

Penerapan Prinsip Syariah & BMC dalam UMKM pada Brand Moko Donuts Kota Parepare

Muh. Fiqri Alif Utama¹, Muh. Akram Iswan², Hera Basri³, St. Aulia⁴, Rezki Fani⁵

¹²³⁴⁵ Departement of Sharia Financial Management, Faculty of Islamic Economics and Business, Institut Agama Islam Negeri Parepare, Indonesia
*fautamaaa@gmail.com¹, *Akramiswan09@gmail.com², Hera.bas011@gmail.com³,
Endpin7Aul@gmail.com⁴, rezkifani87@gmail.com⁵

Address: Jalan Amal Bakti No. 8, Kelurahan Lembah Harapan, Kecamatan Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan.

Author's correspondence: fautamaaa@gmail.com

Abstract. *This study examines the implementation of sharia principles in the business management of MSME MOKO Donuts in Parepare City and analyzes how these principles are integrated into its business model. Using a qualitative case study approach, data were collected through observation, in-depth interviews with the owner, employees, and customers, and documentation. The analysis is grounded in five core principles of Islamic business ethics: tawhid, justice, free will, responsibility, and truthfulness. The findings indicate that MOKO Donuts has consistently applied sharia principles across operational, human resource, financial, and service dimensions, including the use of Islamic financial institutions to avoid riba. This study contributes to the literature by demonstrating that the integration of sharia principles with a structured business model can support ethical governance, customer trust, and business sustainability in MSMEs.*

Keywords: *Sharia Principles, Islamic Business Ethics, MSMEs, Halal Business Practices, and Entrepreneurship.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan UMKM MOKO Donuts di Kota Parepare serta keterintegrasiannya dalam model bisnis usaha. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus melalui observasi, wawancara mendalam dengan pemilik, karyawan, dan konsumen, serta dokumentasi. Analisis didasarkan pada lima prinsip etika bisnis Islam, yaitu tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MOKO Donuts telah menerapkan prinsip syariah secara konsisten dalam aspek operasional, sumber daya manusia, keuangan, dan pelayanan, termasuk pemanfaatan lembaga keuangan syariah untuk menghindari praktik riba. Studi ini memberikan kontribusi dengan menunjukkan bahwa integrasi prinsip syariah dan model bisnis yang terstruktur dapat memperkuat tata kelola etis, kepercayaan konsumen, dan keberlanjutan UMKM.

Kata kunci: Prinsip Syariah, Etika Bisnis Islam, UMKM, Praktik Bisnis Halal, Kewirausahaan

* Muh. Fiqri Alif Utama, fautamaaa@gmail.com

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, baik dalam penciptaan lapangan kerja maupun dalam penguatan ekonomi lokal. Di Indonesia, UMKM berperan sebagai tulang punggung perekonomian dengan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto serta penyerapan tenaga kerja. Perkembangan UMKM dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan yang cukup pesat, khususnya pada sektor food and beverage (F&B) yang dinilai adaptif terhadap perubahan selera konsumen dan perkembangan teknologi. Namun demikian, pertumbuhan kuantitatif tersebut belum selalu diiringi dengan penguatan kualitas tata kelola dan etika bisnis. Oleh karena itu, kajian yang menyoroti aspek nilai dan prinsip dalam pengelolaan UMKM menjadi semakin relevan.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen, aspek etika dan integritas bisnis kini menjadi pertimbangan penting dalam keputusan pembelian. Konsumen tidak hanya menilai produk dari sisi harga dan kualitas, tetapi juga dari cara produk tersebut diproduksi dan dikelola secara moral. Dalam konteks masyarakat Muslim, prinsip syariah menjadi salah satu landasan penting dalam menilai keberterimaan suatu produk dan praktik bisnis. Etika bisnis Islam menekankan nilai tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran sebagai pedoman utama dalam aktivitas ekonomi (Mardani, 2014). Prinsip-prinsip tersebut menempatkan bisnis tidak semata-mata sebagai sarana mencari keuntungan, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah dan tanggung jawab sosial.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah dalam UMKM mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat loyalitas pelanggan. Studi tentang etika bisnis Islam mengungkapkan bahwa praktik usaha yang jujur, adil, dan bertanggung jawab memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan usaha (Srisusilawati & Eprianti, 2017). Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek normatif atau konseptual, sementara kajian empiris yang menggali implementasi prinsip syariah secara mendalam pada level operasional UMKM masih terbatas. Selain itu, sedikit

penelitian yang mengaitkan penerapan prinsip syariah dengan kerangka manajemen bisnis modern secara terintegrasi. Kondisi ini menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu diisi.

