

**PENERAPAN ETIKA EKONOMI UNTUK KEBERLANJUTAN USAHA MIKRO KECIL  
DAN MENEGAH (UMKM) SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN DI KOTA  
MATARAM**

**Iman Hidayatullah**

Institut Agama Islam Nurul Hakim

Corresponding Author: [af.hidayatullah.jy@gmail.com](mailto:af.hidayatullah.jy@gmail.com)

**ABSTRAK**

*Kehadiran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia telah memberikan kontribusi positif terhadap penyerapan tenaga kerja, pendapatan negara, investasi dan lainnya, pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) khususnya sektor makanan dan minuman, yang merupakan kebutuhan dasar masyarakat, dan harus diberikan dukungan terhadap pengembangannya, menimbang kontribusinya terhadap bangsa dan negara, pengembangan UMKM sudah seharusnya tidak hanya bertumpu pada aspek administrasi dan finansial tapi juga pada prinsip-prinsip etik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif asosiatif yaitu untuk mengetahui hubungan etika ekonomi dengan keberlanjutan usaha UMKM, dilakukan dengan studi literatur melalui buku dan jurnal, dikuatkan dengan tambahan data sekunder dari sumber kredibel seperti badan pusat statistik, kementerian UMKM dan sumber lainnya. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu dengan menganalisa beberapa sumber buku maupun jurnal yang berkaitan dengan masalah penelitian, dilakukan dengan langkah reduksi data yang sudah dipilih. Kemudian data disajikan dengan menguraikan hasil studi terhadap jurnal atau buku, kemudian menarik kesimpulan dari data yang telah direduksi dan di display, hasil dari penelitian ini, bahwa penerapan prinsip-prinsip etik, seperti prinsip tauhid, kemanusiaan, keadilan, kebajikan, kebebasan, mampu memberikan kontribusi positif terhadap keberlanjutan UMKM sektor makanan dan minuman.*

**Kata Kunci:** Etika, Keberlanjutan, UMKM

**1. PENDAHULUAN**

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu penopang ekonomi masyarakat, baik di tingkat nasional ataupun lokal (daerah), pada umumnya UMKM bergerak pada sektor barang maupun jasa, seperti perdagangan besar dan eceran, industri pengolahan, akomodasi, makanan, minuman dan lain-lain. Menurut undang-undang Nomor 20 tahun 2008 UMKM diartikan sebagai usaha produktif yang dilakukan oleh perorangan maupun badan yang kegiatan usahanya dilakukan dan berdomisili di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu Negara dengan populasi penduduk terbesar ke empat di dunia.

Populasi penduduk yang besar dan terus mengalami peningkatan merupakan potensi atau peluang pasar yang bisa di sasar oleh pelaku UMKM, penambahan jumlah penduduk berimplikasi pada konsumen yang luas, segmen pasar yang beragam, tenaga kerja yang melimpah, peningkatan permintaan seiring pertumbuhan jumlah penduduk.

Kendati demikian, penduduk sering kali, hanya mengalami mobilisasi ke kota-kota besar untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti di daerah Nusa Tenggara Barat, pergerakan penduduk yang paling besar, menysar kota Mataram, sebagai ibu kota provinsi nusa tenggara barat yang merupakan pusat aktifitas pemerintahan, pendidikan, kesehatan, ekonomi, jasa dan lain-lain. Karenanya kebutuhan masyarakat terus meningkat, terutama kebutuhan terhadap barang konsumsi.

Barang konsumsi merupakan kebutuhan dasar yang harus terpenuhi, Al-Ghazali memandang produksi barang kebutuhan dasar sebagai kewajiban sosial (*fard al-kifayah*). Hal ini berarti, jika telah ada kelompok orang yang memproduksi barang tersebut dalam jumlah yang mencukupi kebutuhan masyarakat, kewajiban seluruh masyarakat telah terpenuhi. Akan tetapi, jika tidak ada seorangpun yang melibatkan diri dalam kegiatan tersebut atau jika jumlah yang di produksi tidak mencukupi kebutuhan masyarakat, semua orang akan diminta pertanggung jawaban di akhirat (Qardawi, 1993).

