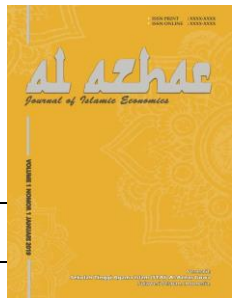
Al-Azhar Journal of Islamic Economics
Volume 7 Nomor 2, 2025
ISSN Print: 2654-5543
DOI: https://doi.org/10.37146/ajie v7i2.53
Penerbit: **Program Studi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Azhar Gowa**
Al-Azhar Journal of Islamic Economics (AJIE) is indexed by Google Scholar and licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.



Peran Nilai Budaya Mandar dan Etika Bisnis Islam Terhadap Pelaku UMKM Pada Wirausaha Lokal

Nani Hamdani Amir, Erni, Meliana, Anugrah
STAI DDI Majene
amirnhani27@gmail.com, erni5238@gmail.com, melyana269@gmail.com, uganugrah026@gmail.com

Abstract: *This study examines the role of Mandar cultural values and Islamic business ethics in shaping work patterns, entrepreneurial ethics, and innovation among MSME actors in Majene Regency, West Sulawesi. The background of the study stems from the phenomenon that traditional MSMEs not only function as economic drivers but also as a means of preserving local cultural values. In the context of the Mandar community, values such as Sipakatau, Sipakalebbi, Sipamandar, and Siri'na Pacce have a significant influence on how people interact, work, and conduct economic activities. The Mandar people are known for being religious, so Islamic business ethics provide an important moral foundation in running a business. The interconnection between culture and religion is interesting to study because both are believed to influence the sustainability of local MSMEs, especially in facing changes in the modern market. This study aims to analyze how Mandar cultural values and Islamic business ethics are integrated into daily business practices and how both shape the work patterns and innovation of MSME actors. The study uses a descriptive qualitative method with field observation, in-depth interviews, and documentation techniques. The results show that Mandar cultural values serve as social and moral guidelines in business activities. Islamic business ethics reinforce business integrity through the application of the principles of sidq (truthfulness), amanah (trustworthiness), 'adl (justice), ihsan (excellence), and the prohibition of tadlis (deception). This study affirms that the integration of Mandar cultural values and Islamic business ethics becomes a social and moral capital that strengthens the sustainability of local MSMEs.*

Keywords: *Mandar Culture; Islamic Business Ethics; MSMEs*

Abstrak: *Penelitian ini mengkaji peran nilai budaya Mandar dan etika bisnis Islam dalam membentuk pola kerja, etika usaha, dan inovasi pelaku UMKM di Kabupaten Majene, Sulawesi Barat. Latar belakang penelitian berangkat dari fenomena bahwa UMKM tradisional tidak hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga sebagai wadah pelestarian nilai budaya lokal. Dalam konteks masyarakat Mandar, nilai-nilai seperti Sipakatau, Sipakalebbi, Sipamandar, dan Siri'na Pacce memiliki pengaruh besar terhadap cara masyarakat berinteraksi, bekerja, dan melakukan aktivitas ekonomi. Masyarakat Mandar dikenal religius sehingga etika bisnis Islam menjadi landasan moral yang penting dalam menjalankan usaha. Keterkaitan antara budaya dan agama ini menjadi menarik untuk diteliti karena keduanya diyakini memengaruhi keberlanjutan UMKM lokal, terutama dalam menghadapi perubahan pasar modern. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana nilai budaya Mandar dan etika bisnis Islam diintegrasikan dalam praktik usaha sehari-hari serta bagaimana keduanya membentuk pola kerja dan inovasi pelaku UMKM. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik observasi lapangan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil*

penelitian menunjukkan bahwa nilai budaya Mandar berfungsi sebagai pedoman sosial dan moral dalam aktivitas usaha. Etika bisnis Islam memperkuat integritas usaha melalui penerapan prinsip sidq, amanah, 'adl, ihsan, dan larangan tadlis. Penelitian ini menegaskan bahwa integrasi nilai budaya Mandar dan etika bisnis Islam menjadi modal sosial dan moral yang memperkuat keberlanjutan UMKM lokal.