Salah satu kerangka manajemen yang banyak digunakan untuk menganalisis dan mengembangkan usaha adalah Business Model Canvas (BMC). BMC membantu pelaku usaha memetakan model bisnis secara sistematis melalui sembilan elemen utama yang saling terhubung (Osterwalder & Pigneur, 2010). Penerapan BMC pada UMKM dinilai efektif dalam membantu perumusan strategi, peningkatan daya saing, dan keberlanjutan usaha (Wahyuni, 2021). Meskipun demikian, penggunaan BMC sering kali berorientasi pada aspek ekonomi dan efisiensi semata, tanpa dikaitkan secara eksplisit dengan nilai-nilai etika atau prinsip syariah. Oleh karena itu, integrasi antara BMC dan etika bisnis Islam menjadi pendekatan yang menarik untuk dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada UMKM MOKO Donuts di Kota Parepare sebagai studi kasus penerapan prinsip syariah dalam pengelolaan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana prinsip-prinsip syariah diterapkan dalam operasional usaha serta bagaimana prinsip tersebut terintegrasi dalam model bisnis yang dijalankan. Dengan menggabungkan perspektif etika bisnis Islam dan kerangka Business Model Canvas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan literatur UMKM berbasis syariah. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan praktis bagi pelaku UMKM dalam membangun usaha yang etis, berkelanjutan, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam penerapan prinsip syariah dalam pengelolaan UMKM. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali makna, nilai, dan praktik sosial yang tidak dapat diukur secara kuantitatif (Afrizal, 2015). Studi kasus digunakan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif dan kontekstual terhadap satu objek penelitian tertentu, yaitu UMKM MOKO Donuts di Kota Parepare. Metode ini relevan karena fokus penelitian tidak bertujuan untuk

generalisasi statistik, melainkan untuk analisis mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Dengan demikian, pendekatan ini dinilai tepat untuk mengkaji implementasi nilai dan etika dalam praktik bisnis.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas operasional usaha, termasuk proses produksi, pelayanan, dan interaksi kerja. Wawancara mendalam dilakukan kepada pemilik usaha sebagai informan kunci, serta kepada karyawan dan konsumen sebagai informan pendukung untuk memperoleh perspektif yang beragam. Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan keterlibatan dan pengetahuan mereka terhadap praktik bisnis yang dijalankan. Dokumentasi digunakan sebagai data pelengkap berupa arsip usaha, foto kegiatan, dan dokumen pendukung lainnya.

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara interpretatif. Data yang diperoleh diklasifikasikan berdasarkan tema-tema yang relevan dengan prinsip etika bisnis Islam dan elemen Business Model Canvas. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pendekatan ini bertujuan meningkatkan kredibilitas dan validitas temuan penelitian. Dengan prosedur tersebut, diharapkan hasil penelitian mampu merepresentasikan kondisi empiris secara akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Prinsip Etika Bisnis Syariah dalam Operasional UMKM

Etika bisnis Islam menempatkan aktivitas ekonomi sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari nilai spiritual dan tanggung jawab sosial. Dalam perspektif Islam, kegiatan usaha tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan material, tetapi juga untuk mencapai kemaslahatan dan keberkahan melalui kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah (Mardani, 2014). Prinsip-prinsip tersebut meliputi tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran yang menjadi landasan moral dalam setiap aktivitas bisnis. Penerapan etika bisnis syariah pada level UMKM menjadi penting karena sektor ini bersentuhan langsung dengan

