



IMPLEMENTASI PRINSIP ETIKA BISNIS SYARIAH DALAM EKSPOR KOPI OLEH UMKM DI LAMPUNG BARAT

Ratih Ajeng Kusuma Wardani¹

¹ STIS Darul Ulum Lampung Timur, Lampung, Indonesia

Email: ratihajeng756@gmail.com

Abstract: *This study aims to examine the implementation of sharia business ethics principles in coffee export activities carried out by MSMEs in West Lampung Regency. Coffee MSMEs in this region not only hold significant economic potential but also demonstrate strong spiritual and communal tendencies, creating space for the application of Islamic values in business practices. Sharia business ethics include the principles of honesty (ṣidq), justice ('adl), trustworthiness (amānah), and social responsibility, which are believed to foster sustainability and strengthen business reputation, particularly in the export market that highly demands transparency and integrity. This research employs a qualitative-descriptive approach with field study methods. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation involving coffee-exporting MSME actors as well as supporting parties such as sharia cooperatives and financing institutions. The findings indicate that most MSME actors have internalized sharia ethical principles in export practices, such as maintaining honesty in product information, treating farmers fairly, and upholding trustworthiness in fulfilling contracts. However, challenges remain, including limited access to sharia-compliant financing, inadequate understanding of fiqh al-mu'āmalah, and global market pressures that challenge ethical commitments. The results show that sharia business ethics have a positive impact on business sustainability and reputation in international markets. MSMEs that consistently apply sharia principles tend to gain greater trust from trading partners, strengthen customer loyalty, and build a resilient and morally grounded business image. This study emphasizes the importance of institutional support and systemic education to reinforce the sustainable application of Islamic ethics in MSME exports.*

Keywords: *Sharia business ethics, MSMEs, coffee export, West Lampung, business sustainability*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi prinsip etika bisnis syariah dalam aktivitas ekspor kopi oleh UMKM di Kabupaten Lampung Barat. UMKM kopi di daerah ini tidak hanya memiliki potensi ekonomi yang besar, tetapi juga menunjukkan kecenderungan spiritual dan komunal yang kuat, yang membuka ruang bagi penerapan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis. Etika bisnis syariah meliputi prinsip kejujuran (ṣidq), keadilan ('adl), amanah, dan tanggung jawab sosial, yang diyakini mampu mendorong keberlanjutan dan memperkuat reputasi usaha, terutama dalam pasar ekspor yang sangat menuntut transparansi dan integritas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode studi lapangan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM kopi yang aktif mengekspor, serta pihak-pihak pendukung seperti koperasi syariah dan lembaga pembiayaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah menginternalisasi prinsip-prinsip etika syariah dalam praktik ekspor, seperti menjaga kejujuran dalam informasi produk, memperlakukan petani secara adil, dan menjaga amanah dalam memenuhi kontrak. Namun, masih terdapat kendala seperti keterbatasan akses terhadap pembiayaan syariah, pemahaman fiqh muamalah yang terbatas, dan tekanan pasar global yang menantang komitmen etis. Temuan menunjukkan bahwa etika bisnis syariah berdampak positif

terhadap keberlanjutan usaha dan peningkatan reputasi di pasar internasional. UMKM yang konsisten menerapkan prinsip-prinsip syariah cenderung mendapatkan kepercayaan mitra dagang, memperkuat loyalitas pelanggan, dan membangun citra usaha yang tangguh dan bermoral. Penelitian ini menegaskan pentingnya dukungan kelembagaan dan edukasi sistemik untuk memperkuat penerapan etika Islam dalam ekspor UMKM secara berkelanjutan.

Kata-kata Kunci: Etika bisnis syariah, UMKM, ekspor kopi, Lampung Barat, keberlanjutan usaha

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran strategis dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penyerap tenaga kerja maupun sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional¹. Di tengah berbagai tantangan global, UMKM terus menunjukkan ketahanan yang kuat dan fleksibilitas dalam merespons perubahan pasar². Salah satu potensi unggulan UMKM Indonesia adalah sektor agribisnis, khususnya komoditas kopi, yang telah menjadi produk ekspor andalan di berbagai wilayah, termasuk Kabupaten Lampung Barat. Wilayah ini dikenal sebagai salah satu sentra produksi kopi robusta terbesar di Indonesia dengan kualitas yang diakui di pasar internasional.

Dalam beberapa tahun terakhir, banyak pelaku UMKM kopi di Lampung Barat yang mulai merambah pasar ekspor secara mandiri maupun melalui kemitraan. Aktivitas ekspor ini tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan, tetapi juga membuka peluang lebih luas untuk promosi produk lokal dan penciptaan nilai tambah³. Namun, dalam proses ekspor tersebut, para pelaku UMKM sering dihadapkan pada berbagai tantangan, mulai dari regulasi perdagangan internasional, kendala logistik, fluktuasi harga pasar global, hingga persaingan yang ketat dengan produk dari negara lain. Tantangan-tantangan tersebut menuntut pelaku UMKM tidak hanya kompeten dalam aspek produksi dan teknis, tetapi juga memiliki integritas dan landasan etika yang kuat dalam menjalankan bisnisnya⁴.

