

PERSEPSI PELAKU UMKM TERHADAP PRINSIP SYARIAH DALAM AKTIVITAS BISNIS SEHARI-HARI: STUDI KASUS USAHA KULINER SATE PADANG UNI NUR DI DESA SENGKATI BARU

Alfera Silatu Rahmi^{1*}, Raden Hebat Kurnia², Alfi Rochmi³

¹²³Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Batang Hari

e-mail: ¹alferasilaturahmi@gmail.com, ²aden.ebat@gmail.com,

³alfirochmi16@gmail.com

Abstrak Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap prinsip syariah serta penerapannya dalam aktivitas bisnis sehari-hari pada usaha Sate Padang Uni Nur di Desa Sengkati Baru, Kecamatan Mersam, Kabupaten Batanghari. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, dengan pemilik usaha sebagai informan utama serta pelanggan tetap sebagai informan pendukung. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki persepsi positif terhadap prinsip syariah, tetapi pemahamannya masih berada pada tataran dasar dan praktis. Prinsip syariah terutama dipahami sebagai menjalankan usaha secara halal, jujur, adil, tidak menipu, serta menghindari riba. Penerapan dalam kegiatan sehari-hari terlihat melalui pemilihan bahan baku yang halal dan segar, perhatian terhadap proses penyembelihan, kebersihan, kualitas produk, kejujuran dalam transaksi, serta pelayanan yang ramah. Namun, penerapan prinsip syariah belum menyeluruh pada aspek permodalan dan pengelolaan keuangan formal. Modal awal usaha berasal dari pinjaman koperasi harian, sementara pengetahuan informan mengenai lembaga keuangan syariah masih terbatas. Kondisi ekonomi, keterbatasan akses informasi, dan dukungan keluarga menjadi faktor yang memengaruhi persepsi dan penerapan prinsip syariah. Temuan ini menunjukkan pentingnya penguatan literasi keuangan syariah dan perluasan akses pembiayaan syariah bagi UMKM pedesaan.

Kata kunci: halal; persepsi; prinsip syariah; Sate Padang; UMKM

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi penting dalam kehidupan ekonomi masyarakat, termasuk di wilayah pedesaan. Di Desa Sengkati Baru, Kecamatan Mersam, sektor kuliner menjadi kelompok usaha terbesar dengan 34 unit usaha atau 43% dari 78 UMKM yang terdata pada 2024–2025. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas kuliner bukan hanya menjadi sumber pendapatan rumah tangga, tetapi juga bagian penting dari dinamika ekonomi lokal (Pemerintah Desa Sengkati Baru, 2024).

Dalam masyarakat yang mayoritas beragama Islam, kegiatan ekonomi idealnya tidak terlepas dari nilai-nilai syariah. Prinsip syariah dalam bisnis menekankan kejujuran (şidq), amanah, keadilan, keterbukaan, kehalalan produk dan cara memperoleh keuntungan, serta penghindaran praktik yang dilarang seperti riba, gharar, maysir, dan

penipuan (Soelistya, 2024; Nofrianto, 2021). Dengan demikian, keberhasilan usaha tidak semata diukur dari keuntungan, tetapi juga dari cara memperoleh dan mengelola keuntungan tersebut.

Permasalahan muncul ketika nilai syariah pada tingkat moral dan produk belum selalu diikuti penerapan yang konsisten pada seluruh aspek bisnis. Skripsi yang menjadi sumber artikel ini menemukan fenomena tersebut pada usaha Sate Padang Uni Nur. Pemilik usaha berupaya memastikan bahan baku halal, segar, dan layak, menjaga kebersihan, serta melayani konsumen secara jujur. Namun, modal awal usaha diperoleh dari koperasi harian yang menerapkan bunga. Pada saat yang sama, informan belum mengetahui secara memadai keberadaan lembaga keuangan syariah di daerahnya.

Penelitian terdahulu yang dibahas dalam skripsi menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam memahami dan menerapkan prinsip syariah secara komprehensif. Wardani (2025), misalnya, menemukan adanya kesenjangan antara pemahaman dan praktik pembiayaan syariah pada UMKM. Kasim (2023) menunjukkan bahwa edukasi dan pendampingan dapat meningkatkan pemahaman serta praktik prinsip syariah. Sementara itu, Dawam dan Iswandi (2023) menunjukkan bahwa faktor kepercayaan dan faktor fungsional berhubungan dengan niat pelaku usaha kuliner untuk mendaftarkan sertifikasi halal.