masyarakat luas dan memengaruhi praktik ekonomi sehari-hari. Oleh karena itu, kajian empiris mengenai implementasi prinsip etika bisnis Islam dalam operasional UMKM memiliki relevansi akademik dan praktis yang kuat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip tauhid menjadi fondasi utama dalam pengelolaan UMKM MOKO Donuts. Prinsip ini tercermin dari kesadaran pemilik usaha bahwa aktivitas bisnis merupakan bagian dari ibadah dan harus dijalankan sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Praktik seperti pemberian ruang bagi karyawan untuk melaksanakan ibadah wajib dan penerapan etika berpakaian yang sopan menunjukkan adanya integrasi nilai spiritual dalam kebijakan internal usaha. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa tauhid menuntut kesatuan antara dimensi vertikal (hubungan dengan Allah) dan dimensi horizontal (hubungan antar manusia) dalam aktivitas ekonomi (Athar, 2020). Dengan demikian, orientasi bisnis tidak semata-mata diarahkan pada efisiensi dan profit, tetapi juga pada kepatuhan nilai dan integritas moral.

Selain prinsip tauhid, prinsip keadilan juga menjadi elemen penting dalam operasional MOKO Donuts. Keadilan dalam etika bisnis Islam dimaknai sebagai perlakuan yang proporsional dan tidak diskriminatif terhadap semua pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha (Srisusilawati & Eprianti, 2017). Temuan penelitian menunjukkan bahwa sistem pengupahan karyawan disesuaikan dengan pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing, sehingga tidak bersifat seragam tetapi proporsional. Penetapan harga produk juga mempertimbangkan kualitas bahan, proses produksi, dan daya beli konsumen. Praktik ini mencerminkan bahwa keadilan dipahami bukan sebagai kesamaan absolut, melainkan sebagai pemberian hak sesuai porsi dan kontribusi.

Prinsip kehendak bebas dalam etika bisnis Islam menekankan bahwa setiap transaksi harus dilakukan atas dasar kerelaan tanpa paksaan. Dalam konteks MOKO Donuts, prinsip ini terlihat dari kebijakan pemasaran yang tidak memaksa konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi produk dilakukan melalui media sosial dan pemberian informasi secara terbuka, sehingga keputusan pembelian sepenuhnya berada di tangan konsumen. Praktik ini sejalan dengan konsep *an taradhin minkum* yang menegaskan bahwa transaksi yang sah harus didasarkan

pada kerelaan kedua belah pihak (Mardani, 2014). Dengan demikian, hubungan antara produsen dan konsumen dibangun atas dasar etika dan saling menghormati, bukan manipulasi pasar.

Prinsip kehendak bebas juga tercermin dalam sikap usaha terhadap kompetitor dan pelaku usaha lain. MOKO Donuts menunjukkan komitmen untuk membangun persaingan yang sehat melalui keterlibatan dalam komunitas kewirausahaan dan kolaborasi antarpelaku UMKM. Sikap ini menunjukkan bahwa kebebasan dalam berusaha tidak dimaknai sebagai kebebasan tanpa batas, tetapi tetap berada dalam koridor etika dan tanggung jawab sosial. Dalam etika bisnis Islam, persaingan dipandang sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas, bukan untuk menjatuhkan pihak lain (Ummu, 2017). Temuan ini memperlihatkan bahwa prinsip kehendak bebas dapat berjalan beriringan dengan nilai kebersamaan dan solidaritas ekonomi.

Prinsip tanggung jawab dalam operasional MOKO Donuts tercermin dalam hubungan internal dan eksternal usaha. Tanggung jawab kepada karyawan diwujudkan melalui ketepatan pembayaran gaji, pemberian izin cuti, serta upaya peningkatan kapasitas melalui pelatihan. Tanggung jawab kepada konsumen terlihat dari komitmen menjaga kualitas produk, kebersihan outlet, dan respons terhadap keluhan pelanggan. Dalam etika bisnis Islam, tanggung jawab dipahami sebagai amanah yang harus dipertanggungjawabkan tidak hanya kepada manusia, tetapi juga kepada Allah SWT (Mursidah, 2017). Oleh karena itu, praktik bisnis yang bertanggung jawab menjadi indikator penting dari kepatuhan syariah.

