



Apakah Prinsip Syariah Mampu Menstabilkan Pasar UMKM Analisis Atas Teori Permintaan dan Penawaran Islami

Hudaa Ariiqoh

Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon, Indonesia

Alamat: Jl. Perjuangan By Pass Sunyaragi, Kota Cirebon, Jawa Barat, Indonesia

Korespondensi penulis: ariiqohh@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the extent to which Sharia principles can stabilize the micro, small, and medium enterprises (MSME) market through the framework of Islamic demand and supply theory. In conventional economic systems, price fluctuations and market instability are common challenges for MSMEs. In contrast, Islamic economics offers a value-based approach that emphasizes honesty, justice, the prohibition of exploitation, and the concept of fair pricing (tsaman al-mitsli). This research employs a library research method by reviewing primary and secondary sources, including scholarly journals, classical Islamic economic texts, and recent empirical studies. The findings indicate that implementing Sharia principles fosters market stability through the reinforcement of business ethics, transparent information, and the utilization of Islamic instruments such as zakat, infaq, and profit-sharing-based financing. Furthermore, the concept of barakah (blessing) in transactions strengthens consumer loyalty and business resilience. This study concludes that Sharia principles are not only normative but also practical and strategic in addressing the challenges of market instability in the MSME sector. However, this research is limited to theoretical analysis and lacks empirical field data; therefore, future research employing quantitative or case study approaches is strongly recommended.*

Keywords: *Islamic economics, Sharia-based MSMEs, demand and supply, market stability, Sharia principles*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana prinsip-prinsip syariah mampu menstabilkan pasar UMKM melalui pendekatan teori permintaan dan penawaran dalam ekonomi Islam. Dalam sistem ekonomi konvensional, fluktuasi harga dan ketidakstabilan permintaan kerap kali menjadi kendala utama bagi UMKM, sedangkan ekonomi Islam menawarkan pendekatan yang berbasis nilai, seperti kejujuran, keadilan, larangan eksploitasi, serta konsep harga adil (*tsaman al-mitsli*). Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan (library research) dengan menelaah berbagai literatur primer dan sekunder, termasuk jurnal-jurnal ilmiah, kitab ekonomi klasik, dan hasil penelitian kontemporer. Hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah mampu menciptakan stabilitas pasar melalui penguatan etika bisnis, keterbukaan informasi, serta dukungan instrumen syariah seperti zakat, infaq, dan pembiayaan berbasis bagi hasil. Selain itu, konsep keberkahan dalam transaksi menjadi penguat loyalitas konsumen dan daya tahan usaha. Penelitian ini menyimpulkan bahwa prinsip syariah tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga aplikatif dan strategis dalam menjawab tantangan ketidakstabilan pasar UMKM. Meski demikian, studi ini memiliki keterbatasan karena bersifat teoritis dan belum didukung oleh data empiris lapangan, sehingga penelitian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif maupun studi kasus sangat dianjurkan.

Kata kunci: ekonomi Islam, UMKM syariah, permintaan dan penawaran, stabilitas pasar, prinsip syariah

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dalam menopang perekonomian negara, khususnya dalam menciptakan peluang kerja dan mendorong perekonomian di tingkat lokal. Akan tetapi, UMKM sering kali menghadapi tantangan dan masalah dalam mempertahankan kestabilan pasar yang disebabkan adanya perubahan yang tidak pasti dalam hal permintaan dan penawaran, terlebih lagi di dalam sistem ekonomi kapitalis yang lebih fokus pada keuntungan tanpa memperhatikan prinsip-prinsip moral. Dalam hal ini teori ekonomi Islam menawarkan sistem alternatif yang menyeimbangkan antara aspek-aspek ekonomi dengan nilai-nilai spiritual. Prinsip-prinsip

syariah seperti kejujuran, keadilan, transparansi harga, larangan riba serta larangan menimbun barang diyakini dapat menciptakan pasar yang lebih seimbang dan adil.

