serta mekanisme audit syariah yang jelas, sehingga penerapan etika bisnis Islam dapat berjalan lebih terarah, dengan adanya dukungan dari OJK dan DSN-MUI memastikan bahwa setiap produk dan layanan sesuai dengan prinsip syariah, hal

ini menjadikan bank syariah lebih konsisten dalam menjaga standar etika dan lebih dipercaya masyarakat, dengan pengawasan yang terstruktur, pelanggaran prinsip syariah dapat diminimalisasi sehingga praktik bisnis syariah tetap sesuai dengan kaidah Islam (Amelia *et al.*, 2024).

Sebaliknya, UMKM menghadapi tantangan yang lebih besar karena keterbatasan pembinaan, pendampingan dan regulasi yang mengikat, banyak pelaku UMKM yang belum memiliki akses pada edukasi dan literasi syariah, sehingga praktik bisnis Islami sering kali hanya dipahami secara sederhana, selain itu tidak adanya pengawasan khusus membuat sebagian pelaku usaha cenderung mengabaikan prinsip transparansi dan keadilan demi kepentingan jangka pendek (Batubara & Ritonga, 2024), oleh karena itu penguatan faktor eksternal melalui pendampingan pemerintah daerah, dukungan lembaga keuangan syariah serta keterlibatan masyarakat sangat penting untuk membantu UMKM lebih konsisten dalam menerapkan etika bisnis Islam, maka dengan adanya kolaborasi ini, UMKM dapat meningkatkan kapasitas dan daya saing sekaligus menanamkan nilai syariah secara lebih kokoh dalam usahanya.

Pembahasan lebih lanjut memperlihatkan bahwa keberhasilan implementasi etika bisnis Islam tidak dapat dilepaskan dari faktor kepercayaan masyarakat, perbankan syariah yang konsisten menerapkan prinsip syariah dalam produk dan layanan terbukti mampu membangun loyalitas nasabah, kepercayaan ini tumbuh karena nasabah

merasakan adanya transparansi, kejujuran dan kepastian hukum dalam setiap transaksi (Azzahra & Putri, 2025), kemudian juga loyalitas nasabah tidak hanya berdampak pada peningkatan jumlah pengguna layanan perbankan syariah, tetapi juga memperkuat citra lembaga sebagai institusi yang amanah, hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam bukan sekadar nilai moral, melainkan strategi bisnis yang mampu menjamin keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Pada sektor UMKM, keberhasilan dalam menerapkan etika bisnis Islam tercermin dari meningkatnya kepercayaan konsumen, pelaku usaha yang menjunjung tinggi kejujuran dalam kualitas produk dan keterbukaan harga lebih mudah mendapatkan tempat di hati pelanggan, transparansi dan keadilan dalam membangun kerja sama usaha juga memperkuat hubungan dengan mitra bisnis, dampaknya UMKM yang konsisten menerapkan etika Islam dapat membangun citra positif, sehingga lebih berdaya saing di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, namun kondisi ini tidak berlaku merata karena masih ada UMKM yang belum memahami nilai syariah secara utuh, sehingga menghadapi kendala dalam menjaga konsistensi praktik etika bisnis.

Kurangnya literasi syariah di kalangan masyarakat dan pelaku usaha menjadi salah satu hambatan besar dalam penerapan etika bisnis Islam, banyak pelaku UMKM yang belum memahami prinsip dasar syariah, sehingga etika bisnis hanya dipandang sebagai aturan moral, bukan sebagai pedoman

operasional, akibatnya praktik usaha masih sering mengabaikan transparansi harga, keterbukaan informasi dan keadilan dalam kerja sama, maka hal ini berbeda dengan perbankan syariah yang memiliki regulasi jelas dan pengawasan ketat, oleh karena itu penguatan literasi syariah menjadi kebutuhan mendesak agar pelaku UMKM dapat lebih konsisten dalam menjalankan bisnis Islami (Luthfy & Mukhlas, 2024).