Dalam rangka memenuhi permintaan akan kebutuhan dasar masyarakat seperti makanan dan minuman, umkm bermuculan diberbagai sudut kota, kehadiran UMKM di berbagai tempat telah memberikan kontribusi positif terhadap penyediaan lapangan kerja, yaitu 99,9 %, dengan serapan tenaga kerja 96,9 %, kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional dan investasi, masing-masing 60,5% dan 60,0%. trend peningkatan jumlah UMKM khususnya sektor makanan dan minuman terus terjadi, peningkatan jumlah tersebut memberikan alternatif kepada masyarakat untuk membuat pilihan yang terbaik. ditengah persaingan yang ketat dan perubahan prefrensi masyarakat, tidak jarang pelaku UMKM tidak mampu memperthankan usahanya.

Keberlanjutan usaha sering kali hanya bertumpu pada sisi finansial dan administratif, dan abai terhadap prinsip-prinsip yang mampu meningkatkan nilai dari usaha tersebut, seperti prinsip etik atau moral. Etika diartikan sebagai perilaku baik atau buruk dalam melaksanakan segala aktifitas, prinsip etik telah banyak di ulas atau ditulis oleh berbagai ilmuan ternama dunia, oleh karenanya prinsip etik harus melekat pada aktifitas produksi maupun konsumsi suatu barang.

Bagimana etika dapat berkontribusi dalam mempertahankan dan keberlanjutan sebuah usaha, maka perlu dilakukan setudi terhadap beberapa literatur terkait bagaimana prinsip etika ekonomi diterapkan dalam produksi barang konsumsi (minuman dan makanan).

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kontribusi etika ekonomi untuk keberlanjutan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sektor makanan dan minuman di kota Mataram, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif asosiatif, yaitu untuk mengetahui hubungan etika ekonomi dengan keberlanjutan usaha UMKM, dilakukan dengan studi literatur melalui buku dan jurnal, dikuatkan dengan tambahan data sekunder dari sumber kredibel seperti badan pusat statistik, kementerian UMKM dan sumber lainnya. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu dengan menganalisa beberapa sumber buku maupun jurnal yang berkaitan dengan masalah penelitian, dilakukan dengan langkah reduksi data yang dipilih kemudian data disajikan dengan menguraikan hasil studi terhadap jurnal atau buku, kemudian menarik kesimpulan dari data yang telah direduksi dan di display (Sugiyono 2018).

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM)

#### 1. Pengertian

Menurut undang-undang Nomor 20 tahun 2008 UMKM diartikan sebagai usaha produktif yang dilakukan oleh perorangan maupun badan yang kegiatan usahanya dilakukan dan berdomisili di Indonesia. Bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional. Pengembangan usaha UMKM telah difasilitasi oleh pemerintah atau pemerintah daerah diantaranya produksi dan pengolahan, dilakukan dengan cara:

- a. Meningkatkan teknik produksi dan pengolahan serta kemampuan manajemen
- b. Memberikan kemudahan dalam pengedaan sarana perasarana, produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong dan kemasan produk
- c. Penerapan standarisasi dalam proses produksi dan pengolahan
- d. Meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan

#### 2. Kriteria

##### a. Usaha Mikro

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)

##### b. Usaha kecil

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000 sampai dengan Rp.500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000

### c. Usaha Menengah

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000

### 3. Peran Strategis UMKM

Usaha kecil dan menengah di Indonesia telah berkontribusi dalam ketahanan ekonomi Indonesia yaitu menyumbang total lapangan kerja 99,9% dengan total serapan tenaga kerja 96,9%, kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto nasional 60,5% dan total investasi 60,0%. (data kementerian UMKM). Sedangkan di Kota Mataram data tahun 2023 menunjukkan jumlah UMKM yaitu 83.000 unit atau 18,7 % dari jumlah penduduk Kota Mataram, sedangkan jumlah UMKM sektor makanan dan minuman sekitar 30% dari total jumlah UMKM. (data BPS Kota Mataram)

### Etika Ekonomi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

#### 1. Pengertian

Istilah etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (*standar of conduct*) yang memimpin individu dalam membuat keputusan. Etik ialah suatu studi mengenai yang benar dan yang salah dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang. Keputusan etik ialah suatu hal yang benar mengenai perilaku standar (Alma, 2018).

