

## ANALISIS PENERAPAN NILAI-NILAI EKONOMI SYARIAH PADA UMKM DI SEKITAR WISATA RELIGI TROLOYO, MOJOKERTO, JAWA TIMUR

Maulida Hasanah<sup>1</sup>, Rahma Sandhi Prahara<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas KH. Abdul Chalim, Mojokerto, Indonesia

Email: [maulidahasanah030503@gmail.com](mailto:maulidahasanah030503@gmail.com)<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di kawasan wisata religi memiliki peran dalam menyediakan barang dan jasa bagi pengunjung sekaligus membuka peluang ekonomi bagi masyarakat setempat. Akan tetapi, aktivitas usaha tidak hanya berkaitan dengan upaya memperoleh keuntungan, melainkan juga dengan cara pelaku usaha menjalankan transaksi, menjaga kualitas produk, menetapkan harga, serta membangun hubungan dengan konsumen dan sesama pedagang. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan nilai-nilai ekonomi syariah pada UMKM di sekitar Wisata Religi Troloyo, Desa Sentonorejo, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat penerapannya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Informan utama terdiri atas tujuh pelaku UMKM, sedangkan informan pendukung terdiri atas kepala desa dan seorang pengunjung. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai kejujuran tercermin dalam penyampaian informasi produk dan kejelasan harga, meskipun konsistensinya belum sepenuhnya merata. Nilai keadilan tampak pada pelayanan dan penetapan harga yang sama kepada konsumen. Nilai amanah diwujudkan melalui upaya menjaga mutu produk dan memenuhi harapan pembeli. Nilai ta'awun terlihat dalam sikap saling membantu dan menjaga hubungan sosial antarpedagang. Sementara itu, nilai kerja keras tercermin dari ketekunan mempertahankan usaha, menyesuaikan kegiatan usaha dengan perubahan jumlah pembeli, dan menjaga pelayanan. Faktor pendukung meliputi keberadaan wisata religi yang menarik peziarah serta dukungan pemerintah desa berupa penyediaan kios dan pembinaan. Faktor penghambat mencakup persaingan usaha, cuaca, jumlah pembeli yang tidak menentu, dan keterbatasan jangkauan pembinaan. Temuan ini memperlihatkan bahwa nilai ekonomi syariah hadir dalam praktik usaha sehari-hari, tetapi penerapannya masih memerlukan penguatan konsistensi dan pendampingan.

**Kata kunci:** *Ekonomi Syariah; Ukm; Wisata Religi; Kejujuran; Keadilan; Amanah; Ta'awun; Kerja Keras.*

### ABSTRACT

Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) around religious tourism sites provide goods and services for visitors while creating economic opportunities for local communities. However, business activities are not solely concerned with generating profit; they also involve transaction practices, product quality, pricing, and relationships with consumers and fellow traders. This study analyzes the implementation of Islamic economic values among MSMEs around the Troloyo Religious Tourism Site in Sentonorejo Village, Trowulan District, Mojokerto Regency, and identifies supporting and inhibiting factors. The study employed a descriptive qualitative approach. Data were collected through observation, semi-structured interviews, and documentation. The main informants were seven MSME operators,

while supporting informants included the village head and one visitor. Data credibility was examined through source and technique triangulation. The data were analyzed through data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that honesty is reflected in product information and price transparency, although its consistency varies among businesses. Justice is demonstrated through equal service and uniform pricing for consumers. Trustworthiness is expressed through efforts to maintain product quality and meet customer expectations. Ta'awun is reflected in mutual assistance and social relationships among traders. Hard work is demonstrated by persistence in maintaining businesses, adapting to fluctuating visitor numbers, and sustaining service quality. Supporting factors include the religious tourism site's ability to attract pilgrims and village-government support through kiosk provision and business development programs. Inhibiting factors include competition, weather, uncertain customer numbers, and limited access to business guidance. The findings suggest that Islamic economic values are embedded in daily business practices, but their consistent implementation requires further support and guidance.

**Keywords:** *Islamic Economics; Msmes; Religious Tourism; Honesty; Justice; Trustworthiness; Mutual Assistance; Hard Work.*

## PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan bagian penting dari aktivitas ekonomi masyarakat karena berperan dalam menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan, dan menggerakkan perekonomian lokal. Pada tingkat lokal, UMKM tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen, tetapi juga menjadi sumber pendapatan rumah tangga. Dalam konteks pengembangan ekonomi masyarakat, keterkaitan UMKM dengan aktivitas pariwisata menjadi penting karena arus kunjungan dapat menciptakan peluang usaha bagi penduduk di sekitar destinasi.<sup>1</sup> Meskipun demikian, manfaat ekonomi pariwisata tidak selalu terdistribusi secara merata, melainkan dipengaruhi oleh pengelolaan destinasi, keterlibatan masyarakat, dan dukungan pemerintah.<sup>2</sup> Jumlah pengunjung, waktu kunjungan, kondisi cuaca, serta jenis kebutuhan wisatawan atau peziarah dengan demikian menjadi konteks yang relevan untuk memahami aktivitas jual beli di kawasan wisata.

Wisata religi merupakan bentuk perjalanan yang berkaitan dengan kunjungan ke tempat yang memiliki nilai spiritual, keagamaan, dan sejarah. Selain menjalankan fungsi religius dan budaya, kawasan wisata religi dapat menjadi ruang interaksi ekonomi antara pengunjung dan masyarakat setempat. Penelitian mengenai dampak ekonomi wisata religi di Indonesia menunjukkan bahwa aktivitas tersebut berpotensi mendorong peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, dan perkembangan UMKM.<sup>3</sup> Studi mengenai wisata religi Syaikhona Kholil di Bangkalan juga menempatkan kawasan ziarah sebagai konteks yang memiliki potensi bagi pengembangan UMKM<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Muhammad Madyan, Hilda Kholidah, Dwi Fitria S., dan Nur Laila, "Dampak Ekonomi Wisata Religi, Studi Kasus Kawasan Wisata Sunan Ampel Surabaya," *BISMA (Bisnis dan Manajemen)* 7, no. 2 (2018): 101–6, <https://doi.org/10.26740/bisma.v7n2.p101-106>

<sup>2</sup> Kayyisah Fathin Febrianti dan Luqman Hakim Handoko, "The Economic Impact of Religious Tourism in Indonesia: A Systematic Literature Review (SLR)," *Jurnal Magister Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2025): 791–809, <https://doi.org/10.14421/jmes.2025.041-05>

<sup>3</sup> Febrianti dan Handoko, "The Economic Impact of Religious Tourism in Indonesia."