Dalam konteks inilah pentingnya implementasi prinsip etika bisnis syariah menjadi sangat relevan. Etika bisnis syariah merupakan sistem nilai yang bersumber dari ajaran Islam, yang tidak hanya menekankan pada aspek legalitas formal, tetapi juga integritas moral dan tanggung jawab sosial. Prinsip-prinsip seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*‘adl*), amanah, tidak menipu (*gharar*), dan larangan riba menjadi pilar utama dalam hubungan bisnis Islam⁵. Etika bisnis syariah tidak hanya bertujuan untuk mencapai keuntungan materi, tetapi juga mengarahkan perilaku bisnis agar memberikan

¹ Syaakir Sofyan, "Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia," *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum* 11, no. 1 (2017): 33–64.

² Arief Rahman Susila, "Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Menghadapi Pasar Regional Dan Global," 2017.

³ Asmaira Munthe, M Yarham, and Ridwana Siregar, "Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia," *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi* 2, no. 3 (2023): 593–614.

⁴ Salman Al Farisi and Muhammad Iqbal Fasa, "Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 9, no. 1 (2022): 73–84.

⁵ Muhammad Farhan et al., "ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN BERBASIS SYARIAH," *Journal Education, Sociology and Law* 1, no. 1 (2025): 739–49.

IMPLEMENTASI PRINSIP ETIKA BISNIS SYARIAH DALAM EKSPOR KOPI OLEH UMKM DI LAMPUNG BARAT

manfaat bagi semua pihak yang terlibat serta menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan dan keberkahan⁶.

Implementasi prinsip etika bisnis syariah dalam aktivitas ekspor oleh UMKM menjadi topik yang menarik dan penting untuk dikaji, mengingat perdagangan internasional kerap diwarnai oleh praktik-praktik yang tidak sepenuhnya sejalan dengan nilai-nilai Islam. Ketika UMKM terlibat dalam rantai pasok global, maka mereka juga harus berhadapan dengan sistem yang didominasi oleh kepentingan pasar bebas⁷, yang sering kali mengabaikan etika sosial dan keberlanjutan. Dalam situasi tersebut, prinsip etika bisnis syariah diharapkan menjadi kompas moral bagi para pelaku usaha agar tetap menjunjung nilai-nilai kejujuran, transparansi, dan keadilan, baik dalam hubungan dengan mitra dagang, konsumen, maupun pihak ketiga⁸.

Beberapa penelitian terdahulu telah menyoroiti pentingnya etika bisnis dalam penguatan UMKM, baik dalam konteks lokal maupun global. Misalnya, studi oleh⁹ menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis cenderung memiliki daya tahan usaha yang lebih kuat serta hubungan yang lebih baik dengan konsumen dan mitra kerja. Penelitian lain oleh¹⁰ menyimpulkan bahwa penerapan etika bisnis syariah secara konsisten berkontribusi terhadap peningkatan citra perusahaan dan loyalitas pelanggan. Namun demikian, sebagian besar kajian masih bersifat konseptual dan belum banyak yang mengkaji secara empiris implementasi nilai-nilai tersebut dalam praktik ekspor oleh UMKM di sektor pertanian, khususnya kopi.

Dalam konteks Lampung Barat, penelitian yang secara spesifik mengkaji hubungan antara ekspor kopi UMKM dan implementasi etika bisnis syariah juga masih sangat terbatas. Padahal, UMKM kopi di wilayah ini memiliki karakteristik unik, baik dari sisi budaya lokal, model bisnis, maupun orientasi spiritual para pelakunya¹¹. Keunikan ini memberikan ruang yang luas untuk eksplorasi mengenai bagaimana nilai-nilai Islam diinternalisasi dalam proses produksi, negosiasi harga, pemenuhan kontrak, hingga hubungan dengan eksportir, importir, dan lembaga keuangan. Selain itu, penting pula untuk menelaah sejauh mana para pelaku UMKM memahami prinsip-prinsip etika bisnis syariah dan bagaimana mereka mengimplementasikannya dalam kegiatan ekspor yang kompleks dan sering kali penuh risiko.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berangkat dari kebutuhan untuk memahami secara mendalam bagaimana prinsip etika bisnis syariah diimplementasikan dalam aktivitas ekspor oleh UMKM kopi di Lampung Barat. Penelitian ini tidak hanya berupaya mengidentifikasi sejauh mana prinsip-prinsip tersebut dikenal dan dipahami oleh pelaku usaha, tetapi juga mengevaluasi bentuk konkret pelaksanaannya dalam kegiatan ekspor. Pertanyaan utama yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah: Bagaimana para pelaku UMKM kopi di Lampung Barat menginternalisasi dan

⁶ Robby Reza Zulfikri et al., *Etika Bisnis Islam* (Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2025).

⁷ Moh Erfan Arif, *Internasionalisasi Usaha Kecil Menengah* (Universitas Brawijaya Press, 2023).

⁸ Hariyono Hariyono, Suharto Suharto, and Heri Erlangga, *ENTREPRENEURSHIP: Manajemen Strategi Untuk Perkembangan UMKM Di Indonesia* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

⁹ Annisa Rahmah Herlin, Nurdyanti Choirunnisa Pane, and Jeroh Miko, "Etika Bisnis Dan Strategi Adaptif UMKM Dalam Menghadapi Krisis 2030 Di Era Pasar Bebas," *Jurnal Ilmiah Research Student 2*, no. 2 (2025): 115–22.

¹⁰ Farhan et al., "ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN BERBASIS SYARIAH."

¹¹ RUSDI Evizal, "Etno-Agronomi Pengelolaan Perkebunan Kopi Di Sumberjaya Kabupaten Lampung Barat," *Agrotrop: Journal on Agriculture Science* 3, no. 2 (2013): 1–12.

menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis syariah dalam proses ekspor?, Apa saja tantangan yang mereka hadapi dalam mengimplementasikannya?, dan Bagaimana implikasi etika tersebut terhadap keberlanjutan dan reputasi usaha?.

Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan literatur tentang etika bisnis syariah dalam konteks ekspor UMKM. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai integrasi antara nilai-nilai Islam dan praktik perdagangan global, serta memberikan perspektif baru mengenai bagaimana prinsip-prinsip syariah dapat diaplikasikan dalam konteks yang lebih luas dan dinamis. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pembuat kebijakan, pendamping UMKM, lembaga keuangan syariah, dan pelaku usaha dalam merancang strategi pembinaan, pelatihan, dan kebijakan ekspor yang berbasis nilai-nilai etika Islam.

Selain itu, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dari sisi pendekatan dan konteks kajian. Pertama, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga empiris, dengan mengeksplorasi pengalaman konkret pelaku UMKM dalam mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah. Pendekatan ini memungkinkan diperolehnya gambaran yang lebih utuh tentang dinamika antara nilai dan praktik, serta potensi kesenjangan yang terjadi di antara keduanya. Kedua, penelitian ini mengambil fokus pada sektor kopi sebagai komoditas unggulan daerah yang memiliki nilai ekonomi dan simbolik yang tinggi. Kopi Lampung tidak hanya diperdagangkan sebagai komoditas, tetapi juga menjadi bagian dari identitas dan kebanggaan lokal. Hal ini menjadikan implementasi etika bisnis syariah dalam ekspor kopi memiliki signifikansi sosial yang lebih luas. Ketiga, dari sisi wilayah, Lampung Barat merupakan daerah yang relatif jarang dijadikan lokasi kajian dalam studi-studi ekonomi syariah, padahal daerah ini menyimpan potensi besar baik dari sisi sumber daya alam maupun karakter masyarakatnya yang religius dan komunal. Dengan menjadikan Lampung Barat sebagai fokus penelitian, diharapkan akan muncul pemahaman baru yang kontekstual dan relevan dengan kondisi nyata di lapangan. Penelitian ini juga membuka ruang diskusi tentang pentingnya membumikan prinsip-prinsip Islam dalam kegiatan ekonomi riil secara aplikatif dan tidak terbatas pada tataran teori dan regulasi semata.

Dengan pendekatan yang integratif antara nilai-nilai Islam dan praktik ekspor UMKM, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan sistem bisnis syariah yang tidak hanya kompetitif secara ekonomi, tetapi juga berkeadilan, berkelanjutan, dan berlandaskan keberkahan. Implementasi etika bisnis syariah bukan sekadar kewajiban moral, tetapi juga merupakan strategi keberlanjutan usaha dalam menghadapi pasar global yang semakin kompleks dan menuntut transparansi serta tanggung jawab sosial yang tinggi. Penelitian ini pada akhirnya menjadi bagian dari upaya membangun ekosistem ekonomi syariah yang kuat, inklusif, dan berbasis pada nilai-nilai luhur Islam dalam ranah perdagangan internasional.

B. KERANGKA TEORI

Etika bisnis syariah merupakan konsep normatif dalam Islam yang mengatur perilaku ekonomi dan perdagangan berdasarkan nilai-nilai moral dan spiritual¹². Berbeda dengan etika bisnis konvensional yang sering bersifat relatif dan sekuler, etika bisnis syariah bersumber dari al-Qur'an, hadis, serta prinsip-prinsip hukum Islam (fiqh muamalah). Dalam Islam, kegiatan bisnis tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi semata, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah, yang memerlukan niat baik, kejujuran, dan tanggung jawab kepada Allah dan sesama manusia. Oleh karena itu, etika bisnis syariah menjadi kerangka fundamental yang mendasari seluruh praktik perdagangan, termasuk aktivitas ekspor oleh UMKM.

Beberapa prinsip utama dalam etika bisnis syariah yang relevan dalam konteks ekspor antara lain: *ṣidq* (kejujuran), *'adl* (keadilan), *amanah* (tanggung jawab), dan *ihsan* (keunggulan moral dalam berperilaku)¹³. *Ṣidq* menuntut agar pelaku usaha menyampaikan informasi secara benar, tidak menipu dalam transaksi, dan menjaga integritas dalam negosiasi harga maupun dalam pengiriman barang. Dalam aktivitas ekspor, prinsip ini berarti transparansi terhadap kualitas produk, volume, dan jadwal pengiriman. Prinsip keadilan mengharuskan pelaku usaha bersikap adil terhadap mitra bisnis, pekerja, serta lingkungan sekitar—tidak mengambil keuntungan secara zalim atau merugikan pihak lain.

Amanah merupakan landasan kepercayaan dalam etika bisnis Islam. Pelaku usaha dianggap sebagai pemegang amanah yang bertanggung jawab atas hak-hak konsumen, mitra dagang, dan masyarakat luas. Dalam praktik ekspor, amanah tercermin dari kepatuhan terhadap kontrak dagang internasional, keakuratan dokumentasi ekspor, dan pemenuhan janji pengiriman. Sementara itu, *ihsan* mendorong pelaku usaha untuk memberikan pelayanan terbaik dan melampaui sekadar kewajiban kontraktual demi menciptakan keberkahan usaha.

