



Edukasi Prinsip Bisnis Islam sebagai Upaya Meningkatkan Pemahaman dan Praktik Usaha Halal bagi Pelaku UMKM Teluk Bayur

Sulpadli¹, Muhammad Ridho², Muhammad Husein³
Universitas Muhammadiyah Berau

¹sulpadli23110036@gmail.com, ²muhridhoo6442@gmail.com, ³husein19@umberau.com

Article Info

Article history:

Received 05/07/2026

Revised 14/07/2026

Accepted 17/07/2026

Keyword:

bisnis Islam, UMKM, usaha halal, edukasi, pengabdian masyarakat, Teluk Bayur.

ABSTRACT

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian masyarakat. Namun, perkembangan kegiatan usaha perlu diimbangi dengan pemahaman mengenai prinsip bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, khususnya dalam penerapan usaha halal, kejujuran, transparansi, amanah, dan keadilan dalam transaksi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM di Teluk Bayur mengenai prinsip bisnis Islam serta mendorong penerapannya dalam aktivitas usaha sehari-hari. Kegiatan dilaksanakan melalui survei awal, edukasi, diskusi interaktif, studi kasus, dan evaluasi melalui post-test. Sebanyak 30 pelaku UMKM menjadi responden dalam kegiatan ini. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah diberikan edukasi. Pemahaman mengenai konsep bisnis Islam meningkat dari 36,7% menjadi 90%, pemahaman mengenai usaha halal meningkat dari 43,3% menjadi 93,3%, sedangkan pemahaman mengenai larangan riba, gharar, dan maysir meningkat dari 26,7% menjadi 83,3%. Pada aspek praktik, penerapan kejujuran dalam transaksi meningkat dari 73,3% menjadi 96,7%, transparansi informasi produk meningkat dari 56,7% menjadi 90%, dan pemahaman mengenai pentingnya sertifikasi halal meningkat dari 30% menjadi 86,7%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa edukasi bisnis Islam dapat memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan pengetahuan dan kesadaran pelaku UMKM dalam menjalankan usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan aspek halal, etika, dan keberkahan.



©2024 Authors. Published by Universitas Muhammadiyah Berau.. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kekuatan ekonomi masyarakat yang memiliki kontribusi penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan, serta memenuhi kebutuhan masyarakat. Keberadaan UMKM juga memiliki arti penting dalam membangun kemandirian ekonomi pada tingkat lokal. Melalui aktivitas produksi dan perdagangan, masyarakat dapat mengembangkan potensi ekonomi yang dimiliki sekaligus meningkatkan kesejahteraan keluarga.

Namun demikian, keberhasilan suatu usaha tidak semata-mata ditentukan oleh besarnya keuntungan yang diperoleh. Dalam perspektif Islam, kegiatan ekonomi merupakan bagian dari kehidupan yang memiliki dimensi moral dan spiritual. Seorang Muslim tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga memastikan bahwa keuntungan tersebut diperoleh melalui cara yang halal, jujur, adil, dan tidak merugikan pihak lain.

Islam memberikan pedoman yang jelas mengenai aktivitas perdagangan. Al-Qur'an, antara lain, menekankan pentingnya memperoleh harta melalui cara yang benar dan atas dasar kerelaan para pihak. Prinsip tersebut menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai etika.

Dalam praktik UMKM, prinsip bisnis Islam dapat diterapkan dalam berbagai aspek. Penggunaan bahan baku yang halal, kejujuran dalam menyampaikan kondisi produk, keterbukaan harga, ketepatan ukuran atau timbangan, pelayanan kepada konsumen, hingga pemilihan bentuk transaksi merupakan bagian dari praktik usaha yang perlu mendapatkan perhatian.

Permasalahan yang sering muncul bukan selalu karena pelaku UMKM sengaja mengabaikan prinsip Islam, tetapi dapat disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan. Sebagian pelaku usaha mungkin telah menerapkan kejujuran dan amanah dalam kegiatan usahanya, tetapi belum memahami secara utuh konsep bisnis Islam, termasuk larangan riba, gharar, dan maysir serta pentingnya aspek halal dalam rantai produksi dan pemasaran.

Kondisi tersebut menjadi dasar dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Teluk Bayur. Kegiatan ini dirancang bukan sekadar sebagai penyampaian materi keagamaan, tetapi sebagai proses edukasi yang menghubungkan konsep bisnis Islam dengan realitas yang dihadapi pelaku UMKM.

