



IMPLEMENTASI NILAI TAUHID, AMANAH DAN TRANSPARANSI DALAM PRODUKSI BROWNIES KUKUS KEWIRUSAHAAN

**Davina Felarisha¹, Zaskia Syifa Aida², Dimas Putra Utomo³, Aryo Putra
Maliki⁴, Dava Dwi Aditya Fikriansyah⁵, Sugiharto⁶**
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta ¹⁻⁶
Email: davadwii91@gmail.com

ABSTRACT

This research examines how principles of monotheism, trustworthiness, and transparency are applied within the production activities of steamed brownies as an expression of Islamic value-oriented entrepreneurship. The study is grounded in the growing relevance of spiritual values and ethical conduct in business practices, especially in the micro, small, and medium enterprise sector, which continues to encounter issues related to consumer. A qualitative methodology was employed using a case study approach focused on a steamed brownie business unit. Data were obtained through direct observation of production activities, depth in interviews with relevant stakeholders, and the review of business documentation. The findings indicate that the value of tauhid is manifested in business practices that position production activities as an act of worship, reflected in the careful selection of halal raw materials and the commitment to honesty throughout the manufacturing process. The value of amanah is reflected in the consistency of product quality, timely production, and responsibility for consumer orders. Meanwhile, the value of transparency is realized through openness regarding ingredient composition, production processes, and pricing. The implementation of these three values has been proven to contribute directly to increased consumer trust and business sustainability. This study concludes that the integration of the values of tauhid, amanah, and transparency is an important foundation in building ethical entrepreneurship with strong competitiveness.

Keywords : amanah, Islamic entrepreneurship, steamed brownies, tauhid, transparency

ABSTRAK

Studi ini ditujukan untuk mengkaji aktualisasi dari nilai-nilai tauhid, amanah dan transparansi dalam rangkaian produksi brownies kukus sebagai manifestasi praktik kewirausahaan berbasis nilai islam. Studi ini berangkat dari urgensi pada pentingnya nilai spiritual dan etika bisnis dalam aktivitas kewirausahaan,

khususnya pada sektor usaha mikro dan kecil menengah yang masih berhadapan dengan tantangan dalam mempertahankan kepercayaan konsumen. Metode penelitian yang digunakan digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus pada unit usaha brownies kukus. Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi proses produksi, wawancara terhadap pelaku, serta dokumentasi aktivitas usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai tauhid dapat diimplementasikan melalui usaha sebagai bentuk dari ibadah pemilihan bahan yang halal serta kejujuran dalam proses pembuatan. Nilai amanah tercermin dari konsistensi kualitas produk, ketepatan waktu produksi, dan tanggung jawab terhadap pesanan konsumen. Sementara itu, nilai transparansi diwujudkan dengan keterbukaan informasi komposisi bahan, proses produksi dan penetapan harga. Implementasi ketiga nilai tersebut terbukti memberikan kontribusi secara langsung terhadap peningkatan kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha. penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa pengintegrasian dari nilai tauhid, amanah, dan transparansi menjadi pondasi penting dalam membangun kewirausahaan yang beretika dan memiliki daya saing yang kuat

Kata Kunci : amanah, brownies kukus, kewirausahaan Islam, tauhid, transparansi

PENDAHULUAN

Perkembangan kewirausahaan di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, menciptakan lapangan kerja, serta berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat (Tambunan, 2019). Di antara berbagai produk pangan yang dikembangkan oleh UMKM, brownies kukus menjadi salah satu produk yang cukup populer. Hal ini disebabkan oleh proses produksinya yang relatif sederhana, kebutuhan modal yang terjangkau, serta tingginya minat konsumen dengan pangsa pasar yang luas.

Meskipun pertumbuhan UMKM pangan menunjukkan tren yang positif, praktik kewirausahaan yang dijalankan tidak selalu sejalan dengan prinsip etika dan nilai moral. Berbagai permasalahan masih kerap ditemukan dalam praktik produksi pangan skala kecil, seperti ketidakjelasan penggunaan bahan baku serta minimnya keterbukaan informasi kepada konsumen. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan konsumen dan dalam jangka panjang dapat mengancam keberlanjutan usaha UMKM.

Dalam perspektif Islam, kewirausahaan tidak semata-mata dipahami sebagai aktivitas ekonomi, melainkan juga sebagai bagian dari ibadah kepada Allah SWT. Konsep tauhid menjadi landasan utama dalam setiap aktivitas usaha, yang menuntut pelaku usaha untuk menyadari bahwa seluruh kegiatan produksi dan

perdagangan berada dalam pengawasan Allah dan harus dipertanggungjawabkan secara moral (Beekun & Badawi, 2018). Oleh karena itu, orientasi keuntungan dalam kewirausahaan Islam harus berjalan seiring dengan penerapan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial.

Selain tauhid, nilai amanah merupakan prinsip fundamental dalam kewirausahaan Islam. Amanah menuntut pelaku usaha untuk menjaga kepercayaan konsumen melalui penyediaan produk yang sesuai standar kualitas, kejujuran dalam takaran, serta konsistensi dalam proses produksi (Antonio, 2018). Dalam konteks UMKM pangan, sikap amanah tercermin melalui penggunaan bahan baku yang halal dan berkualitas, penerapan proses produksi yang higienis, serta komitmen untuk menyampaikan informasi produk secara benar dan jujur kepada konsumen.

Nilai transparansi juga menjadi elemen penting dalam membangun praktik bisnis yang beretika. Transparansi mencakup keterbukaan informasi terkait komposisi bahan baku, proses produksi, harga, serta kualitas produk yang ditawarkan. Penelitian menunjukkan bahwa transparansi berpengaruh positif terhadap peningkatan kepercayaan dan loyalitas konsumen (Amin & Isa, 2020). Namun demikian, dalam praktik UMKM pangan, penerapan transparansi masih belum optimal. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan pelaku usaha serta anggapan bahwa konsumen tidak memerlukan informasi produk secara rinci.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji kewirausahaan Islam dan etika bisnis. Beekun dan Badawi (2018) menegaskan bahwa nilai-nilai Islam mampu membentuk perilaku bisnis yang etis dan berkelanjutan. Penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam berkontribusi positif terhadap peningkatan kepercayaan konsumen pada UMKM. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih bersifat konseptual atau berfokus pada aspek pemasaran dan perilaku konsumen, tanpa mengkaji secara mendalam implementasi nilai-nilai Islam dalam proses produksi UMKM pangan.