Kata Kunci: *Budaya Mandar; Etika Bisnis Islam; UMKM*

1. Pendahuluan

Berwirausaha merupakan salah satu sektor penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, khususnya pada daerah yang memiliki potensi kearifan lokal dan warisan budaya yang kuat. Setiap komunitas memiliki tata nilai, pola interaksi, serta sistem kepercayaan yang secara tidak langsung membentuk karakter pelaku usaha. Banyak daerah, UMKM tidak hanya berperan sebagai motor penggerak ekonomi, tetapi juga menjadi ruang sosial untuk mempertahankan tradisi dan identitas lokal. Dalam konteks tersebut, pemahaman mengenai budaya lokal menjadi sangat penting untuk menganalisis perilaku ekonomi masyarakat.[1] Di wilayah Mandar, Sulawesi Barat, nilai-nilai budaya seperti sipakatau (saling memanusiakan), sipakalebbi (saling menghargai), sipamandar (saling menguatkan), dan siri'na pacce (harga diri dan empati) telah mengakar sebagai pedoman hidup masyarakat. Keempat nilai ini mengatur cara masyarakat Mandar bersikap, bekerja, dan menjalin hubungan sosial. Dalam dunia usaha, nilai-nilai tersebut tercermin pada cara pelaku UMKM melayani pelanggan, bekerja sama antarpedagang, dan menjaga kehormatan dalam berbisnis.[2]

Nilai budaya Mandar mendorong pelaku usaha untuk menjunjung kejujuran, kehormatan, dan harmoni sosial. Pelayanan yang ramah, hubungan yang saling menghargai, dan komitmen menjaga kualitas produk merupakan cerminan langsung dari internalisasi nilai budaya tersebut. Wirausaha di Kabupaten Majene bukan hanya praktik ekonomi, tetapi juga merupakan arena sosial yang berlandaskan nilai adat dan moralitas kolektif. Masyarakat Mandar dikenal sebagai masyarakat religius yang menjadikan Islam sebagai landasan moral dalam aktivitas ekonomi. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti amanah, sidq (kejujuran), 'adl (keadilan), dan larangan tadlis (penipuan) diinternalisasikan dalam hubungan jual beli sehari-hari.[3] Pelaku UMKM menjaga kualitas produk, menetapkan harga secara adil, dan menghindari praktik curang karena nilai agama menjadi acuan etik yang kuat.

Integrasi nilai budaya Mandar dan prinsip etika Islam menciptakan karakter wirausaha yang unik. Pelaku usaha tidak hanya memikirkan keuntungan ekonomi, tetapi juga

---

[1] Rifqiansyah, R., & Wijaya, H. (2025). Entrepreneurship Based on Culture and Local Wisdom: Building Sustainable Business from Tradition Rifqiansyah1,. Journal of Indonesian Scholars for Social Research, 5(1), 14–23.

[2] Khatima, H., Syah, F., Junaldi, J., & Iryani, J. (2025). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN NILAI BUDAYA SIPAKATAU, SIPAKALEBBI, DAN SIPAKAINGE' DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT PERKOTAAN BULUKUMBA DI ERA DIGITAL. Nusantara Hasana Journal, 5(1), 320–327.

[3] Jamaluddin, Mappaterru, R., S Deflyanty, P., & Anwar. (2025). Islamic Business Ethics and Sustainability : Building a Business Based on Trust and Justice. Jornal Of Islamic Economy, 2(1), 43–52.

mempertimbangkan aspek kehormatan, keberkahan, dan tanggung jawab moral. Kombinasi dua sistem nilai ini memperkuat integritas usaha serta kepercayaan pelanggan terhadap produk lokal. Namun, dinamika pembangunan dan perubahan gaya hidup masyarakat menghadirkan tantangan baru bagi UMKM di Kabupaten Majene. Pelaku usaha harus beradaptasi dengan kebutuhan pasar modern, termasuk kemasan yang menarik, pemasaran digital, dan inovasi produk. Di sisi lain, mereka tetap dituntut mempertahankan ciri khas tradisional yang menjadi identitas budaya Mandar.