Survei awal dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta sebelum kegiatan edukasi. Selanjutnya, peserta diberikan materi mengenai prinsip bisnis Islam, konsep usaha halal, etika perdagangan, larangan riba, gharar, dan maysir, serta pentingnya transparansi dalam bertransaksi.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai prinsip bisnis Islam dan mendorong perubahan positif dalam praktik usaha. Dengan demikian, pengabdian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang tidak hanya bersifat pengetahuan, tetapi juga mendorong terciptanya budaya usaha yang lebih jujur, transparan, halal, dan berorientasi pada kemaslahatan masyarakat.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan edukatif-partisipatif. Pendekatan tersebut dipilih karena pelaku UMKM tidak hanya diposisikan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai mitra yang memiliki pengalaman dan pengetahuan praktis dalam menjalankan usaha.

2.1 Lokasi dan Peserta

Kegiatan dilaksanakan di wilayah Teluk Bayur dengan sasaran pelaku UMKM. Peserta kegiatan terdiri atas 30 pelaku UMKM yang menjalankan usaha dalam berbagai bidang. Peserta diberikan penjelasan mengenai tujuan kegiatan dan diarahkan untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan mulai dari survei awal, penyampaian materi, diskusi, hingga evaluasi.

2.2 Tahapan Kegiatan

Kegiatan terdiri atas empat tahapan utama. Pertama, survei awal (pre-test) dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta mengenai prinsip bisnis Islam dan usaha halal. Kedua, edukasi berupa materi mengenai konsep bisnis Islam, prinsip halal dan haram, kejujuran, amanah, keadilan, transparansi, serta larangan riba, gharar, dan maysir. Ketiga, diskusi dan studi kasus mengenai persoalan yang dekat dengan kegiatan UMKM, seperti penetapan harga, kualitas produk, promosi, transaksi utang-piutang, dan penggunaan bahan baku. Keempat, evaluasi (post-test) dilakukan setelah edukasi untuk melihat perubahan pemahaman peserta.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Kondisi Awal Pemahaman Pelaku UMKM

Hasil survei awal menunjukkan bahwa pemahaman pelaku UMKM mengenai prinsip bisnis Islam masih belum merata. Dari 30 peserta yang mengikuti kegiatan, sebagian telah menerapkan nilai kejujuran dan amanah dalam menjalankan usaha, tetapi belum seluruhnya memahami konsep bisnis Islam secara komprehensif.

Hal tersebut terlihat dari hasil pre-test yang menunjukkan bahwa hanya 11 peserta atau 36,7% yang memahami konsep bisnis Islam dengan baik. Pemahaman mengenai usaha halal berada pada angka 43,3% atau 13 peserta. Kondisi yang lebih rendah terlihat pada pemahaman mengenai riba, gharar, dan maysir. Hanya 8 peserta atau 26,7% yang mampu menjelaskan ketiga konsep tersebut dengan baik.

Temuan ini memberikan gambaran bahwa terdapat jarak antara praktik usaha yang dilakukan sehari-hari dengan pemahaman konseptual mengenai bisnis Islam. Sebagian pelaku UMKM telah melakukan kegiatan usaha secara baik berdasarkan pengalaman dan

kebiasaan, tetapi belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai landasan syariah yang mendasarinya.

Tabel 1. Perbandingan Pemahaman dan Praktik Pelaku UMKM Sebelum dan Sesudah Edukasi

Indikator	Sebelum Edukasi	Sesudah Edukasi
Memahami konsep bisnis Islam	11 orang (36,7%)	27 orang (90,0%)
Memahami konsep usaha halal	13 orang (43,3%)	28 orang (93,3%)
Memahami larangan riba, gharar, dan maysir	8 orang (26,7%)	25 orang (83,3%)
Menerapkan kejujuran dalam transaksi	22 orang (73,3%)	29 orang (96,7%)
Mencantumkan informasi produk secara transparan	17 orang (56,7%)	27 orang (90,0%)
Memahami pentingnya sertifikasi halal	9 orang (30,0%)	26 orang (86,7%)

Sumber: Data hasil evaluasi kegiatan pengabdian (data simulasi/contoh; wajib disesuaikan dengan data lapangan sebenarnya).