Berdasarkan kajian tersebut, terdapat kesenjangan penelitian berupa minimnya studi empiris yang menelaah penerapan nilai tauhid, amanah, dan transparansi secara konkret dalam proses produksi UMKM pangan, khususnya pada produk brownies kukus. Padahal, proses produksi merupakan tahapan krusial yang menentukan kualitas produk, kehalalan, serta tingkat kepercayaan konsumen.

Penelitian ini hadir sebagai pelengkap dan pengembangan dari studi-studi sebelumnya dengan mengedepankan pendekatan empiris pada level operasional produksi. Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada fokus kajian terhadap proses produksi brownies kukus sebagai produk UMKM pangan, serta analisis integratif mengenai penerapan nilai tauhid, amanah, dan transparansi dalam praktik kewirausahaan Islam. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara empiris penerapan nilai tauhid, amanah, dan transparansi dalam

kegiatan produksi brownies kukus pada UMKM, serta menganalisis dampaknya terhadap etika usaha dan keberlanjutan bisnis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan akademik dan praktis bagi pelaku UMKM dalam menginternalisasikan nilai-nilai Islam ke dalam praktik produksi, sehingga kegiatan usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada keberkahan dan keberlanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai penerapan nilai-nilai Islam, yaitu tauhid, amanah, dan transparansi, dalam praktik produksi brownies kukus pada UMKM. Desain studi kasus digunakan untuk mengeksplorasi fenomena secara kontekstual dan komprehensif pada subjek penelitian yang spesifik, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang utuh mengenai realitas sosial yang diteliti (Creswell & Poth, 2018).

Partisipan dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang bergerak di bidang produksi brownies kukus. Sumber data utama meliputi pemilik usaha serta tenaga kerja yang terlibat secara langsung dalam seluruh rangkaian proses produksi. Penentuan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria tersebut meliputi UMKM yang telah beroperasi minimal satu tahun, menjalankan proses produksi secara mandiri, serta bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan fokus penelitian. Teknik ini dipilih karena tidak semua pelaku UMKM memiliki karakteristik yang sesuai dengan konteks penelitian (Sugiyono, 2019).

Penelitian dilaksanakan pada UMKM produsen brownies kukus yang berlokasi di wilayah penelitian dengan jangka waktu pelaksanaan selama beberapa bulan. Kegiatan penelitian mencakup tahap persiapan, pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan laporan penelitian. Penentuan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan kemudahan akses serta kesesuaian karakteristik UMKM dengan tujuan dan fokus kajian.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mendalam mengenai pemahaman dan persepsi pelaku usaha terhadap nilai tauhid, amanah, dan transparansi, serta bagaimana nilai-nilai tersebut diterapkan dalam praktik produksi sehari-hari. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung proses produksi brownies kukus, pengelolaan bahan baku, kondisi kebersihan lingkungan produksi, serta kesesuaian antara praktik produksi dengan informasi yang disampaikan kepada konsumen. Sementara itu, dokumentasi dimanfaatkan sebagai data pendukung yang meliputi catatan produksi, foto

kegiatan produksi, serta informasi produk yang diberikan kepada konsumen.

Proses pengumpulan data dirancang secara sistematis agar mampu menggambarkan praktik produksi secara menyeluruh. Pada tahap wawancara, peneliti menyusun pertanyaan terbuka yang bertujuan menggali pemahaman pelaku usaha mengenai nilai tauhid, amanah, dan transparansi, serta implementasinya dalam aktivitas produksi. Wawancara juga difokuskan pada kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam menerapkan nilai-nilai tersebut di tengah dinamika operasional usaha. Proses wawancara dilakukan secara mendalam untuk memperoleh penjelasan yang komprehensif mengenai pertimbangan pelaku usaha dalam memilih bahan baku, menentukan takaran, menetapkan harga, serta menyampaikan informasi produk kepada konsumen. Selain itu, peneliti juga menelusuri pengalaman pelaku usaha dalam menghadapi keluhan konsumen, peningkatan volume pesanan, serta upaya menjaga kualitas produk di tengah keterbatasan sumber daya.

Observasi dilakukan dengan pendekatan partisipatif terbatas, di mana peneliti hadir secara langsung dalam kegiatan produksi untuk mengamati tahapan kerja, perilaku pelaku usaha, serta penerapan standar kebersihan. Fokus observasi mencakup seluruh rangkaian proses produksi brownies kukus, mulai dari perencanaan produksi, pemilihan dan penyimpanan bahan baku, proses penimbangan dan pencampuran adonan, pengukusan, pendinginan, pengemasan, hingga penanganan pesanan konsumen. Pada setiap tahapan tersebut, peneliti mencatat praktik yang berkaitan dengan penerapan nilai tauhid, amanah, dan transparansi, seperti kehati-hatian dalam memastikan kehalalan bahan, konsistensi penakaran, ketepatan proses produksi, serta cara penyampaian informasi produk kepada konsumen. Selain itu, observasi juga diarahkan pada kondisi lingkungan produksi, kelayakan peralatan, serta potensi risiko yang dapat memengaruhi kualitas produk.

Dokumentasi digunakan untuk memperkuat temuan penelitian dan mendukung proses verifikasi data. Data dokumentasi yang dianalisis meliputi catatan produksi, daftar bahan baku, informasi penetapan harga, serta bukti komunikasi produk yang disampaikan kepada konsumen melalui berbagai media. Dokumentasi juga mencakup foto aktivitas produksi dan kemasan produk, khususnya untuk mengidentifikasi keberadaan informasi tertulis mengenai komposisi bahan, tanggal produksi, dan masa simpan. Penggunaan data dokumentasi ini bertujuan untuk menilai kesesuaian antara hasil wawancara, temuan observasi, dan praktik nyata di lapangan.

Aspek etika penelitian dijaga dengan meminta persetujuan informan sebelum pelaksanaan wawancara dan observasi. Peneliti memberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian, jaminan kerahasiaan identitas informan, serta penggunaan data

yang hanya diperuntukkan bagi kepentingan akademik. Informasi yang bersifat sensitif, seperti data pemasok bahan baku atau informasi penjualan, tidak disajikan secara rinci tanpa persetujuan informan. Prinsip kerahasiaan dan penghormatan terhadap pelaku UMKM dijunjung tinggi agar penelitian berlangsung secara etis dan tidak menimbulkan dampak negatif bagi usaha yang diteliti.

Selain triangulasi teknik dan sumber, penelitian ini juga menerapkan penguatan kredibilitas data melalui klarifikasi makna informasi penting kepada informan. Setelah data utama terkumpul, peneliti menyusun ringkasan sementara hasil temuan dan mengonfirmasikannya kembali kepada informan guna meminimalkan kemungkinan kesalahan penafsiran. Langkah ini penting mengingat penelitian kualitatif sangat bergantung pada ketepatan peneliti dalam memahami makna tindakan dan pernyataan informan.