Prinsip kebenaran melengkapi keseluruhan penerapan etika bisnis syariah dalam operasional usaha. Prinsip ini menuntut adanya kejujuran, transparansi, dan konsistensi dalam setiap proses bisnis, mulai dari pengelolaan bahan baku hingga pelayanan kepada konsumen (Utomo et al., 2022). Temuan penelitian menunjukkan bahwa MOKO Donuts menjaga transparansi harga, tidak melakukan manipulasi dalam transaksi, serta memastikan bahan baku yang digunakan layak dan aman dikonsumsi. Kejujuran dalam pelayanan juga tercermin dari sikap karyawan yang terbuka dalam memberikan informasi kepada konsumen. Praktik ini memperkuat kepercayaan pelanggan dan membangun reputasi usaha yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip etika bisnis syariah pada MOKO Donuts tidak bersifat simbolik atau normatif semata. Prinsip-prinsip tersebut telah terinternalisasi dalam kebijakan internal, budaya kerja, dan interaksi dengan konsumen. Temuan ini memberikan bukti empiris bahwa UMKM mampu mengimplementasikan nilai-nilai Islam secara operasional tanpa menghambat daya saing usaha. Dengan demikian, etika bisnis syariah dapat dipahami sebagai sumber nilai strategis yang mendukung profesionalisme, keberlanjutan, dan legitimasi sosial UMKM.

Pengelolaan Keuangan dan Komitmen Menghindari Praktik Riba

Dalam perspektif ekonomi Islam, pengelolaan keuangan merupakan aspek fundamental yang menentukan kehalalan dan keberkahan suatu aktivitas usaha. Islam menempatkan praktik keuangan tidak hanya sebagai instrumen teknis, tetapi juga sebagai ruang etis yang harus tunduk pada prinsip syariah, terutama larangan riba, gharar, dan maysir (Mardani, 2014). Bagi pelaku UMKM, kepatuhan terhadap prinsip ini sering kali menjadi tantangan karena keterbatasan literasi keuangan dan akses terhadap lembaga keuangan syariah. Namun demikian, kesadaran normatif dan komitmen nilai dapat menjadi faktor pendorong utama dalam membentuk praktik keuangan yang sesuai syariah. Oleh karena itu, kajian mengenai bagaimana UMKM mengelola keuangan dan menghindari riba menjadi penting dalam konteks ekonomi Islam kontemporer.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa MOKO Donuts memiliki komitmen yang jelas untuk menghindari praktik riba dalam pengelolaan keuangan usahanya. Komitmen ini berangkat dari kesadaran religius pemilik usaha yang memandang riba sebagai praktik yang bertentangan dengan nilai Islam dan berpotensi menghilangkan keberkahan usaha. Pemilik usaha secara sadar memilih menggunakan layanan perbankan syariah sebagai sarana transaksi dan penyimpanan dana. Meskipun keputusan ini tidak selalu didasarkan pada pemahaman teknis yang mendalam, orientasi nilai menjadi landasan utama dalam pengambilan keputusan finansial. Temuan ini menguatkan pandangan bahwa dimensi spiritual memiliki pengaruh signifikan dalam perilaku ekonomi pelaku UMKM.

Pemanfaatan lembaga keuangan syariah oleh MOKO Donuts mencerminkan upaya konkret dalam menerapkan prinsip syariah pada aspek finansial. Lembaga keuangan syariah beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil dan akad-akad yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah, sehingga terhindar dari unsur bunga yang dilarang (Muheramtohad, 2017). Penggunaan rekening bank syariah dalam aktivitas operasional harian menunjukkan konsistensi usaha dalam menjaga kehalalan transaksi. Selain itu, langkah ini juga berfungsi sebagai bentuk mitigasi risiko etis dalam pengelolaan keuangan. Dengan demikian, keuangan syariah tidak hanya dipahami sebagai alternatif teknis, tetapi sebagai bagian dari identitas moral usaha.

Selain transaksi operasional, penelitian ini menemukan bahwa MOKO Donuts juga memanfaatkan pembiayaan dari lembaga keuangan syariah untuk pengembangan usaha. Pembiayaan tersebut dilakukan melalui akad yang disediakan oleh bank syariah, sehingga tidak melibatkan unsur riba sebagaimana dalam sistem konvensional. Praktik ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peluang untuk berkembang tanpa harus bergantung pada skema pembiayaan berbasis bunga. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa lembaga keuangan syariah memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan UMKM yang berlandaskan nilai Islam (Muheramtohad, 2017). Dengan demikian, akses terhadap pembiayaan halal menjadi faktor penting dalam keberlanjutan usaha.