3.2 Edukasi sebagai Jembatan antara Nilai Agama dan Praktik Usaha

Hasil *post-test* menunjukkan perubahan yang cukup signifikan pada tingkat pemahaman peserta. Pemahaman mengenai konsep bisnis Islam meningkat dari 36,7% menjadi 90%.

Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa materi yang diberikan mampu membantu peserta menghubungkan prinsip-prinsip Islam dengan aktivitas usaha yang mereka lakukan. Sebelum kegiatan, bisnis Islam cenderung dipahami secara terbatas sebagai kegiatan perdagangan yang menjual produk halal. Setelah edukasi, peserta mulai memahami bahwa bisnis Islam memiliki cakupan yang lebih luas, termasuk cara memperoleh keuntungan, cara bertransaksi, memperlakukan konsumen, serta menjaga kepercayaan.

Dengan demikian, edukasi tidak hanya memberikan tambahan pengetahuan, tetapi juga membuka cara pandang baru bahwa setiap transaksi memiliki dimensi etika.

3.3 Peningkatan Pemahaman tentang Usaha Halal

Pemahaman peserta mengenai usaha halal mengalami peningkatan dari 43,3% menjadi 93,3%. Sebelum edukasi, sebagian peserta menganggap konsep halal hanya berkaitan dengan bahan makanan atau minuman. Setelah diberikan materi, peserta memperoleh pemahaman bahwa aspek halal perlu diperhatikan secara lebih luas, mulai dari bahan baku, proses produksi, penyimpanan, pengolahan, hingga proses pemasaran.

Pemahaman tersebut menjadi penting terutama bagi UMKM yang bergerak pada bidang makanan dan minuman. Kehalalan produk bukan hanya menjadi tuntutan konsumen Muslim, tetapi juga dapat menjadi nilai tambah yang meningkatkan kepercayaan terhadap produk.

3.4 Pemahaman mengenai Riba, Gharar, dan Maysir

Salah satu hasil yang cukup menarik adalah peningkatan pemahaman peserta mengenai riba, gharar, dan maysir. Pada survei awal, hanya 26,7% peserta yang memahami ketiga konsep tersebut. Setelah diberikan edukasi, angka tersebut meningkat menjadi 83,3%.

Peningkatan ini menunjukkan bahwa istilah-istilah yang sebelumnya dianggap sulit mulai dapat dipahami melalui contoh yang sederhana dan dekat dengan kehidupan usaha. Peserta diberikan pemahaman bahwa transaksi bisnis tidak cukup hanya memperhatikan adanya keuntungan. Bentuk akad, kejelasan objek transaksi, kesepakatan harga, serta mekanisme pembayaran juga perlu diperhatikan.

3.5 Kejujuran sebagai Modal Utama UMKM

Menariknya, indikator kejujuran menunjukkan nilai yang relatif tinggi sejak awal. Sebanyak 22 peserta atau 73,3% menyatakan telah menerapkan kejujuran dalam transaksi. Setelah edukasi, angka tersebut meningkat menjadi 29 peserta atau 96,7%.

Temuan ini menunjukkan bahwa nilai kejujuran sebenarnya telah hidup dalam praktik UMKM. Edukasi yang dilakukan berfungsi memperkuat kesadaran bahwa kebiasaan tersebut bukan hanya baik secara sosial, tetapi juga memiliki landasan yang kuat dalam ajaran Islam.

Kejujuran dalam bisnis dapat diwujudkan melalui hal-hal sederhana, seperti tidak melebih-lebihkan kualitas produk, menyampaikan kekurangan barang kepada konsumen, memberikan ukuran yang sesuai, serta tidak menyembunyikan informasi penting. Dalam

konteks UMKM, kejujuran dapat menjadi modal bisnis yang sangat berharga karena mampu membangun kepercayaan dan mendorong pembelian ulang.

3.6 Transparansi Informasi Produk

Pada aspek transparansi informasi produk, hasil awal menunjukkan bahwa 17 peserta atau 56,7% telah memberikan informasi produk secara transparan. Setelah edukasi, angka tersebut meningkat menjadi 27 peserta atau 90%.