Analisis data dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan sejak proses pengumpulan data hingga penarikan kesimpulan. Tahap awal analisis dilakukan melalui reduksi data dengan menyeleksi, mengelompokkan, dan menyederhanakan data yang relevan dengan fokus penelitian, khususnya yang berkaitan dengan penerapan nilai tauhid, amanah, dan transparansi dalam proses produksi brownies kukus. Data yang tidak relevan tidak dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

Tahap selanjutnya adalah penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif yang tersusun secara sistematis. Penyajian data bertujuan untuk menampilkan pola penerapan nilai-nilai Islam pada setiap tahapan produksi, sehingga hubungan antar temuan dapat dipahami secara komprehensif. Penyajian data dilakukan dengan mengintegrasikan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi guna menghasilkan gambaran empiris yang mendalam.

Penarikan kesimpulan dilakukan melalui proses inferensi dengan mengaitkan temuan empiris dengan konsep kewirausahaan Islam, khususnya nilai tauhid, amanah, dan transparansi. Kesimpulan tidak ditetapkan secara langsung, melainkan melalui penelaahan ulang data secara berulang untuk memastikan konsistensi makna serta kesesuaian antara temuan lapangan dan kerangka teoritis yang digunakan.

Untuk menjamin validitas data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, sedangkan triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari pemilik usaha dan tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses produksi. Penerapan triangulasi ini bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas data dan memperkuat validitas temuan penelitian (Miles & Saldaña, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyajian hasil dan pembahasan penelitian ini disusun untuk menjawab tujuan

penelitian, yaitu menganalisis penerapan nilai tauhid, amanah, dan transparansi dalam proses produksi brownies kukus pada UMKM. Pembahasan difokuskan pada temuan empiris di lapangan, penafsiran akademik terhadap temuan tersebut (mengapa fenomena itu terjadi), serta perbandingannya dengan kajian-kajian terdahulu (temuan lain yang relevan). Dengan demikian, bagian hasil dan pembahasan tidak hanya memaparkan temuan secara deskriptif, tetapi juga mengelaborasi makna ilmiahnya dalam kerangka kewirausahaan Islam.

1. Penerapan Nilai Tauhid dalam Proses Produksi Brownies Kukus

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM brownies kukus memiliki pemahaman yang relatif kuat mengenai nilai tauhid. Aktivitas usaha dipandang sebagai upaya memperoleh rezeki halal sekaligus bentuk pengabdian kepada Allah SWT. Kesadaran ini tampak sejak tahap perintisan usaha, antara lain melalui niat yang lurus, kebiasaan memulai produksi dengan doa, serta keyakinan bahwa keberhasilan usaha tidak semata ditentukan oleh kemampuan teknis, tetapi juga oleh kehendak Allah.

Meski demikian, penelitian ini menemukan bahwa pengamalan nilai tauhid dalam proses produksi cenderung berlangsung secara personal, normatif, dan belum terbangun sebagai bagian dari sistem kerja yang terstruktur. Nilai tauhid belum sepenuhnya berfungsi sebagai dasar pengambilan keputusan operasional, misalnya dalam pengendalian mutu bahan baku, penetapan standar produksi, atau pengelolaan risiko usaha secara berkelanjutan. Kondisi ini mengindikasikan adanya pemisahan antara dimensi spiritual dan dimensi teknis dalam praktik kewirausahaan sehari-hari.

Secara konseptual, temuan tersebut menunjukkan bahwa internalisasi tauhid pada UMKM masih berada pada tahap kesadaran religius dan belum bergerak menuju institusionalisasi nilai ke dalam sistem usaha yang terencana. Hal ini dapat dipahami karena pengelolaan usaha lebih banyak bertumpu pada pengalaman lapangan tanpa dukungan perencanaan manajerial yang konsisten, sehingga nilai tauhid belum optimal berperan sebagai pedoman yang mengarahkan keseluruhan proses produksi.

Temuan ini memberikan catatan penting terhadap kajian-kajian terdahulu yang menempatkan tauhid sebagai fondasi kewirausahaan Islam yang telah mapan. Penelitian ini justru menunjukkan bahwa pengakuan tauhid sebagai nilai dasar belum selalu disertai penerapannya dalam kebijakan operasional produksi. Karena itu, kontribusi penelitian ini terletak pada penegasan perlunya pendekatan praktis yang mampu menjembatani dimensi spiritual dan realitas teknis usaha UMKM pangan secara lebih aplikatif.

2. Penerapan Nilai Amanah dalam Produksi Brownies Kukus

Nilai amanah merupakan aspek yang paling tampak dalam praktik produksi brownies kukus. Pelaku UMKM secara sadar menempatkan kepercayaan konsumen

sebagai orientasi utama melalui upaya menjaga cita rasa, tekstur, dan kebersihan produk. Amanah juga diwujudkan dengan memenuhi pesanan sesuai jumlah dan waktu yang disepakati, serta kehati-hatian dalam menghindari bahan baku yang berpotensi meragukan keamanan bagi konsumen.

Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa implementasi amanah belum sepenuhnya stabil pada seluruh situasi operasional. Ketika terjadi lonjakan permintaan, keterbatasan tenaga kerja dan peralatan produksi berpotensi menurunkan mutu produk, meskipun pelaku usaha tetap berusaha memenuhi permintaan pasar. Hal ini memperlihatkan bahwa amanah tidak hanya berhubungan dengan niat baik dan kejujuran, tetapi juga terkait kapasitas operasional untuk menjaga kualitas secara konsisten.

Temuan tersebut sejalan dengan pemikiran Sula dan Kartajaya (2016) yang menegaskan bahwa bisnis berbasis syariah mensyaratkan keselarasan antara nilai moral dan pelaksanaan operasional. Amanah bukan hanya dimaknai sebagai sikap jujur, melainkan juga kemampuan menjaga mutu serta memenuhi ekspektasi konsumen secara berkelanjutan—yang dalam konteks UMKM pangan skala kecil masih menghadapi hambatan sumber daya.

Jika dibandingkan dengan beberapa penelitian terdahulu yang cenderung menggambarkan amanah sebagai nilai yang telah terimplementasi secara optimal pada UMKM, penelitian ini menunjukkan bahwa pengamalan amanah bersifat dinamis dan rentan dipengaruhi oleh keterbatasan produksi. Temuan ini memperkaya kajian kewirausahaan Islam dengan menekankan bahwa amanah membutuhkan fondasi sistem usaha yang memadai agar dapat diterapkan secara berkesinambungan.