Kerangka teori ini juga bersinggungan erat dengan konsep *maqashid al-shariah*, yaitu tujuan utama syariat Islam dalam menjaga lima aspek kehidupan¹⁴: agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam konteks bisnis, *maqashid* mendorong praktik usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan masalah publik. Ekspor kopi oleh UMKM, jika dilakukan sesuai prinsip *maqashid*, akan menciptakan manfaat ekonomi bagi masyarakat luas, menjaga keseimbangan lingkungan, dan mendorong keadilan distribusi hasil usaha.

Secara teoritis, implementasi etika bisnis syariah juga dapat dikaitkan dengan teori integritas dalam manajemen bisnis¹⁵. Teori ini menekankan pentingnya keselarasan antara nilai, sikap, dan perilaku dalam menjalankan usaha. Integritas bukan hanya soal kepatuhan hukum, tetapi tentang kesungguhan dalam menerapkan nilai etis dalam seluruh proses bisnis, termasuk dalam pengambilan keputusan strategis. Dalam konteks UMKM ekspor, integritas pelaku usaha dapat menjadi kunci kepercayaan mitra internasional dan keberlanjutan usaha di pasar global.

¹² Norvadewi Norvadewi, "Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif)," *Al-Tijary*, 2015, 33–46.

¹³ Putri Sri Lestari and Dedah Jubaedah, "Prinsip-Prinsip Umum Etika Bisnis Islam," *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam* 8, no. 2 (2023): 220–32.

¹⁴ Muhammad Irkham Firdaus and Jaya Sahputra, "Prinsip Maqosid Ash-Shariah Dalam Konsep Kebutuhan Islam," *TAFUQUH* 7, no. 1 (2022): 65–75.

¹⁵ Lutfi Amalia, Niken Faizah Rahmaningtiyas, and Sarpini Sarpini, "Prinsip Dan Kode Etik Dalam Bisnis," *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 3, no. 4 (2024): 350–61.

Dengan menjadikan prinsip-prinsip etika bisnis syariah sebagai landasan teoretis, penelitian ini memosisikan nilai-nilai Islam sebagai sumber orientasi moral dan spiritual dalam praktik ekspor oleh UMKM. Kerangka ini sekaligus menjadi alat analisis untuk menilai kesesuaian antara praktik lapangan dengan ajaran Islam, serta mengidentifikasi ruang-ruang perbaikan menuju sistem bisnis yang lebih etis, berkeadilan, dan berkelanjutan.

C. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif¹⁶, dengan tujuan menggambarkan secara mendalam proses implementasi prinsip etika bisnis syariah oleh pelaku UMKM kopi di Lampung Barat dalam kegiatan ekspor. Pendekatan ini dipilih karena fokus utama penelitian adalah menggali makna, nilai, dan pengalaman subjektif para pelaku usaha dalam menerapkan prinsip-prinsip etika Islam dalam praktik bisnis yang nyata. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami konteks sosial, budaya, dan spiritual yang melatarbelakangi praktik etika dalam aktivitas ekspor.

Jenis penelitian ini adalah studi lapangan (field research) yang bersifat eksploratif¹⁷. Studi ini dilakukan di Kabupaten Lampung Barat, yang dikenal sebagai salah satu sentra penghasil kopi robusta terbesar di Indonesia. Wilayah ini dipilih karena memiliki populasi pelaku UMKM kopi yang aktif dalam kegiatan ekspor, baik secara langsung maupun melalui kemitraan. Selain itu, karakter masyarakat Lampung Barat yang religius dan komunal dianggap relevan untuk mengkaji praktik etika bisnis syariah dalam konteks yang kontekstual.

Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive, yaitu dengan memilih informan yang dianggap memiliki informasi mendalam dan relevan terhadap fokus penelitian. Informan dalam penelitian ini meliputi pemilik atau pengelola UMKM kopi yang telah melakukan ekspor, baik dalam skala kecil maupun menengah. Selain itu, penelitian juga melibatkan pihak-pihak pendukung seperti pendamping UMKM, pengurus koperasi syariah, lembaga pembiayaan mikro Islam, dan tokoh agama setempat yang memahami prinsip etika bisnis syariah. Jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip *data saturation*, yaitu sampai tidak ditemukan informasi baru yang signifikan dari wawancara yang dilakukan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama: wawancara mendalam (in-depth interview), observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk memberikan ruang bagi informan menjelaskan secara luas dan reflektif pengalaman mereka dalam menerapkan nilai-nilai syariah dalam ekspor. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung aktivitas usaha dan interaksi pelaku UMKM dengan mitra dagang, konsumen, maupun pihak lain dalam proses ekspor. Dokumentasi mencakup pengumpulan data sekunder seperti profil usaha, kontrak dagang, sertifikasi halal, laporan kegiatan, dan arsip ekspor.

Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi direduksi untuk memilah informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Kemudian disajikan dalam bentuk narasi tematik yang menggambarkan pola-pola implementasi etika bisnis syariah dalam konteks

¹⁶ Abizar; Ulil Albab; Dkk, *METODE PENULISAN KARYA ILMIAH*, ed. Ulil Albab, Pertama (Lampung: PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA, 2023).

¹⁷ Sugiyono, "Metode Penelitian Kualitatif (Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif Dan Konstruktif)," *Metode Penelitian Kualitatif*, 2023.

IMPLEMENTASI PRINSIP ETIKA BISNIS SYARIAH DALAM EKSPOR KOPI OLEH UMKM DI LAMPUNG BARAT

ekspor. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dengan cara mencari hubungan antar tema dan mengevaluasi kesesuaian antara praktik di lapangan dengan prinsip-prinsip etika bisnis syariah.