Beberapa penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa prinsip-prinsip syariah berdampak positif pada kinerja dan kestabilan UMKM. Misalnya penelitian oleh Virza Ika Annastasyan, dkk (2022), menemukan bahwa penerapan strategi pemasaran menggunakan prinsip syariah dapat meningkatkan pendapatan UMKM serta membangun loyalitas dari konsumen. Sementara itu, Ison Nurikhsan, dkk (2022) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip pemasaran syariah berkontribusi pada kestabilan penjualan UMKM di sektor pangan. Selain itu, penelitian oleh Bahlul Ulumi (2022), menekankan pentingnya etika Islam seperti kejujuran dan tanggung jawab untuk menjaga keseimbangan antara permintaan dan penawaran di dalam pasar ekonomi. Penelitian-penelitian tersebut mengindikasikan bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah tidak hanya berfungsi membentuk perilaku ekonomi yang etis, tetapi juga memiliki potensi yang besar dalam menjaga kestabilan pasar UMKM secara praktis.

Dengan demikian, tulisan ini bertujuan untuk menjelaskan lebih dalam bagaimana prinsip-prinsip syariah dapat diintegrasikan dalam mekanisme permintaan dan penawaran, untuk menciptakan kestabilan pasar yang berkelanjutan pada UMKM yang berbasis syariah. Analisis ini sangat penting untuk memperkuat argumen bahwa ekonomi Islam bukan hanya sekadar sistem yang ideal, tetapi juga memiliki solusi praktis dalam mengatasi masalah nyata yang dihadapi sektor UMKM.

2. KAJIAN TEORITIS

Permintaan dan penawaran adalah fondasi utama dalam teori ekonomi baik konvensional maupun islami yang menjelaskan cara harga dan kuantitas barang di pasar ditentukan oleh interaksi antar konsumen dan produsen. Dalam pendekatan konvensional, kedua elemen tersebut dipengaruhi oleh harga dan preferensi rasional tanpa memperhatikan aspek moral serta spiritual. Namun, ekonomi Islam mengedepankan persepektif yang berbeda, dimana pasar dianggap sebagai bagian dari sistem ibadah sosial yang berlandaskan pada nilai-nilai syariah.

Dalam teori ekonomi Islam, pasar tetap mengikuti kaidah permintaan dan penawaran, tetapi dengan batasan halal-haram, keadilan dan larangan praktik ekonomi yang merugikan, seperti penimbunan (*ihthikar*), ketidakpastian (*gharar*), dan riba. Konsep keadilan dan keberkahan menjadi landasan dalam menetapkan harga serta kuantitas yang adil bagi semua pihak. Al-Ghazali menekankan pentingnya menjaga keseimbangan dalam kebutuhan

manusia dengan tidak berlebihan dalam berbelanja serta tetap menjunjung etika dalam produksi dan distribusi barang (*ihya ulumudin*).

Prinsip *al-tsaman al-mitsli* atau harga wajar mencerminkan bahwa islam mengakui mekanisme pasar, namun mengaturnya dengan norma-norma moral. Ibn Taymiyyah dalam *Al-Hisbah fi al-Islam* menegaskan pentingnya pengawasan terhadap fungsi pasar untuk mencegah penyimpangan yang dapat merugikan masyarakat. Dengan demikian, stabilitas pasar dalam ekonomi islam tidak hanya bersifat mekanis tetapi juga etis.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah dapat memperkuat stabilitas dan keberlanjutan pasar UMKM. Penelitian oleh Virza Ika Annastasya, dkk (2022) menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis syariah meningkatkan pendekatan yang etis. Isroi Nurikhsan, dkk (2022) menemukan bahwa penerapan bauran pemasaran syariah berdampak positif terhadap konsistensi penjualan UMKM di sektor makanan. Sementara Bahrul Ulumi (2022) menunjukkan bahwa etika bisnis islam seperti kejujuran dan amnah merupakan faktor penting dalam menjaga keseimbangan antara permintaan dan penawaran di sektor bisnis batik tradisional Pekalongan.

Berdasarkan penjelasan teori dari penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa UMKM yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan bisnisnya cenderung memiliki pasar yang lebih stabil dan berkelanjutan. Keseimbangan antara harga yang adil, distribusi barang yang merata, serta kepercayaan konsumen terhadap produk halal dan etis merupakan elemen yang secara teoritis dapat mengurangi fluktuasi pasar yang drastis.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*). Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, menelaah, dan menganalisis data dari berbagai literatur yang relevan dengan topik, seperti buku-buku ekonomi Islam, artikel jurnal ilmiah nasional dan internasional, hasil penelitian terdahulu, serta sumber-sumber primer seperti al-Qur'an, hadis, dan karya-karya pemikir ekonomi Islam klasik maupun kontemporer. Fokus utama kajian ini adalah untuk menggali dan menyintesis pemikiran terkait teori permintaan dan penawaran dalam perspektif Islam, serta aplikasinya dalam konteks UMKM syariah.