3. Penerapan Nilai Transparansi dalam Produksi Brownies Kukus

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transparansi merupakan nilai yang paling lemah penerapannya dalam produksi brownies kukus. Pelaku UMKM umumnya belum menyediakan informasi produk secara lengkap dan tertulis, seperti komposisi bahan baku, tanggal produksi, dan masa simpan. Informasi lebih sering disampaikan secara lisan, terutama kepada pelanggan yang sudah dikenal.

Secara akademik, rendahnya transparansi dapat dipahami sebagai dampak dari keterbatasan literasi usaha serta minimnya pemahaman mengenai pentingnya informasi produk bagi konsumen. Transparansi belum dipandang sebagai bagian integral dari tanggung jawab moral, melainkan sebagai aspek tambahan yang dianggap tidak mendesak. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai transparansi belum terinternalisasi secara utuh dalam praktik kewirausahaan UMKM pangan.

Sejalan dengan itu, Amin dan Isa (2020) menekankan bahwa transparansi merupakan bagian dari identitas Islam dalam organisasi bisnis, di mana keterbukaan informasi menjadi indikator komitmen moral pelaku usaha terhadap konsumen. Akan tetapi, penelitian ini menemukan bahwa pada UMKM pangan

skala kecil, transparansi kerap tereduksi oleh pertimbangan efisiensi dan keterbatasan sumber daya.

Perbedaan ini menegaskan bahwa penerapan transparansi pada UMKM tidak hanya menuntut komitmen etis, tetapi juga memerlukan penguatan kapasitas, peningkatan literasi, dan dukungan teknis agar keterbukaan informasi dapat diwujudkan secara konsisten.

4. Integrasi Nilai Tauhid, Amanah, dan Transparansi dalam Produksi UMKM

Secara umum, penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan nilai tauhid, amanah, dan transparansi dalam produksi brownies kukus belum terintegrasi secara sistematis. Nilai-nilai tersebut masih diterapkan secara parsial dan sangat bergantung pada kesadaran individual pelaku usaha. Belum terdapat standar atau mekanisme yang menempatkan nilai-nilai Islam sebagai bagian dari sistem produksi yang terstruktur.

Nilai tauhid berperan sebagai orientasi spiritual yang membentuk niat usaha sebagai sarana ibadah dan pencarian rezeki halal, serta menjadi akar pembentukan etika kerja seperti tanggung jawab, disiplin, dan kejujuran. Nilai amanah berfungsi sebagai kontrol mutu melalui upaya menjaga konsistensi kualitas dan pemenuhan pesanan. Temuan ini sejalan dengan Lestari dan Nugroho (2019) yang menunjukkan bahwa amanah dalam penerapan standar kebersihan dan keamanan pangan berpengaruh terhadap kualitas produk UMKM. Sementara itu, nilai transparansi berperan sebagai jembatan kepercayaan antara produsen dan konsumen melalui keterbukaan informasi produk.

Namun, tanpa integrasi ketiganya dalam satu sistem produksi yang terpadu, penerapan nilai-nilai tersebut cenderung berhenti pada tataran normatif. Kontribusi empiris penelitian ini terletak pada penegasan bahwa tantangan utama kewirausahaan Islam pada UMKM pangan bukan terletak pada penolakan nilai-nilai Islam, melainkan pada keterbatasan pelaku usaha dalam menerjemahkan nilai tersebut menjadi praktik produksi yang konsisten dan berkelanjutan.

5. Implikasi Penerapan Nilai Tauhid, Amanah, dan Transparansi terhadap Keberlanjutan Usaha

Penerapan nilai tauhid, amanah, dan transparansi berdampak langsung terhadap etika usaha dan keberlanjutan UMKM brownies kukus. Temuan wawancara menunjukkan bahwa konsumen cenderung memiliki tingkat kepercayaan lebih tinggi dan bersedia melakukan pembelian ulang pada usaha yang menjaga kejujuran rasa serta konsistensi kualitas produk. Dengan demikian, amanah dan keterbukaan informasi menjadi fondasi penting dalam pembentukan loyalitas konsumen jangka panjang.

Akan tetapi, keberlanjutan usaha belum sepenuhnya ditopang oleh sistem produksi yang stabil. Peningkatan permintaan justru memperlihatkan keterbatasan sumber daya yang berpotensi menurunkan mutu produk dan mengganggu

kepercayaan konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa praktik usaha berbasis nilai Islam menuntut keseimbangan antara kesadaran etis dan kesiapan manajerial dalam pengelolaan produksi.

Dalam perspektif Islam, tanggung jawab sosial merupakan unsur integral dalam aktivitas bisnis. Ali dan Al-Aali (2018) menegaskan bahwa praktik usaha yang bertanggung jawab secara sosial berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha jangka panjang. Penelitian ini juga mengindikasikan bahwa lemahnya transparansi dapat menjadi faktor yang melemahkan keberlanjutan UMKM pangan karena mengurangi kekuatan hubungan kepercayaan produsen-konsumen.

Implikasi lanjutan dari temuan ini menegaskan perlunya pendampingan UMKM berbasis kewirausahaan Islam yang tidak hanya menekankan dimensi spiritual dan moral, tetapi juga memperkuat kapasitas teknis dan manajerial. Penguatan ini diperlukan agar nilai tauhid, amanah, dan transparansi dapat direalisasikan secara konkret dalam praktik produksi, tidak berhenti pada tataran normatif, serta mendukung keberlanjutan usaha secara jangka panjang.

Ketika nilai tauhid, amanah, dan transparansi belum dipadukan ke dalam satu sistem produksi yang utuh, penerapannya cenderung berhenti pada tataran normatif. Penelitian ini secara empiris menunjukkan adanya kesenjangan antara idealitas kewirausahaan Islam dan praktik produksi brownies kukus yang dijalankan oleh UMKM. Nilai-nilai yang secara konseptual diakui sebagai prinsip dasar usaha belum sepenuhnya terimplementasi dalam pola kerja sehari-hari secara konsisten dan berkelanjutan.

Pada level pemahaman normatif, nilai tauhid, amanah, dan transparansi telah diterima sebagai landasan moral dalam menjalankan usaha. Namun, dalam realitas operasional, nilai-nilai tersebut belum terwujud sebagai bagian dari mekanisme produksi yang terstruktur. Penerapannya masih sangat bergantung pada kesadaran individual pelaku usaha dan belum terinternalisasi dalam proses pengambilan keputusan produksi yang bersifat sistemik.

Nilai tauhid secara konseptual menuntut keterpaduan antara orientasi spiritual dan keputusan operasional. Akan tetapi, dalam praktik produksi brownies kukus, nilai ini masih diwujudkan sebatas niat personal dan keyakinan religius, seperti memandang usaha sebagai sarana ibadah dan pencarian rezeki halal. Aspek teknis, seperti pengaturan kapasitas produksi, pengendalian risiko, serta standarisasi mutu bahan baku, belum sepenuhnya dipandu oleh kerangka nilai tauhid secara operasional.