Penelitian mengenai UMKM dan budaya lokal banyak dilakukan di berbagai daerah Indonesia, namun penelitian yang secara spesifik mengkaji interaksi nilai budaya Mandar dan etika bisnis Islam dalam praktik usaha masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian hanya meneliti budaya Mandar dari aspek sosial, bukan pada konteks UMKM[4]. Di sisi lain, penelitian mengenai etika bisnis Islam pada UMKM lebih banyak berfokus pada aspek normatif, belum menghubungkannya dengan praktik budaya lokal Mandar. Secara empiris, terdapat keterbatasan data mengenai bagaimana kedua nilai tersebut diterapkan secara simultan dalam pola kerja, etika usaha, dan inovasi produk UMKM di Kabupaten Majene. Padahal, pelaku UMKM memiliki peranan penting dalam mempertahankan identitas kuliner lokal seperti pisang goreng Mandar, bolu paranggi, dan jepa. Maka perlu kajian yang lebih mendalam mengenai praktik ekonomi berbasis budaya dan nilai Islam dengan menggunakan pendekatan integratif yang menghubungkan nilai budaya Mandar dengan etika bisnis Islam dalam konteks pola kerja, etika usaha, dan inovasi UMKM.

Penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan budaya atau etika Islam secara terpisah, tetapi melihat keduanya sebagai dua sistem nilai yang saling menguatkan dalam aktivitas wirausaha lokal. Dengan demikian, memberikan perspektif baru mengenai fondasi moral dan sosial UMKM berbasis kearifan lokal. Penelitian penting dilakukan untuk memberikan pemahaman mengenai bagaimana nilai budaya dan nilai agama dapat menjadi modal moral, sosial, dan praktis dalam mendukung keberlanjutan UMKM. Temuan penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan kebijakan pemberdayaan UMKM berbasis kearifan lokal dan etika Islam, terutama di daerah yang memiliki kekayaan budaya yang kuat seperti Mandar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana nilai budaya Mandar diterapkan dalam pola kerja dan etika usaha pelaku UMKM, mengeksplorasi bagaimana prinsip etika bisnis Islam memperkuat integritas dan praktik usaha, dan mengidentifikasi bentuk inovasi pelaku UMKM dalam mempertahankan tradisi sekaligus menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar modern. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam memahami kewirausahaan lokal berbasis budaya dan nilai Islam.

2. Metode Penelitian

Penelitian menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan memahami secara mendalam fenomena sosial terkait penerapan nilai budaya Mandar dan etika bisnis Islam dalam aktivitas berwirausaha pelaku UMKM.

[4] Ilham, B. U., Widiawati, A., Hamdana, Irmayani, N., & Mutiara. (2024). Studi Kearifan Lokal Suku Mandar Dalam Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palop, 10(1), 106–121.

Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali makna, praktik, dan pengalaman subjektif pelaku usaha secara langsung melalui interaksi lapangan. Penelitian dilaksanakan di Provinsi Sulawesi Barat, khususnya di Kabupaten Majene yang merupakan wilayah dengan dominasi masyarakat suku Mandar dan masih mempertahankan nilai-nilai budaya tradisional dalam kehidupan sehari-hari. Kabupaten Majene dipilih karena memiliki banyak pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner lokal, sehingga relevan untuk mengungkap bagaimana nilai budaya dan etika Islam diimplementasikan dalam pola kerja, etika usaha, dan inovasi produk tradisional.

Waktu penelitian berlangsung selama sembilan hari, yaitu sejak 23 Oktober 2025 hingga 31 Oktober 2025. Selama periode tersebut, peneliti melakukan observasi langsung terhadap aktivitas usaha, mengamati pola interaksi antara pelaku UMKM dan pelanggan, serta mendokumentasikan proses produksi yang menggunakan alat dan teknik tradisional. Penelitian ini melibatkan tiga orang narasumber utama sebagai subjek penelitian, yaitu Ibu Indo Kadir sebagai penjual pisang goreng yang telah menjalankan usaha selama 23 tahun, Ibu Fatimah sebagai penjual bolu paranggi dengan pengalaman 9 tahun, serta Ibu Saharia sebagai penjual jepa yang melanjutkan usaha keluarga selama 8 tahun. Ketiga narasumber dipilih secara purposive karena keterlibatan mereka dalam usaha kuliner khas Mandar yang merepresentasikan nilai budaya lokal.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap proses produksi dan pelayanan, wawancara semi terstruktur untuk menggali pengalaman dan pemaknaan nilai budaya dan etika usaha, serta dokumentasi berupa foto alat produksi tradisional, teknik pembuatan, dan aktivitas pelayanan. Seluruh data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan tahapan analisis kualitatif yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan secara berkesinambungan untuk mengidentifikasi pola, tema utama, serta hubungan antara nilai budaya Mandar, etika bisnis Islam, dan praktik usaha pelaku UMKM. Dengan demikian, metode penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai peran nilai budaya dan etika keagamaan dalam membentuk karakter wirausaha lokal di masyarakat Mandar.