Dukungan pemerintah dan lembaga keuangan sangat dibutuhkan untuk memperkuat penerapan etika bisnis Islam, khususnya di sektor UMKM, pemerintah daerah perlu menyediakan program pembinaan, pelatihan kewirausahaan Islami dan akses pembiayaan syariah yang mudah dijangkau oleh pelaku usaha, lembaga keuangan termasuk bank syariah, juga dapat mengambil peran dengan memberikan pendampingan serta menyediakan produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, sinergi antara pemerintah, lembaga keuangan dan pelaku usaha akan menciptakan ekosistem bisnis yang lebih sehat, transparan dan berdaya saing sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi syariah di Provinsi Bangka Belitung.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa implementasi etika bisnis Islam di Provinsi Bangka Belitung memiliki potensi besar untuk berkembang tetapi juga masih banyak menghadapi sejumlah tantangan. Keberhasilan perbankan syariah menunjukkan bahwa penerapan etika Islami mampu meningkatkan loyalitas dan kepercayaan masyarakat, sementara

itu UMKM perlu didukung agar mampu mencapai level penerapan yang sama melalui literasi, regulasi, dan pembinaan yang memadai, maka dengan adanya sinergi semua pihak, praktik etika bisnis Islam dapat dijadikan landasan strategis dalam mewujudkan sistem ekonomi yang berkeadilan, berkelanjutan dan membawa keberkahan bagi seluruh masyarakat.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa implementasi etika bisnis Islam di Provinsi Bangka Belitung memang sudah mulai terlihat dalam praktik perbankan maupun UMKM, namun masih terdapat berbagai keterbatasan yang perlu diperhatikan salah satunya hal yang paling mendasar adalah perlunya penguatan literasi syariah bagi masyarakat dan pelaku usaha agar mereka tidak hanya memahami etika bisnis Islam sebagai norma moral, tetapi juga sebagai pedoman praktis dalam menjalankan aktivitas bisnis (Abidin & Kadarsih, 2024), literasi ini penting karena menjadi landasan bagi konsistensi penerapan nilai kejujuran, keadilan dan keterbukaan, tanpa pemahaman yang baik, penerapan etika bisnis Islam akan bersifat parsial dan sulit mencapai keberlanjutan.

Selain itu, aspek pembinaan dan pendampingan juga menjadi faktor yang harus diperkuat agar penerapan etika bisnis Islam dapat berjalan lebih efektif, UMKM misalnya membutuhkan dukungan berupa pelatihan kewirausahaan berbasis syariah, pendampingan dalam pengelolaan usaha serta akses pada sistem pembiayaan syariah yang mudah dijangkau, perbankan syariah di sisi lain, perlu memperluas edukasi produk dan

layanan syariah kepada nasabah agar kesalahpahaman mengenai akad dan mekanisme transaksi dapat diminimalisir (SIKRUL, 2023), pembinaan yang berkesinambungan akan membantu pelaku usaha lebih siap menghadapi tantangan pasar sekaligus menjaga nilai-nilai Islami dalam setiap kegiatan bisnis.

Peran kolaborasi menjadi kunci penting dalam menciptakan ekosistem bisnis Islami yang adil, transparan dan berkelanjutan di Provinsi Bangka Belitung, pemerintah daerah dapat berperan dalam merumuskan kebijakan yang mendorong penguatan praktik bisnis syariah, sementara lembaga keuangan bertugas menyediakan instrumen yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, pelaku usaha sendiri diharapkan mampu menjalankan prinsip syariah secara konsisten agar tercipta kepercayaan dan loyalitas konsumen, maka dengan adanya sinergi dari semua pihak, implementasi etika bisnis Islam tidak hanya menjadi wacana normatif, tetapi dapat diwujudkan dalam praktik nyata yang mendukung penguatan ekonomi syariah di tingkat lokal maupun nasional

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada artikel ini dapat disimpulkan bahwa implementasi praktik etika bisnis Islam pada sektor perbankan dan UMKM di Provinsi Bangka Belitung telah berjalan baik namun dengan tingkat penerapan yang berbeda, misalnya pada sektor perbankan syariah, penerapan prinsip kejujuran, transparansi, keadilan dan amanah sudah terintegrasi dalam sistem layanan, produk, serta

pengawasan yang dilakukan oleh otoritas terkait, hal ini berdampak positif terhadap peningkatan kepercayaan dan loyalitas nasabah, meskipun masih terdapat kendala berupa keterbatasan literasi syariah sebagian nasabah.

