

IMRON

By IMRON IMRON

WORD COUNT

5256

TIME SUBMITTED

03-DEC-2025 10:09PM

PAPER ID

119291673

Implementasi Prinsip Pelayanan Syariah Pada Pedagang Kaki Lima Sentra Kuliner MSC (Mandiri Sociopreneur) Sarirogo

Imron*, Ani Faujiah

STAI An Najah Indonesia Mandiri Sidoarjo

*Email: imron.stainim@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi prinsip pelayanan syariah pada pedagang kaki lima di Sentra Kuliner MSC (Mandiri Sociopreneur) Sarirogo Sidoarjo, salah satu unit usaha Wakaf Mandiri yang bergerak di sektor kuliner berbasis syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman pedagang terhadap prinsip pelayanan syariah masih bersifat umum dan belum terinternalisasi secara komprehensif. Nilai-nilai dasar seperti *shiddiq*, amanah, dan ihsan mulai diterapkan dalam interaksi sehari-hari, namun belum mencakup seluruh aspek pelayanan, terutama terkait standar konsistensi, transparansi harga, dan manajemen kebersihan. Temuan penting penelitian ini mengungkap bahwa pedagang di Sentra Kuliner MSC memiliki karakteristik berbeda dibandingkan pedagang kaki lima pada umumnya. Keberadaan mereka dalam ekosistem Wakaf Mandiri membentuk kultur religius yang lebih kuat, tercermin dari rutinitas ibadah, etos kerja, kepatuhan terhadap aturan syariah, serta komitmen moral untuk menjaga amanah sebagai bagian dari pengelolaan aset wakaf. Meskipun tingkat pemahaman konseptual mengenai ekonomi syariah masih terbatas, motivasi mereka untuk menjalankan praktik pelayanan yang sesuai nilai Islam lebih tinggi dibandingkan pedagang yang tidak berada dalam naungan lembaga wakaf. Faktor pendukung implementasi prinsip syariah meliputi lingkungan religius, dukungan manajerial MSC, serta solidaritas antarpedagang. Adapun faktor penghambat mencakup keterbatasan pengetahuan formal tentang ekonomi syariah, belum adanya sistem penilaian kinerja berbasis syariah, serta minimnya waktu untuk mengikuti pelatihan. Penelitian ini merekomendasikan penyusunan pedoman pelayanan syariah tertulis, peningkatan kapasitas melalui pelatihan berkala, serta kolaborasi antara pengelola MSC, pemerintah daerah, dan lembaga pendidikan Islam guna memperkuat praktik bisnis syariah di tingkat usaha mikro.

Kata kunci: Pelayanan Syariah, Pedagang Kaki Lima, Mandiri Sociopreneur Sarirogo

12 **Abstract**

This study aims to analyze the implementation of Islamic service principles among street food vendors at the MSC (Mandiri Sociopreneur) Culinary Center in Sarirogo, Sidoarjo, one of 8 business units under Wakaf Mandiri operating in the sharia-based culinary sector. The research employs a descriptive qualitative approach through observation, in-depth interviews, and documentation. The findings indicate that vendors' understanding of Islamic service principles remains general and has not been comprehensively internalized. Fundamental values such as shiddiq, amanah, and ihsan have begun to be applied in daily interactions, yet they do not fully cover all aspects of service, particularly regarding consistency standards, price transparency, and cleanliness management. A key finding of this study reveals that vendors at the MSC Culinary Center possess distinctive characteristics compared to typical street food vendors. Their involvement in the Wakaf Mandiri ecosystem fosters a stronger religious culture, reflected in regular worship practices, work ethic, adherence to sharia regulations, and a moral commitment to uphold amanah as part of managing waqf-based assets. Although their conceptual understanding of Islamic economics remains limited, their motivation to practice service aligned with Islamic values is higher than that of vendors operating outside waqf-based institutions. Supporting factors for implementing sharia service principles include the religious environment, managerial support from MSC, and strong solidarity among vendors. In

232

contrast, inhibiting factors consist of limited formal knowledge of Islamic economics, the absence of sharia-based performance assessment systems, and limited time for training participation. This study recommends the formulation of written guidelines for Islamic service standards, capacity-building through regular training, and collaborative efforts between MSC managers, local government, and Islamic educational institutions to strengthen sharia-compliant business practices at the micro-enterprise level.

Keywords: *Sharia Service, Street Vendors, Mandiri Sociopreneur Sarirogo*

A. Pendahuluan

Perkembangan sektor ekonomi kreatif dan usaha mikro di Indonesia menunjukkan peran penting pedagang kaki lima (PKL) dalam menggerakkan perekonomian masyarakat (Hutagalung et al., 2025). Sentra Kuliner MSC (Mandiri Sociopreneur) Sarirogo merupakan salah satu wadah pemberdayaan ekonomi berbasis masyarakat yang mengusung konsep kewirausahaan sosial. Namun, dalam konteks ekonomi syariah, keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari keuntungan, tetapi juga dari penerapan prinsip pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah, seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan *ihsan* (Lestari, 2019).

Penerapan prinsip pelayanan syariah penting untuk membangun kepercayaan konsumen dan menjaga keberkahan usaha (Saifuddin, 2025). Fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa sebagian pedagang belum sepenuhnya memahami konsep pelayanan syariah secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menganalisis bagaimana implementasi prinsip pelayanan syariah diterapkan oleh PKL di Sentra Kuliner MSC Sarirogo.²³

Pelayanan yang baik merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam setiap bentuk interaksi sosial dan kegiatan ekonomi, termasuk dalam dunia pendidikan dan bisnis kuliner berbasis syariah (Al Mustaqim, 2023). Dalam konteks kehidupan modern yang serba cepat dan kompetitif, kualitas pelayanan tidak hanya dilihat dari kecepatan atau kenyamanan, tetapi juga dari nilai-nilai etika, kejujuran, dan tanggung jawab moral yang terkandung di dalamnya. Prinsip inilah yang menjadi dasar pelayanan syariah, yaitu pelayanan yang mengedepankan nilai keadilan, amanah, ihsan, dan kepedulian terhadap sesama.