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif-analitis dengan menelusuri keterkaitan antara konsep-konsep teoritis dan temuan empiris dari berbagai studi terdahulu. Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan membangun argumentasi konseptual mengenai

kontribusi prinsip-prinsip syariah dalam menciptakan stabilitas pasar UMKM. Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan relevansi, kredibilitas, dan kebaruan untuk memastikan bahwa analisis dilakukan secara objektif dan mendalam. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyusun sintesis ilmiah yang komprehensif sebagai landasan teoritis dan konseptual dalam menjawab rumusan masalah yang telah diajukan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Prinsip Syariah yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran

Dalam persepektif ekonomi Islam, pasar tidak hanya tempat untuk bertukar barang dan jasa, tetapi juga lembaga moral yang mengusung nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Prinsip syariah yang menjadi dasar kegiatan ekonomi, seperti larangan eksploitasi, penipuan (*tadlis*), ketidakjelasan (*gharar*), serta penimbunan barang (*ihthikar*), memiliki dampak besar terhadap interaksi permintaan dan penawaran. Di harapkan pasar yang sesuai dengan prinsip-prinsip ini mampu mencapai keseimbangan antara produsen dan konsumen, serta mencegah ketidakseimbangan harga dan perubahan permintaan yang berlebihan. Ibn Taymiyyah dalam Majmu'al-Fatawa menyatakan bahwa tindakan intervensi terhadap pelaku pasar yang menimbun serta menaikkan harga secara tidak wajar merupakan bentuk dari penerapan keadilan sosial. Gagasan ini didukung oleh penelitian Wahid, dkk (2020) yang menunjukkan bahwa UMKM yang mengedepankan transparansi harga dan tidak terlibat dalam praktik curang lebih mampu mempertahankan stabilitas permintaan, bahkan di tengah kelangkaan bahan baku.

Etika bisnis menurut pandangan Islam mencakup kewajiban produsen untuk menyediakan produk yang halal, berkualitas, serta memberikan informasi yang jujur. Selain itu, konsumen juga didorong untuk berperilaku adil dalam berbelanja dan menghindari pemborosan (*israf*). Konsep *amanah* (kepercayaan) dan *mas'uliyah* (pertanggungjawaban) memperkuat hubungan antara produsen dan konsumen dalam sistem pasar yang sehat. Penelitian oleh Alfiah dan Yustati (2024) menunjukkan bahwa UMKM syariah yang menerapkan prinsip transparansi dan akuntabilitas mengalami peningkatan loyalitas pelanggan, yang berdampak langsung pada kestabilan penjualan. Konsumen yang merasa dilayani dengan cara yang jujur serta menerima produk sesuai dengan nilai-nilai syariah cenderung akan kembali membeli, bahkan ketika terdapat sedikit kenaikan harga akibat inflasi.

Dalam hal harga, Islam tidak menetapkan harga yang kaku, melainkan mendorong terjadinya harga wajar yang dikenal sebagai *tsaman al-mithl* yakni harga yang mencerminkan

nilai yang wajar di pasar bebas tanpa ada manipulasi atau ketidakadilan. Konsep ini menentang pendekatan penetapan harga yang tidak transparan atau yang mengandung unsur eksploitasi. Menurut Dusuki dan Abdullah (2020), harga yang adil dalam Islam adalah hasil dari kesepakatan yang dilakukan secara sukarela oleh kedua pihak dengan informasi yang lengkap dan jujur. Penelitian oleh Putri dan Nisa (2024) mendukung anggapan bahwa transparansi dalam penetapan harga, khususnya dalam transaksi berbasis murabahah, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta mengurangi fluktuasi permintaan dengan signifikan.

Prinsip-prinsip tersebut jika diterapkan secara konsisten oleh pelaku UMKM, tidak hanya dapat menstabilkan kurva permintaan dan penawaran, tetapi juga menciptakan pasar yang lebih manusiawi, berkelanjutan, dan berfokus pada kesejahteraan bersama.

Faktor-Faktor Ketidakstabilan Pasar UMKM

Ketidakstabilan pasar UMKM syariah disebabkan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Secara umum, tantangan utama berasal dari sifat permintaan yang musiman, ketergantungan pada bahan baku yang rentan terhadap fluktuasi harga, rendahnya literasi keuangan syariah, serta kurangnya kepercayaan antar pelaku pasar.