Penelitian ini memiliki kebaruan pada fokusnya terhadap persepsi dan praktik prinsip syariah dalam aktivitas bisnis sehari-hari sebuah usaha kuliner mikro di lingkungan pedesaan. Fokus tersebut mencakup pemahaman pelaku usaha, praktik produksi dan transaksi, aspek permodalan, serta faktor ekonomi, informasi, dan keluarga yang memengaruhinya. Theory of Planned Behavior (TPB) digunakan sebagai lensa analitis untuk melihat hubungan antara sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan dengan praktik usaha (Ajzen, 1991).

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi pelaku usaha Sate Padang Uni Nur terhadap prinsip syariah, menganalisis penerapannya dalam aktivitas bisnis sehari-hari, dan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi persepsi serta penerapannya.

2. KAJIAN TEORITIS

UMKM merupakan usaha produktif mandiri yang memiliki skala relatif kecil hingga menengah, modal terbatas, pasar yang cenderung lokal, serta struktur manajemen yang

sederhana. Karakteristik tersebut membuat UMKM fleksibel dalam menghadapi perubahan, tetapi sekaligus rentan terhadap keterbatasan modal, sumber daya manusia, teknologi, dan akses informasi (Sukma, 2023; Nuryanti, 2024). Dalam perspektif Islam, aktivitas usaha juga berkaitan dengan akhlak, amanah, tanggung jawab, dan pengelolaan harta secara baik (Perdata, 2023).

Persepsi merupakan proses individu dalam menerima, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi sehingga menghasilkan pemaknaan terhadap suatu objek. Persepsi dipengaruhi oleh karakteristik pelaku persepsi, karakteristik objek, dan situasi yang melingkupinya. Dalam penelitian ini, persepsi tidak dipahami sebagai pengetahuan teoritis semata, tetapi sebagai cara pemilik usaha memaknai prinsip syariah berdasarkan pengalaman, pengetahuan agama, lingkungan sosial, dan kondisi ekonomi.

Prinsip syariah dalam kegiatan bisnis mengarahkan pelaku usaha untuk menjaga kehalalan, keadilan, kejujuran, amanah, tanggung jawab, dan kemaslahatan serta menghindari riba, gharar, maysir, penipuan, dan praktik yang merugikan pihak lain. Konsep halal dan thayyib juga relevan dalam usaha makanan karena produk bukan hanya harus halal, tetapi juga baik, bersih, aman, dan layak dikonsumsi (Syaqib, 2024; Soelistya, 2024).

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa perilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan perceived behavioral control (Ajzen, 1991). Dalam konteks penelitian, sikap positif terhadap usaha halal dapat mendorong pemilihan bahan baku yang baik; dukungan keluarga berfungsi sebagai norma sosial; sedangkan kondisi ekonomi dan akses terhadap lembaga keuangan syariah berkaitan dengan kontrol perilaku yang dirasakan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pemilihan pendekatan tersebut didasarkan pada tujuan penelitian untuk memahami makna, pengalaman, dan pandangan pelaku usaha secara mendalam dalam konteks usaha yang spesifik (Nasution, 2023; Sugiyono, 2018). Lokasi penelitian adalah usaha Sate Padang Uni Nur di Desa Sengkati Baru, Kecamatan Mersam, Kabupaten Batanghari. Usaha tersebut dirintis oleh Ibu Nurva pada 2010 dan dikelola sebagai usaha keluarga.

Data primer diperoleh dari wawancara dengan pemilik usaha sebagai informan utama dan pelanggan tetap sebagai informan pendukung. Data sekunder berasal dari dokumen, literatur, serta data desa yang relevan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi diarahkan pada proses produksi, kebersihan, interaksi dengan pelanggan, penentuan harga, sistem transaksi, serta pembagian tugas dalam usaha.