MSC (Mandiri Sociopreneur Center) merupakan unit usaha berbasis wakaf yang dikelola Wakaf Mandiri di bawah naungan Yayasan Yatim Mandiri, lembaga filantropi nasional dengan 51 kantor cabang yang telah memberikan manfaat pendidikan dan pemberdayaan bagi ribuan anak yatim dan dhuafa di Indonesia. MSC hadir sebagai wadah pemberdayaan ekonomi bagi pelaku UMKM di Kabupaten Sidoarjo, sekaligus ruang inkubasi bisnis yang mengintegrasikan produk internal Yatim Mandiri, UMKM lokal, dan jaringan pemasaran wakaf seperti Wmart. Menurut Direktur Wakaf Mandiri, Sugeng Riyadi, MSC memungkinkan kolaborasi antara UMKM, investor, donatur, komunitas *muamalah*, dan masyarakat dalam memperkenalkan

produk UMKM serta mengoptimalkan pemanfaatan aset wakaf secara produktif. MSC juga berfungsi sebagai pusat pengembangan entrepreneur muda melalui pendampingan, pembinaan, serta kemudahan akses pemasaran, sehingga UMKM memiliki peluang lebih besar untuk berkembang. Program ini mendapat apresiasi dari berbagai pihak karena dinilai mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperkuat kedaulatan pangan lokal, serta mendorong masyarakat untuk beragrobisnis dari hulu ke hilir. Selain kegiatan pemberdayaan, MSC bersama Wakaf Mandiri dan Laznas Yatim Mandiri secara rutin mengadakan kegiatan sosial dan keagamaan sebagai bentuk penguatan nilai manfaat bagi masyarakat luas.

Penerapan prinsip pelayanan syariah memiliki relevansi yang sangat kuat dengan kehidupan sehari-hari di lingkungan ICM Boarding School, serta bagi guru, dosen, mahasiswa, dan masyarakat umum (Suryaman, M., Athoillah, M. A., Solehudin, E., & Setiawan, 2023). Bagi anak-anak di boarding school, pelayanan yang baik dan beretika menjadi bagian penting dari pembentukan karakter. Anak-anak tidak hanya belajar melalui materi di kelas, tetapi juga melalui pengalaman hidup sehari-hari termasuk bagaimana mereka diperlakukan oleh petugas asrama, pengelola kantin, maupun tenaga pendidik. Pelayanan yang dilandasi kasih sayang, kejujuran, dan tanggung jawab akan menciptakan suasana asrama yang nyaman, aman, dan mendidik nilai moral Islami secara nyata.

Bagi guru dan dosen, pelayanan yang baik mencerminkan keteladanannya profesional dan menjadi sarana dakwah dalam dunia pendidikan. Mereka tidak hanya berperan sebagai penyampai ilmu, tetapi juga sebagai pelayan umat yang bertanggung jawab memberikan bimbingan dengan adab dan empati. Sementara itu, bagi mahasiswa, penerapan prinsip pelayanan syariah menjadi wadah pembelajaran nyata tentang integritas, tanggung jawab sosial, dan nilai-nilai kewirausahaan islami (*sociopreneurship*). Mahasiswa diharapkan tidak hanya menjadi konsumen layanan, tetapi juga mampu menginternalisasi nilai-nilai pelayanan islami dalam kehidupan dan profesinya kelak (Nurlaila et al., 2024).

Di sisi lain, bagi masyarakat secara umum, pelayanan yang baik dan sesuai prinsip syariah menjadi kebutuhan sosial yang mendesak. Masyarakat tidak hanya menginginkan produk atau jasa yang berkualitas, tetapi juga yang memberikan rasa aman, keadilan, dan keberkahan. Konsep ini sejalan dengan tujuan Mandiri Sociopreneur Center (MSC) Sarirogo, yaitu memberdayakan masyarakat melalui kegiatan ekonomi berbasis etika dan nilai-nilai Islam. Pedagang kaki lima yang tergabung dalam Sentra Kuliner MSC, misalnya, menjadi contoh nyata penerapan prinsip pelayanan syariah dalam sektor ekonomi rakyat. Sikap jujur, ramah,

dan adil dalam melayani pelanggan menjadi modal sosial yang dapat memperkuat kepercayaan dan keberlanjutan usaha.

B. Landasan Teori

Landasan teori dalam penelitian ini menjelaskan bahwa pelayanan syariah merupakan bentuk pelayanan yang berlandaskan nilai-nilai Islam dengan tujuan tidak hanya memberikan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperoleh keberkahan dalam setiap transaksi. Pelayanan ini menekankan keseimbangan antara aspek material dan spiritual, serta mencerminkan akhlak mulia seorang muslim dalam interaksi sosial dan bisnis (Adimah & Oktriawan, 2022). Prinsip utama dalam pelayanan syariah mencakup kejujuran (*shiddiq*), amanah, tanggung jawab (*mas'uliyyah*), keadilan ('*adl*), dan ihsan, yang menjadi pedoman etis dalam setiap kegiatan usaha. Implementasi nilai-nilai tersebut menciptakan hubungan bisnis yang adil, transparan, 30 dan saling menguntungkan antara penjual dan pembeli. Dalam konteks ekonomi mikro, 25 pedagang kaki lima memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat dan tetap harus berpegang pada prinsip halal serta etika bisnis Islam. Penerapan prinsip syariah membantu para pedagang membangun kepercayaan, menjaga kualitas produk, dan memperkuat ikatan sosial dengan konsumen. Sementara itu, konsep Mandiri Sociopreneur (MSC) menjadi wadah pembinaan yang mengintegrasikan nilai bisnis, sosial, dan spiritual dalam praktik ekonomi umat. Program ini menumbuhkan karakter pedagang yang mandiri, inovatif, jujur, dan bertanggung jawab secara moral maupun sosial. Dengan penerapan prinsip pelayanan syariah di Sentra Kuliner MSC Sarirogo, kegiatan ekonomi tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi, tetapi juga menjadi sarana dakwah dan pemberdayaan masyarakat sesuai ajaran Islam.