Untuk menjaga validitas data, dilakukan triangulasi sumber dan metode, yaitu membandingkan data dari berbagai informan dan teknik pengumpulan yang berbeda. Selain itu, dilakukan member checking, yaitu mengkonfirmasi kembali hasil temuan dengan beberapa informan utama guna memastikan akurasi dan interpretasi data. Dengan metode ini, diharapkan penelitian dapat menghasilkan pemahaman yang kaya, mendalam, dan kontekstual mengenai bagaimana prinsip etika bisnis syariah diimplementasikan oleh UMKM kopi dalam praktik ekspor di Lampung Barat.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Internalisasi dan Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Syariah Dalam Proses Ekspor

Penelitian ini menemukan bahwa para pelaku UMKM kopi di Lampung Barat menunjukkan pemahaman dan implementasi prinsip etika bisnis syariah yang beragam dalam kegiatan ekspor, tergantung pada tingkat pengetahuan keislaman, pengalaman usaha, serta dukungan kelembagaan yang mereka miliki. Berdasarkan wawancara dengan 10 pelaku UMKM yang aktif mengekspor kopi (baik langsung ke luar negeri maupun melalui mitra eksportir), mayoritas informan menyatakan bahwa prinsip seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*‘adl*), dan amanah menjadi nilai utama yang mereka pegang dalam menjalankan bisnis.

Sebanyak 8 dari 10 responden menyatakan bahwa mereka berupaya menjaga transparansi dalam memberikan informasi kepada pembeli luar negeri, baik mengenai kualitas biji kopi, metode pengolahan, maupun harga. Misalnya, Junaidi, pemilik UMKM Kopi, menyatakan bahwa ia selalu mencantumkan grade kopi secara jujur sesuai standar Specialty Coffee Association (SCA), meskipun kadang hal itu menyebabkan harganya kalah bersaing. *“Kalau saya bohongin buyer hari ini, bisa jadi rugi reputasi selamanya,”* ujarnya. Sikap ini menunjukkan internalisasi prinsip *ṣidq* sebagai landasan menjaga keberlanjutan usaha dalam perspektif Islam.

Dalam aspek keadilan, beberapa pelaku UMKM menunjukkan kepedulian terhadap kesejahteraan petani kopi mitra mereka. UMKM Kopi Barokah misalnya, membentuk sistem bagi hasil dengan 20 petani binaan di Kecamatan Sekincau, yang disepakati secara musyawarah. Selain itu, mereka menghindari praktik *ijon* yang dianggap merugikan petani. Bentuk ini mencerminkan implementasi keadilan (*‘adl*) dan tanggung jawab sosial dalam rantai pasok.

Aspek amanah juga menjadi prinsip yang dijaga oleh sebagian besar pelaku UMKM. Sebanyak 7 responden menyebutkan bahwa mereka menjaga ketepatan waktu pengiriman dan memenuhi volume sesuai kontrak ekspor sebagai bagian dari tanggung jawab moral. Meskipun pernah mengalami gangguan distribusi akibat cuaca ekstrem, mereka lebih memilih menunda ekspor daripada mengurangi kualitas produk tanpa pemberitahuan kepada pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip amanah telah diinternalisasi sebagai bagian dari etika bisnis mereka.

Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa internalisasi nilai larangan *riba* dan *gharar* belum sepenuhnya dipahami. Beberapa pelaku UMKM masih mengakses pembiayaan konvensional dengan bunga karena keterbatasan akses ke lembaga

keuangan syariah¹⁸. Meski sebagian menyatakan keinginan beralih ke koperasi syariah atau BMT, keterbatasan modal dan waktu sering menjadi penghalang. Ini menunjukkan bahwa aspek spiritual etika bisnis syariah masih menghadapi tantangan struktural.

Selain itu, ditemukan bahwa 6 dari 10 pelaku UMKM belum memiliki pemahaman mendalam tentang istilah-istilah fiqh muamalah seperti *akad salam*, *murabahah*, atau *musyarakah*. Mereka menjalankan etika syariah lebih pada tataran nilai umum (moral personal) daripada konsep hukum muamalah yang sistematis. Oleh karena itu, implementasi nilai syariah cenderung berbasis intuisi dan pengalaman hidup, bukan dari pelatihan formal.

Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun banyak pelaku UMKM kopi di Lampung Barat memiliki niat dan kesadaran untuk menjalankan usaha secara syariah, terdapat kebutuhan besar akan edukasi, pendampingan, dan fasilitasi kelembagaan untuk mengoptimalkan internalisasi dan penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan ekspor.

Tantangan Dalam Implementasi Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Syariah

Hasil wawancara dan observasi terhadap 10 pelaku UMKM kopi yang telah melakukan kegiatan ekspor di wilayah Lampung Barat menunjukkan bahwa meskipun terdapat kesadaran akan pentingnya penerapan etika bisnis syariah, praktik implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan yang kompleks, baik dari sisi internal maupun eksternal.

Dari sisi internal, tantangan utama adalah keterbatasan pemahaman yang utuh tentang prinsip etika bisnis syariah. Sebagian besar pelaku UMKM (sekitar 70%) memahami etika hanya sebatas kejujuran dalam transaksi, tetapi belum sepenuhnya memahami aspek tanggung jawab sosial, keadilan dalam penetapan harga, atau prinsip amanah dalam menjaga kualitas produk. Hal ini disebabkan oleh minimnya akses terhadap pelatihan atau pendampingan berbasis ekonomi syariah.