Wawancara dilakukan secara mendalam untuk menggali pemahaman mengenai prinsip syariah, makna usaha halal, pandangan terhadap riba, praktik pengadaan bahan baku, kebersihan, penentuan harga, kejujuran dalam transaksi, sumber modal, akses informasi mengenai lembaga keuangan syariah, dan dukungan keluarga. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (Hardani et al., 2020).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Pelaku Usaha terhadap Prinsip Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik usaha memiliki persepsi positif terhadap prinsip syariah. Prinsip tersebut dipahami terutama melalui konsep praktis: menjalankan usaha secara halal, tidak mencuri, tidak menipu, tidak merugikan orang lain, dan menjaga kejujuran dalam transaksi. Informan juga memahami bahwa riba dilarang dalam Islam. Pengetahuan mengenai prinsip syariah terutama diperoleh melalui ceramah agama, sehingga pemahamannya lebih bersifat moral-praktis daripada konseptual.

Pemahaman tersebut menunjukkan adanya sikap positif terhadap perilaku usaha yang sesuai syariah. Dalam kerangka TPB, keyakinan bahwa usaha halal dan jujur membawa keberkahan membentuk attitude toward behavior. Akan tetapi, pengetahuan mengenai gharar, maysir, akad, pembiayaan syariah, dan manajemen keuangan syariah belum mendalam. Dengan demikian, terdapat jarak antara nilai dasar yang diyakini dengan literasi ekonomi syariah yang lebih teknis.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Kasim (2023) yang menunjukkan bahwa pemahaman pelaku UMKM terhadap prinsip syariah dapat berkembang melalui edukasi dan pendampingan. Temuan juga sejalan dengan Wardani (2025) yang menunjukkan bahwa pemahaman mengenai prinsip syariah belum selalu identik dengan penerapan yang sepenuhnya konsisten.

Penerapan Prinsip Syariah dalam Aktivitas Bisnis

Penerapan prinsip syariah paling terlihat pada aspek produksi dan etika pelayanan. Pelaku usaha memilih ayam yang segar dan baru dipotong serta memastikan bumbu tidak kedaluwarsa. Proses penyembelihan diperhatikan agar sesuai dengan ketentuan agama. Peralatan dan tempat pengolahan dibersihkan ketika terlihat kotor. Praktik tersebut memperlihatkan bahwa prinsip halal berjalan bersama dengan prinsip thayyib, yaitu menjaga kualitas, kebersihan, keamanan, dan kelayakan produk.

Dalam penentuan harga, pelaku usaha mempertimbangkan perubahan harga bahan baku, terutama ayam. Ketika harga bahan baku naik, jumlah tusuk sate disesuaikan agar biaya produksi tetap tertutupi. Pada transaksi, pelaku usaha berupaya menghindari kecurangan dan menjaga pelayanan yang jujur serta adil. Pelanggan tetap juga menilai rasa produk konsisten, tempat bersih, dan pelayanan ramah. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai amanah dan akhlak bisnis tidak hanya dirasakan oleh pemilik usaha, tetapi juga oleh konsumen.

Namun, penerapan prinsip syariah belum sepenuhnya menyentuh aspek pengelolaan keuangan. Pencatatan keuangan berbasis syariah dan pemisahan keuangan pribadi dengan keuangan usaha belum terlihat secara jelas. Modal awal usaha juga berasal dari koperasi harian. Temuan ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara penerapan syariah pada produk dan transaksi dengan aspek pembiayaan. Dengan kata lain, praktik syariah lebih kuat pada perilaku operasional yang mudah diamati dibandingkan pada struktur keuangan usaha.

Faktor yang Memengaruhi Persepsi dan Penerapan

Pertama, kondisi ekonomi. Pada awal merintis usaha, keterbatasan pendapatan dan ketiadaan tabungan membuat pinjaman koperasi harian dipilih sebagai sumber modal yang paling mudah dijangkau. Informan menyatakan bahwa modal awal berasal dari pinjaman koperasi harian dan memandang bunga pinjaman sebagai sesuatu yang diperbolehkan karena didasarkan pada kesepakatan. Temuan ini menunjukkan bahwa kebutuhan ekonomi dapat memengaruhi kontrol perilaku yang dirasakan dan pilihan pembiayaan.

Kedua, akses informasi. Informan belum mengetahui keberadaan lembaga keuangan syariah di daerahnya secara memadai. Keterbatasan informasi menyebabkan sistem

pembiayaan yang telah dikenal, seperti koperasi atau lembaga konvensional, lebih mudah dipilih. Dalam kerangka TPB, keterbatasan akses tersebut dapat dipahami sebagai bagian dari perceived behavioral control yang membatasi kemampuan untuk memilih alternatif pembiayaan syariah.