Konsep Pelayanan Syariah

19

Pelayanan syariah merupakan bentuk pelayanan yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam dan bertujuan untuk mencapai kepuasan pelanggan sekaligus keberkahan dalam setiap transaksi. Konsep ini tidak hanya menekankan pada aspek material seperti kualitas produk dan efisiensi pelayanan, tetapi juga pada aspek moral dan spiritual. Dalam ajaran Islam, pelayanan yang baik mencerminkan akhlak mulia dan tanggung jawab sosial seorang muslim terhadap sesamanya. 16 Oleh karena itu, pelayanan syariah harus mencerminkan nilai-nilai kejujuran (*shiddiq*), amanah, tanggung jawab, keadilan, dan ihsan dalam setiap interaksi dengan pelanggan. Pelayanan yang demikian tidak hanya menciptakan hubungan bisnis yang saling menguntungkan, tetapi juga membangun kepercayaan dan menciptakan nilai ibadah dalam aktivitas ekonomi.

Prinsip-Prinsip Pelayanan Syariah

Dalam teori ekonomi Islam, prinsip pelayanan syariah mencakup beberapa nilai utama yang menjadi pedoman bagi setiap pelaku usaha. Pertama, kejujuran (*shiddiq*), yaitu sikap tidak menipu, tidak mengurangi timbangan, dan memberikan informasi yang benar kepada pelanggan. Kedua, amanah, yaitu menjaga kepercayaan dan memenuhi janji dalam setiap transaksi. Ketiga, keadilan ('*adl*), yang berarti tidak menzalimi pembeli, baik melalui harga yang tidak wajar maupun kualitas barang yang tidak sesuai. Keempat, ihsan, yaitu memberikan pelayanan terbaik dengan niat ³⁵ibadah kepada Allah SWT, bukan semata-mata karena keuntungan materi. Kelima, tanggung jawab (*mas'uliyyah*), yaitu kesediaan pelaku usaha untuk menanggung akibat dari produk atau layanan yang diberikan. Implementasi prinsip-prinsip ini menjadi dasar bagi terbentuknya sistem pelayanan yang beretika, transparan, dan berkah (Nurlaila et al., 2024).

Pedagang Kaki Lima dan Ekonomi Syariah

Pedagang kaki lima (PKL) merupakan bagian penting dari sektor ekonomi mikro yang berperan dalam menyediakan lapangan kerja dan mendukung perekonomian masyarakat. Meskipun bergerak di sektor informal, aktivitas perdagangan mereka tetap harus berlandaskan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Dalam Islam, setiap bentuk usaha wajib menjunjung tinggi nilai halal, kejujuran, dan etika bisnis yang baik. Dengan menerapkan prinsip syariah, pedagang kaki lima dapat menciptakan kegiatan ekonomi ³¹yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga membawa keberkahan dan kepercayaan dari pelanggan. Selain itu, penerapan nilai-nilai syariah membantu para pedagang membangun reputasi yang baik dan memperkuat hubungan sosial di lingkungan sekitarnya (Nurhadi, N. (2019).

Mandiri Sociopreneur (MSC)

Konsep Mandiri Sociopreneur (MSC) merupakan model kewirausahaan yang menggabungkan nilai bisnis dengan nilai sosial dan spiritual. Program ini bertujuan untuk menciptakan wirausahawan yang mandiri, inovatif, serta memiliki kepedulian sosial tinggi. Di Sentra Kuliner MSC Sariogo, prinsip ini diterapkan dengan membina para pedagang agar tidak hanya fokus pada keuntungan ekonomi, ⁵tetapi juga pada tanggung jawab moral dan sosial terhadap masyarakat. Melalui pendekatan *sociopreneur* berbasis syariah, MSC mendorong terciptanya pedagang kaki lima yang beretika, jujur, dan profesional. Dengan demikian, kegiatan ekonomi yang berlangsung di Sentra Kuliner MSC tidak hanya menghasilkan keuntungan duniawi, tetapi juga menjadi sarana dakwah dan pemberdayaan umat sesuai ajaran Islam (Putri, L. A. J., & Mochklas, n.d.).

C. Metode Penelitian 9

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana implementasi prinsip pelayanan syariah diterapkan oleh pedagang kaki lima di Sentra Kuliner MSC Sarirogo. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang menyeluruh terhadap fenomena sosial yang terjadi di lapangan melalui penggalian makna, sikap, dan perilaku para pelaku usaha dalam konteks nyata (Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, 2022).
Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), di mana peneliti secara langsung terjun ke lokasi untuk mengamati aktivitas pelayanan yang dilakukan oleh pedagang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, guna memperoleh gambaran nyata tentang praktik pelayanan sehari-hari, serta wawancara mendalam dengan para pedagang kaki lima dan konsumen untuk mengetahui persepsi pengalaman, dan pandangan mereka terhadap penerapan nilai-nilai syariah dalam pelayanan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dengan menafsirkan hasil temuan di lapangan secara sistematis, sehingga menghasilkan pemahaman utuh mengenai bentuk, kendala, dan faktor pendukung dalam implementasi prinsip pelayanan syariah pada sektor usaha mikro tersebut.