Sementara itu, pada sektor UMKM, penerapan etika bisnis Islam menunjukkan variasi yang lebih beragam, sebagian pelaku usaha telah menjunjung tinggi kejujuran dan menjaga amanah dalam bertransaksi, namun masih banyak yang menghadapi tantangan dalam hal keterbukaan informasi, keadilan dalam kerja sama, serta konsistensi penerapan nilai syariah, kemudian faktor keterbatasan literasi keuangan syariah, manajemen usaha serta tekanan persaingan pasar menjadi hambatan yang cukup signifikan.

Secara umum, faktor pendukung penerapan etika bisnis Islam di Provinsi Bangka Belitung antara lain meningkatnya kesadaran religius masyarakat, dukungan regulasi pada sektor perbankan serta adanya pembinaan kewirausahaan bagi UMKM, sedangkan faktor penghambat utamanya mencakup kurangnya literasi syariah, lemahnya pengawasan di sektor UMKM serta orientasi keuntungan jangka pendek yang masih dominan.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya penguatan edukasi syariah, pendampingan usaha dan sinergi antara pemerintah daerah, lembaga perbankan serta pelaku UMKM. Implementasi etika bisnis Islam yang konsisten diyakini mampu menciptakan sistem bisnis yang berkeadilan, transparan, dan berkelanjutan, sekaligus

memperkuat pengembangan ekonomi syariah di Provinsi Bangka Belitung maupun Indonesia secara lebih luas.

Saran, dibidang Perbankan syariah diharapkan dapat meningkatkan sosialisasi dan edukasi kepada nasabah mengenai akad-akad dan prinsip syariah agar pemahaman masyarakat semakin baik. Selain itu, bank syariah perlu memperkuat inovasi produk dan layanan yang tidak hanya sesuai regulasi tetapi juga mudah dipahami dan diakses oleh masyarakat, sedangkan bagi pelaku UMKM di Provinsi Bangka Belitung perlu meningkatkan literasi bisnis syariah melalui pelatihan, pendampingan maupun kerja sama dengan lembaga keuangan syariah, penerapan prinsip kejujuran, keterbukaan harga, dan keadilan dalam kerja sama bisnis perlu lebih konsisten agar tercipta kepercayaan dan loyalitas konsumen kemudian pemerintah daerah diharapkan dapat memperkuat kebijakan pembinaan UMKM berbasis syariah, baik melalui penyediaan akses pembiayaan, pelatihan kewirausahaan Islami, maupun pengawasan regulasi.

Dalam penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi praktik etika bisnis Islam pada sektor lain di Provinsi Bangka Belitung, seperti pariwisata dan perdagangan, kajian yang lebih mendalam dengan pendekatan komparatif antar daerah juga penting untuk memberikan gambaran yang lebih luas mengenai efektivitas penerapan etika bisnis Islam di berbagai konteks, kemudian bagi masyarakat sebagai konsumen perlu lebih selektif dalam memilih produk dan layanan dengan mempertimbangkan nilai kejujuran,

keadilan dan keberkahan, kesadaran ini akan mendorong pelaku usaha, baik perbankan maupun UMKM, untuk lebih konsisten dalam menerapkan etika bisnis Islam..