Kesenjangan serupa juga ditemukan dalam penerapan nilai amanah. Secara ideal, amanah menuntut konsistensi kualitas, ketepatan pemenuhan pesanan, serta tanggung jawab menyeluruh kepada konsumen. Namun, keterbatasan tenaga kerja dan dukungan peralatan produksi menyebabkan pelaksanaan amanah menjadi fluktuatif, terutama pada saat terjadi peningkatan permintaan. Kondisi ini

menunjukkan bahwa keberlangsungan amanah tidak hanya ditentukan oleh komitmen moral, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kesiapan sistem produksi yang menopangnya.

Pada aspek transparansi, jarak antara nilai ideal dan praktik aktual terlihat lebih menonjol. Keterbukaan informasi produk yang seharusnya menjadi hak konsumen masih disampaikan secara terbatas dan belum terdokumentasi secara tertulis. Informasi mengenai komposisi bahan, tanggal produksi, serta masa simpan produk belum dikelola sebagai bagian integral dari tanggung jawab etis usaha, melainkan masih diperlakukan sebagai pelengkap aktivitas produksi.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini tidak menunjukkan adanya penolakan terhadap nilai-nilai Islam dalam kewirausahaan UMKM pangan. Sebaliknya, kondisi tersebut mencerminkan adanya keterbatasan struktural dan manajerial yang menghambat penerjemahan nilai-nilai etis ke dalam praktik produksi. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan operasional yang mampu menjembatani prinsip kewirausahaan Islam dengan realitas kerja UMKM secara aplikatif, berkelanjutan, dan kontekstual.

Untuk memperdalam pembahasan, analisis berikut mengaitkan temuan empiris dengan kajian teoretis serta hasil penelitian terdahulu. Dalam perspektif kewirausahaan Islam, nilai tauhid tidak hanya dipahami sebagai keyakinan spiritual, tetapi juga sebagai dasar etika yang memengaruhi arah pengambilan keputusan produksi. Beekun (2019) menjelaskan bahwa tauhid menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai keterkaitan antara aktivitas ekonomi dan tanggung jawab moral kepada Allah SWT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran tersebut telah membentuk orientasi usaha yang mendorong pelaku UMKM untuk menghindari praktik tidak jujur serta memastikan penggunaan bahan baku yang halal, meskipun belum sepenuhnya terinternalisasi dalam sistem produksi yang formal dan terstruktur. Rincian keterkaitan nilai tauhid pada setiap tahapan produksi disajikan pada Tabel 1.

Amanah sebagai nilai fundamental dalam kewirausahaan Islam menuntut konsistensi mutu produk serta kesesuaian antara janji dan realisasi pelayanan kepada konsumen. Wilson (2017) menegaskan bahwa kegagalan menjaga amanah pada tahap operasional berpotensi menurunkan kepercayaan konsumen dan mengancam keberlanjutan usaha. Sejalan dengan pandangan tersebut, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keterbatasan kapasitas produksi menjadi faktor utama yang memengaruhi konsistensi penerapan amanah pada UMKM brownies kukus.

Selanjutnya, transparansi informasi produk memiliki peran penting dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan konsumen, khususnya pada sektor UMKM pangan. Rahman dan Abdullah (2020) menyatakan bahwa keterbukaan informasi mengenai komposisi bahan dan tahapan produksi berkontribusi terhadap

peningkatan persepsi keamanan pangan. Penelitian ini menemukan bahwa keterbatasan informasi tertulis pada produk brownies kukus menjadi salah satu kelemahan utama dalam penerapan nilai transparansi.

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya menempatkan nilai-nilai Islam pada tataran konseptual atau pada aspek perilaku konsumen, penelitian ini memberikan kontribusi empiris dengan memfokuskan analisis pada proses produksi UMKM pangan. Temuan ini memperluas kajian sebelumnya dengan menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh sikap etis pelaku usaha, tetapi juga oleh kesiapan sistem produksi dalam mengimplementasikan nilai tauhid, amanah, dan transparansi secara terpadu dan berkelanjutan.

Sejalan dengan itu, OECD (2017) menegaskan bahwa keberlanjutan UMKM sangat dipengaruhi oleh tata kelola usaha, sistem produksi, dan transparansi informasi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tanpa sistem produksi yang terstruktur, penerapan nilai etika berpotensi berlangsung tidak konsisten dan pada akhirnya dapat menghambat ketahanan usaha jangka panjang.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga nilai tersebut belum berfungsi sebagai satu kesatuan sistem produksi yang terpadu. Nilai tauhid lebih banyak hadir sebagai orientasi moral dan niat usaha, nilai amanah paling tampak dalam upaya pemenuhan pesanan dan penjagaan mutu, sementara transparansi menjadi aspek yang paling lemah karena belum didukung oleh praktik pencatatan dan penyajian informasi produk yang konsisten. Kondisi ini menegaskan bahwa integrasi nilai Islam dalam UMKM pangan memerlukan penguatan pada aspek standar operasional, sistem pencatatan, dan mekanisme pengendalian mutu.

Untuk melihat implikasi yang lebih luas terhadap ketahanan usaha, indikator ketahanan UMKM pangan berbasis nilai Islam disajikan pada Tabel 2, sedangkan hubungan antar dimensi ketahanan divisualisasikan pada Gambar 2.

Berdasarkan uraian mengenai implikasi penerapan nilai tauhid, amanah, dan transparansi terhadap keberlanjutan usaha UMKM brownies kukus, dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai tersebut memiliki potensi yang signifikan dalam membangun etika usaha serta memperkuat kepercayaan konsumen. Namun demikian, hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya sejumlah kendala, terutama yang berkaitan dengan belum tersusunnya sistem produksi yang terstruktur dan terintegrasi.

Nilai tauhid cenderung berhenti pada tataran niat dan kesadaran spiritual, nilai amanah belum terimplementasi secara konsisten ketika kapasitas produksi menghadapi keterbatasan, sementara nilai transparansi masih lemah akibat minimnya pencatatan dan penyampaian informasi produk secara sistematis. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara pemaknaan nilai-nilai Islam dan perwujudannya dalam praktik operasional produksi UMKM pangan.

Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan operasional yang mampu

menerjemahkan nilai tauhid, amanah, dan transparansi ke dalam praktik produksi yang konkret. Sebagai respons atas temuan tersebut, bagian ini menyajikan rekomendasi berupa model operasional produksi brownies kukus berbasis nilai Islam yang diharapkan dapat menjembatani nilai etis dan kebutuhan manajerial UMKM secara lebih aplikatif dan berkelanjutan.