<sup>4</sup> M. Islamiyah dan H. Holis, "Potensi Wisata Religi Syaikhona Kholil Bangkalan pada Pengembangan UMKM," *SIWAYANG Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Pariwisata, Kebudayaan, dan Antropologi* 2, no. 1 (2022): 29–38, <https://doi.org/10.54443/siwayang.v2i1.498>

Namun, keberadaan destinasi wisata tidak dengan sendirinya menjamin keberlanjutan usaha masyarakat. Peluang ekonomi tetap berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola dagangan, memenuhi kebutuhan pembeli, dan membangun hubungan transaksi yang dapat dipercaya.

Salah satu kawasan yang memiliki aktivitas ekonomi masyarakat di sekitar lokasi ziarah adalah Wisata Religi Troloyo, yang terletak di Desa Sentonorejo, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Kawasan ini dikenal sebagai lokasi makam yang dikunjungi peziarah dari berbagai daerah. Aktivitas kunjungan memberikan ruang bagi pelaku UMKM untuk menjalankan usaha di sekitar kawasan. Jenis usaha yang ditemukan dalam penelitian ini antara lain warung kopi, penjualan minuman, pentol, kerupuk, aksesoris, dan es smoothies. Ragam usaha tersebut memperlihatkan bahwa kebutuhan pengunjung menjadi salah satu konteks bagi berlangsungnya kegiatan ekonomi setempat. Dalam perspektif penelitian wisata religi, hubungan antara kunjungan dan kegiatan ekonomi masyarakat perlu dilihat tidak hanya dari keberadaan peluang pasar, tetapi juga dari kondisi usaha serta interaksi yang berlangsung antara pelaku usaha dan konsumen<sup>5</sup>.

Dalam perspektif ekonomi syariah, kegiatan ekonomi tidak hanya dinilai berdasarkan keuntungan yang diperoleh, tetapi juga berdasarkan prinsip etika yang mengatur proses transaksi dan tanggung jawab pelaku usaha terhadap pihak lain. Kajian Fitri Amalia mengenai etika bisnis Islam pada pelaku usaha kecil menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis dapat dikaji melalui prinsip usaha, pengelolaan, pemasaran, serta produk dan harga<sup>6</sup>. Dengan demikian, aktivitas jual beli perlu memperhatikan kejujuran dalam menyampaikan informasi, keadilan dalam transaksi, amanah dalam memenuhi kesepakatan, serta tanggung jawab terhadap konsumen. Kajian mengenai integrasi nilai-nilai Islam dalam keberlanjutan usaha mikro juga menempatkan kejujuran (shiddiq), keadilan ('adl), dan kemaslahatan sebagai nilai yang relevan dalam pengelolaan usaha<sup>7</sup>. Nilai-nilai tersebut menjadi landasan untuk menganalisis praktik ekonomi syariah dalam kegiatan usaha berskala mikro, termasuk perdagangan yang berlangsung secara langsung di kawasan wisata religi.

Nilai kejujuran berkaitan dengan kesesuaian informasi yang disampaikan penjual dengan keadaan produk yang sebenarnya. Dalam praktik perdagangan, kejujuran dapat terlihat melalui keterbukaan mengenai harga, kualitas, kondisi, jumlah, dan kekurangan produk. Nilai keadilan berhubungan dengan perlakuan yang wajar kepada pembeli serta pelaksanaan transaksi yang tidak merugikan pihak lain. Amanah berkaitan dengan tanggung jawab menjaga kepercayaan, memenuhi kesepakatan, dan memastikan produk maupun pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Sementara itu, ta'awun menekankan sikap saling membantu dalam hubungan sosial, sedangkan kerja keras mencerminkan ketekunan dan kesungguhan dalam menjalankan usaha. Penelitian mengenai etika bisnis Islam pada UMKM Muslim menunjukkan bahwa nilai etika dapat dipahami melalui praktik usaha sehari-hari dan

---

<sup>5</sup> M. M. Syua'bi, Maghfur, dan N. Wahyu, "Analisis Dampak Wisata Religi terhadap Peningkatan Ekonomi Street Vendors di Kawasan Masjid Agung Al-Anwar Kota Pasuruan," *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 9 (2024): 5819–29, <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i9.2512>

<sup>6</sup> Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2014): 133–42, <https://doi.org/10.15408/aiq.v6i1.1373>

<sup>7</sup> Caturida Meiwanto Dktoralina, Muhamad Al Faruq Abdullah, Wenny Desty Febrian, Diky Maulana, Dhani Adi Prayogo, dan Ahmad Shaifful Anuar Ahmad Shukor, "Islamic Values in Coastal SME Education: A Model for Sustainable Development," *TARBIYA: Journal of Education in Muslim Society* 11, no. 2 (2024): 105–14, <https://doi.org/10.15408/tjems.v11i2.43868>

hubungan pelaku usaha dengan lingkungan sosialnya<sup>8</sup>. Oleh karena itu, kelima nilai tersebut perlu dikaji berdasarkan tindakan konkret, bukan hanya berdasarkan pemahaman normatif pelaku usaha mengenai prinsip ekonomi syariah.

Penelitian terdahulu telah membahas hubungan wisata religi dengan perekonomian lokal, pengembangan UMKM di sekitar destinasi ziarah, serta penerapan etika bisnis Islam pada usaha kecil. Kajian Febrianti dan Handoko mengidentifikasi kontribusi wisata religi terhadap pendapatan, lapangan kerja, dan pengembangan UMKM, sekaligus menunjukkan bahwa manfaat ekonomi tersebut dipengaruhi oleh pengelolaan destinasi dan keterlibatan masyarakat<sup>9</sup>. Sementara itu, Amalia membahas penerapan etika bisnis Islam pada usaha kecil melalui aspek prinsip, manajemen, pemasaran, produk, dan harga.<sup>10</sup> Penelitian mengenai nilai-nilai Islam dalam pendidikan dan pengembangan usaha mikro juga menyoroti relevansi integrasi nilai etis dalam mendukung keberlanjutan usaha<sup>11</sup>. Berbagai kajian tersebut menyediakan landasan untuk menghubungkan dimensi ekonomi wisata religi dengan etika transaksi. Namun, dalam penelitian ini, fokus analisis diarahkan secara khusus pada penerapan lima nilai ekonomi syariah kejujuran, keadilan, amanah, ta'awun, dan kerja keras dalam aktivitas UMKM di sekitar Wisata Religi Troloyo. Fokus tersebut merupakan batasan penelitian yang digunakan untuk menelaah praktik usaha pada konteks lokal, bukan klaim bahwa tema-tema tersebut sama sekali belum pernah diteliti.