Dalam keadaan *sellers market*, artinya pasar dikuasai oleh penjual, etik bisnis kurang diperhatikan, keadaan ini ditemukan di negara-negara yang belum maju, barang dan jasa yang ditawarkan masih langka, sehingga para konsumen tidak dapat melakukan pilihan. Maka begitu sebaliknya pada kondisi penawaran yang berlebih, produsen harus memperhatikan berbagai aspek untuk meningkatkan kesejahteraan, sebagai penelitian yang dilakukan oleh Ya'ti Ikhwan Nasution (2019), bahwa etik berpengaruh positif terhadap kesejahteraan pedagang.

Etika telah dibahas oleh berbagai kalangan ilmuwan, seperti yang diaungkapkan oleh Aristoteles, Adam Smith dan lain-lain. Begitu juga oleh ilmuwan Muslim seperti pandangan Al-Ghazali, bahwa pasar harus berfungsi berdasarkan etika dan moral para pelakunya, ia menekankan kebenaran dan kejujuran dalam bisnis dan perilaku para pelaku pasar, harus mencerminkan kebajikan, yaitu memberikan suatu tambahan di samping keuntungan materiil bagi orang lain dalam bertransaksi. Tambahan ini bukan merupakan kewajiban, tetapi hanya merupakan kebajikan (Abdullah, 2010)

#### 2. Prinsip-prinsip

Dalam aktivitas produksi Islam, target hasil tidak hanya diorientasikan pada profit tapi juga benefit. Begitu juga tanggung jawab produksi tidak hanya bagi diri sendiri tapi juga bagi masyarakat dan Tuhan. Ahim Abdurahim (2019). Dalam perspektif Islam prinsip tersebut diantaranya:

### a. Prinsip Tauhid (ketuhanan)

Prinsip ini tidak hanya menekankan pada sisi keuntungan semata tapi juga nilai badah yang harus melekat pada setiap aktivitas. Dan yang menjadi batasan dalam transaksi ekonomi adalah jika terdapat larangan dari tuhan. Seperti larangan melakukan transaksi pada sektor yang haram. Kesadaran masyarakat terhadap transaksi halal memberikan pengaruh positif terhadap minat beli, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Riko Restu Pradana dkk (2025), kesadaran halal, sertifikat halal dan bahan makanan halal berpengaruh terhadap minat beli produk makanan di jabodetabek. begitu juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Anjeli Wijaya (2024) terhadap generasi Z di jabodetabek, bahwa kesadaran akan halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Indonesia sendiri sudah memiliki badan penyelenggara jaminan produk halal, pelaku UMKM di kota mataram harus segera menyadari dan mendaftarkan produksinya pada lembaga yang telah disediakan oleh pemerintah, terutama UMKM sektor Makanan dan minuman, menimbang tingkat kesadaran masyarakat akan produk halal.

### b. Prinsip Kemanusiaan

Prinsip kemanusiaan menegaskan relasi manusia berdasarkan kerangka kebutuhan dan keadilan sosial. Sektor produksi dalam hal ini diarahkan untuk memenuhi kebutuhan berjenjang manusia tanpa melihat suku, agama, ras dan golongan bangsa. Sebagaimana pandangan Al-Ghazali, Barang konsumsi merupakan kebutuhan dasar yang harus terpenuhi, produksi barang kebutuhan dasar sebagai kewajiban sosial (*fard al-kifayah*) (Abdullah, 2010).

Hal ini berarti, jika telah ada kelompok orang yang memproduksi barang tersebut dalam jumlah yang mencukupi kebutuhan masyarakat, kewajiban seluruh masyarakat telah terpenuhi. Akan tetapi, jika tidak ada seorangpun yang melibatkan diri dalam kegiatan tersebut atau jika jumlah yang diproduksi tidak mencukupi kebutuhan masyarakat, semua orang akan diminta pertanggung jawaban di akhirat.