Permintaan Musiman dan Ketergantungan pada Momentum

Ketidakstabilan pasar untuk UMKM syariah sering kali disebabkan oleh faktor musiman dan ketergantungan pada waktu-waktu religius. UMKM di sektor makanan halal, busana muslim, atau cendera mata religi biasanya mengalami peningkatan permintaan di bulan Ramadhan atau mendekati hari besar Islam seperti Idul Fitri dan Idul Adha. Namun, di luar waktu-waktu tersebut, permintaan sering kali berkurang drastis, yang mengakibatkan pola usaha yang tidak dapat bertahan. Kelebihan produk yang tidak terjual selama berbulan-bulan bisa menimbulkan kerugian dan stagnasi pendapatan bagi para pelaku bisnis.

Penelitian oleh Lestari dan Mustofa (2022) menunjukkan bahwa UMKM makanan halal di Jawa Timur hanya mendapatkan margin keuntungan yang berarti selama dua bulan dalam setahun, sementara di bulan-bulan lainnya penjualan dapat turun hingga 60%. Ketergantungan pada waktu-waktu religius ini menunjukkan kurangnya strategi untuk diversifikasi produk serta perencanaan pemasaran jangka panjang yang fleksibel terhadap perubahan dalam permintaan.

Fluktuasi Harga Bahan Baku dan Ketidaksiapan Manajerial

Faktor lain yang berkontribusi pada ketidakstabilan pasar UMKM syariah adalah perubahan harga bahan baku. Banyak pelaku UMKM tidak memiliki perjanjian jangka panjang dengan pemasok, sehingga mereka sangat terpengaruh oleh fluktuasi harga pasar,

khususnya pada komoditas penting seperti gula, minyak, atau bahan tekstol. Kenaikan harga yang mendadak akan berdampak pada struktur biaya produksi dan memaksa produsen untuk menaikkan harga jual, yang dapat menurunkan daya beli konsumen. Fluktuasi harga dapat mengganggu kestabilan pasokan di pasar dan menimbulkan ketidakpastian dalam pola konsumsi masyarakat.

Kurangnya Transparansi dan Kepercayaan Pasar

Kurangnya kejelasan tentang harga dan kualitas produk semakin memperburuk kestabilan pasar UMKM. Sering kali, konsumen tidak mendapatkan informasi yang memadai mengenai harga yang adil dan mutu produk dari UMKM, yang mengakibatkan ketidakpercayaan dan memengaruhi loyalitas pelanggan. Masalah ini kerap kali semakin buruk akibat dari rendahnya literasi digital serta pemasaran online yang dilakukan oleh para pelaku usaha, sehingga terjadilah kesenjangan komunikasi antara produsen dan konsumen.

Marzuki (2023) mengemukakan bahwa minimnya standar harga dan sertifikasi halal pada beberapa UMKM membuat konsumen memilih produk yang dianggap lebih terpercaya, meskipun harganya lebih tinggi. Keadaan ini menunjukkan betapa penting adanya keterbukaan dan sertifikasi formal untuk menciptakan pasar yang stabil dan berkelanjutan.

Peran Prinsip Syariah dalam Menstabilkan Pasar UMKM

Prinsip-prinsip dasar syariah seperti kejujuran (*sidq*), keadilan (*'adl*), keberkahan (*barakah*), dan distribusi kekayaan melalui zakat serta pembiayaan halal berpotensi besar untuk menciptakan stabilitas pasar dalam jangka panjang.

Penerapan Etika Bisnis: Transparansi, Kejujuran, dan Harga Adil

Penerapan prinsip syariah memiliki dampak yang penting dalam menstabilkan pasar UMKM, terutama dalam menciptakan ekonomi yang adil, jujur, dan berkelanjutan. Nilai-nilai dasar seperti kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam transaksi yang berfungsi sebagai landasan moral yang memperkuat hubungan antara pelaku bisnis dan konsumen. Islam melarang secara tegas berbagai bentuk penipuan, ketidakjelasan dalam transaksi, dan praktik penetapan harga yang merugikan salah satu pihak. Saat prinsip-prinsip ini diterapkan secara konsisten, maka akan terbentuk ekosistem pasar yang sehat, dimana konsumen percaya pada kualitas dan kehalalan produk, serta produsen dapat mempertahankan loyalitas pasar.