Fokus tersebut penting karena penerapan nilai ekonomi syariah tidak cukup dipahami sebagai pengetahuan normatif, tetapi perlu ditelaah melalui tindakan konkret dalam kegiatan usaha. Pengalaman pelaku UMKM dapat memperlihatkan bagaimana nilai-nilai tersebut dijalankan, situasi yang mendukung penerapannya, dan kendala yang mereka hadapi. Penelitian mengenai praktik etika bisnis Islam pada UMKM juga menunjukkan pentingnya membedakan pemahaman normatif dari penerapan nilai dalam kegiatan usaha sehari-hari.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini, praktik antar pelaku usaha tidak selalu seragam. Sebagian praktik mencerminkan keterbukaan dan tanggung jawab, tetapi terdapat pula pengalaman konsumen mengenai produk minuman yang rasa atau kondisinya telah berubah. Pengalaman tersebut tidak serta-merta membuktikan bahwa seluruh pedagang mengabaikan prinsip kejujuran atau amanah, tetapi menjadi dasar untuk menelaah konsistensi penyampaian informasi dan pemeliharaan kualitas produk. Dengan demikian, analisis tidak hanya diarahkan untuk mengidentifikasi bentuk penerapan nilai, tetapi juga memahami variasi praktik serta kondisi yang memengaruhinya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini memiliki tiga tujuan. Pertama, mendeskripsikan penerapan nilai kejujuran, keadilan, amanah, ta'awun, dan kerja keras pada UMKM di sekitar Wisata Religi Troloyo. Kedua, mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat penerapan nilai-nilai tersebut. Ketiga, menjelaskan arti penerapan nilai ekonomi syariah bagi hubungan pelaku usaha dengan konsumen dan sesama pedagang. Hasil penelitian diharapkan memberikan gambaran empiris mengenai praktik etika usaha berbasis nilai ekonomi syariah dalam lingkungan UMKM di kawasan wisata religi, sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dan pemangku kepentingan setempat dalam memperkuat praktik transaksi yang bertanggung jawab.

---

<sup>8</sup> Mukhoyyaroh Mukhoyyaroh, Yenny Merinatul Hasanah, Afifah Bidayaturrohman, dan Kaida Fadilah, "Moderation as Cultural Negotiation: Islamic Business Ethics and Local Value Integration in Indonesian Chinese Muslim Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs)," *Jurnal Indo-Islamika* 15, no. 1 (2025): 50–64, <https://doi.org/10.15408/jii.v15i1.47001>

<sup>9</sup> Febrianti dan Handoko, "The Economic Impact of Religious Tourism in Indonesia."

<sup>10</sup> Amalia, "Etika Bisnis Islam," 133–42.

<sup>11</sup> Doktoralina et al., "Islamic Values in Coastal SME Education," 105–14.

<sup>12</sup> Mukhoyyaroh et al., "Moderation as Cultural Negotiation," 50–64.

## METODE PENELITIAN

### Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam praktik dan pengalaman pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam menerapkan nilai-nilai ekonomi syariah pada aktivitas usaha di kawasan Wisata Religi Troloyo. Penelitian tidak diarahkan untuk menguji hubungan antarvariabel secara statistik, tetapi untuk mendeskripsikan praktik usaha berdasarkan pengalaman, pandangan, dan interaksi para informan dalam konteks sosial dan ekonomi setempat.<sup>13</sup>

Melalui pendekatan tersebut, data yang diperoleh dari wawancara dianalisis bersama hasil observasi dan dokumentasi untuk membangun gambaran yang kontekstual mengenai penerapan nilai kejujuran, keadilan, amanah, *ta'awun*, dan kerja keras. Dengan demikian, penelitian ini berupaya menjelaskan bagaimana nilai-nilai tersebut dipahami dan diwujudkan dalam kegiatan usaha sehari-hari, termasuk faktor-faktor yang mendukung dan menghambat penerapannya.

### Lokasi dan Fokus Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada UMKM di sekitar kawasan Wisata Religi Troloyo, Desa Sentonorejo, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Lokasi ini dipilih karena keberadaan wisata religi beriringan dengan aktivitas perdagangan masyarakat setempat, sehingga relevan untuk mengkaji penerapan nilai-nilai ekonomi syariah dalam praktik usaha.

Fokus penelitian meliputi lima nilai ekonomi syariah, yaitu kejujuran, keadilan, amanah, *ta'awun* atau tolong-menolong, dan kerja keras. Selain itu, penelitian mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat penerapan nilai-nilai tersebut dalam kegiatan UMKM. Fokus ini digunakan sebagai pedoman dalam pengumpulan dan pengelompokan data agar pembahasan tetap selaras dengan tujuan penelitian.

### Informan Penelitian

Informan penelitian terdiri atas tujuh pelaku UMKM sebagai informan utama serta satu kepala desa dan satu pengunjung sebagai informan pendukung. Informan utama dipilih dari pelaku usaha dengan jenis dagangan yang beragam, yaitu Yanti (41 tahun), penjual warung kopi; Dewi (33 tahun), penjual minuman; Futin (50 tahun), penjual pentol khas; Dewi (41 tahun), penjual kerupuk dan produk terkait; Islikha (48 tahun), penjual aksesoris; Wiwik (45 tahun), penjual kerupuk; serta Lia (30 tahun), penjual es smoothies. Informan pendukung terdiri atas Sodik (53 tahun), Kepala Desa Sentonorejo, dan Yuli (40 tahun), pengunjung kawasan wisata religi. Identitas dan karakteristik informan tersebut mengikuti keterangan dalam skripsi sumber penelitian.<sup>14</sup>

Pelibatan informan dari latar belakang yang berbeda dimaksudkan untuk memperoleh perspektif yang beragam. Pelaku UMKM memberikan informasi mengenai pengalaman dan praktik usaha, kepala desa memberikan konteks mengenai lingkungan sosial dan kelembagaan setempat, sedangkan pengunjung memberikan perspektif konsumen terhadap produk dan interaksi transaksi. Keterangan dari para informan tersebut digunakan untuk memperkaya pemahaman terhadap fokus penelitian.

### Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.<sup>15</sup>

Pertama, observasi dilakukan terhadap aktivitas UMKM di sekitar kawasan Wisata Religi Troloyo. Observasi bertujuan memperoleh gambaran mengenai situasi usaha, aktivitas jual beli, dan interaksi yang relevan dengan fokus penelitian. Berdasarkan keterangan dalam skripsi sumber, observasi dilakukan secara partisipan, yaitu dengan kehadiran peneliti di lokasi penelitian untuk mengamati kondisi yang berkaitan dengan objek kajian. Hasil observasi digunakan sebagai data pendukung untuk membandingkan dan memperjelas informasi yang diperoleh melalui wawancara.

<sup>13</sup> John W. Creswell dan Cheryl N. Poth, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*, edisi ke-4 (Los Angeles: SAGE Publications, 2018).

<sup>14</sup> Creswell dan Poth, *Qualitative Inquiry and Research Design*.

<sup>15</sup> Creswell dan Poth, *Qualitative Inquiry and Research Design*.

Kedua, wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan berpedoman pada pokok-pokok pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian. Teknik ini memberikan ruang bagi informan untuk menjelaskan pengalaman, pandangan, dan praktik usaha berdasarkan situasi yang mereka hadapi. Wawancara diarahkan untuk menggali penerapan nilai kejujuran, keadilan, amanah, *ta'awun*, dan kerja keras, serta mengidentifikasi kondisi yang mendukung maupun menghambat penerapan nilai-nilai tersebut.

Ketiga, dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memberikan konteks terhadap lokasi dan aktivitas penelitian. Penggunaan dokumentasi disesuaikan dengan bahan yang benar-benar dikumpulkan selama penelitian. Oleh karena itu, bentuk dokumentasi yang dicantumkan dalam artikel perlu merujuk pada bukti dokumenter yang tersedia dalam skripsi sumber dan catatan lapangan.

### **Keabsahan Data dan Teknik Analisis**

Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari informan dengan latar belakang berbeda, yaitu pelaku UMKM, kepala desa, dan pengunjung. Sementara itu, triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara dengan hasil observasi dan dokumentasi. Perbandingan tersebut digunakan untuk menilai kesesuaian informasi, mengidentifikasi perbedaan keterangan, serta memperkuat interpretasi terhadap data yang diperoleh.<sup>16</sup>

Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, informasi dari wawancara, observasi, dan dokumentasi dipilih serta dikelompokkan berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian. Tahap penyajian data dilakukan dengan menyusun informasi ke dalam tema-tema yang mencakup lima nilai ekonomi syariah serta faktor pendukung dan penghambat penerapannya. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan pola temuan yang muncul dan memeriksa kembali kesesuaiannya dengan data yang tersedia.<sup>17</sup>

Penelitian ini bersifat deskriptif dan berfokus pada konteks lokasi serta informan yang diteliti. Oleh sebab itu, hasil penelitian tidak dimaksudkan untuk digeneralisasikan secara statistik kepada seluruh UMKM di kawasan wisata religi lainnya. Temuan penelitian dipahami sebagai gambaran empiris mengenai penerapan nilai-nilai ekonomi syariah pada UMKM di sekitar Wisata Religi Troloyo berdasarkan data yang diperoleh dari informan dan lingkungan penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Kawasan Wisata Religi Troloyo**

Wisata Religi Troloyo terletak di Desa Sentonorejo, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Kawasan ini dikenal sebagai salah satu lokasi ziarah yang berkaitan dengan sejarah perkembangan Islam di wilayah Majapahit. Dalam narasi sejarah lokal yang dicantumkan dalam skripsi sumber, kawasan makam Troloyo dikaitkan dengan Sayyid Jumadil Kubro dan sejumlah tokoh yang dihormati masyarakat. Keberadaan peziarah dari berbagai daerah menjadikan kawasan ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat kegiatan keagamaan, tetapi juga sebagai ruang berlangsungnya aktivitas ekonomi masyarakat setempat.

Aktivitas kunjungan tersebut membuka peluang bagi masyarakat untuk menjalankan usaha perdagangan, terutama dalam penyediaan makanan, minuman, dan berbagai barang yang dibutuhkan pengunjung. Kondisi ini memperlihatkan keterkaitan antara kegiatan wisata religi dan aktivitas ekonomi lokal. Madyan et al., dalam kajiannya mengenai kawasan wisata religi Sunan Ampel di Surabaya, membahas hubungan antara kegiatan wisata religi dan aktivitas ekonomi masyarakat di sekitar

<sup>16</sup> Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, edisi ke-4 (Los Angeles: SAGE Publications, 2020).

<sup>17</sup> Creswell dan Poth, *Qualitative Inquiry and Research Design*.

destinasi.<sup>18</sup> Temuan tersebut dapat menjadi pembanding untuk memahami konteks UMKM di Troloyo, meskipun karakteristik kedua lokasi tidak dapat disamakan sepenuhnya.

Dalam penelitian ini, keberadaan wisata religi dipahami sebagai konteks yang menyediakan peluang pasar bagi pelaku UMKM. Namun, peluang tersebut tidak dengan sendirinya menjamin penerapan nilai-nilai ekonomi syariah. Kualitas praktik usaha tetap berkaitan dengan perilaku pedagang, cara bertransaksi, tanggung jawab terhadap konsumen, dan hubungan sosial antarpelaku usaha. Oleh karena itu, pembahasan diarahkan pada bagaimana nilai-nilai ekonomi syariah diwujudkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

## Karakteristik UMKM yang Diteliti

Informan penelitian terdiri atas tujuh pelaku UMKM yang menjalankan usaha dengan jenis produk berbeda, yaitu warung kopi, minuman, pentol khas, kerupuk dan produk terkait, aksesoris, kerupuk, serta es smoothies. Keragaman tersebut memberikan konteks untuk memahami penerapan nilai ekonomi syariah pada kegiatan perdagangan dengan karakteristik produk yang berbeda.

Pada usaha makanan dan minuman, perhatian terhadap kondisi, kebersihan, dan kelayakan produk menjadi aspek penting dalam transaksi. Sementara itu, pada penjualan kerupuk dan aksesoris, keterbukaan informasi mengenai harga, jenis, dan kesesuaian barang dengan kesepakatan menjadi aspek yang relevan. Perbedaan karakteristik produk tersebut menunjukkan bahwa penerapan nilai ekonomi syariah perlu dilihat berdasarkan praktik konkret yang sesuai dengan jenis usaha masing-masing.