Sebuah Penelitian yang dilakukan oleh Armin Rusli Makakita (2023), di pasar madika ambon terkait pengaruh suku, marga dan agama terhadap minat beli masyarakat, penelitian ini dilatar belakangi oleh heterogenitas pedagang di pasar tersebut baik dari segi Suku, Marga dan Agama.

Penelitian ini menunjukkan bahwa agama tidak berpengaruh terhadap minat beli melalui harga sebagai (variabel moderator), artinya masyarakat akan tetap berbelanja meskipun memiliki latar Agama yang berbeda, begitu juga dengan perbedaan suku, tidak berpengaruh terhadap minat beli masyarakat.

### c. Prinsip Keadilan

Keadilan dalam kegiatan produksi bermakna menegakkan hak, kewajiban dan tanggung jawab setiap manusia sesuai dengan kapasitasnya. Islam mengakui hak

individu dan masyarakat, juga meminta mereka melaksanakan kewajiban masing-masing. Dengan demikian, Islam menjalankan peranannya dengan penuh keadilan serta kebijaksanaan (Qardawi 1995).

Adil merupakan norma paling utama dalam seluruh aspek perekonomian. Hal itu dapat ditangkap dalam pesan Alquran yang menjadikan adil sebagai tujuan agama samawi, kebalikan sifat adil adalah zalim, salah satu model transaksi zalim adalah jual beli *gharar* (penjualan sesuatu yang tidak jelas rupa dan sifatnya) yang dapat merugikan suatu pihak. Begitu juga larangan terhadap jual beli yang di dalamnya terdapat unsur penipuan. Dari uraian di atas pelaku UMKM sektor makanan dapat menerapkannya dengan berperilaku adil terhadap barang yang di produksi, tidak menandatangani mudharat (kerusakan) kepada konsumen. Transaksi *gharar* dapat menurunkan kepercayaan konsumen terhadap penjual, sehingga pembeli menjadi ragu untuk bertransaksi kembali dan menyebarkan pengalaman buruknya kepada orang lain (Febrianti 2025).

#### **d. Prinsip kebajikan**

Dalam kegiatan produksi, implementasi kebajikan bersifat menyeluruh menyentuh semua elemen dan tingkatan setiap manusia. Produsen mewarnai kegiatan produksinya dengan kebajikan mulai dari pengelolaan modal, proses, serta hasil produksi. Masalah kebajikan juga ditulis oleh ilmuwan ternama yaitu Aristoteles.

#### **e. Prinsip kebebasan**

Kebebasan adalah hakikat kebahagiaan manusia, rasa kemerdekaan adalah faktor utama penyebab kebahagiaan, rasa terbelenggu merupakan faktor utama penghancur kebahagiaan.

Abul A`la Al-Maududi berkata, "sesungguhnya suatu masyarakat manusia terdiri atas puluhan ribu bahkan jutaan individu, dan setiap individu mempunyai jiwa, akal, perasaan dan keperibadian yang bebas yang menginginkan pertumbuhan dan perkembangannya. Salah satu contoh hasil kebebasan ekonomi adalah adanya perbedaan prolehan rezeki dan bervariasinya jumlah penghasilan setiap individu. Adam Smith (bapak ekonomi) senada terkait dengan kebebasan individu, menurutnya hak milik merupakan hak yang paling asas bagi manusia (Wijaya 2009) .

Pelaku UMKM dalam melaksanakan aktivitas ekonominya memiliki kebebasan dalam memproduksi barang selama tidak melanggar etik atau moral. Kebebasan tersebut menghasilkan variasi pilihan untuk melakukan konsumsi.