Penelitian ini dilaksanakan di Sentra Kuliner MSC (Mandiri Sociopreneur) Sarirogo, Sidoarjo, selama periode Maret hingga Oktober 2025 dengan fokus pada aktivitas pedagang kaki lima dalam menerapkan prinsip pelayanan syariah. Sumber data yang digunakan terdiri atas data primer, yaitu hasil wawancara langsung dengan pedagang, pengelola MSC, dan pelanggan, serta data sekunder yang diperoleh dari dokumen, literatur, dan catatan kegiatan program MSC. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi untuk mengamati perilaku pedagang dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, wawancara mendalam dengan 10 pedagang dan 5 pelanggan guna menggali pemahaman dan pengalaman mereka, serta dokumentasi berupa pengumpulan brosur, foto kegiatan, dan laporan pengelola sebagai data pendukung. Seluruh data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan model Miles dan Huberman, yang meliputi proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara sistematis untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai implementasi prinsip pelayanan syariah di lingkungan Sentra Kuliner MSC Sarirogo.
13

Validasi data dalam penelitian ini dilakukan melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik untuk memastikan kredibilitas temuan dan meminimalkan subjektivitas. Triangulasi sumber dilakukan dengan mengonfirmasi data dari pedagang, pengelola MSC, konsumen, serta dokumen pendukung seperti laporan kegiatan dan catatan pelatihan, sementara triangulasi

22 teknik dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari sepuluh pedagang Sentra Kuliner MSC, yang terdiri atas enam pedagang makanan berat (seperti nasi goreng, mie ayam, soto, lalapan, dan ayam geprek) serta empat pedagang makanan ringan dan minuman (seperti gorengan, dessert, kopi, dan minuman kekinian). Lama pengalaman berdagang mereka berkisar antara dua hingga enam tahun, dengan tujuh pedagang memiliki pengalaman sebelum bergabung di MSC dan tiga lainnya merupakan peserta baru dari program inkubasi Wakaf Mandiri. Variasi jenis usaha dan latar belakang pengalaman ini memberikan gambaran komprehensif mengenai implementasi prinsip pelayanan syariah di lingkungan UMKM berbasis wakaf.

D. Hasil Dan Pembahasan

Hasil

Pedagang kaki lima di Sentra Kuliner MSC (Mandiri Sociopreneur) Sariogo merupakan bagian dari salah satu unit usaha Wakaf Mandiri yang berfokus pada pemberdayaan ekonomi umat melalui sektor kuliner berbasis syariah. Para pedagang yang tergabung dalam sentra ini adalah pelaku usaha mikro yang berasal dari masyarakat sekitar dan dibina untuk menjadi wirausahawan mandiri, produktif, serta berakhhlak mulia. Melalui konsep *sociopreneur*, kegiatan usaha mereka tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga menumbuhkan nilai-nilai sosial, kebersamaan, dan keberkahan. Sebagai unit usaha wakaf, Sentra Kuliner MSC berperan dalam menggerakkan ekonomi lokal dengan prinsip syariah, mengedepankan kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan pelayanan yang ihsan. Dengan dukungan pengelolaan profesional dari Wakaf Mandiri, pedagang di MSC Sariogo menjadi contoh nyata penerapan ekonomi Islam yang berkelanjutan, memberdayakan masyarakat, dan memberikan manfaat luas bagi lingkungan sekitarnya.

Beragam varian produk yang dijual oleh pedagang kecil pada sektor kuliner umumnya mencakup kombinasi makanan utama, jajanan ringan, dan minuman siap saji yang disesuaikan dengan preferensi konsumen lokal. Pada kategori makanan utama, pedagang biasanya menyajikan menu seperti bakso, pentol-sempol, nasi soto, mi ayam, serta aneka lauk rumahan yang mudah dipersiapkan dan memiliki daya tarik tinggi bagi pelanggan harian. Sementara itu, jajanan ringan yang populer meliputi gorengan, olahan tepung berbumbu, sate-sate instan, dan makanan cepat saji lain yang diminati terutama oleh pelajar. Pada kategori minuman, produk yang paling sering ditawarkan adalah es teh, es jeruk, teh hangat, minuman kemasan, serta aneka minuman manis berbasis sirup atau susu. Variasi tersebut menunjukkan bahwa pedagang

cenderung mengombinasikan menu berkarakter mengenyangkan, praktis, dan ekonomis untuk menjangkau segmen pelanggan yang luas serta memaksimalkan peluang penjualan di berbagai jam layanan.

Tiga lokasi observasi yang melibatkan pedagang yang bersedia diwawancara menggambarkan dinamika operasional pada tiga jenis kuliner paling diminati di lapangan, yaitu bakso, pentol–sempol, dan nasi soto. Pada kasus pertama (bakso), pedagang melaporkan peningkatan omzet setelah melakukan inovasi pada kualitas kuah serta diversifikasi varian isi. Hal ini ditegaskan melalui pernyataan langsung, “Pembeli sekarang suka bakso kuah bening, jadi saya ganti resep dan langsung ramai lagi.” Kasus kedua (pentol–sempol) menunjukkan bahwa karakteristik produk yang murah, praktis, dan mudah dibawa berkontribusi pada tingginya permintaan, sehingga penjual menitikberatkan strategi pada percepatan proses produksi. Pedagang menyampaikan, “Anak-anak itu suka yang cepat, Bu. Saya goreng terus tanpa henti kalau jam pulang sekolah.” Pada kasus ketiga (nasi soto), peningkatan jumlah kunjungan pelanggan terjadi setelah warung menerapkan standar kebersihan yang lebih ketat serta memperbaiki kualitas kemasan untuk kebutuhan pesan antar. Seorang pelanggan menyatakan, “Sekarang bungkusannya rapi dan bersih, makanya saya sering pesan ke sini.” Ketiga temuan kasus tersebut menunjukkan bahwa inovasi resep, efisiensi layanan, dan peningkatan standar kebersihan merupakan faktor yang berpengaruh langsung terhadap peningkatan penjualan pada produk kuliner yang paling diminati di segmen pedagang kecil.