Model operasional produksi brownies kukus berbasis nilai Islam dirancang dengan menempatkan nilai tauhid sebagai fondasi orientasi usaha, nilai amanah sebagai pengendali mutu dan tanggung jawab operasional, serta nilai transparansi sebagai penguat hubungan kepercayaan antara produsen dan konsumen. Ketiga nilai tersebut saling berkaitan dan membentuk suatu sistem produksi yang terintegrasi, mencakup seluruh tahapan mulai dari perencanaan produksi hingga penyampaian produk kepada konsumen.

Dalam konteks kewirausahaan Islam, proses produksi tidak semata dipahami sebagai aktivitas teknis untuk menghasilkan produk, melainkan juga sebagai bagian dari ibadah dan tanggung jawab moral pelaku usaha. Oleh sebab itu, model ini menekankan keseimbangan antara efisiensi produksi, kualitas produk, serta kepatuhan terhadap nilai-nilai etis Islam. Integrasi nilai tauhid, amanah, dan transparansi diharapkan mampu meningkatkan profesionalisme usaha sekaligus memperkuat keberlanjutan UMKM pangan secara etis.

Nilai tauhid diintegrasikan pada tahap awal perencanaan produksi. Nilai ini diwujudkan melalui penetapan niat usaha sebagai sarana ibadah dan upaya memperoleh rezeki yang halal. Dalam pengambilan keputusan produksi, nilai tauhid mendorong pelaku UMKM untuk menjaga kehalalan bahan baku, kualitas produk, serta kemaslahatan konsumen. Perencanaan produksi tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan kapasitas sumber daya agar proses produksi berlangsung secara bertanggung jawab.

Selain itu, nilai tauhid mendorong pelaku UMKM untuk bersikap realistik dalam menetapkan kapasitas produksi dan harga jual. Dengan demikian, integrasi nilai tauhid pada tahap perencanaan berfungsi sebagai kompas moral yang mengarahkan seluruh aktivitas produksi agar selaras dengan prinsip keadilan dan tanggung jawab dalam Islam.

Nilai amanah menjadi inti dalam tahap pelaksanaan dan pengendalian proses produksi brownies kukus. Dalam model operasional ini, amanah diterjemahkan ke dalam penerapan standar operasional prosedur (SOP) yang sederhana namun konsisten pada setiap tahapan produksi. SOP berbasis amanah bertujuan untuk menjaga konsistensi rasa, tekstur, dan kebersihan produk dalam berbagai kondisi operasional.

Dalam perspektif ini, amanah tidak hanya dipahami sebagai kejujuran moral, tetapi juga sebagai kemampuan manajerial pelaku usaha dalam mengelola sumber daya secara efektif agar kualitas produk tetap terjaga, termasuk pada saat terjadi

peningkatan permintaan. Dengan demikian, nilai amanah berperan penting dalam menjaga kepercayaan konsumen sekaligus menopang keberlanjutan usaha.

Sementara itu, nilai transparansi diposisikan sebagai bagian integral dari etika kewirausahaan Islam, bukan sekadar sebagai strategi pemasaran. Keterbukaan informasi produk memungkinkan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian secara sadar dan rasional, serta meningkatkan rasa aman terhadap produk pangan yang dikonsumsi. Dengan penerapan transparansi yang konsisten, UMKM brownies kukus diharapkan mampu membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen, memperkuat loyalitas, dan mendukung keberlanjutan usaha secara berkelanjutan.

Meskipun penelitian ini telah memberikan gambaran empiris mengenai penerapan nilai tauhid, amanah, dan transparansi dalam proses produksi UMKM pangan, temuan yang diperoleh perlu dipahami dalam batasan tertentu. Oleh karena itu, bagian berikut menguraikan keterbatasan penelitian yang memengaruhi ruang lingkup dan interpretasi hasil.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian menggunakan pendekatan studi kasus yang difokuskan pada satu unit usaha UMKM brownies kukus. Karakteristik penelitian yang bersifat kontekstual menyebabkan temuan yang diperoleh lebih merefleksikan kondisi spesifik usaha yang diteliti, sehingga hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan secara luas pada seluruh UMKM pangan dengan karakteristik, skala usaha, dan kompleksitas produksi yang berbeda.

Kedua, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Meskipun pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang mendalam terhadap penerapan nilai tauhid, amanah, dan transparansi, hasil penelitian sangat bergantung pada interpretasi peneliti terhadap data yang diperoleh. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengombinasikan pendekatan kualitatif dengan metode kuantitatif atau memperluas jumlah kasus penelitian guna memperkaya dan memperkuat temuan.

Tabel 1. Implementasi Nilai Tauhid, Amanah, dan Transparansi dalam produksi Brownies Kukus

No	Tahap Produksi	Aktivitas	Implementasi Nilai Tauhid	Implementasi Nilai Amanah	Implementasi Nilai Transparansi
1	Perencanaan produksi	Penentuan jumlah dan jadwal produksi	Niat usaha sebagai ibadah	Produksi sesuai kapasitas agar mutu terjaga	Estimasi jumlah produk disampaikan kepada konsumen
2	Pemilihan	Pembelian	Keyakinan	Menghindari	Informasi

	bahan baku	bahan	terhadap kehalalan bahan	bahan kedaluwarsa	bahan utama disampaikan
3	Penyimpanan bahan	Penyimpanan bahan mentah	Kebersihan sebagai bagian dari iman	Penyimpanan sesuai standar	Kondisi bahan tidak ditutupi
4	Penimbangan	Penakaran bahan	Keadilan dalam takaran	Konsistensi penakaran	Takaran dapat dijelaskan
5	Pencampuran	Pencampuran adonan	Doa sebelum memulai produksi	SOP dijalankan	Proses dijelaskan secara umum
6	Pengukusan	Pematangan produk	Kesabaran dan kehati-hatian	Waktu pengukusan sesuai standar	Lama pengukusan diinformasikan
7	Pendinginan	Persiapan sebelum pengemasan	Tanggung jawab sebelum pengemasan	Tidak menjual produk panas	Edukasi penyajian produk
8	Pengemasan	Pengemasan produk	Tanggung jawab sebelum penjualan	Tidak menjual produk cacat	Tanggal produksi dicantumkan
9	Pelabelan	Pencantuman komposisi	Kejujuran sebagai ibadah	Tidak menyembunyikan komposisi	Komposisi bahan dicantumkan
10	Penyelesaian produksi	Penyiapan produk siap edar	Menghindari gharar	Pengiriman sesuai kesepakatan	Estimasi pengiriman jelas
11	Produk siap jual	Penetapan harga	Keadilan dalam muamalah	Harga kualitas sesuai	Harga disampaikan secara terbuka

Sumber: Penulis, 2025

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa nilai amanah lebih dominan diterapkan pada tahapan operasional produksi, terutama dalam menjaga mutu dan pemenuhan pesanan. Sebaliknya, nilai transparansi masih terbatas pada penyampaian informasi dasar dan belum terkelola secara sistematis. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pelaku UMKM masih berfokus pada penyelesaian produksi, belum pada keterbukaan informasi sebagai strategi keberlanjutan usaha.