Ketiga, dukungan keluarga. Anak-anak informan terlibat membantu kegiatan usaha. Dukungan tersebut meringankan beban operasional sekaligus memperkuat nilai religius dalam menjalankan usaha. Dalam kerangka TPB, lingkungan keluarga dapat berfungsi sebagai norma subjektif yang memperkuat komitmen untuk menjaga kejujuran, tanggung jawab, dan nilai-nilai Islam.

Secara keseluruhan, temuan memperlihatkan bahwa persepsi pelaku usaha terbentuk dari interaksi pengalaman usaha, pengetahuan agama, kondisi objek usaha, serta situasi ekonomi dan sosial. Nilai syariah sudah hadir dalam praktik sehari-hari, tetapi literasi keuangan syariah dan akses pembiayaan syariah masih menjadi ruang penguatan. Hasil ini konsisten dengan kajian tentang UMKM syariah pedesaan yang menempatkan edukasi, pendampingan, dan akses lembaga keuangan sebagai faktor penting dalam transformasi praktik bisnis.

Tabel 1. Ringkasan Temuan Penelitian

Aspek	Temuan	Makna Analitis
Persepsi	Positif; halal, jujur, tidak merugikan, riba dipahami haram.	Sikap positif terhadap perilaku syariah, tetapi literasi teknis masih terbatas.
Produksi	Bahan halal, segar, proses penyembelihan diperhatikan, kebersihan dijaga.	Penerapan halal dan thayyib cukup kuat.
Transaksi	Harga menyesuaikan bahan baku; pelayanan jujur, adil, dan ramah.	Nilai akhlak bisnis diterapkan secara praktis.
Keuangan	Modal awal dari koperasi harian; pencatatan syariah belum terlihat.	Ada kesenjangan pada aspek pembiayaan dan manajemen keuangan.
Faktor	Kondisi ekonomi, akses informasi, dukungan keluarga.	Berhubungan dengan kontrol perilaku dan norma sosial.

Sumber: Diolah dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi penelitian.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha Sate Padang Uni Nur memiliki persepsi positif terhadap prinsip syariah, terutama dalam bentuk pemahaman praktis mengenai kehalalan, kejujuran, keadilan, tidak menipu, dan larangan riba. Penerapan prinsip syariah tampak kuat pada aspek produksi dan etika transaksi, yaitu pemilihan bahan baku halal

dan segar, perhatian terhadap penyembelihan, kebersihan, kualitas produk, kejujuran, serta pelayanan kepada pelanggan. Namun, penerapan belum menyeluruh pada aspek permodalan dan pengelolaan keuangan karena modal awal berasal dari koperasi harian dan pengetahuan mengenai alternatif pembiayaan syariah masih terbatas.

Faktor utama yang memengaruhi persepsi dan penerapan prinsip syariah adalah kondisi ekonomi, akses informasi, dan dukungan keluarga. Keterbatasan modal membuat kemudahan memperoleh pembiayaan menjadi pertimbangan penting, sedangkan keterbatasan informasi mengurangi pilihan terhadap lembaga keuangan syariah. Dukungan keluarga menjadi faktor penguat dalam mempertahankan nilai-nilai religius dalam aktivitas usaha. Secara praktis, pelaku UMKM perlu memperoleh edukasi ekonomi dan keuangan syariah yang aplikatif, khususnya mengenai riba, akad, pembiayaan, dan pengelolaan keuangan. Pemerintah, lembaga keuangan syariah, dan tokoh masyarakat juga perlu memperluas sosialisasi dan akses pembiayaan syariah di wilayah pedesaan.

Keterbatasan penelitian ini adalah objek penelitian hanya satu usaha sehingga temuan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi pada seluruh UMKM. Penelitian selanjutnya dapat membandingkan beberapa UMKM kuliner atau menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur tingkat literasi, persepsi, dan penerapan prinsip syariah secara lebih terstruktur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Islam Batang Hari, dosen pembimbing, pemilik usaha Sate Padang Uni Nur, serta informan yang telah memberikan waktu dan informasi selama penelitian. Artikel ini merupakan pengembangan dari skripsi Alfera Silatu Rahmi berjudul “Persepsi Pelaku UMKM Terhadap Prinsip Syariah Dalam Aktivitas Bisnis Sehari-hari: Studi Kasus Usaha Kuliner Sate Padang Uni Nur di Desa Sengkati Baru Kecamatan Mersam”.