Pemahaman Pedagang terhadap Prinsip Pelayanan Syariah

Sebagian besar pedagang kaki lima di Sentra Kuliner MSC Sarirogo memiliki pemahaman awal bahwa pelayanan syariah identik dengan sikap ramah dan jujur kepada pelanggan. Mereka beranggapan bahwa dengan bersikap sopan, tersenyum, dan melayani secara baik sudah termasuk dalam penerapan nilai-nilai Islam dalam berdagang. Hal ini menunjukkan bahwa secara dasar, para pedagang telah memiliki kesadaran pentingnya perilaku etis dalam menjalin hubungan dengan konsumen. Sikap ramah dan jujur ini menjadi modal utama dalam membangun kepercayaan pelanggan dan menjaga hubungan baik antar penjual dan pembeli.

Meskipun demikian, pemahaman mendalam mengenai konsep pelayanan syariah secara menyeluruh masih terbatas. Banyak pedagang yang belum memahami bahwa pelayanan syariah tidak hanya terkait dengan sikap personal, tetapi juga mencakup tanggung jawab moral dan spiritual terhadap produk serta keadilan dalam transaksi. Prinsip seperti keadilan harga, transparansi informasi, dan tanggung jawab terhadap kualitas produk belum sepenuhnya diterapkan secara konsisten. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan mereka

mengenai prinsip-prinsip ekonomi Islam dan bagaimana nilai-nilai tersebut diimplementasikan dalam praktik perdagangan sehari-hari.

Selain itu, sebagian pedagang menganggap bahwa aspek ibadah dalam berdagang belum menjadi perhatian utama. Aktivitas ekonomi masih dipandang semata-mata sebagai cara mencari penghasilan, bukan sebagai bagian dari ibadah kepada Allah SWT. Padahal, dalam perspektif Islam, berdagang yang dilakukan dengan niat yang benar dan cara yang halal merupakan salah satu bentuk ibadah yang bernilai tinggi.³⁶ Rendahnya kesadaran akan hal ini membuat para pedagang belum menempatkan nilai-nilai spiritual sebagai dasar utama dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Keterbatasan pemahaman ini juga disebabkan oleh minimnya edukasi dan pelatihan khusus mengenai prinsip pelayanan syariah yang diberikan oleh pengelola MSC. Sebagian besar pedagang belajar berdagang secara otodidak atau turun-temurun tanpa pembinaan formal terkait etika bisnis Islam. Walaupun MSC memiliki visi membentuk pelaku usaha yang mandiri dan beretika, program pembinaan yang bersifat rutin dan terstruktur masih perlu ditingkatkan agar nilai-nilai syariah dapat benar-benar dipahami dan diamalkan oleh seluruh pedagang.

Faktor lain yang turut memengaruhi rendahnya pemahaman pedagang adalah fokus mereka yang lebih besar pada aspek ekonomi dibandingkan aspek etika dan sosial. Sebagai pelaku usaha mikro, mereka lebih banyak memperhatikan keuntungan harian, biaya operasional, dan kebutuhan konsumen secara praktis. Kondisi ini menyebabkan penerapan nilai-nilai seperti keadilan, tanggung jawab sosial, dan keberkahan usaha belum menjadi prioritas utama. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk menumbuhkan kesadaran bahwa keberhasilan usaha dalam Islam tidak hanya diukur dari laba, tetapi juga dari keberkahan dan manfaat sosial yang ditimbulkan.³⁷

Meski demikian, terdapat potensi besar untuk mengembangkan pemahaman pedagang terhadap prinsip pelayanan syariah. Lingkungan Sentra Kuliner MSC yang berbasis keagamaan dan sosial memberikan peluang untuk menciptakan budaya bisnis yang lebih beretika. Dengan pendampingan yang tepat, para pedagang dapat diarahkan untuk memahami makna kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan bukan hanya sebagai nilai moral, tetapi juga sebagai strategi jangka panjang dalam membangun reputasi usaha. Penguatan pemahaman ini akan membantu terciptanya pelayanan yang tidak hanya profesional, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai Islam.

Oleh karena itu, pengelola MSC perlu meningkatkan program pembinaan dan edukasi berkelanjutan yang berfokus pada penerapan nilai-nilai syariah dalam praktik pelayanan. Pelatihan tersebut dapat mencakup materi tentang etika bisnis Islam, manajemen pelayanan,

dan tanggung jawab sosial pedagang. Melalui pelatihan dan pembinaan yang intensif, diharapkan para pedagang tidak hanya memahami pelayanan syariah sebagai sikap ramah, tetapi juga sebagai sistem nilai yang menyeluruh, mencakup keadilan, tanggung jawab, dan niat ibadah. Dengan demikian, implementasi prinsip pelayanan syariah di Sentra Kuliner MSC Sariogo akan semakin kuat, membawa manfaat bagi pedagang, pelanggan, dan masyarakat secara luas.