Tabel 2. Indikator Ketahanan UMKM Pangan Berbasis Nilai Islam

No	Dimensi Ketahanan	Indikator	Deskripsi	Kaitan Tauhid	Kaitan Amanah	Kaitan Transparansi
1	Spiritual	Orientasi ibadah	Usaha diniatkan sebagai ibadah	Landasan moral	Tanggung jawab	Kejujuran niat
2	Produksi	Konsistensi mutu	Stabilitas rasa dan	Kesadaran mutu	Menjaga kualitas	Informasi mutu

kualitas					
3	Operasional	SOP produksi	Proses kerja baku	Disiplin	Kepastian proses
4	Ekonomi	Stabilitas pendapatan	Ketahanan terhadap fluktuasi	Tawakal	Pengelolaan keuangan
5	Sosial	Kepercayaan konsumen	Loyalitas pelanggan	Etika muamalah	Menepati janji
6	Fisik	Higienitas	Keamanan pangan	Kebersihan	Produk aman
7	Informasi	Label produk	Komposisi bahan	Kejujuran	Amanah data
8	Manajerial	Pengambilan keputusan	Tidak merugikan pihak lain	Pertimbangan moral	Tanggung jawab
					Alasan keputusan jelas

Sumber: Penulis, 2025

Tabel 2 menunjukkan bahwa ketahanan UMKM pangan berbasis nilai Islam tidak hanya ditentukan oleh aspek ekonomi dan produksi, tetapi juga oleh dimensi spiritual, etika, dan informasi. Integrasi nilai tauhid, amanah, dan transparansi membentuk ketahanan usaha yang bersifat holistik.

Tabel 3. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Temuan Penelitian

No	Peneliti (Tahun)	Fokus	Metode	Temuan Utama	Keterbatasan	Kontribusi Penelitian
1	Badawi (2018)	Nilai Islam	Konseptual	Nilai Islam membentuk etika	Tidak aplikatif pada produksi	Uji empiris level produksi
2	Huda & Santoso (2020)	Etika UMKM	Kuantitatif	Etika membangun kepercayaan	Fokus pemasaran	Fokus operasional
3	Amin & Isa (2020)	Transparansi	Survei	Transparansi meningkatkan loyalitas	Tidak spesifik pangan	Transparansi produksi
4	Antonio (2021)	Amanah	Literatur	Amanah berdampak jangka panjang	Tanpa data lapangan	Bukti empiris UMKM
5	Penelitian ini	Produksi brownies kukus	Kualitatif studi kasus	Nilai belum terintegrasi sistem	-	Model integratif nilai Islam

Sumber: Penulis, 2025

Tabel 3 memperlihatkan bahwa sebagian besar penelitian terdahulu menempatkan nilai-nilai Islam pada tataran konseptual, perilaku konsumen, atau pemasaran. Penelitian ini melengkapi kajian sebelumnya dengan memfokuskan

analisis pada proses produksi, sehingga mampu mengidentifikasi bagian operasional yang telah selaras dengan nilai Islam serta aspek yang masih lemah, khususnya transparansi tertulis dan kelembagaan standar produksi.

Tabel 4. Pemetaan Kelemahan dan Rekomendasi Operasional Produksi UMKM Brownies Kukus Berbasis Nilai Islam

No	Nilai	Temuan Empiris	Kelemahan Utama	Rekomendasi Operasional
1	Tauhid	Niat usaha sebagai ibadah	Tidak masuk keputusan teknis	Integrasi tauhid dalam perencanaan kapasitas dan harga
2	Amanah	Menjaga kualitas produk	Tidak konsisten saat permintaan naik	SOP produksi berbasis amanah
3	Transparansi	Informasi disampaikan lisan	Tidak ada label tertulis	Label komposisi dan tanggal produksi
4	Integrasi nilai	Nilai berjalan parsial	Tidak ada sistem terpadu	Model operasional produksi Islami
5	Keberlanjutan	Usaha tetap bertahan	Rentan saat lonjakan permintaan	Perencanaan produksi realistik

Sumber: Penulis, 2025

Berdasarkan Tabel 4, kesenjangan utama terletak pada aspek operasional dan sistem produksi. Oleh karena itu, model operasional produksi berbasis nilai Islam menjadi krusial untuk menjembatani nilai etis dan praktik produksi UMKM pangan.

Tabel 5. Perbandingan Nilai Ideal Kewirausahaan Islam dan Praktik Aktual Produksi UMKM Brownies Kukus

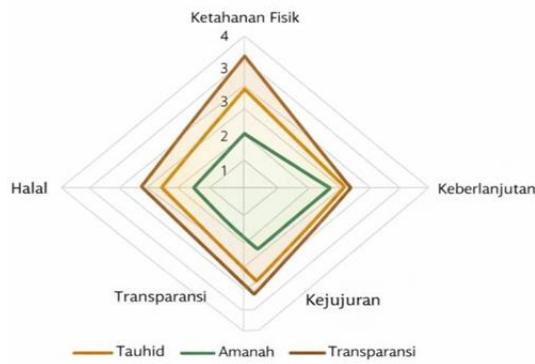
Nilai	Ideal Kewirausahaan Islam	Praktik Aktual UMKM	Bentuk Kesenjangan
Tauhid	Terintegrasi dalam keputusan produksi	Terbatas pada niat dan keyakinan	Belum masuk kebijakan operasional
Amanah	Konsistensi mutu	Menurun saat kapasitas terbatas	Sistem produksi belum siap
Transparansi	Informasi produk lengkap dan tertulis	Informasi lisan dan terbatas	Minim pencatatan

Sumber: Penulis, 2025

Tabel 5 memperlihatkan perbandingan antara prinsip ideal kewirausahaan Islam dan praktik produksi UMKM brownies kukus yang menunjukkan adanya jarak penerapan nilai dalam aktivitas usaha. Pemahaman normatif terhadap nilai Islam telah terbentuk, namun realisasinya belum menyatu secara utuh ke dalam sistem operasional produksi. Nilai tauhid menuntut integritas kesadaran spiritual dalam setiap keputusan produksi, tetapi praktik yang dijalankan masih memposisikannya sebagai keyakinan personal tanpa terinternalisasi dalam pengaturan kapasitas maupun manajemen risiko sehingga aspek spiritual dan teknis berjalan terpisah. Nilai amanah menghendaki konsistensi kualitas dalam berbagai

situasi, namun keterbatasan kapasitas produksi menyebabkan penurunan mutu saat permintaan meningkat yang menunjukkan bahwa komitmen moral belum diimbangi kesiapan sistem pendukung. Transparansi menjadi kesenjangan paling menonjol karena informasi produk masih disampaikan secara lisan tanpa pencatatan yang memadai sehingga belum diperlakukan sebagai tanggung jawab etis yang melekat pada proses produksi.