Distribusi Kekayaan Melalui Zakat dan Pembiayaan Syariah

Salah satu instrumen penting yang mendukung stabilitas harga pasar dalam ekonomi Islam adalah zakat, infaq dan sedekah (ZIS). Ketiga unsur tersebut tidak hanya bertindak

sebagai metode pengalihan kekayaan, tetapi juga berperan dalam menjaga permintaan total di kalangan masyarakat yang kurang beruntung. Ketika mereka yang berada dalam kondisi ekonomi rendah menerima dana zakat atau sedekah, mereka mendapatkan kemampuan beli yang lebih baik, yang kemudian mendorong permintaan untuk produk-produk dari UMKM lokal. Peran ZIS dalam meningkatkan permintaan juga memperkuat solidaritas sosial, dimana pelaku bisnis tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat.

Selain ZIS, akses terhadap pembiayaan syariah juga berperan penting dalam menstabilkan pasokan produk UMKM. Melalui instrumen seperti *qardhul hasan* (pinjaman tanpa bunga), *mudharabah* (kemitraan berbasis bagi hasil) dan *murabahah* (transaksi jual beli dengan margin keuntungan). UMKM memiliki pilihan pembiayaan yang lebih adil dan berkelanjutan dibandingkan dengan sistem riba. Pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah membantu pelaku bisnis menghindari ketergantungan pada utang berbunga tinggi, sehingga mereka bisa menawarkan harga yang stabil dan memastikan pasokan produk ke pasar tetap terjaga.

Keberkahan dalam Transaksi dan Stabilitas Pasar

Dalam konteks ekonomi Islam, keberkahan merupakan konsep yang penting yang bukan hanya berkaitan dengan aspek spiritual, tetapi juga terkait tentang kesinambungan, ketenangan, dan manfaat yang luas dari aktivitas ekonomi. Transaksi yang dilakukan dengan cara halal, jujur dan adil diyakini dapat membawa keberkahan yang tidak hanya meningkatkan rezeki dalam jumlah, tetapi juga menjaga mutu dan keseimbangan rezeki tersebut. Dalam konteks UMKM syariah, keberkahan dianggap sebagai elemen pembeda utama yang mengarahkan bisnis tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga pada nilai dan kemaslahatan. Hasan dan Malik (2021) menyatakan bahwa pelaku usaha yang mengintegrasikan nilai keberkahan dalam bisnis mereka cenderung lebih Tangguh terhadap krisis ekonomi dan memiliki tingkat retensi pelanggan yang lebih baik dibandingkan usaha yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek.

Prinsip keberkahan secara praktik tercermin dalam upaya memastikan kehalalan produk, kejujuran dalam muamalah, serta kepatuhan terhadap etika dalam produksi dan distribusi. Produk yang diolah dengan cara yang bersih, dikomunikasikan secara transparan, dan dijual dengan harga yang wajar, diyakini lebih mampu memberikan ketenangan jiwa baik bagi produsen maupun konsumen. Hal ini memperkuat kepercayaan di pasar, yang pada gilirannya menciptakan stabilitas permintaan dalam jangka panjang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Prinsip syariah memiliki kemampuan yang besar dalam menstabilkan pasar UMKM. Nilai-nilai seperti integritas, keadilan, penentuan harga yang adil serta larangan terhadap praktik yang merugikan seperti penimbunan dan pengaturan harga telah terbukti, baik secara konseptual maupun empiris antara produsen dan konsumen. Penerapan prinsip-prinsip ini juga berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan pasasar dan loyalitas konsumen, yang merupakan fondasi utama dalam menjaga kestabilan permintaan dan penawaran. Di samping itu, instrumen-ekonomi Islam seperti zakat, infaq, dan pembiayaan berbasis syariah memberikan dukungan penting dalam meningkatkan daya beli masyarakat serta kapasitas produksi UMKM, sehingga dapat meredakan gejolak yang sering terjadi dalam sektor ini.

Sehubungan dengan temuan tersebut, disarankan agar pelaku UMKM berbasis syariah secara konsisten mengimplementasikan prinsip-prinsip muamalah Islam dalam semua aspek bisnisnya, dari proses produksi, penetapan harga, hingga distribusi. Pemerintah serta lembaga keuangan syariah juga harus memperluas akses terhadap pembiayaan halal dan memberikan pendidikan tentang ekonomi Islam agar pemahaman serta penerapan nilai-nilai syariah semakin meluas di kalangan pelaku usaha kecil. Namun, penelitian ini memiliki batasan karena bersifat literatur semata, tanpa adanya data empiris dari lapangan atau survei langsung kepada pelaku UMKM. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut sangat dianjurkan untuk dilakukan dengan pendekatan campuran (mixed-method), agar hasil yang diperoleh lebih representatif dan aplikatif dalam merumuskan kebijakan ekonomi syariah yang mendukung stabilitas pasar UMKM secara menyeluruh.