Implementasi Prinsip Pelayanan Syariah

Hasil observasi di Sentra Kuliner MSC (Mandiri Sociopreneur) Sariogo menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang telah berupaya menerapkan prinsip-prinsip pelayanan syariah dalam aktivitas usahanya. Dari segi kejujuran (*shiddiq*), para pedagang umumnya memberikan harga sesuai standar dan tidak melakukan kecurangan dalam takaran maupun kualitas produk, sehingga menciptakan rasa percaya dari pelanggan. Prinsip amanah juga tampak dari upaya mereka menjaga kebersihan tempat usaha, alat makan, serta memastikan makanan yang dijual dalam kondisi baik dan halal. Selain itu, penerapan ihsan tercermin dari sikap ramah, sopan, dan penghargaan terhadap pelanggan, baik melalui sapaan maupun pelayanan yang cepat dan penuh perhatian. Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanan berbasis syariah secara menyeluruh. Beberapa pedagang belum konsisten dalam menjaga mutu pelayanan, terutama saat jam sibuk, yang menyebabkan penurunan standar kebersihan dan keramahan. Selain itu, sebagian pedagang masih kurang disiplin dalam mengatur waktu ibadah, seperti salat, karena padatnya aktivitas berdagang. Hal lain yang menjadi catatan adalah belum adanya kode etik pelayanan syariah tertulis yang menjadi pedoman bersama bagi seluruh pedagang, sehingga penerapan nilai-nilai Islam masih bersifat individual dan belum terstruktur. Kondisi ini menunjukkan perlunya pembinaan berkelanjutan dan sistem pengawasan yang lebih baik agar prinsip pelayanan syariah benar-benar terinternalisasi dalam setiap aspek usaha di Sentra Kuliner MSC Sariogo.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip pelayanan syariah di Sentra Kuliner MSC (Mandiri Sociopreneur) Sariogo didukung oleh beberapa faktor penting yang memperkuat komitmen para pedagang dalam menerapkan nilai-nilai Islam dalam kegiatan usaha mereka. Salah satu faktor pendukung utama adalah lingkungan yang religius, baik di sekitar kawasan Sariogo maupun di dalam komunitas MSC itu sendiri. Suasana yang bernuansa keislaman, dengan adanya kegiatan keagamaan seperti kajian rutin dan pengajian pedagang, mendorong terbentuknya perilaku bisnis yang beretika dan sesuai dengan ajaran

syariah. Lingkungan yang mendukung secara spiritual ini menciptakan kesadaran bahwa berdagang bukan hanya aktivitas ekonomi, tetapi juga bagian dari ibadah dan tanggung jawab moral.¹

Selain itu, dukungan pengelola MSC menjadi aspek penting dalam memperkuat implementasi prinsip pelayanan syariah. Pengelola berperan aktif dalam memberikan bimbingan, pengawasan, serta motivasi kepada para pedagang agar terus meningkatkan kualitas pelayanan dan menjaga kejujuran dalam bertransaksi. Melalui pendekatan sosial dan keagamaan, pengelola tidak hanya menekankan aspek bisnis, tetapi juga menanamkan nilai keberkahan dalam setiap aktivitas ekonomi. Kegiatan pendampingan seperti pelatihan singkat, tausiah, dan pembinaan etika usaha turut membentuk kesadaran pedagang untuk berperilaku profesional sesuai prinsip Islam. Dukungan moral dan manajerial dari pengelola inilah yang menjadi fondasi keberlanjutan program MSC sebagai unit usaha wakaf berbasis syariah.

Faktor pendukung berikutnya adalah komunitas pedagang yang kompak dan saling mendukung. Hubungan sosial di antara pedagang terbentuk dengan baik karena adanya rasa kebersamaan dan saling percaya. Mereka sering berbagi pengalaman, membantu satu sama lain, dan menjaga keharmonisan lingkungan usaha. Komunitas yang solid ini menciptakan budaya kerja positif dan menjadi sarana saling mengingatkan dalam hal etika berdagang sesuai ajaran Islam. Kekompakkan tersebut juga memudahkan pengelola MSC dalam menyosialisasikan nilai-nilai syariah serta melaksanakan program-program pembinaan secara kolektif.

Namun, di sisi lain, terdapat faktor penghambat yang memengaruhi optimalisasi penerapan pelayanan syariah. Salah satunya adalah kurangnya pengetahuan formal tentang ekonomi dan manajemen syariah di kalangan pedagang. Sebagian besar pedagang menjalankan usaha berdasarkan pengalaman pribadi atau warisan keluarga tanpa pemahaman mendalam mengenai konsep keadilan, tanggung jawab sosial, dan etika bisnis Islam. Akibatnya, prinsip-prinsip syariah sering diterapkan secara intuitif, bukan berdasarkan pemahaman ilmiah yang terstruktur. Kondisi ini menyebabkan praktik pelayanan syariah belum sepenuhnya konsisten di antara para pedagang.

Selain itu, belum adanya sistem penilaian kinerja berbasis syariah juga menjadi hambatan tersendiri. Saat ini, evaluasi terhadap pedagang masih berfokus pada aspek operasional seperti kebersihan, ketertiban, dan kelancaran penjualan. Belum ada indikator yang menilai sejauh mana pedagang menerapkan nilai-nilai syariah dalam pelayanan, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Ketiadaan sistem ini menyebabkan penerapan prinsip pelayanan syariah

belum dapat diukur secara objektif, sehingga upaya pengawasan dan perbaikan menjadi kurang optimal.

Kendala terakhir yang cukup signifikan adalah keterbatasan waktu pedagang untuk mengikuti pelatihan dan pembinaan. Sebagian besar pedagang memiliki jam kerja yang padat dari pagi hingga malam, sehingga sulit untuk meluangkan waktu mengikuti kegiatan edukatif yang diselenggarakan oleh pengelola MSC. Kondisi ini mengakibatkan proses peningkatan kapasitas dalam hal pengetahuan ekonomi syariah berjalan lambat. Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan strategi pelatihan yang lebih fleksibel, seperti pelatihan singkat di luar jam operasional atau materi pembinaan yang dikemas dalam bentuk digital. Dengan mengatasi kendala-kendala tersebut, penerapan prinsip pelayanan syariah di Sentra Kuliner MSC Sariogo dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kesadaran pedagang di Sentra Kuliner MSC Sariogo mengenai pelayanan syariah berada pada tahap awal dan bersifat normatif. Jika dibandingkan dengan literatur mengenai etika bisnis Islam—misalnya prinsip kejujuran (*sidq*), amanah, keadilan (*al-'adālah*), dan ihsan sebagaimana dijelaskan dalam penelitian maupun kajian-kajian terkait etika layanan syariah pemahaman pedagang MSC masih berada pada tataran konseptual tanpa pendalaman aspek operasional. Penelitian terdahulu menegaskan bahwa pemahaman yang memadai terhadap prinsip syariah merupakan prasyarat utama bagi terbentuknya kualitas layanan Islami yang konsisten. Namun, temuan lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dasar yang dimiliki pedagang dan kemampuan mereka mengartikulasikannya menjadi standar pelayanan yang sistematis. Hal ini menguatkan argumen dalam penelitian-penelitian sebelumnya bahwa sektor mikro sering kali memiliki kesadaran religius yang tinggi, tetapi tidak disertai kemampuan menerjemahkannya ke dalam praktik bisnis yang terukur.