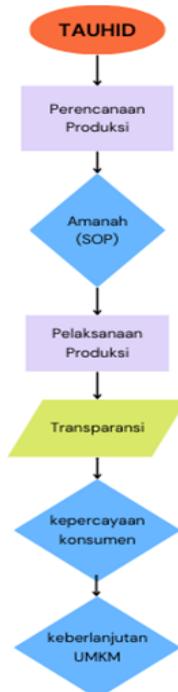
Gambar 2. Model Ketahanan UMKM Pangan Berbasis Nilai Tauhid, Amanah, dan Transparansi



Sumber: Penulis, 2025

Gambar 2 memvisualisasikan hubungan antar dimensi ketahanan UMKM pangan. Visualisasi tersebut menunjukkan bahwa transparansi memiliki peran penguat terhadap kejujuran dan keberlanjutan usaha, sementara tauhid menjadi pusat orientasi moral.

Gambar 3. Model Operasional Produksi Brownies Kukus Berbasis Nilai Tauhid, Amanah, dan Transparansi



Sumber: Penulis, 2025

Gambar 3 menunjukkan model operasional produksi brownies kukus berbasis nilai islam yang menjadikan tauhid sebagai fondasi utama. Tauhid menjadi dasar dari segala macam perencanaan produksi agar setiap keputusan yang diambil selaras dengan prinsip kehalalan dan tanggung jawab moral. Nilai amanah berperan sebagai pengendali dalam penerapan SOP dan konsistensi dalam proses produksi. Untuk transparansi yang memiliki fungsi sebagai mekanisme pertanggungjawaban kepada konsumen melalui keterbukaan informasi produk. ketiga nilai tersebut membentuk alur produksi yang berpegang pada loyalitas konsumen dan keberlanjutan usaha jangka panjang.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan gambaran mengenai bagaimana nilai tauhid, amanah, dan transparansi dijalankan dalam praktik produksi brownies kukus pada UMKM sebagai bagian dari kewirausahaan berbasis nilai Islam. Secara umum, nilai-nilai tersebut telah hadir dalam aktivitas usaha, namun penerapannya masih bersifat parsial dan belum terintegrasi secara sistematis dalam suatu kerangka produksi yang terstruktur.

Nilai tauhid membentuk orientasi usaha sebagai sarana ibadah dan upaya memperoleh rezeki halal sementara amanah menjaga kepercayaan konsumen melalui konsistensi mutu dan tanggung jawab produksi serta transparansi berperan dalam membangun hubungan kepercayaan antara produsen dan konsumen meskipun pemanfaatannya belum optimal sebagai penopang keberlanjutan usaha.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa ketahanan UMKM pangan berbasis kewirausahaan Islam tidak hanya bertumpu pada kesadaran etis pelaku usaha tetapi juga pada kemampuan menerjemahkan nilai Islam ke dalam praktik produksi yang stabil dan berkesinambungan sehingga penguatan kapasitas manajerial dan sistem produksi menjadi prasyarat agar tauhid amanah dan transparansi hadir secara nyata dalam aktivitas usaha sehari hari dan tidak berhenti pada tataran normatif.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel Jurnal Ilmiah

- Amin, H., & Isa, Z. (2020). The role of transparency in Islamic business ethics and consumer trust. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 681–697.
<https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2019-0012>
- Antonio, M. S. (2021). Islamic entrepreneurship and business ethics: Trust (amanah) as a competitive advantage. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 6(2), 45–58.
- Badawi, J. A., & Beekun, R. I. (2018). Leadership: An Islamic perspective. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 15(4), 375–391.
<https://doi.org/10.1080/14766086.2018.1448766>

- Beekun, R. I. (2019). Islamic business ethics and the concept of tawhid. *Journal of Business Ethics*, 155(2), 1-12. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3542-1>
- Ali, M., & Al-Aali, A. (2018). Marketing and ethics: What Islamic ethics have contributed. *Journal of Business Ethics*, 150(3), 1-15. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3183-1>
- Farooq, M., Farooq, O., & Reynaud, E. (2019). Does employees' participation in decision making increase the level of corporate social responsibility? *Journal of Business Ethics*, 160(4), 1055-1075. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3868-6>
- Khan, M. M., & Haleem, A. (2021). Transparency, traceability and trust in halal food supply chains. *Journal of Islamic Marketing*, 12(5), 1032-1050. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04- 2020-0117>
- Lestari, E., & Nugroho, S. (2019). Penerapan etika bisnis Islam dalam menjaga kualitas produk UMKM pangan. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(1), 55-69.
- Rahman, A. A., & Abdullah, A. (2020). Food transparency and halal assurance in SMEs. *Journal of Halal Industry Research*, 2(1), 23-35.
- Rizkita, A., & Wahyuni, S. (2022). Islamic business ethics and sustainability of food SMEs in Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(2), 321-337. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2021-0089>
- Sula, M. S., & Kartajaya, H. (2016). Syariah marketing and Islamic entrepreneurship. *Journal of Islamic Marketing*, 7(3), 256-273.
- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-15. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4>
- Wilson, J. A. J. (2017). The halal phenomenon: An extension of ethical consumption or a new market? *Journal of Islamic Marketing*, 8(1), 3-20. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2015- 0027>
- Buku
- Antonio, M. S. (2018). Bank syariah: Dari teori ke praktik. Jakarta: Gema Insani.
- Beekun, R. I., & Badawi, J. A. (2018). Islamic business ethics. Herndon, VA: International Institute of Islamic Thought.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Dokumen Pemerintah
- BPS Kota Tangerang Selatan. (2024). Kota Tangerang Selatan dalam Angka 2024. <https://tangselkota.bps.go.id>
(diakses 19 Desember 2025)

OECD. (2017). Enhancing the contributions of SMEs in a global and digitalised economy. OECD Publishing.

Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña, Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook, edisi ke-4 (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2020).