DAFTAR REFERENSI

- Abubakar, R. (2021). Pengantar metodologi penelitian. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alimbudiyono, L. S. (2020). Konsep pengetahuan akuntansi manajemen lingkungan. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Batanghari. (2022). Kabupaten Batanghari dalam angka 2022. Batanghari: BPS.

**PERSEPSI PELAKU UMKM TERHADAP PRINSIP SYARIAH DALAM AKTIVITAS BISNIS
SEHARI-HARI: STUDI KASUS USAHA KULINER SATE PADANG UNI NUR
DI DESA SENGKATI BARU**

- Dawam, K., & Iswandi, A. (2023). Analysis of the factors that influence the perceptions of culinary business owners regarding intention to register for halal certificates. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 7(2), 143–176.
- Firdaus, F. M. (2024). Pengaruh literasi keuangan digital dan risiko transaksi digital terhadap minat pelaku UMKM dalam bertransaksi menggunakan QRIS. Syekh Nurjati Repository.
- Hardani, et al. (2020). Metode penelitian kualitatif & kuantitatif. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu.
- Kasim, D. A. (2023). Implementasi prinsip-prinsip syariah ekonomi pada UMKM di Desa Tenilo. *JHSS*, 2(1).
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Data statistik UMKM Indonesia. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Lasiyono, U., & Alam, W. Y. (2024). Metodologi penelitian kualitatif. Sumedang: CV. Mega Press Nusantara.
- Maslim, A. S. W., & Andayani, S. (2023). Penerapan metode Theory of Planned Behavior untuk tingkat kepercayaan pelanggan terhadap minat belanja online. *Jurnal Sistem & Teknologi Informasi Komunikasi*, 7(1), 7–14.
- Nofrianto. (2021). Pengantar ekonomi Islam. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah.
- Nasution, A. F. (2023). Metode penelitian kualitatif. Bandung: CV. Harfa Creative.
- Nuryanti, L. (2024). Strategi UMKM dan bisnis kreatif. Jakarta Timur: PT Bumi Aksara.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Survei nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLIK). Jakarta: OJK.
- Perdata, R. Y. (2023). Pelaksanaan unit usaha mikro kecil menengah (UMKM) menurut hukum Islam di Indonesia. *Unes Law Review*, 6(2).
- Pemerintah Desa Sengkati Baru. (2024). Profil Desa Sengkati Baru 2024. Batanghari: Pemerintah Desa Sengkati Baru.
- Pratiwi, H. (2020). Metode penelitian ekonomi Islam. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Raco, J. R. (2018). Metode penelitian kualitatif: Jenis, karakteristik dan keunggulannya. Jakarta: Grasindo.
- Satori, D., & Komariah, A. (2017). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Shihab, M. Q. (2002). Tafsir Al-Mishbah: Pesan, kesan dan keserasian Al-Qur'an. Jakarta: Lentera Hati.
- Soelistya, D. (2024). Etika bisnis syariah. Kota Solok: Mafy Media Literasi Indonesia.
- Sugiyanto, E. K., Muna, N., Laily, N., & Amaliyah, N. R. (2026). Kewirausahaan: Inovasi, digitalisasi, dan daya saing. [Sumber akademik yang ditelusuri].
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, S. T. (2023). Kolaborasi UMKM. Jawa Barat: CV. Mega Press Nusantara.
- Suendi, E. A. (2024). Pengaruh persepsi kenaikan pajak pertambahan nilai dan penggunaan financial technology terhadap pendapatan UMKM kuliner Kota Pontianak. IAIN Pontianak Digital Library.
- Syaqib, M. (2024). Penerapan prinsip-prinsip syariah pada hotel. Bali: Intelektual Manifes Media dan Penulis.
- Vanany, I. (2023). Sistematika penyusunan dokumen manual sistem jaminan produk halal. Jakarta: BPJPH Kementerian Agama RI.
- Wardani, S. (2025). Persepsi pelaku UMKM terhadap implementasi akad murabahah di lembaga keuangan mikro syariah (studi kasus di Kabupaten Aceh Besar). *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 7(1), 353–359.
- Waradin. (2024). Pemberdayaan UMKM melalui pengembangan bisnis berbasis ekonomi syariah (pengabdian kepada masyarakat). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*, 4(3), 273–284.