Meskipun demikian, penelitian ini juga mengungkap bahwa pemahaman pemilik usaha terhadap konsep keuangan syariah masih bersifat praktis dan belum sepenuhnya konseptual. Pemilihan lembaga keuangan syariah lebih didorong oleh keinginan menghindari riba dibandingkan pemahaman mendalam mengenai mekanisme akad dan prinsip operasionalnya. Kondisi ini mencerminkan realitas umum pelaku UMKM yang sering kali menghadapi keterbatasan literasi keuangan syariah. Namun, keterbatasan tersebut tidak serta-merta mengurangi nilai komitmen etis yang dimiliki. Sebaliknya, hal ini menunjukkan adanya kebutuhan akan pendampingan dan edukasi keuangan syariah yang lebih sistematis bagi UMKM.

Dalam kerangka etika bisnis Islam, pengelolaan keuangan yang bebas riba merupakan bagian dari prinsip tanggung jawab dan kebenaran. Pelaku usaha tidak hanya bertanggung jawab atas keberlangsungan usaha, tetapi juga atas sumber dan cara memperoleh keuntungan (Utomo et al., 2022). Kejujuran dan kehati-hatian dalam memilih sumber pembiayaan mencerminkan kesadaran bahwa keuntungan yang halal menjadi prasyarat tercapainya keberkahan. Oleh karena itu, praktik keuangan syariah pada UMKM tidak dapat dipisahkan dari dimensi moral dan spiritual pelaku usaha. Temuan ini memperlihatkan bahwa etika dan rasionalitas ekonomi dapat berjalan secara simultan.

Pengelolaan keuangan yang berlandaskan prinsip syariah juga berimplikasi pada kepercayaan konsumen dan legitimasi sosial usaha. Konsumen Muslim cenderung memberikan kepercayaan lebih kepada usaha yang menunjukkan komitmen nyata terhadap kehalalan, termasuk dalam aspek finansial. Dengan menghindari riba dan menggunakan lembaga keuangan syariah, MOKO Donuts membangun citra sebagai UMKM yang konsisten antara nilai yang diklaim dan praktik yang dijalankan. Hal ini memperkuat posisi usaha di tengah pasar yang semakin sensitif terhadap isu etika dan integritas bisnis. Dengan demikian, keuangan syariah berfungsi tidak hanya sebagai instrumen internal, tetapi juga sebagai strategi reputasional.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan MOKO Donuts mencerminkan upaya serius untuk menjalankan bisnis sesuai prinsip syariah, meskipun masih menghadapi keterbatasan literasi dan akses. Komitmen menghindari riba dan memanfaatkan lembaga keuangan syariah menjadi indikator penting dari kepatuhan nilai dan integritas usaha. Temuan ini memberikan kontribusi empiris bahwa UMKM mampu mengadopsi praktik keuangan syariah secara bertahap dan kontekstual. Dengan dukungan edukasi dan kebijakan yang tepat, praktik ini berpotensi direplikasi oleh UMKM lain sebagai model pengelolaan keuangan yang etis dan berkelanjutan.

Integrasi Prinsip Syariah dalam Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) merupakan kerangka konseptual yang digunakan untuk memetakan cara organisasi menciptakan, menyampaikan, dan

menangkap nilai secara sistematis. Kerangka ini terdiri atas sembilan elemen utama yang mencakup segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan, dan struktur biaya (Osterwalder & Pigneur, 2010). Dalam konteks UMKM, BMC dipandang sebagai alat strategis yang relatif sederhana namun komprehensif untuk memahami model bisnis secara utuh. Namun, dalam praktiknya, BMC sering digunakan secara value-neutral tanpa mempertimbangkan dimensi etika atau nilai religius. Oleh karena itu, integrasi prinsip syariah ke dalam BMC menjadi pendekatan penting untuk memastikan bahwa strategi bisnis selaras dengan nilai Islam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa MOKO Donuts mengintegrasikan prinsip syariah ke dalam elemen proposisi nilai sebagai bagian dari strategi diferensiasi usaha. Proposisi nilai yang ditawarkan tidak hanya berupa inovasi rasa dan tampilan produk, tetapi juga jaminan kehalalan dan kepatuhan terhadap prinsip etika bisnis Islam. Nilai ini memberikan rasa aman dan kepercayaan bagi konsumen Muslim, yang merupakan mayoritas pasar lokal. Integrasi nilai syariah dalam proposisi nilai memperkuat identitas brand dan meningkatkan legitimasi sosial usaha. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa nilai etis dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif dalam model bisnis (Wahyuni, 2021).

Pada elemen segmen pelanggan, MOKO Donuts menargetkan konsumen muda dan keluarga yang memiliki ketertarikan terhadap produk F&B kekinian sekaligus memperhatikan aspek kehalalan. Segmentasi ini menunjukkan adanya kesesuaian antara karakteristik pasar dan nilai yang ditawarkan oleh usaha. Konsumen tidak hanya diposisikan sebagai pembeli, tetapi juga sebagai mitra nilai yang memiliki kesadaran etis dan religius. Dalam perspektif ekonomi Islam, orientasi terhadap kebutuhan dan nilai konsumen merupakan bagian dari prinsip keadilan dan tanggung jawab sosial. Dengan demikian, segmentasi pelanggan dalam BMC MOKO Donuts tidak semata-mata berbasis demografi, tetapi juga berbasis nilai.

Saluran distribusi yang digunakan MOKO Donuts mencerminkan adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perilaku konsumen modern. Penggunaan outlet fisik yang dipadukan dengan platform digital seperti layanan pesan antar

menunjukkan fleksibilitas model bisnis. Integrasi prinsip syariah dalam elemen ini terlihat dari komitmen menjaga kejujuran, transparansi harga, dan kualitas produk di seluruh saluran distribusi. Dalam etika bisnis Islam, konsistensi antara janji dan praktik merupakan bagian dari prinsip kebenaran (Utomo et al., 2022). Oleh karena itu, saluran distribusi tidak hanya berfungsi sebagai media penjualan, tetapi juga sebagai ruang implementasi nilai etika.

Elemen hubungan pelanggan dalam BMC MOKO Donuts dibangun melalui pelayanan yang ramah, komunikatif, dan berorientasi pada kepuasan konsumen. Hubungan ini diperkuat melalui interaksi aktif di media sosial, program loyalitas, dan respons terhadap umpan balik pelanggan. Prinsip tanggung jawab dan kebenaran tercermin dalam cara usaha menangani keluhan konsumen secara terbuka dan adil. Pendekatan ini sejalan dengan konsep muamalah yang menekankan pentingnya amanah dan kepercayaan dalam hubungan ekonomi (Mardani, 2014). Dengan demikian, hubungan pelanggan tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga relasional dan etis.

Pada aspek sumber pendapatan, MOKO Donuts memperoleh pendapatan utama dari penjualan produk di outlet dan kanal digital. Integrasi prinsip syariah terlihat dari komitmen untuk memastikan bahwa seluruh pendapatan diperoleh melalui transaksi yang halal dan transparan. Tidak terdapat praktik manipulasi harga atau penjualan yang menyesatkan konsumen. Dalam perspektif Islam, sumber pendapatan yang halal merupakan syarat utama diterimanya hasil usaha secara moral dan spiritual (Utomo et al., 2022). Oleh karena itu, elemen revenue streams dalam BMC dipahami tidak hanya sebagai aspek finansial, tetapi juga sebagai aspek etis.

Sumber daya utama dan aktivitas utama dalam BMC MOKO Donuts juga mencerminkan integrasi nilai syariah. Sumber daya seperti tenaga kerja, resep produk, dan identitas brand dikelola dengan prinsip keadilan dan tanggung jawab. Aktivitas utama seperti produksi, pemasaran, dan inovasi produk dilakukan dengan memperhatikan standar kualitas dan kehalalan. Praktik ini menunjukkan bahwa prinsip syariah tidak berada di luar sistem manajemen, tetapi terinternalisasi dalam

proses operasional. Dengan demikian, BMC berfungsi sebagai kerangka yang menghubungkan nilai, strategi, dan praktik bisnis secara konkret.