Meskipun demikian, terdapat prinsip umum yang relevan bagi seluruh informan, yaitu kejujuran dalam memberikan informasi, keadilan dalam memperlakukan konsumen, amanah dalam memenuhi kesepakatan, *ta'awun* dalam membangun hubungan sosial, dan kerja keras dalam mempertahankan usaha. Amalia menjelaskan etika bisnis Islam dalam konteks usaha kecil melalui sejumlah aspek, termasuk pengelolaan usaha, pemasaran, produk, dan harga.<sup>19</sup> Kerangka tersebut relevan untuk membaca praktik UMKM Troloyo, dengan tetap menjadikan data lapangan sebagai dasar utama penarikan kesimpulan.

## Penerapan Nilai Kejujuran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kejujuran dalam praktik UMKM di sekitar Wisata Religi Troloyo berkaitan dengan keterbukaan informasi harga dan kondisi produk. Penyampaian harga secara jelas membantu konsumen mengetahui nilai yang harus dibayarkan sebelum melakukan transaksi. Demikian pula, informasi mengenai produk diperlukan agar keputusan pembelian didasarkan pada keadaan barang yang sebenarnya.

Kejujuran dalam kegiatan perdagangan tidak hanya berkaitan dengan ketepatan penyampaian harga, tetapi juga dengan kesesuaian informasi yang diberikan kepada konsumen. Apabila kondisi produk berbeda dari keterangan penjual, konsumen berpotensi mengambil keputusan berdasarkan informasi yang tidak memadai. Keadaan tersebut dapat memengaruhi kepercayaan dan kualitas hubungan antara penjual dan pembeli. Dalam konteks etika bisnis Islam, pembahasan Amalia mengenai praktik usaha kecil memberikan landasan untuk menelaah pentingnya etika dalam penyampaian informasi dan pengelolaan produk.<sup>20</sup>

<sup>18</sup> Muhammad Madyan, Himmatul Kholidah, Dina Fitrisia S., dan Nisful Laila, "Dampak Ekonomi Wisata Religi, Studi Kasus Kawasan Wisata Sunan Ampel Surabaya," *BISMA (Bisnis dan Manajemen)* 7, no. 2 (2018): 101–106, <https://doi.org/10.26740/bisma.v7n2.p101-106>

<sup>19</sup> Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2014): 133–142, <https://doi.org/10.15408/aiq.v6i1.1373>

<sup>20</sup> Amalia, "Etika Bisnis Islam," 133–142.

Salah satu temuan yang perlu diperhatikan adalah pengalaman pengunjung mengenai minuman yang rasa atau kondisinya telah berubah. Temuan ini merupakan indikasi adanya persoalan yang perlu dicermati dalam pengendalian kualitas produk. Akan tetapi, pengalaman seorang pengunjung tidak cukup untuk menyimpulkan bahwa seluruh pedagang melakukan praktik yang tidak jujur. Temuan tersebut lebih tepat dipahami sebagai pengingat bahwa keterbukaan informasi harus disertai perhatian terhadap kondisi produk yang dijual.

Secara analitis, penerapan kejujuran pada UMKM Troloyo perlu dinilai dari konsistensi antara informasi yang diberikan dan kondisi produk yang diterima konsumen. Pemeriksaan produk sebelum dijual, pemisahan produk yang mengalami penurunan kualitas, dan penyampaian informasi secara terbuka merupakan langkah yang dapat direkomendasikan untuk memperkuat praktik tersebut. Langkah-langkah ini merupakan implikasi dari temuan, bukan pernyataan bahwa seluruh informan telah melaksanakannya.

## **Penerapan Nilai Keadilan**

Nilai keadilan dalam penelitian ini berkaitan dengan kewajaran pelayanan, kejelasan harga, dan kesesuaian antara barang yang diterima dengan pembayaran. Penetapan harga yang konsisten bagi konsumen dalam kondisi transaksi yang sebanding dapat membantu menciptakan perlakuan yang wajar. Kejelasan harga juga mengurangi ketidakpastian sehingga konsumen dapat mempertimbangkan keputusan pembelian secara lebih baik.

Keadilan tidak selalu berarti bahwa semua produk harus memiliki harga yang sama. Perbedaan harga dapat diterima apabila didasarkan pada perbedaan jenis produk, ukuran, kualitas, atau biaya yang relevan. Oleh karena itu, aspek yang perlu diperhatikan adalah kewajaran dasar penetapan harga, keterbukaan informasi, serta kesesuaian transaksi dengan kesepakatan. Prinsip ini sejalan dengan pembahasan Doktoralina et al. mengenai relevansi nilai-nilai Islam, termasuk keadilan, dalam pengembangan usaha mikro dan kecil.<sup>21</sup>

Dalam konteks UMKM Troloyo, penerapan keadilan perlu dipahami melalui pengalaman transaksi yang dialami konsumen dan praktik pelayanan yang dilakukan pedagang. Perlakuan yang wajar berpotensi mendukung kepercayaan konsumen, sedangkan perbedaan perlakuan tanpa alasan yang jelas dapat menimbulkan persepsi ketidakadilan. Dengan demikian, konsistensi pelayanan, keterbukaan harga, dan pemenuhan kesepakatan merupakan aspek yang relevan untuk memperkuat nilai keadilan dalam kegiatan usaha.

## **Penerapan Nilai Amanah**

Nilai amanah berkaitan dengan tanggung jawab pelaku usaha dalam memenuhi kesepakatan transaksi, menjaga kualitas produk, dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Dalam kegiatan jual beli, konsumen membayar dengan harapan memperoleh barang sesuai dengan informasi dan kesepakatan yang telah diberikan. Tanggung jawab terhadap kesesuaian produk menjadi salah satu bentuk konkret dari amanah dalam aktivitas perdagangan.

Amanah memiliki hubungan erat dengan kejujuran, tetapi keduanya memiliki penekanan yang berbeda. Kejujuran berkaitan dengan kebenaran informasi yang disampaikan, sedangkan amanah menekankan tanggung jawab untuk melaksanakan kesepakatan dan menjaga kepercayaan. Seorang pedagang tidak cukup hanya menyampaikan informasi secara benar, tetapi juga perlu berupaya memastikan bahwa barang yang diserahkan sesuai dengan informasi tersebut.

---

<sup>21</sup> Caturida Meiwanto Doktoralina et al., "Islamic Values in Coastal SME Education: A Model for Sustainable Development," *TARBIYA: Journal of Education in Muslim Society* 11, no. 2 (2024): 105–114, <https://doi.org/10.15408/tjems.v11i2.43868>

Dalam konteks penjualan makanan dan minuman, tanggung jawab ini mencakup perhatian terhadap kondisi produk sebelum dijual. Sementara itu, pada penjualan barang lainnya, amanah berkaitan dengan kesesuaian jenis, jumlah, dan kondisi barang dengan kesepakatan. Pengalaman pengunjung mengenai perubahan rasa atau kondisi minuman menjadi catatan penting bahwa tanggung jawab terhadap mutu perlu dilaksanakan secara konsisten.

Secara konseptual, amanah dapat mendukung hubungan jangka panjang antara pelaku UMKM dan konsumen. Kepercayaan yang terpelihara berpotensi mendorong pembelian ulang dan membangun reputasi usaha. Sebaliknya, ketidaksesuaian produk dengan harapan konsumen dapat mengurangi kepercayaan. Oleh karena itu, penerapan amanah perlu dinilai melalui tindakan nyata dalam memenuhi kesepakatan, bukan hanya melalui pernyataan mengenai pentingnya menjaga kepercayaan.

## **Penerapan Nilai Ta'awun**

Nilai *ta'awun* atau tolong-menolong dalam penelitian ini berkaitan dengan hubungan sosial antarpedagang, terutama sikap saling membantu, menjaga kerukunan, dan memberikan dukungan ketika diperlukan. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi tidak hanya melibatkan kepentingan individual, tetapi juga berlangsung dalam lingkungan sosial yang mempertemukan pelaku usaha setiap hari.

Persaingan merupakan bagian dari kegiatan perdagangan karena pedagang dapat menawarkan produk kepada kelompok konsumen yang sama. Namun, persaingan tidak harus menghilangkan sikap saling menghormati dan membantu. Dalam konteks ini, *ta'awun* dapat diwujudkan melalui bantuan yang wajar, komunikasi yang baik, dan upaya menjaga hubungan sosial tanpa merugikan pelaku usaha lain.

Pembahasan Mukhoyyaroh et al. mengenai etika bisnis Islam dan integrasi nilai lokal dalam UMKM dapat menjadi perspektif pembanding untuk memahami pentingnya nilai etis dan tanggung jawab sosial dalam praktik usaha.<sup>22</sup> Dalam penelitian Troloyo, hubungan antarpedagang perlu dibaca berdasarkan pengalaman dan interaksi yang benar-benar ditemukan di lapangan.

Dengan demikian, *ta'awun* merupakan dimensi sosial dalam penerapan ekonomi syariah. Hubungan yang baik antarpedagang berpotensi menciptakan lingkungan perdagangan yang lebih kondusif bagi penjual maupun pengunjung. Namun, keberadaan hubungan sosial yang harmonis tidak secara otomatis membuktikan bahwa semua aspek kegiatan usaha telah sesuai dengan prinsip ekonomi syariah. Penilaiannya tetap perlu mempertimbangkan praktik konkret yang ditemukan selama penelitian.

## **Penerapan Nilai Kerja Keras**

Nilai kerja keras terlihat dari ketekunan pelaku UMKM dalam mempertahankan usaha ketika menghadapi perubahan jumlah pembeli, kondisi cuaca, dan biaya bahan baku. Dalam usaha skala kecil, perubahan kondisi tersebut dapat memengaruhi kegiatan penjualan dan pendapatan harian. Oleh sebab itu, kemampuan untuk terus menjalankan usaha dan menyesuaikan diri dengan keadaan menjadi aspek penting dalam keberlangsungan usaha.

Berdasarkan temuan dalam skripsi sumber, pelaku UMKM berupaya mempertahankan aktivitas usaha, menghadapi kondisi yang beragam, dan menjaga kualitas produk meskipun menghadapi perubahan biaya bahan baku. Temuan tersebut memperlihatkan adanya upaya untuk bertahan di tengah ketidakpastian lingkungan usaha. Meskipun demikian, kerja keras tidak seharusnya hanya diukur dari

---

<sup>22</sup> Mukhoyyaroh Mukhoyyaroh et al., "Moderation as Cultural Negotiation: Islamic Business Ethics and Local Value Integration in Indonesian Chinese Muslim Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs)," *Jurnal Indo-Islamika* 15, no. 1 (2025): 50–64, <https://doi.org/10.15408/jii.v15i1.47001>

lamanya waktu berjualan atau besarnya upaya memperoleh pendapatan, tetapi juga perlu dipahami bersama tanggung jawab terhadap produk dan konsumen.

Dalam perspektif ekonomi syariah, kerja keras perlu berjalan seiring dengan kejujuran, keadilan, dan amanah. Kesungguhan memperoleh penghasilan tidak dapat dijadikan alasan untuk mengabaikan kualitas produk atau menyampaikan informasi yang tidak sesuai dengan keadaan barang. Kajian Doktoralina et al. mengenai nilai-nilai Islam dalam pengembangan UMKM memberikan perspektif untuk menghubungkan penerapan nilai etis dengan keberlanjutan usaha.<sup>23</sup>

Dengan demikian, kerja keras dan etika usaha merupakan dua aspek yang saling melengkapi. Kerja keras mendukung upaya mempertahankan usaha, sedangkan nilai-nilai etis memberikan pedoman agar kegiatan ekonomi dijalankan secara bertanggung jawab.

### **Faktor Pendukung Penerapan Nilai Ekonomi Syariah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan Wisata Religi Troloyo menjadi salah satu faktor pendukung kegiatan UMKM karena menyediakan peluang pasar melalui kunjungan peziarah. Pengunjung berpotensi membeli makanan, minuman, dan barang lain selama berada di kawasan tersebut. Kondisi ini memberi kesempatan bagi pelaku usaha untuk menawarkan produk dan membangun hubungan transaksi dengan konsumen.

Hubungan antara wisata religi dan aktivitas ekonomi lokal juga dibahas oleh Febrianti dan Handoko dalam tinjauan sistematis mengenai dampak ekonomi wisata religi di Indonesia. Kajian tersebut mengidentifikasi potensi kontribusi wisata religi terhadap pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan UMKM, meskipun manfaat ekonomi tidak selalu terdistribusi secara merata.<sup>7</sup> Temuan tersebut memberikan konteks yang relevan untuk memahami peluang ekonomi di Troloyo, tetapi tidak dapat digunakan sebagai bukti langsung mengenai besarnya dampak ekonomi di lokasi penelitian ini.

Faktor pendukung lainnya adalah dukungan pemerintah desa, terutama melalui penyediaan kios dan program pembinaan UMKM sebagaimana dicatat dalam skripsi sumber. Penyediaan kios dapat membantu pelaku usaha menjalankan kegiatan perdagangan, sedangkan pembinaan berpotensi memperkuat kemampuan pengelolaan usaha dan pemahaman mengenai praktik transaksi yang baik. Apabila diarahkan secara tepat, dukungan kelembagaan dapat menjadi sarana untuk memperkuat penerapan kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam kegiatan usaha.

Meskipun demikian, keberadaan peluang pasar dan fasilitas usaha tidak secara otomatis menjamin konsistensi penerapan nilai ekonomi syariah. Kondisi tersebut perlu disertai dengan kesadaran pelaku usaha, praktik transaksi yang bertanggung jawab, serta pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian, faktor pendukung menyediakan lingkungan yang memungkinkan usaha berkembang, sedangkan penerapan nilai-nilai ekonomi syariah tetap bergantung pada perilaku dan praktik nyata pelaku usaha.

### **Faktor Penghambat Penerapan Nilai Ekonomi Syariah**

Penelitian ini mengidentifikasi persaingan usaha, kondisi cuaca, ketidakpastian jumlah pembeli, dan keterbatasan program pembinaan sebagai faktor yang menghadirkan tantangan bagi pelaku UMKM. Persaingan dapat mendorong pedagang untuk mempertahankan kualitas produk dan pelayanan. Namun, persaingan baru menjadi persoalan etis apabila disertai tindakan yang merugikan pihak lain, penyampaian informasi yang menyesatkan, atau perlakuan yang tidak wajar terhadap konsumen.

---

<sup>23</sup> Doktoralina et al., "Islamic Values in Coastal SME Education," 105–114.

Kondisi cuaca dan jumlah pengunjung yang berubah-ubah juga memengaruhi situasi usaha. Perubahan jumlah pembeli dapat menyebabkan penjualan harian tidak stabil, sedangkan kondisi cuaca dapat memengaruhi kenyamanan pengunjung dan aktivitas perdagangan. Kedua keadaan tersebut lebih tepat dipahami sebagai tantangan lingkungan usaha daripada sebagai bukti langsung adanya pelanggaran terhadap nilai ekonomi syariah.

Tantangan lainnya adalah keterbatasan program pembinaan UMKM, termasuk keterbatasan anggaran dan cakupan penerima program yang masih terbatas sebagaimana dicatat dalam skripsi sumber. Keterbatasan tersebut berpotensi mengurangi kesempatan pelaku usaha memperoleh pendampingan yang sesuai dengan kebutuhannya. Padahal, pembinaan yang berkelanjutan dapat membantu pelaku UMKM memperkuat pengelolaan usaha, menjaga kualitas produk, meningkatkan pelayanan, dan memahami penerapan etika bisnis dalam transaksi sehari-hari.

Berdasarkan temuan tersebut, penguatan penerapan nilai ekonomi syariah tidak cukup hanya diarahkan pada individu pelaku usaha. Dukungan kelembagaan juga diperlukan agar pelaku UMKM memiliki akses terhadap pembinaan yang relevan. Program pendampingan dapat memprioritaskan praktik yang langsung berhubungan dengan kegiatan perdagangan, seperti pemeriksaan kondisi produk, keterbukaan harga, pemenuhan kesepakatan, dan penguatan hubungan sosial antarpedagang.

## Sintesis Temuan

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan nilai ekonomi syariah pada UMKM di sekitar Wisata Religi Troloyo tercermin dalam praktik transaksi, hubungan sosial, dan upaya mempertahankan usaha. Kejujuran berkaitan dengan keterbukaan informasi harga dan kondisi produk; keadilan berkaitan dengan kewajaran perlakuan serta kesesuaian transaksi; amanah menekankan tanggung jawab dalam memenuhi kesepakatan; *ta'awun* terlihat dalam hubungan saling membantu antarpedagang; sedangkan kerja keras tercermin dalam ketekunan menghadapi perubahan keadaan usaha.

Meskipun demikian, penerapan nilai-nilai tersebut perlu dipahami secara proporsional. Pengalaman pengunjung mengenai perubahan rasa atau kondisi minuman menunjukkan adanya aspek pengendalian kualitas yang perlu mendapat perhatian. Temuan ini tidak cukup untuk menggeneralisasikan perilaku seluruh pedagang, tetapi memberikan indikasi bahwa penerapan nilai kejujuran dan amanah perlu didukung oleh tindakan yang dapat diamati, khususnya dalam menjaga kondisi produk dan menyampaikan informasi kepada konsumen.

Di sisi lain, hubungan sosial antarpedagang dan dukungan pemerintah desa menjadi konteks yang berpotensi membantu kegiatan usaha. Namun, persaingan, perubahan cuaca, ketidakpastian jumlah pembeli, dan keterbatasan pembinaan tetap menjadi tantangan yang perlu diperhatikan. Oleh karena itu, penguatan nilai ekonomi syariah memerlukan keterpaduan antara komitmen individu pelaku usaha dan dukungan lingkungan kelembagaan.

Kontribusi utama temuan ini terletak pada penggambaran penerapan nilai ekonomi syariah dalam praktik UMKM di kawasan wisata religi yang spesifik. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa penerapan nilai ekonomi syariah tidak cukup dinilai dari pengakuan terhadap prinsip-prinsip etis, tetapi perlu dilihat melalui konsistensi tindakan dalam transaksi dan hubungan sosial. Kesimpulan ini terbatas pada konteks informan dan lokasi yang diteliti, sehingga tidak dimaksudkan untuk mewakili seluruh UMKM di kawasan wisata religi lainnya.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM yang menjadi informan telah menunjukkan penerapan nilai-nilai ekonomi syariah dalam aktivitas usaha di sekitar Wisata Religi Troloyo, Desa Sentonorejo, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Penerapan tersebut tampak

dalam interaksi dengan konsumen maupun hubungan antarpedagang, tetapi bentuk dan tingkat konsistensinya berbeda-beda.

Nilai kejujuran diwujudkan melalui keterbukaan mengenai harga dan informasi produk. Meskipun demikian, pengalaman pengunjung mengenai minuman yang rasa atau kondisinya berubah memperlihatkan perlunya menjaga konsistensi informasi dan pemeriksaan kualitas produk. Nilai keadilan terlihat dari pelayanan yang wajar dan penetapan harga yang sama kepada konsumen dalam kondisi transaksi yang sebanding. Nilai amanah tercermin dalam upaya menjaga mutu produk, memenuhi kesepakatan, dan memelihara kepercayaan pembeli.

Nilai ta'awun muncul melalui sikap saling membantu, menjaga kerukunan, dan mendukung sesama pedagang ketika diperlukan. Nilai kerja keras tampak pada ketekunan mempertahankan usaha, menyesuaikan diri dengan perubahan jumlah pembeli, serta berupaya menjaga produk dan pelayanan. Faktor pendukung utama ialah potensi kunjungan wisata religi dan dukungan pemerintah desa melalui penyediaan kios serta pembinaan. Adapun faktor penghambat meliputi persaingan, cuaca, jumlah pembeli yang tidak menentu, dan keterbatasan jangkauan program pembinaan.

Secara umum, penerapan nilai ekonomi syariah dapat berperan sebagai landasan moral dalam menjalankan usaha dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen maupun sesama pedagang. Namun, temuan ini bersifat kontekstual dan tidak dapat digeneralisasi untuk seluruh UMKM. Penguatan konsistensi praktik, terutama dalam menjaga kualitas produk dan menyampaikan informasi yang benar, menjadi salah satu kebutuhan yang terlihat dari hasil penelitian.

## **IMPLIKASI DAN SARAN**

### **Bagi Pelaku UMKM**

Pelaku UMKM disarankan mempertahankan keterbukaan dalam menyampaikan harga dan kondisi produk. Untuk produk makanan dan minuman, pemeriksaan kondisi produk sebelum dijual dapat menjadi kebiasaan penting agar konsumen tidak menerima barang yang kualitasnya telah menurun. Apabila terdapat kekurangan atau perubahan kondisi, informasi perlu disampaikan secara jelas sehingga pembeli dapat menentukan pilihan dengan sadar.

Pelaku usaha juga perlu menjaga kesesuaian jumlah atau porsi dengan pembayaran, menerapkan pelayanan yang wajar kepada setiap konsumen, dan memenuhi kesepakatan transaksi. Hubungan dengan pedagang lain dapat terus dipelihara melalui sikap saling membantu dan persaingan yang sehat. Ketekunan menjalankan usaha sebaiknya berjalan seiring dengan tanggung jawab terhadap konsumen.

### **Bagi Pemerintah Desa dan Pengelola Kawasan**

Pemerintah desa dan pengelola kawasan dapat memperkuat pembinaan UMKM melalui sosialisasi dan pendampingan yang menjangkau pelaku usaha secara lebih merata. Materi pembinaan dapat mencakup pengelolaan kualitas produk, kebersihan dan kelayakan barang yang dijual, komunikasi dengan konsumen, penetapan harga yang transparan, dan prinsip etika usaha. Pelaksanaan pembinaan sebaiknya memperhatikan kebutuhan nyata pedagang serta keterbatasan waktu dan sumber daya mereka.

Dukungan fasilitas dan pembinaan juga dapat disertai komunikasi berkala dengan pelaku UMKM untuk mengetahui tantangan yang mereka hadapi, seperti perubahan jumlah pengunjung, cuaca, dan persaingan. Langkah tersebut dapat membantu pengelola kawasan memahami kebutuhan pelaku usaha tanpa menganggap seluruh pedagang mempunyai situasi yang sama.

### **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian selanjutnya dapat memperluas jumlah informan, melibatkan lebih banyak jenis usaha, dan memperdalam sudut pandang konsumen. Peneliti juga dapat melakukan pengamatan pada waktu kunjungan yang berbeda agar variasi aktivitas usaha terlihat lebih utuh. Kajian lanjutan dapat

membandingkan penerapan nilai ekonomi syariah di beberapa kawasan wisata religi atau menelaah secara lebih khusus praktik kejujuran dan amanah dalam pengelolaan kualitas produk. Perluasan tersebut dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara nilai ekonomi syariah dan praktik usaha mikro.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Fitri. "Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2014): 133–142. <https://doi.org/10.15408/aiq.v6i1.1373>.
- Doktoralina, Caturida Meiwanto, et al. "Islamic Values in Coastal SME Education: A Model for Sustainable Development." *TARBIYA: Journal of Education in Muslim Society* 11, no. 2 (2024): 105–114. <https://doi.org/10.15408/tjems.v11i2.43868>.
- Febrianti, Kayyisah Fathin, and Luqman Hakim Handoko. "The Economic Impact of Religious Tourism in Indonesia: A Systematic Literature Review (SLR)." *Jurnal Magister Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2025): 791–809. <https://doi.org/10.14421/jmes.2025.041-05>.
- Islamiyah, Milatul, and Holis. "Potensi Wisata Religi Syaikhona Kholil Bangkalan pada Pengembangan UMKM." *SIWAYANG Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Pariwisata, Kebudayaan, dan Antropologi* 2, no. 1 (2022): 29–38. <https://doi.org/10.54443/siwayang.v2i1.498>.
- Madyan, M., Himmatul Kholidah, Dina Fitrisia S., and Nisful Laila. "Dampak Ekonomi Wisata Religi, Studi Kasus Kawasan Wisata Sunan Ampel Surabaya." *BISMA (Bisnis dan Manajemen)* 7, no. 2 (2015): 101–106. <https://doi.org/10.26740/bisma.v7n2.p101-106>.
- Mukhoyyaroh, Mukhoyyaroh, et al. "Moderation as Cultural Negotiation: Islamic Business Ethics and Local Value Integration in Indonesian Chinese Muslim Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs)." *Jurnal Indo-Islamika* 15, no. 1 (2025): 50–64. <https://doi.org/10.15408/jii.v15i1.47001>.
- Nurfebieni, Wahyu, Moh. Mukhsinin Syu'aibi, and Ifdholul Maghfur. "Analisis Dampak Wisata Religi terhadap Peningkatan Ekonomi Street Vendors di Kawasan Masjid Agung Al-Anwar Kota Pasuruan." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 9 (2024): 5819–5829. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i9.2512>