### **Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Keberlanjutan usaha adalah harapan dari setiap pelaku usaha. Keberlanjutan usaha ditentukan oleh banyak faktor salah satunya adalah faktor etik, studi menunjukkan ada pengaruh positif implementasi etika bisnis terhadap peningkatan profit. Siti Amelia dkk (2022), peningkatan keuntungan juga dirasakan oleh wirausaha di Desa Delitua dikarenakan

penerapan prinsip etik (Anindya 2017). selain peningkatan profit atau keuntungan, peningkatan kesejahteraan juga dirasakan akibat penerapan prinsip etik (Nasution 2019). dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa etika atau moral memiliki peranan penting dalam keberlanjutan usaha mikro kecil dan menengah. Studi ini bisa dijadikan rujukan untuk perbaikan kegiatan usaha mikro kecil dan menengah di kota Mataram.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Usaha kecil dan menengah (UMKM) telah berkontribusi dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, sector makanan dan minuman adalah sektor kebutuhan mendasar masyarakat yang perlu di penuhi oleh pelaku UMKM, pemenuhan kebutuhan tersebut perlu menimbang banyak untuk keberlanjutan usaha.dengan dasar itu peneliti melakukan penelitian terkait bagaimana cara keberlanjutan UMKM melalau penerapan etik, adapaun hasil dari penelitian ini yaitu (1) Adanya hubungan atau kaitan penerapan etika ekonomi untuk keberlanjutan UMKM, dianalisa dengan mengumpul beberapa jurnal ilmiah, buku dan lainnya yang mensupport penelitian; (2) Penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk mengevaluasi kegiatan usaha UMKM di kota Mataram; dan (3) Pada penelitian ini, perlu mamaksimalkan literatur untuk mendapatkan kesimpulan yang lebih terperinci.

Saran diperlukan sebagai alat evaluasi atau masukan konstruktif terhadap pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), adapaun saran ditujukan kepada pihak terkait diantaranya: (1) Bagi penulis perlu melakukan penelitian lebih inten terhadap fenomena terkait usaha mikro kecil dan menengah; (2) Pelaku usaha perlu melakukan evaluasi untuk keberlanjutan usaha terutama pada sektor etika; dan (3) Penelitian ini bisa menjadi pertimbangan untuk membuat kebijakan terkait pengembangan usaha mikro kecil dan menengah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahim, A., dkk. (2009). *Ekonomi dan bisnis Islam* (Cetakan ke-3). PT. Raja Grafindo Persada.
- Abdullah, B. (2010). *Peradaban pemikiran ekonomi Islam* (Cetakan pertama). CV. Pusta Setia.
- Alma, B. (2018). *Pengantar bisnis* (Cetakan ke-22). CV. Alfabeta.
- Anjeli, A. W., & Priantina, A. (2024). Pengaruh literasi halal, religiusitas, halal awareness terhadap minat beli konsumen pada restoran bersertifikat halal pada generasi Z di Jabodetabek: Halal industry. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(10). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i10.2854>
- Febrianti, E. W. (2025). Gharar dalam transaksi online: Analisis akad jual beli pada marketplace digital. [*Nama jurnal tidak dicantumkan*], 4(2).
- Makatita, A. R. (2023). Pengaruh suku, marga dan agama terhadap minat beli masyarakat perspektif ekonomi syariah dengan harga sebagai variabel intervening pada Pasar

Mardika Kota Ambon. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2302.  
<https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8889>

Qardawi, Y. (1995). *Daurul qiyam wal akhkaq fil iqtishadil islami* (Cetakan pertama). Maktabah Wahbah.

Pradana, R. R., & Ismail, N. (2025). Analisis kesadaran, sertifikasi dan bahan makanan halal terhadap minat beli produk makanan di restoran Jabodetabek. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(6). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i6.7231>

Siti, A., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Pengaruh implementasi etika bisnis, konsep produksi dan distribusi pada UMKM terhadap profitabilitas dalam perspektif ekonomi Islam. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), 305–313. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i4.729>

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke-28). CV. Alfabeta.

Sukirno, S. (2019). *Mikro ekonomi* (Edisi ke-3, Cetakan ke-32). PT. RajaGrafindo Persada.

Wijaya, C. A. (2009). *Filsafat ekonomi Adam Smith*.