Elemen kemitraan dan struktur biaya melengkapi integrasi prinsip syariah dalam model bisnis MOKO Donuts. Kemitraan dengan pemasok dan platform distribusi dipilih berdasarkan kesesuaian nilai dan profesionalisme, sementara struktur biaya dikelola secara efisien tanpa mengorbankan kualitas dan etika. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip keseimbangan dalam ekonomi Islam, yang menekankan efisiensi tanpa eksploitasi. Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa integrasi prinsip syariah dalam Business Model Canvas memungkinkan UMKM mengembangkan strategi bisnis yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga etis dan berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa UMKM MOKO Donuts di Kota Parepare telah menerapkan prinsip-prinsip syariah secara konsisten dalam aspek operasional, sumber daya manusia, pelayanan, dan pengelolaan keuangan, serta mengintegrasikannya dengan model bisnis yang terstruktur melalui Business Model Canvas. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam tidak hanya bersifat normatif, tetapi dapat dioperasionalkan secara nyata dan mendukung tata kelola usaha yang etis, kepercayaan konsumen, dan keberlanjutan bisnis UMKM. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada satu objek studi kasus sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi secara luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak UMKM dengan karakteristik berbeda serta menggunakan pendekatan komparatif atau mixed methods guna memperkaya analisis. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pelaku UMKM dan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi pengembangan usaha berbasis nilai syariah yang adaptif terhadap tantangan bisnis modern.

DAFTAR REFERENSI

- Afrizal, M. A. 2015. "Metode Penelitian Kualitatif Sebagai Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu."
- Athar, Gadis Arniyati. 2020. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang

- Di Pasar Tradisional Di Kota Binjai Sumatera Utara.” *Wahana Inovasi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat UISU* 9(1):124–34.
- Fadilla, Choiriyah, and H. Aravik. 2021. “Islamic Marketing: Konsep, Filosofi Dan Implementasi.”
- Mandamdari, Nadeira, and Tatang Widjojoko. 2022. “ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) PADA UMKM ALMEIDAH DESA SIWARAK , KECAMATAN KARANGREJA , KABUPATEN.” 3(2):121–29.
- Mardani, Dalam. 2014. “Hukum Bisnis Syariah.” *Jakarta: Kencana Prenada Media Group*.
- McQuillan, Deirdre, and Pamela Sharkey Scott. 2015. “Models of Internationalization: A Business Model Approach to Professional Service Firm Internationalization.” Pp. 309–45 in *Business models and modelling*. Emerald Group Publishing Limited.
- Muheramtohad, Singgih. 2017. “Peran Lembaga Keuangan Syariah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Indonesia.” 8(1):65–77.
- Mursidah, Umi. 2017. “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat).”
- Saputra, Salma, and Daryono Soebagiyo. 2024. “Pengembangan Produk Minuman Mojithoss Pada Program Wirausaha Merdeka Guna Meningkatkan Inovasi Kreativitas UMKM Lokal.” *Determinasi: Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi* 2(4):55–60.
- Srisusilawati, Popon, and Nanik Eprianti. 2017. “Penerapan Prinsip Keadilan Dalam Akad Mudharabah Di Lembaga Keuangan Syariah.” *Law and Justice* 2(1):12–23.
- Ummu, Rifkiana Isna. 2017. “KOMPARASI IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM ANTARA PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN (STUDI PADA PASAR TRADISIONAL MUNTILAN DAN PASAR MODERN HADI SUWARNO).”
- Utomo, Kabul Wahyu, Rizqon Halal Syah Aji, and Havis Aravik. 2022. “Islamic Entrepreneurship: Konsep Berwirausaha Ilahiyah.” *Jakarta: Media Edu Pustaka*.
- Wahyuni, Sri, Jurusan Manajemen, and Universitas Mulawarman. 2021. “Strategi Bussiness Model Canvas (BMC) Bagi Pelaku Usaha Samarinda Dalam Upaya Pengembangan Brand Dan Digitalisasi Produk.” 1(2):81–86.
- Yolanda, Cindy, Uswatun Hasanah, Universitas Tjut, Nyak Dhien, Program Studi, Ekonomi Pembangunan, Universitas Tjut, Nyak Dhien, and Program Studi Manajemen. 2024. “2830-7690 Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia 1.” 2(3):170–86.