3. Hasil dan Analisis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai budaya Mandar dan etika bisnis Islam memainkan peran signifikan dalam membentuk pola kerja, etika usaha, dan inovasi pelaku UMKM di Kabupaten Majene. Berikut ringkasan hasil penelitian dalam bentuk tabel untuk memperjelas temuan utama:

Tabel 4.1 Temuan Hasil Penelitian

Aspek yang Diteliti	Temuan pada Pelaku Pisang Goreng Mandar	Temuan pada Pelaku Bolu Paranggi	Temuan pada Pelaku Jepa
Nilai *Sipakatau*	Ramah, menghargai	Pelayanan sopan	Komunikasi santun

	pembeli		
Sipakalebbi	Menghargai pedagang lain	Saling membantu	Menghormati pelanggan tetap
Sipamandar	Sering berbagi bahan baku	Pinjam pakai alat	Membantu promosi sesama UMKM
Siri'na Pacce	Menjaga kualitas dan kebersihan	Tidak menipu timbangan	Bertanggung jawab terhadap rasa
Sidq (Kejujuran)	Informasi harga jelas	Jujur tentang stok	Tidak menyembunyikan cacat
Amanah	Konsisten rasa	Menepati janji pesanan	Tepat waktu buka-tutup
'*Adl* (Keadilan)	Harga Wajar	Tidak menaikkan harga berlebihan	Jual sesuai porsi
Ihsan	Pelayanan terbaik	Kebersihan alat	Penyajian rapi
Inovasi	Pemasaran digital	Kemasan menarik	Variasi ukuran jepa
Pola Kerja	Disiplin dan tekun	Tepat waktu	Konsisten proses produksi

Seluruh informan menunjukkan bahwa nilai budaya Mandar sangat memengaruhi cara mereka menjalankan usaha. Nilai Sipakatau tercermin dalam sikap sopan, ramah, dan menghargai setiap pelanggan. Pelaku UMKM menyapa pelanggan dengan bahasa halus, menyajikan produk dengan penuh hormat, dan menghindari sikap yang dapat mengecewakan. Nilai Sipakalebbi terlihat dalam cara pelaku usaha menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan pedagang lain. Mereka saling menghargai ruang usaha, berbagi informasi, serta menghindari persaingan tidak sehat. Sipamandar tampak melalui kebiasaan saling membantu, seperti meminjamkan peralatan, memberikan bahan baku saat darurat, atau saling memberi promosi.

Pembahasan penelitian ini disusun berdasarkan analisis data observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi terhadap tiga pelaku UMKM di Kabupaten Majene, yaitu penjual pisang goreng, bolu paranggi, dan jepa. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa nilai budaya Mandar dan etika bisnis Islam tidak hanya hadir sebagai norma abstrak, tetapi menjadi landasan perilaku yang memandu pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas ekonomi sehari-hari. Pembahasan berikut menjelaskan temuan tersebut secara lebih rinci.

1. Nilai Budaya Mandar sebagai Fondasi Sikap dan Perilaku Usaha

Temuan menunjukkan bahwa nilai Sipakatau, Sipakalebbi, Sipamandar, dan Siri'na Pacce tidak sekadar diketahui oleh pelaku UMKM, tetapi benar-benar diinternalisasi dan diwujudkan dalam praktik usaha.

a. Sipakatau, yang berarti memanusiakan sesama, tercermin dari pelayanan yang ramah, tidak membentak, dan menghargai pilihan pelanggan. Dalam wawancara, pedagang jepa menyatakan bahwa "pelanggan itu tamu, harus dihormati." Hal ini sejalan dengan pandangan Mead bahwa makna sosial

dibangun melalui interaksi simbolikdalam hal ini, simbol penghormatan.[5]

b. Sipakalebbi, menuntut pelaku usaha menjaga hubungan yang harmonis, baik dengan pelanggan maupun pedagang lain. Tidak ditemukan praktik saling menjatuhkan, perang harga ekstrem, atau perebutan pelanggan secara tidak etis. Temuan ini sejalan dengan konsep modal sosial normatif (Putnam), di mana norma saling menghargai menciptakan stabilitas sosial dalam pasar lokal.[6]