DAFTAR RUJUKAN

- Abidin, Z., & Kadarsih, S. (2024). *Pasar Islami: Penerapan etika bisnis Islam bagi pedagang sembako*. Zabags Qu Publish.
- Absarihim, A. (2025). *Peran Bank Muamalat Indonesia Cabang Kabupaten Belitung dalam pemberdayaan ekonomi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)*. Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik.
- Amelia, R., Imamah, F. N., Sari, W., Safitri, I., Aprilia, R., & Fentari, J. O. (2024). Penerapan etika Islam dalam pencegahan fraud di perbankan syariah: Analisis kualitatif. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, 2(4), 1275–1292.
- Assa, A. (2025). Implementasi etika bisnis syariah sebagai strategi peningkatan daya saing perusahaan di Indonesia. *Journal of Islamic Finance and Economics*, 2(2), 276–286.
- Azzahra, K. F., & Putri, J. (2025). Peran etika bisnis Islam dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap UMKM syariah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, 3(2), 539–550.
- Batubara, C., & Ritonga, B. D. F. (2024). Peran UMKM dalam pengembangan ekonomi syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 2(4), 1142–1150.

- Dianto, I., & Majid, A. (2025). Peran Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia dan Dewan Pengawas Syariah terhadap implementasi akad syariah di perbankan syariah Indonesia. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 8(1), 66–78.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- Fauzi, A. (2019). Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat Bangka Belitung. *Jurnal Istiqro*, 5(1), 36–52.
- Karmila, K., Syamsuddin, I. P., & Rafiuddin, R. (2025). The influence of the implementation of Islamic business ethics on business competitiveness in MSMEs in Bima City. *Jurnal Pendidikan IPS*, 15(2), 316–328.
- Khairunnisa, D. A., & Nofrianto, N. (2023). Pembiayaan dan keuangan syariah: Menopang UMKM dalam fase pemulihan perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3985–3992.
- Kuswianto, D. (2025). *Metodologi penelitian: Teori dan praktik*.
- Lita, S. N. (2022). *Fenomena keterbukaan informasi laporan keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan nasabah terhadap keputusan berinvestasi pada PT BPR BKK Demak (Perseroda) Cabang Mijen*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Lubis, I. M. (2024). *Pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Tapanuli Tengah dengan keunggulan kompetitif sebagai variabel moderator*. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- Luthfy, D. R., & Mukhlas, O. S. (2024). Etika bisnis Islam dalam ekonomi digital: Model pendampingan UMKM berkelanjutan di Jawa Barat. *Islamica*, 8(2), 52–62.
- Mufidah, F. N., Gofur, M. A., & Soraya, N. (2025). Peran etika bisnis Islam dalam mencegah kecurangan produsen dan membangun kepercayaan konsumen. *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*, 1(1), 14–22.
- Niam, M. F., Rumahlewang, E., Umiyati, H., Dewi, N. P. S., Atiningsih, S., Haryati, T., Magfiroh, I. S., Anggraini, R. I., Mamengko, R. P., & Fathin, S. (2024). *Metode penelitian kualitatif*.
- Purwandari, E., & Mukmin, A. (2025). Nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik UMKM dendeng pucuk ubi Wak Idah. *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 19–28.
- Raham, N. (2025). Strategi pemasaran keuangan syariah dalam penanggulangan kemiskinan. *Cendikia*, 14(1), 76–92.
- Rambe, I. (2022). *Literasi keuangan, Islamic branding, dan religiusitas terhadap keputusan menabung di bank syariah (Studi kasus Kota Medan)*.
- Rasha, N., & Suwar, A. (2025). Konsep etika bisnis Islam dalam penguatan UMKM: Relevansi, tantangan, dan model implementasi. *Al-Ukhwah: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 96–113.

- Risnawati, R., Siradjuddin, S., & Sudirman, S. (2023). Analisis pengorganisasian dan manajemen usaha mikro syariah: Keberlanjutan dan efektivitas dalam konteks ekonomi berbasis prinsip syariah. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(3), 2263–2274.
- Saifuddin, S. (2025). Analisis penerapan prinsip syariah dan dampaknya terhadap kinerja keuangan UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(1).
- Sikrul, M. (2023). *Strategi bank syariah dalam meningkatkan literasi keuangan syariah pada masyarakat di Kabupaten Luwu Utara*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Yunita, Y. (2025). *Peran pengembangan strategi pemasaran pada produk pembiayaan mudharabah di Bank Aman Syariah Sekampung*. IAIN Metro.