Pada aspek implementasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa nilai syariah seperti kejujuran harga, keramahan, dan kebersihan memang telah dipraktikkan, tetapi belum terintegrasi sebagai sistem pelayanan yang komprehensif. Jika dibandingkan dengan studi-studi tentang *Islamic service quality*, misalnya model SERVQUAL-Syariah yang menekankan dimensi *compliance*, *assurance*, dan *tangibility*, implementasi pedagang MSC baru mencakup sebagian kecil dimensi tersebut. Mereka cenderung fokus pada aspek yang terlihat kasat mata kebersihan, sopan santun, dan harga sementara aspek yang lebih substantif seperti keadilan dalam transaksi, transparansi kualitas produk, serta tanggung jawab moral terhadap proses

produksi belum diterapkan secara konsisten. Kondisi ini berbeda dengan temuan penelitian pada UMKM binaan lembaga syariah formal, yang menunjukkan implementasi lebih terstruktur berkat adanya sistem pelatihan dan pengawasan berkelanjutan. Dengan demikian, kesenjangan praktik di MSC Sarirogo mengindikasikan perlunya intervensi kelembagaan agar nilai-nilai syariah dapat dioperasionalkan secara menyeluruh.

Terkait faktor pendukung dan penghambat, penelitian ini memperlihatkan bahwa niat religius pedagang dan budaya lokal yang menjunjung keramahan menjadi modal sosial penting yang memperkuat praktik pelayanan Islami. Faktor ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menyimpulkan bahwa komitmen personal merupakan salah satu pendorong utama dalam implementasi bisnis syariah pada sektor mikro. Namun, sejumlah penghambat juga ditemukan, seperti keterbatasan pengetahuan teknis mengenai standar pelayanan syariah, minimnya pembinaan rutin, serta absennya kode etik tertulis yang menjadi acuan bersama. Hambatan ini konsisten dengan temuan berbagai studi tentang UMKM syariah yang menekankan perlunya ekosistem pendukung—pelatihan, pendampingan, dan supervisi untuk memastikan konsistensi praktik. Dibandingkan konteks lain yang telah memiliki struktur kelembagaan yang lebih kuat, MSC Sarirogo masih berada pada fase awal pembentukan sistem pelayanan syariah sehingga membutuhkan dukungan institusional agar nilai-nilai tersebut berkembang menjadi budaya kolektif, bukan sekadar komitmen individual.

E. Kesimpulan Dan Saran

Pemahaman pedagang kaki lima di Sentra Kuliner MSC (Mandiri Sociopreneur) Sarirogo terhadap prinsip pelayanan syariah masih bersifat umum dan belum mendalam. Para pedagang telah menunjukkan penerapan nilai-nilai dasar seperti kejujuran (*shiddiq*), amanah, dan ihsan dalam aktivitas berdagang, namun penerapannya belum menyeluruh pada seluruh aspek pelayanan. Kesadaran untuk menjadikan berdagang sebagai bentuk ibadah juga mulai tumbuh, tetapi masih memerlukan penguatan agar benar-benar menjadi landasan moral dalam kegiatan ekonomi sehari-hari.

Temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi berbasis syariah di tingkat usaha mikro memiliki potensi besar jika didukung dengan sistem pembinaan yang berkelanjutan. Lingkungan yang religius di MSC Sarirogo menjadi modal sosial yang kuat untuk memperkuat penerapan prinsip syariah, namun tanpa peningkatan pengetahuan dan sistem manajerial yang baik, implementasi nilai-nilai tersebut akan sulit berkembang. Oleh karena itu, perlu adanya sinergi antara pengelola, pedagang, dan lembaga pendukung agar prinsip pelayanan syariah

tidak hanya menjadi wacana, tetapi benar-benar diinternalisasi dalam perilaku bisnis dan budaya pelayanan.