c. Sipamandar, terlihat kuat melalui praktik saling membantu, seperti berbagi bahan baku saat ada kekurangan. Tindakan ini memperkuat jaringan sosial dan kepercayaan, yang merupakan elemen penting dalam keberlanjutan UMKM berbasis komunitas.[7]

d. Siri'na Pacce, memiliki pengaruh paling besar. Pelaku UMKM merasa malu jika bekerja tidak jujur atau mengurangi kualitas produk. Konsep siri' sebagai harga diri menjelaskan mengapa pedagang Mandar memiliki komitmen tinggi terhadap kualitas dan kejujuran. Temuan ini memperkuat penelitian-penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa masyarakat Sulawesi memandang kehormatan sebagai nilai tertinggi.[8]

Secara keseluruhan, nilai budaya Mandar berfungsi sebagai moral compass yang membimbing tindakan ekonomi. Nilai ini tidak hanya membentuk etika usaha, tetapi juga berperan dalam menciptakan atmosfer bisnis yang harmonis dan berkeadaban.

2. Etika Bisnis Islam sebagai Penguat Integritas Usaha

Etika bisnis Islam ditemukan bukan sekadar slogan, tetapi benar-benar diterapkan dalam aktivitas usaha. Pelaku UMKM menunjukkan komitmen terhadap prinsip sidq, amanah, 'adl, ihsan, dan larangan tadlis.[9]

a. Sidq (Kejujuran) tampak ketika pedagang secara jujur menjelaskan kualitas produk, terutama jika ada produk yang kurang sempurna. Tidak ditemukan praktik menipu pelanggan atau menyembunyikan cacat barang.

---

[5] Zubair, A., Hamzah, H., & Satriadi, S. (2022). Living Religious Moderation within the Sipakatau , Sipakainge ' , and Sipakalebbi Cultures of the Bugis Community. Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, 30(2), 195–214. https://doi.org/10.21580/ws.30.2.13048

[6] Sukmawati, S., Renaldi, R., Amus, S., Alanur, S. N., Nasran, N., & Imran, I. (2024). Pendidikan Penerapan Nilai Kearifan Lokal Tradisi Metawe ' terhadap Masyarakat Suku Mandar di Desa Adolang Kecamatan Pamboang Kabupaten Majene. Jurnal Ilmu Pendidikan, 6(2), 1031–1043.

[7] Nurliah, N., Samboteng, L., & Mannayong, J. (2025). Pelayanan Akademik Berbasis Budaya SIPA ' MANDAR Pada Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universita Sulawesi Barat. Jurnal Ilmu Administrasi Publik, 13(1), 58–75.

[8] Amir, N. H., Misbach, I., & Haddade, A. W. (2020). The Internalizing Value Of The Lempu' Refiel The Business Benefits Of Mixed Traders' Perspective Of Islamic Business Ethics. Laa Maisir, 7(2), 248–260.

[9] Mukhoyyaroh, Hasanah, Y. M., & Fadilah, K. (2025). Moderation as Cultural Negotiation : Islamic Business Ethics and Local Value Integration in Indonesian Chinese Muslim Micro , Small , and Medium Enterprises (MSMEs). Jurnal Indo-Islamika, 15(1), 50–64.

b. Amanah terlihat dari upaya konsisten menjaga kualitas rasa dan kebersihan. Pedagang bolu paranggi menyatakan bahwa menjaga rasa adalah bagian dari kepercayaan pelanggan.

c. 'Adl (Keadilan) tampak dalam penetapan harga yang wajar. Meskipun permintaan meningkat, pelaku UMKM tetap menjaga harga agar terjangkau. Ini menunjukkan orientasi etika, bukan orientasi profit semata.

d. Ihsan tampak dari kesungguhan pelaku UMKM dalam meningkatkan layanan dan memperhatikan kebersihan alat serta lokasi usaha.

e. Larangan Tadlis (Penipuan) dipegang teguh. Pelaku UMKM menyadari bahwa usaha yang curang tidak membawa keberkahan.

Integrasi etika Islam ini menunjukkan bahwa spiritualitas dan religiusitas memiliki kontribusi kuat terhadap integritas usaha. Temuan ini menguatkan literatur yang menyatakan bahwa etika Islam dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan keberlanjutan usaha.

3. Pola Kerja Pelaku UMKM Dibentuk oleh Integrasi Budaya dan Agama

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa pelaku UMKM bekerja dengan pola yang teratur, disiplin, dan penuh tanggung jawab. Beberapa aspek yang menonjol adalah:

a. Mereka hadir lebih awal untuk menyiapkan produk.

b. Mereka menjaga kebersihan tempat dan alat produksi secara konsisten.

c. Mereka bekerja dengan motivasi moral, bukan sekadar ekonomi.

Dengan demikian, pola kerja mereka merupakan hasil interaksi antara nilai budaya dan nilai agama. Ini membedakan pelaku UMKM Mandar dengan UMKM di daerah lain yang mungkin lebih berorientasi pada efisiensi ekonomi semata.

4. Inovasi Pelaku UMKM: Adaptif tetapi Tetap Menjaga Identitas Budaya

Meskipun kuat dalam tradisi, pelaku UMKM Mandar tidak menolak perubahan. Mereka mampu melakukan inovasi moderat, seperti :[10]

a. Memperbaiki kemasan untuk meningkatkan daya tarik,

b. Memanfaatkan media sosial untuk promosi,

c. Menambah variasi ukuran jepa,

d. Meningkatkan kualitas rasa melalui seleksi bahan baku.

Namun, inovasi ini tetap dilakukan dalam kerangka menjaga keaslian budaya. Produk seperti jepa dan bolu paranggi tetap dibuat dengan metode tradisional, karena dianggap sebagai identitas budaya yang tidak boleh hilang. Temuan ini menunjukkan bahwa inovasi di UMKM Mandar bersifat koeksistensial, yaitu berjalan berdampingan dengan tradisi. Pelaku UMKM menunjukkan bahwa

[10] Ferine, K. F., Zaki, A., Cahyaningrum, A. O., Papilaya, F., & Fkun, E. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Social Capital. Jurnal Multidisiplin West Scince, 2(02), 135–149.

modernisasi tidak harus menghilangkan nilai budaya lokal.

5. Integrasi Budaya Mandar dan Etika Islam sebagai Modal Sosial dan Modal Moral

Pembahasan utama dari penelitian ini terletak pada integrasi antara nilai budaya dan nilai agama.

a. Nilai budaya Mandar berfungsi sebagai modal sosial yang membangun kepercayaan, solidaritas, dan hubungan sosial yang kokoh.

b. Etika bisnis Islam berfungsi sebagai modal moral yang menjaga integritas, kejujuran, dan keberkahan usaha.

Kedua modal ini saling menguatkan, menciptakan model wirausaha lokal yang beretika, berkelanjutan, dan berbasis nilai. Integrasi ini memberikan bukti bahwa keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh modal ekonomi, tetapi juga oleh kualitas nilai budaya dan agama yang dianut pelaku usaha.

6. Penutup

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana nilai budaya Mandar dan etika bisnis Islam berperan dalam membentuk pola kerja, etika usaha, dan inovasi pelaku UMKM pada wirausaha lokal di Kabupaten Majene. Berdasarkan hasil observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa nilai budaya Mandar dan etika bisnis Islam bukan hanya dijadikan sebagai simbol identitas budaya dan religiusitas, tetapi benar-benar terinternalisasi dalam perilaku dan praktik usaha pelaku UMKM.

Pertama, nilai budaya Mandar seperti Sipakatau, Sipakalebbi, Sipamandar, dan Siri'na Pacce memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap cara pelaku UMKM menjalankan usaha mereka. Pelayanan yang ramah, penghargaan terhadap pelanggan, sikap gotong royong antarpedagang, hingga komitmen menjaga kualitas produk merupakan manifestasi nyata dari nilai-nilai tersebut. Nilai budaya ini tidak hanya membentuk etika usaha, tetapi juga menciptakan suasana bisnis yang harmonis dan penuh solidaritas, sehingga membantu UMKM bertahan dalam dinamika pasar.

Kedua, etika bisnis Islam terbukti menjadi landasan moral yang menguatkan integritas usaha. Prinsip seperti sidq (kejujuran), amanah (kepercayaan), 'adl (keadilan), ihsan (kualitas kerja terbaik), dan larangan tadlis (penipuan) secara konsisten diterapkan oleh pelaku UMKM. Etika ini mendorong pelaku usaha untuk menjaga kejujuran dalam transaksi, menetapkan harga yang adil, meningkatkan kualitas pelayanan, dan tidak melakukan praktik curang. Dengan demikian, etika bisnis Islam berfungsi sebagai pembentuk perilaku usaha yang etis dan profesional.

Ketiga, pola kerja pelaku UMKM Mandar merupakan perpaduan antara motivasi budaya dan nilai agama. Mereka bekerja dengan disiplin, bertanggung jawab, dan memiliki komitmen kuat terhadap usaha yang dijalankan. Nilai Siri'na Pacce membuat mereka menjaga kehormatan keluarga melalui kualitas dan kejujuran,

sedangkan prinsip amanah mendorong mereka untuk menjaga kepercayaan pelanggan. Integrasi nilai ini menciptakan pola kerja yang tekun, teratur, dan stabil.

Keempat, pelaku UMKM mampu melakukan inovasi moderat dengan tetap mempertahankan identitas budaya. Inovasi dilakukan dalam aspek kemasan, kualitas produk, dan strategi pemasaran seperti penggunaan media sosial. Namun, metode produksi tradisional tetap dipertahankan sebagai wujud pelestarian budaya. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi tidak harus menghilangkan nilai kearifan lokal, tetapi dapat berjalan beriringan dengan tradisi. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa keberlanjutan UMKM Mandar sangat dipengaruhi oleh kekuatan nilai budaya dan etika agama. Integrasi keduanya membentuk model kewirausahaan lokal yang unik, beretika, dan adaptif, sehingga dapat menjadi model pengembangan UMKM berbasis kearifan lokal di daerah lain.

Referensi

Amir, N. H., Misbach, I., & Haddade, A. W. (2020). The Internalizing Value Of The Lempu' Refiel The Business Benefits Of Mixed Traders' Perspective Of Islamic Business Ethics. Laa Maisir, 7(2), 248–260.

Ferine, K. F., Zaki, A., Cahyaningrum, A. O., Papilaya, F., & Fkun, E. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Social Capital. Jurnal Multidisiplin West Scince, 2(02), 135–149.

Ilham, B. U., Widiawati, A., Hamdana, Irmayani, N., & Mutiara. (2024). Studi Kearifan Lokal Suku Mandar Dalam Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palop, 10(1), 106–121.

Jamaluddin, Mappaterru, R., S Deflyanty, P., & Anwar. (2025). Islamic Business Ethics and Sustainability : Building a Business Based on Trust and Justice. Jornal Of Islamic Economy, 2(1), 43–52.

Khatima, H., Syah, F., Junaldi, J., & Iryani, J. (2025). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN NILAI BUDAYA SIPAKATAU, SIPAKALEBBI, DAN SIPAKAINGE' DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT PERKOTAAN BULUKUMBA DI ERA DIGITAL. Nusantara Hasana Journal, 5(1), 320–327.

Mukhoyyaroh, Hasanah, Y. M., & Fadilah, K. (2025). Moderation as Cultural Negotiation : Islamic Business Ethics and Local Value Integration in Indonesian Chinese Muslim Micro , Small , and Medium Enterprises (MSMEs). Jurnal Indo-Islamika, 15(1), 50–64.

Nurliah, N., Samboteng, L., & Mannayong, J. (2025). Pelayanan Akademik Berbasis Budaya SIPA ' MANDAR Pada Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universita Sulawesi Barat. Jurnal Ilmu Administrasi Publik, 13(1), 58–75.

Rifqiansyah, R., & Wijaya, H. (2025). Entrepreneurship Based on Culture and Local Wisdom: Building Sustainable Business from Tradition Rifqiansyah1,. Journal of Indonesian Scholars for Social Research, 5(1), 14–23.

Sukmawati, S., Renaldi, R., Amus, S., Alanur, S. N., Nasran, N., & Imran, I. (2024). Pendidikan Penerapan Nilai Kearifan Lokal Tradisi Metawe ' terhadap Masyarakat Suku Mandar di Desa Adolang Kecamatan Pamboang Kabupaten Majene. Jurnal Ilmu Pendidikan, 6(2), 1031–1043.

Zubair, A., Hamzah, H., & Satriadi, S. (2022). Living Religious Moderation within the Sipakatau , Sipakainge ' , and Sipakalebbi Cultures of the Bugis Community. Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, 30(2), 195–214. https://doi.org/10.21580/ws.30.2.13048