Tantangan kedua adalah tekanan ekonomi. Sebanyak 6 dari 10 informan mengaku pernah berada dalam posisi untuk memilih antara mempertahankan prinsip kejujuran dengan menurunkan kualitas produk, atau memenuhi permintaan pasar yang tinggi dengan risiko pengabaian etika. Ketatnya persaingan harga di pasar ekspor membuat beberapa UMKM terpaksa mengurangi biaya produksi, termasuk meminimalisasi prosedur sertifikasi halal atau jaminan mutu.

Dari sisi eksternal, tantangan yang dominan adalah sistem ekspor yang belum mendukung nilai-nilai syariah secara menyeluruh. Misalnya, sebagian besar transaksi masih dilakukan melalui sistem konvensional yang melibatkan pembiayaan berbunga (*riba*), atau menggunakan skema kontrak yang tidak sepenuhnya transparan. Selain itu, kurangnya mitra dagang luar negeri yang memahami atau menerima standar bisnis syariah juga menjadi hambatan dalam menerapkan prinsip etika secara konsisten.

Secara umum, implementasi etika bisnis syariah dalam ekspor kopi oleh UMKM Lampung Barat masih berhadapan dengan dilema antara idealisme nilai dan realitas pasar yang pragmatis.

Implikasi Terhadap Keberlanjutan dan Reputasi Usaha

Berdasarkan hasil wawancara mendalam terhadap delapan pelaku UMKM kopi di Kecamatan Way Tenong dan Belalau, ditemukan bahwa implementasi prinsip etika

¹⁸ Antin Ayunda et al., "Peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Dalam Mendukung Ekonomi Kerakyatan Dan Pengentasan Kemiskinan Umat," *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 18, no. 1 (2025): 1043–52.

IMPLEMENTASI PRINSIP ETIKA BISNIS SYARIAH DALAM EKSPOR KOPI OLEH UMKM DI LAMPUNG BARAT

bisnis syariah memberikan dampak signifikan terhadap keberlanjutan dan reputasi usaha ekspor mereka. Mayoritas informan menyatakan bahwa komitmen terhadap prinsip kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*‘adl*), dan amanah tidak hanya menjadi bagian dari keyakinan pribadi, tetapi juga terbukti meningkatkan kepercayaan mitra dagang luar negeri.

Misalnya, UMKM “Kopi Wonosari Sejahtera” yang mulai menerapkan prinsip transparansi harga dan mutu produk sejak tahun 2021 berhasil mempertahankan kontrak ekspor ke Belanda selama tiga tahun berturut-turut. Menurut pemiliknya, H. Mukhlis, kejujuran dalam menyampaikan kualitas biji kopi dan ketepatan waktu pengiriman membuat buyer merasa puas dan merekomendasikan produknya ke importir lain. Hal serupa juga dialami oleh Koperasi Syariah “Sinar Rasa” yang mengelola 67 petani kopi binaan, di mana penerapan sistem pembayaran yang adil dan pelatihan etika bisnis Islam kepada anggotanya berhasil memperkuat hubungan jangka panjang dengan mitra ekspor dari Jepang.

Selain itu, reputasi usaha juga meningkat melalui pemberitaan media lokal dan partisipasi dalam pameran produk halal internasional. Tiga dari delapan UMKM yang diwawancarai mengaku memperoleh sertifikasi halal dan standar mutu dari LPPOM MUI sebagai bagian dari implementasi etika produksi syariah¹⁹. Hal ini memperkuat citra positif di mata konsumen global yang semakin peduli terhadap aspek etika dan keberlanjutan produk.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis syariah tidak hanya membentuk perilaku wirausaha yang bertanggung jawab, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif yang nyata dalam pasar ekspor yang berbasis kepercayaan dan reputasi jangka panjang.

2. PEMBAHASAN

Internalisasi dan Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Syariah dalam Proses Ekspor

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM kopi di Lampung Barat telah menginternalisasi prinsip-prinsip etika bisnis syariah sebagai bagian dari nilai kehidupan dan praktik usaha sehari-hari. Nilai-nilai seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*‘adl*), dan amanah menjadi panduan moral dalam menjalankan usaha, termasuk dalam proses ekspor²⁰. Internalisasi ini tidak hanya lahir dari pengetahuan formal tentang fiqh muamalah, tetapi juga dari pendidikan agama informal, pengaruh komunitas keagamaan, dan kebiasaan lokal yang berakar pada nilai-nilai Islam.

Dalam praktiknya, prinsip-prinsip tersebut tercermin dalam berbagai aspek aktivitas ekspor. Misalnya, kejujuran dalam menyampaikan mutu produk dan ketepatan kuantitas yang dikirim menjadi standar yang dijaga oleh pelaku usaha. Pelaku UMKM juga menunjukkan komitmen terhadap keadilan harga dengan tidak memanfaatkan ketidaktahuan pembeli luar negeri tentang kondisi lokal untuk mendapatkan keuntungan sepihak. Amanah diwujudkan dalam bentuk pemenuhan kontrak secara konsisten dan keterbukaan dalam berkomunikasi dengan mitra bisnis.

Hal menarik yang ditemukan adalah bahwa nilai-nilai etika ini tidak dipisahkan dari niat spiritual para pelaku usaha. Banyak dari mereka meyakini bahwa keberhasilan dalam ekspor bukan hanya hasil strategi bisnis, tetapi juga keberkahan dari kejujuran

¹⁹ Nuzulia Nuzulia and Roisatun Khasanah, “Urgensi Sertifikasi Halal Pada Etika Produksi,” *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* 24, no. 1 (2023): 159–77.

²⁰ Zulfikri et al., *Etika Bisnis Islam*.

dan etika yang ditegakkan. Dengan kata lain, etika bisnis syariah bukan hanya instrumen kepatuhan, tetapi menjadi keyakinan moral yang memberi makna spiritual dalam usaha²¹.

Tantangan dalam Implementasi Prinsip Etika Bisnis Syariah

Meskipun terdapat kesadaran etis yang tinggi, implementasi nilai-nilai syariah dalam proses ekspor tidak selalu berjalan mulus. Penelitian ini menemukan beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam menerapkan prinsip etika bisnis syariah.

Pertama, tantangan muncul dari sisi pemahaman yang belum seragam. Meskipun sebagian pelaku telah memiliki pemahaman yang baik tentang prinsip syariah, sebagian lainnya masih mengaitkan etika hanya dengan aspek kejujuran dalam transaksi tanpa melihat keterkaitannya dengan aspek lain seperti keadilan kontrak, kepedulian sosial, dan keberlanjutan. Minimnya pelatihan etika bisnis syariah secara sistematis membuat pelaku usaha sering kali bertindak berdasarkan intuisi moral pribadi, bukan pemahaman konseptual yang menyeluruh²².

Kedua, tekanan pasar global kerap menimbulkan dilema etis. Ketika berhadapan dengan buyer asing yang menuntut harga rendah, pelaku UMKM dihadapkan pada pilihan sulit antara memenuhi permintaan pasar atau mempertahankan harga adil bagi petani lokal. Situasi ini menantang komitmen etika, terutama jika margin keuntungan sangat tipis. Di sisi lain, ketidaksetaraan posisi tawar dengan importir luar negeri kadang membuat pelaku usaha harus menerima kontrak yang tidak sepenuhnya mencerminkan nilai keadilan.

Ketiga, keterbatasan dalam sistem pendukung seperti pembiayaan syariah, sertifikasi halal, dan akses pada pasar ekspor beretika menjadi hambatan struktural yang signifikan. Banyak pelaku UMKM belum mampu mengakses fasilitas pembiayaan tanpa riba atau belum memiliki legalitas ekspor yang memadai untuk menjangkau pasar global yang lebih sadar etika. Akibatnya, meskipun niat menerapkan etika syariah ada, dalam praktiknya masih terdapat keterbatasan kapasitas yang membuat implementasi belum maksimal.

Implikasi Terhadap Keberlanjutan dan Reputasi Usaha

Penerapan prinsip etika bisnis syariah terbukti memiliki implikasi positif terhadap keberlanjutan dan reputasi usaha. Secara substansial, prinsip seperti kejujuran dan amanah mendorong terciptanya hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan mitra ekspor. Mitra luar negeri lebih percaya kepada pelaku usaha yang konsisten dalam kualitas, terbuka dalam komunikasi, dan bertanggung jawab terhadap komitmen. Hal ini memperkuat loyalitas pelanggan dan membuka peluang kerja sama lanjutan tanpa harus bersaing lewat harga murah semata.

Reputasi etis juga menciptakan nilai tambah dalam branding produk. Beberapa UMKM yang memperoleh sertifikasi halal dan menerapkan prinsip keadilan dalam rantai pasok mendapatkan citra positif sebagai produsen kopi yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial dan spiritual. Reputasi ini

²¹ Firman Menne, *Nilai-Nilai Spiritual Dalam Entitas Bisnis Syariah*, vol. 1 (Celebes Media Perkasa, 2017).

²² Moh Abrori and Sakinah Sakinah, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Usaha Mikro Di Indonesia," *Madinah: Jurnal Studi Islam* 11, no. 2 (2024): 345–58.

IMPLEMENTASI PRINSIP ETIKA BISNIS SYARIAH DALAM EKSPOR KOPI OLEH UMKM DI LAMPUNG BARAT

menjadi modal sosial yang penting dalam perdagangan global yang semakin peduli terhadap keberlanjutan dan nilai moral di balik produk.

Dari sisi keberlanjutan usaha, pelaku UMKM yang berpegang pada prinsip etika syariah menunjukkan tingkat retensi mitra yang lebih tinggi, lebih sedikit mengalami konflik kontrak, dan cenderung memiliki hubungan kerja yang harmonis dengan petani lokal²³. Etika bisnis yang diterapkan menjadi mekanisme informal yang menciptakan stabilitas internal dan eksternal dalam operasional usaha. Ketika kepercayaan tumbuh dari mitra dan masyarakat, maka daya tahan usaha terhadap guncangan pasar pun menjadi lebih kuat.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis syariah bukan sekadar idealisme normatif, tetapi merupakan strategi praktis yang berdampak nyata terhadap keberlanjutan dan reputasi UMKM kopi di Lampung Barat. Etika menjadi kekuatan lunak (*soft power*) yang memperkuat posisi usaha di pasar global dan membangun landasan usaha yang kokoh secara spiritual, sosial, dan ekonomi.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi prinsip etika bisnis syariah dalam kegiatan ekspor kopi oleh UMKM di Lampung Barat telah menjadi bagian penting dalam membentuk perilaku bisnis yang berintegritas, berkeadilan, dan berkelanjutan. Nilai-nilai utama seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*‘adl*), amanah, dan pertanggungjawaban (*hisab*) bukan hanya dipahami sebagai kewajiban normatif, tetapi juga dihayati sebagai pedoman moral dan spiritual dalam menjalankan usaha. Internalisasi nilai-nilai ini tercermin dalam praktik transaksi ekspor, pengelolaan kemitraan, serta keterbukaan informasi kepada mitra bisnis dan konsumen internasional.

Namun, dalam pelaksanaannya, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, baik dari sisi pemahaman konsep syariah yang belum merata, tekanan kompetisi pasar global yang tinggi, hingga keterbatasan akses terhadap sistem pendukung syariah seperti pembiayaan halal, sertifikasi, dan pelatihan etika bisnis Islam. Hal ini menandakan bahwa keberhasilan implementasi etika bisnis syariah tidak hanya bergantung pada niat dan nilai internal pelaku usaha, tetapi juga pada dukungan ekosistem bisnis yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam.

Meski demikian, penerapan prinsip etika syariah terbukti berdampak positif terhadap keberlanjutan dan reputasi usaha. UMKM yang konsisten menjaga etika memperoleh kepercayaan dari mitra dagang internasional, memiliki hubungan bisnis yang lebih stabil, dan membangun citra usaha yang unggul di pasar global. Oleh karena itu, integrasi nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas ekspor tidak hanya penting sebagai kewajiban moral, tetapi juga sebagai strategi jangka panjang untuk membangun usaha yang berdaya saing dan bermakna secara spiritual.

DAFTAR PUSTAKA

- Abizar; Ulil Albab; Dkk. *METODE PENULISAN KARYA ILMIAH*. Edited by Ulil Albab. Pertama. Lampung: PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA, 2023.
- Abrori, Moh, and Sakinah Sakinah. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Usaha Mikro Di Indonesia." *Madinah: Jurnal Studi Islam* 11, no. 2 (2024): 345–58.
- Amalia, Lutfi, Niken Faizah Rahmaningtiyas, and Sarpini Sarpini. "Prinsip Dan Kode Etik Dalam Bisnis." *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 3, no. 4 (2024): 350–61.

²³ ZAHROTUL WAKHIDAH, "PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP CUSTOMER RETENTION PADA BAITUL MĀL WAT TAMWIL (BMT)," n.d.

- Arif, Moh Erfan. *Internasionalisasi Usaha Kecil Menengah*. Universitas Brawijaya Press, 2023.
- Ayunda, Antin, Indri Gayatri Ramadhani, Reza Fahlevy, and Fitri Hayati. "Peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Dalam Mendukung Ekonomi Kerakyatan Dan Pengentasan Kemiskinan Umat." *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 18, no. 1 (2025): 1043–52.
- Evizal, RUSDI. "Etno-Agronomi Pengelolaan Perkebunan Kopi Di Sumberjaya Kabupaten Lampung Barat." *Agrotrop: Journal on Agriculture Science* 3, no. 2 (2013): 1–12.
- Farhan, Muhammad, Nabila Putri Rahma, Adi Nurmansyah, and Yulia Novita. "ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN BERBASIS SYARIAH." *Journal Education, Sociology and Law* 1, no. 1 (2025): 739–49.
- Farisi, Salman Al, and Muhammad Iqbal Fasa. "Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat." *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 9, no. 1 (2022): 73–84.
- Firdaus, Muhammad Irkham, and Jaya Sahputra. "Prinsip Maqosid Ash-Shariah Dalam Konsep Kebutuhan Islam." *TAFALQUH* 7, no. 1 (2022): 65–75.
- Hariyono, Hariyono, Suharto Suharto, and Heri Erlangga. *ENTREPRENEURSHIP: Manajemen Strategi Untuk Perkembangan UMKM Di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Herlin, Annisa Rahmah, Nurdyanti Choirunnisa Pane, and Jeroh Miko. "Etika Bisnis Dan Strategi Adaptif UMKM Dalam Menghadapi Krisis 2030 Di Era Pasar Bebas." *Jurnal Ilmiah Research Student* 2, no. 2 (2025): 115–22.
- Lestari, Putri Sri, and Dedah Jubaedah. "Prinsip-Prinsip Umum Etika Bisnis Islam." *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam* 8, no. 2 (2023): 220–32.
- Menne, Firman. *Nilai-Nilai Spiritual Dalam Entitas Bisnis Syariah*. Vol. 1. Celebes Media Perkasa, 2017.
- Munthe, Asmaira, M Yarham, and Ridwana Siregar. "Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi* 2, no. 3 (2023): 593–614.
- Norvadewi, Norvadewi. "Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif)." *Al-Tijary*, 2015, 33–46.
- Nuzulia, Nuzulia, and Roisatun Khasanah. "Urgensi Sertifikasi Halal Pada Etika Produksi." *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* 24, no. 1 (2023): 159–77.
- Sofyan, Syaakir. "Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia." *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum* 11, no. 1 (2017): 33–64.
- Sugiyono. "Metode Penelitian Kualitatif (Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif Dan Konstruktif)." *Metode Penelitian Kualitatif*, 2023.
- Susila, Arief Rahman. "Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Menghadapi Pasar Regional Dan Global," 2017.
- WAKHIDAH, ZAHROTUL. "PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP CUSTOMER RETENTION PADA BAITUL MĀL WAT TAMWIL (BMT)," n.d.
- Zulfikri, Robby Reza, Bahrina Almas, Nur Awali Khoirunnisa, Ratnawati Ratnawati, Bakti Bakti, Mujiatun Ridawati, Suesilowati Suesilowati, Burhanuddin Jauhari, and Inayah Swasti Ratih. *Etika Bisnis Islam*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2025.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution, ShareAlike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).