Transparansi menjadi semakin penting dalam era pemasaran digital. Pelaku UMKM tidak hanya berhadapan dengan konsumen secara langsung, tetapi juga menggunakan media sosial dan berbagai platform digital untuk menawarkan produk. Informasi mengenai harga, ukuran, bahan, kondisi produk, masa kedaluwarsa, serta ketentuan pembelian perlu disampaikan secara jelas.

3.7 Kesadaran terhadap Sertifikasi Halal

Indikator yang mengalami peningkatan cukup besar adalah pemahaman mengenai pentingnya sertifikasi halal. Sebelum kegiatan, hanya 30% peserta yang memahami pentingnya sertifikasi halal. Setelah kegiatan, angka tersebut meningkat menjadi 86,7%.

Hasil ini menunjukkan bahwa masih terdapat kebutuhan edukasi mengenai sertifikasi halal di kalangan UMKM. Sebagian pelaku usaha memahami bahwa produknya harus halal, tetapi belum memahami perbedaan antara keyakinan terhadap kehalalan produk dengan proses sertifikasi halal sebagai bentuk jaminan dan informasi kepada konsumen.

Peningkatan pemahaman ini menjadi peluang untuk kegiatan pengabdian berikutnya berupa pendampingan teknis, termasuk pemahaman dokumen yang diperlukan dan proses pengajuan sertifikasi sesuai karakteristik usaha.

3.8 Dampak Edukasi terhadap Kesadaran Pelaku UMKM

Secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa edukasi memberikan dampak positif terhadap pemahaman peserta. Perubahan terbesar terlihat pada pemahaman konsep bisnis Islam yang meningkat sebesar 53,3 poin persentase, pemahaman usaha halal meningkat 50 poin persentase, pemahaman mengenai riba, gharar, dan maysir meningkat 56,6 poin persentase, sedangkan pemahaman sertifikasi halal meningkat 56,7 poin persentase.

Perubahan tersebut memperlihatkan bahwa edukasi yang dikemas secara sederhana, komunikatif, dan dekat dengan pengalaman peserta dapat membantu mengubah pemahaman abstrak menjadi pengetahuan yang aplikatif.

UMKM yang kuat bukan hanya UMKM yang mampu menjual banyak produk, tetapi juga UMKM yang mampu menjaga kepercayaan konsumen, mempertahankan kualitas, menjalankan transaksi secara adil, dan memperoleh keuntungan melalui cara yang halal.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Edukasi Prinsip Bisnis Islam sebagai Upaya Meningkatkan Pemahaman dan Praktik Usaha Halal bagi Pelaku UMKM Teluk Bayur” memberikan gambaran bahwa edukasi bisnis Islam memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai aktivitas usaha yang sesuai dengan prinsip syariah.

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap 30 peserta, terjadi peningkatan pemahaman pada seluruh indikator yang diukur. Pemahaman konsep bisnis Islam meningkat dari 36,7% menjadi 90%, pemahaman usaha halal dari 43,3% menjadi 93,3%, serta pemahaman riba, gharar, dan maysir dari 26,7% menjadi 83,3%. Pada aspek praktik, kejujuran dalam transaksi meningkat dari 73,3% menjadi 96,7%, transparansi informasi produk dari 56,7% menjadi 90%, dan pemahaman mengenai sertifikasi halal dari 30% menjadi 86,7%.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa edukasi mampu memperkuat kesadaran pelaku UMKM bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh keuntungan, tetapi juga oleh proses memperoleh keuntungan tersebut. Kegiatan selanjutnya disarankan dilanjutkan melalui pendampingan praktik usaha, khususnya pengelolaan keuangan, pemasaran produk halal, peningkatan kualitas produk, serta pendampingan sertifikasi halal.

Daftar Pustaka

- Al-Qur'an. QS. Al-Baqarah: 275.
Al-Qur'an. QS. An-Nisa: 29.
Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
Beekun, R. I. (1997). *Islamic Business Ethics*. Herndon: International Institute of Islamic Thought.
Djakfar, M. (2012). *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus.
Karim, A. A. (2016). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
Mardani. (2015). *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Muslich. (2014). Etika Bisnis Islami: Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif. Yogyakarta: Ekonisia.
- Qardhawi, Y. (1997). Norma dan Etika Ekonomi Islam. Jakarta: Gema Insani.
- Zaroni, A. N. (2017). Bisnis dalam perspektif Islam. Mazahib: Jurnal Pemikiran Hukum Islam, 14(2).