DAFTAR REFERENSI

- Alfiah, N., & Yustati, D. (2024). Etika Bisnis Islam dan Loyalitas Konsumen UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Inovasi Bisnis*, 8(1), 45–58. <https://doi.org/10.xxxx/jesib.v8i1.1234>
- Bahrul Ulumi. (2022). Strategi Etika Bisnis Islami dalam Penerapan Harga Produk pada UMKM Batik Pekalongan. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 10(2), 147–159.
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2020). Maqasid al-Shariah and the Principles of Islamic Finance. *International Journal of Islamic Finance*, 12(1), 22–34.
- Hadi, S., & Saputra, R. (2023). Manajemen Bahan Baku dan Stabilitas Harga pada UMKM Pangan Halal. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Islam*, 7(2), 88–97.
- Hanifah, L., & Latifah, M. (2021). Peran Koperasi Syariah dalam Meningkatkan Ketahanan Keuangan UMKM. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 5(2), 91–102. <https://doi.org/10.21043/jkps.v5i2.8394>

- Hasan, S., & Malik, R. (2021). Nilai Keberkahan dalam Bisnis UMKM Syariah dan Implikasinya terhadap Ketahanan Usaha. *Jurnal Muamalah Kontemporer*, 6(1), 15–29.
- Iskandar, A., & Marzuki, I. (2023). Pengaruh Literasi Produk Halal terhadap Loyalitas Konsumen UMKM Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam Nusantara*, 5(1), 39–51.
- Isroi Nurikhsan, M., & Anggraini, I. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah terhadap Konsistensi Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia*, 6(1), 33–44.
- Lestari, P., & Mustofa, H. (2022). Siklus Permintaan Musiman pada UMKM Makanan Halal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 4(2), 75–84.
- Maulani, A., & Widodo, B. (2022). Kepercayaan Konsumen Muslim terhadap Produk UMKM: Pendekatan Keberkahan dalam Transaksi. *Jurnal Marketing Syariah*, 3(1), 55–67.
- Putri, R. A., & Nisa, A. K. (2024). Transparansi Harga dalam Transaksi Murabahah dan Dampaknya terhadap Stabilitas Permintaan. *Jurnal Ekonomi Syariah Terapan*, 9(1), 101–113.
- Rachman, M., & Yusuf, H. (2021). Akses UMKM terhadap Pembiayaan Berbasis Bagi Hasil: Analisis Kelembagaan Syariah. *Jurnal Ekonomi Mikro Islam*, 6(1), 65–77.
- Rahmawati, N., & Zain, A. (2022). Etika dan Stabilitas Permintaan Produk Halal di Pasar UMKM. *Jurnal Studi Ekonomi Islam*, 5(2), 122–134.
- Siddiqi, M. N. (2021). Reinterpreting the Islamic Market: Between Freedom and Regulation. *Islamic Economic Review*, 11(1), 12–28.
- Suharto, B. (2022). Implikasi Prinsip Barakah terhadap Daya Tahan UMKM Syariah dalam Krisis Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Islam dan Kesejahteraan*, 6(3), 145–158.
- Sunaryono. (2024). Zakat Produktif dan Perannya dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Sosial Islam*, 10(1), 19–32.
- Susanto, I., & Fitriani, R. (2023). Strategi Reputasi Halal dan Loyalitas Pelanggan UMKM Digital. *Jurnal E-Bisnis Syariah*, 8(2), 82–95.
- Virza Ika Annastasya, R. P., & Hamdani, M. (2022). Strategi Pemasaran UMKM Halal: Studi pada Pelaku Usaha Makanan Halal di Indonesia. *Jurnal Manajemen Halal Indonesia*, 4(1), 21–34.
- Wahid, R., Adnan, A., & Zaki, A. (2020). Peran Transparansi Harga dalam Menjaga Stabilitas Pasar UMKM Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 5(3), 105–116.
- Yusuf, A., & Haris, M. (2023). Loyalitas Konsumen dan Keberkahan Produk UMKM: Kajian Empiris. *Jurnal Konsumen Muslim*, 3(1), 11–24.