Pengelola MSC Sariogo perlu menyusun pedoman pelayanan syariah tertulis sebagai acuan bersama dan menyelenggarakan pelatihan berkala mengenai etika bisnis Islam serta manajemen pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Para pedagang disarankan untuk memperkuat niat ibadah dalam berdagang, menjaga kualitas produk dan pelayanan, serta menanamkan kesadaran bahwa keberkahan usaha lebih penting daripada keuntungan semata. Selain itu, pemerintah daerah dan lembaga pendidikan Islam diharapkan dapat berkolaborasi dalam memberikan pendampingan dan edukasi ekonomi syariah bagi pelaku UMKM dan PKL, sehingga penerapan prinsip pelayanan syariah dapat berkembang lebih luas dan berkontribusi nyata terhadap kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode penelitian kualitatif studi pustaka. *Jurnal Edumaspul*, 6(1), 974–980.
- Lestari, C. (2019). Optimalisasi Pendayagunaan Dana Infaq-Sedekah Dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Dengan Program Alsintan (Studi Kasus Pada Desa Saleh Jaya Banyuasin Sumatera Selatan. In *I-Finance: a Research Journal on Islamic Finance* (Vol. 4, Issue 2). <https://doi.org/10.19109/ifinance.v4i2.2666>
- Nurhadi, N. (2019). Pedagang Kaki Lima Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 1(1), 52-71. (n.d.). *No Title*.
- Nurlaila, S., Ibnu, A. R., Khoir, M., Balgis, L. F., Lestari, S., Nurpriatna, A., Hasanah, E., Ismatullah, A., Malik, M. I., Umi Masruroh, U. M. I., Kholis, N., M., S. E. I., Adimah, N., Oktriawan, W., Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., Merliyana, S. J., ... Al Mustaqim, D. (2024). Mengeksplorasi Kepentingan dan Keberadaan Maqasid Al-Syariah dalam Produk dan Layanan Perbankan Syariah Kontemporer. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(2), 64–77.
- Putri, L. A. J., & Mochklas, M. Peran Lingkungan Sociopreneur dan Sikap Mandiri Terhadap Pengembangan Usaha Anggota IWAPI di Surabaya. *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 53-65.
- Saifuddin, S. (2025). Analisis Penerapan Prinsip Syariah dan Dampak Terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(01).
- Suryaman, M., Athoillah, M. A., Solehudin, E., & Setiawan, I. (2023). Pengaruh Minat Masyarakat, Transparansi dan Platform Digital Terhadap Kewajiban Ziswaf di Jawa Barat. *EKSISBANK (Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan)*, 7(2), 253-269.

10%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

- 1 Chusnul Rofiah, Erika Eryana. "Menghidupkan Warisan Budaya Di Pasar Barongan : Kewirausahaan Sosial Sebagai Penggerak Ekonomi Lokal", MARGIN ECO, 2025

Crossref

113 words — 2%
- 2 Alfianah Rotok, Debryana Y. Salean, Nadia S. Wijayanti, Markus Bunga. "Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran untuk Meningkatkan Brand Awareness terhadap PT. Morige Nusa Tenggara Timur", ARZUSIN, 2025

Crossref

23 words — < 1%
- 3 journal.uin-alauddin.ac.id

Internet

18 words — < 1%
- 4 idr.uin-antasari.ac.id

Internet

17 words — < 1%
- 5 es.scribd.com

Internet

16 words — < 1%
- 6 jptam.org

Internet

16 words — < 1%
- 7 jurnal.anfa.co.id

Internet

16 words — < 1%
- 8 jurnal.permependis-sumut.org

Internet

16 words — < 1%

- 9 researchhub.id
Internet 15 words – < 1%
- 10 kolokiumkpmipb.wordpress.com
Internet 14 words – < 1%
- 11 ejournal.uin-suka.ac.id
Internet 12 words – < 1%
- 12 jurnal.kalimasadagroup.com
Internet 11 words – < 1%
- 13 eprints.ums.ac.id
Internet 10 words – < 1%
- 14 prosiding.stanim.ac.id
Internet 10 words – < 1%
- 15 Fadhiati Khofifah, Basmah Tuhfah Ma'shumah,
Arwindah Kusuma Ningrum. "Analisis
Implementasi Metode 5R Untuk Penerapan K3 Di Laboratorium
SMA Negeri 6 Tangerang Selatan", JURNAL PENGELOLAAN
LABORATORIUM SAINS DAN TEKNOLOGI, 2025
Crossref 9 words – < 1%
- 16 Idan Nuralam, Tuti Kurnia. "Studi Kasus
Ketidaksesuaian Cara Pelabelan Pangan Terhadap
Etika Bisnis Dalam Ekonomi Mikro Islam", Karimah Tauhid,
2025
Crossref 9 words – < 1%
- 17 bkd.jatengprov.go.id
Internet 9 words – < 1%
- 18 dalamislam.com
Internet 9 words – < 1%

- 19 digilib.uin-suka.ac.id
Internet 9 words – < 1 %
- 20 ejournal.ahmaddahlan.ac.id
Internet 9 words – < 1 %
- 21 jurnal.stiq-amuntai.ac.id
Internet 9 words – < 1 %
- 22 rayyanjurnal.com
Internet 9 words – < 1 %
- 23 text-id.123dok.com
Internet 9 words – < 1 %
- 24 www.ejournal.uit-lirboyo.ac.id
Internet 9 words – < 1 %
- 25 Fanny Julyanda, Muhammad Habibi Siregar.
"Planning Aisyiyah dalam Meningkatkan
Ketahanan dan Keharmonisan Keluarga Pedagang Kaki Lima Di
Kecamatan Medan Tembung Kota Medan", Jurnal Dakwah dan
Komunikasi, 2025
Crossref 8 words – < 1 %
- 26 Sildaina Mutmainnah, Paulina Lubis, Muhammad
Roihan, Rafiqi ., Rafiqi .. "Analisis Penerapan Etika
Bisnis Islam Pedagang Sembako Dalam Meningkatkan Loyalitas
Pelanggan Di Pasar Anyar Tangerang", JOURNAL OF SHARIA
ECONOMICS, 2025
Crossref 8 words – < 1 %
- 27 journal.uii.ac.id
Internet 8 words – < 1 %
- 28 jurmafis.unstan.ac.id
Internet 8 words – < 1 %

| | | |
|----|---|-----------------|
| 29 | periodicos.ufersa.edu.br Internet | 8 words – < 1 % |
| 30 | repository.iainpalopo.ac.id Internet | 8 words – < 1 % |
| 31 | repository.stiesia.ac.id Internet | 8 words – < 1 % |
| 32 | repository.unhas.ac.id Internet | 8 words – < 1 % |
| 33 | www.anneahira.com Internet | 8 words – < 1 % |
| 34 | www.researchgate.net Internet | 8 words – < 1 % |
| 35 | www.scribd.com Internet | 8 words – < 1 % |
| 36 | www.voa-islam.com Internet | 8 words – < 1 % |

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF