

Peran Pameran UMKM Syari'ah Fair Surabaya sebagai Media Edukasi Ekonomi Syariah di Ruang Publik

Andy Fahmi Halim¹⁾, Muhammad Rifki Rizqullah²⁾, Ammar Masyhadi³⁾

^{1,2,3)}Sekolah Tinggi Agama Islam Ali bin Abi Thalib Surabaya, Indonesia

E-mail: ¹⁾andy.fahmi@stai-ali.ac.id, ²⁾rifki.rizqullah@stai-ali.ac.id, ³⁾masyhadiammar@gmail.com

 <https://doi.org/10.54214/alfawaid.Vol16.Iss1.1001>

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis peran Pameran UMKM Syari'ah Fair Surabaya sebagai ruang edukasi ekonomi syariah berbasis pengalaman di ruang publik. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih terbatasnya literasi ekonomi syariah masyarakat Indonesia serta masih dominannya kajian ekonomi syariah yang berfokus pada aspek kelembagaan formal. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data diperoleh melalui observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur dengan panitia, pelaku UMKM, dan pengunjung, serta dokumentasi kegiatan pameran. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa edukasi ekonomi syariah dalam Syari'ah Fair berlangsung secara informal dan kontekstual melalui empat bentuk utama, yaitu: sosialisasi nilai ekonomi syariah melalui atmosfer religius dan kajian, interaksi ekonomi berbasis pengalaman, representasi praktik bisnis syariah, serta integrasi dakwah ekonomi dan pemberdayaan UMKM. Dampak edukatif yang muncul bersifat inkremental berupa penguatan kesadaran awal, persepsi positif terhadap ekonomi syariah, dan meningkatnya kepercayaan terhadap produk halal, namun belum menghasilkan perubahan perilaku ekonomi yang mendalam karena aktivitas pameran masih didominasi orientasi transaksi. Kontribusi teoretis penelitian ini terletak pada pengembangan perspektif ekonomi syariah berbasis sosial-kultural dengan menempatkan pameran UMKM syariah sebagai ruang experiential learning dan internalisasi nilai ekonomi Islam di masyarakat urban. Secara praktis, penelitian ini menegaskan pentingnya integrasi fungsi ekonomi dan edukasi dalam penyelenggaraan pameran berbasis syariah.

Kata Kunci : Edukasi Ekonomi Syariah, Experiential Learning, UMKM Syariah, Dakwah Ekonomi, Ruang Publik

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia menunjukkan tren yang positif dalam dua dekade terakhir, baik dari sisi kelembagaan, regulasi, maupun pertumbuhan sektor usaha berbasis halal. Meski demikian, peningkatan institusi ekonomi syariah belum sepenuhnya diiringi dengan peningkatan literasi masyarakat secara merata. Data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia masih berada pada kategori moderat dan belum berbanding lurus dengan tingkat inklusinya

(Friderica Widyasari Dewi & Ateng Hartono, 2025; Santosa & Hartono, 2024). Kondisi ini menunjukkan adanya jarak antara ketersediaan sistem ekonomi syariah dan pemahaman masyarakat terhadap prinsip-prinsipnya.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji pengembangan ekonomi syariah dari berbagai sudut pandang. Penelitian oleh (S. Putri, 2021) menyoroti peran pembiayaan syariah dalam mendukung keberlangsungan UMKM, sementara (M. N. Putri, 2022) menekankan pentingnya literasi keuangan dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha. (Anasya dkk., 2023) mengkaji pemberdayaan ekonomi berbasis syariah sebagai strategi penguatan ekonomi masyarakat, sedangkan Batubara dan Ritonga (2024) menegaskan kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional meskipun masih menghadapi kendala struktural. Berbagai penelitian tersebut menunjukkan bahwa perhatian utama masih terfokus pada aspek kelembagaan, pembiayaan, dan penguatan kapasitas usaha.

Di sisi lain, kajian mengenai ekonomi syariah di ruang publik nonformal masih relatif terbatas, khususnya yang menempatkan kegiatan berbasis event sebagai medium edukasi sosial-keagamaan. Padahal, masyarakat tidak hanya berinteraksi dengan nilai ekonomi syariah melalui lembaga pendidikan atau institusi keuangan formal, tetapi juga melalui pengalaman sehari-hari dalam aktivitas ekonomi yang bersifat langsung, partisipatif, dan komunal. Keterbatasan kajian pada dimensi ini menunjukkan adanya ruang akademik yang belum banyak dieksplorasi dalam studi ekonomi syariah kontemporer.

Dalam perspektif dakwah dan pendidikan sosial, penyebaran nilai-nilai Islam tidak selalu berlangsung melalui jalur formal. Konsep dakwah bil-hal menekankan penyampaian ajaran Islam melalui praktik nyata dan keteladanan dalam kehidupan sehari-hari (Hasriani, 2022; Rofiki dkk., 2023). Selain itu, proses internalisasi nilai dalam masyarakat juga dapat berlangsung melalui interaksi sosial di ruang-ruang komunitas, sebagaimana ditunjukkan dalam kajian tentang majelis taklim dan pendidikan berbasis masyarakat (Sarhini, 2020). Pendekatan ini menunjukkan bahwa pengalaman langsung memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman dan sikap keagamaan.

Dalam konteks ekonomi syariah, pengalaman langsung juga menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran nilai dan perilaku ekonomi. Edukasi ekonomi syariah tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai proses pembentukan perilaku ekonomi yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam. Penelitian menunjukkan bahwa pendidikan ekonomi syariah berperan dalam memberikan pemahaman mengenai aturan muamalah dan industri halal, sekaligus memperkuat kesadaran individu dalam mengambil keputusan ekonomi yang etis

(Soehardi, 2023). Namun, pembelajaran yang berlangsung di ruang formal belum selalu mampu menghasilkan pemahaman yang aplikatif. Studi mengenai praktik kerja lapangan dalam program studi ekonomi syariah menunjukkan bahwa pengalaman langsung di lapangan menjadi jembatan penting antara konsep teoretis dan penerapannya dalam kehidupan nyata, meskipun implementasinya masih menghadapi berbagai kendala kelembagaan (Dudang Abdul Karim dkk., 2024).

Selain itu, integrasi pengalaman langsung dalam pendidikan ekonomi syariah juga terbukti berpengaruh terhadap pembentukan perilaku ekonomi masyarakat. Intensitas pendidikan ekonomi yang diimbangi dengan pengalaman praktis berkontribusi pada peningkatan kemampuan individu dalam mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional dan sesuai dengan prinsip syariah (Ramadhan Fahmi Putra, 2022). Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa proses internalisasi nilai ekonomi syariah memerlukan ruang pengalaman sosial yang memungkinkan masyarakat tidak hanya memahami konsep, tetapi juga menyaksikan dan mengalami praktiknya secara langsung.

Dalam kerangka tersebut, kegiatan ekonomi publik yang memadukan transaksi dan nilai keislaman memiliki potensi sebagai media edukasi yang bersifat informal. Pameran UMKM Syari'ah Fair Surabaya menjadi salah satu contoh konkret yang mempertemukan aktivitas ekonomi, interaksi sosial, dan penyampaian nilai religius dalam satu ruang. Pameran ini tidak hanya berfungsi sebagai ajang promosi produk halal, tetapi juga menghadirkan kajian, interaksi muamalah, serta suasana religius yang menekankan kehalalan dan etika bisnis. Secara konseptual, fenomena ini dapat dipahami sebagai bentuk integrasi antara aktivitas ekonomi dan dakwah sosial dalam praktik muamalah (Heriyanto & Taufiq, 2024; Nawawi & Naufal, 2012).

Dalam perspektif ekonomi syariah, etika bisnis Islam merupakan salah satu pilar utama yang mengarahkan aktivitas ekonomi agar selaras dengan nilai-nilai syariah. Prinsip-prinsip seperti keadilan (al-'adl), kejujuran (ṣidq), amanah, dan tanggung jawab sosial menjadi landasan moral dalam praktik usaha (Kristiani dkk., 2024). Implementasi prinsip-prinsip tersebut terbukti berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha dan meningkatnya kepercayaan konsumen (Moh. Abrori & Sakinah, 2024). Akan tetapi, penerapan etika bisnis Islam dalam praktik kontemporer masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan pemahaman pelaku usaha dan belum optimalnya dukungan ekosistem berbasis syariah (Heriyanto & Taufiq, 2024).

Berangkat dari kondisi tersebut, ruang publik berbasis event seperti Syari'ah Fair menjadi menarik untuk dikaji karena menghadirkan praktik ekonomi syariah dalam bentuk yang lebih dekat dengan pengalaman sosial masyarakat. Pameran tidak hanya mempertemukan pelaku usaha dan konsumen dalam aktivitas transaksi, tetapi juga membangun atmosfer religius yang

memungkinkan berlangsungnya proses sosialisasi nilai, pembentukan persepsi, serta pengenalan praktik muamalah Islami secara langsung. Dengan demikian, pameran dapat dipahami bukan sekadar sebagai aktivitas ekonomi, melainkan sebagai ruang edukasi sosial-keagamaan yang bekerja melalui pengalaman, interaksi, dan simbol-simbol keislaman di ruang publik.

Pemilihan Pameran UMKM Syari'ah Fair sebagai lokasi penelitian didasarkan pada karakteristiknya sebagai ruang publik yang mempertemukan berbagai aktor, yaitu pelaku usaha, pengunjung, dan penyelenggara, dalam interaksi ekonomi yang sarat nilai. Selain itu, kegiatan ini secara eksplisit mengusung identitas syariah, sehingga memungkinkan peneliti mengamati secara langsung bagaimana nilai-nilai ekonomi Islam dihadirkan, dipraktikkan, dan dipersepsi oleh masyarakat.

Penelitian ini berfokus pada analisis mengenai bentuk, proses, dan dinamika edukasi ekonomi syariah yang berlangsung dalam Pameran UMKM Syari'ah Fair Surabaya sebagai ruang publik berbasis nilai Islam. Fokus tersebut diarahkan untuk memahami bagaimana interaksi ekonomi, praktik muamalah, dan atmosfer religius dalam pameran berperan dalam membentuk kesadaran awal masyarakat terhadap nilai-nilai ekonomi syariah.

Kebaruan penelitian ini terletak pada formulasi konseptual pameran UMKM berbasis syariah sebagai ruang edukasi ekonomi syariah informal yang bekerja melalui pengalaman sosial dan praktik muamalah di ruang publik. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang lebih banyak menempatkan edukasi ekonomi syariah dalam kerangka institusional, penelitian ini menunjukkan bahwa internalisasi nilai ekonomi Islam juga dapat berlangsung melalui interaksi ekonomi sehari-hari dalam ruang sosial-komunal. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam memperluas pendekatan kajian ekonomi syariah dari orientasi kelembagaan menuju perspektif sosio-kultural dan experiential learning dalam masyarakat urban.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial yang terjadi dalam satu peristiwa spesifik, yaitu Pameran UMKM Syari'ah Fair Surabaya. Studi kasus memungkinkan peneliti menggali makna, proses, serta dinamika interaksi yang berlangsung dalam ruang publik berbasis nilai syariah secara komprehensif (Sahir, 2021; Sugiyono, 2009).

Lokasi penelitian berada pada kegiatan Pameran UMKM Syari'ah Fair Surabaya Series yang diselenggarakan di Balai Pemuda Surabaya. Pengumpulan data dilakukan pada tanggal 6

Desember 2025, bertepatan dengan pelaksanaan kegiatan pameran. Subjek penelitian dipilih secara purposif dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung dalam kegiatan pameran. Informan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang, yang masing-masing mewakili unsur utama dalam kegiatan, yaitu panitia penyelenggara, pelaku UMKM, dan pengunjung. Pemilihan informan didasarkan pada kriteria: (1) terlibat langsung dalam aktivitas pameran, (2) memiliki pengalaman interaksi dalam kegiatan ekonomi selama pameran, dan (3) mampu memberikan informasi yang relevan dengan fokus penelitian.

Pemilihan jumlah informan yang terbatas dilakukan dengan pertimbangan bahwa penelitian ini menekankan pada kedalaman informasi (depth of data) dalam konteks studi kasus, bukan pada generalisasi temuan. Setiap informan dipilih sebagai representasi dari peran yang berbeda dalam ekosistem pameran, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang utuh mengenai proses edukasi ekonomi syariah yang terjadi.

Data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung selama pameran berlangsung dan wawancara semi-terstruktur dengan informan. Wawancara dilakukan untuk menggali pemahaman, pengalaman, serta persepsi informan terhadap peran pameran dalam edukasi ekonomi syariah. Data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi berupa literatur ilmiah, laporan kegiatan, serta publikasi yang relevan dengan tema ekonomi syariah dan UMKM halal.

Teknik pengumpulan data meliputi observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mencatat bentuk interaksi transaksi, pelaksanaan kajian, serta praktik muamalah yang ditampilkan dalam pameran. Wawancara digunakan untuk memahami motivasi partisipasi, tingkat pemahaman ekonomi syariah, dan dampak yang dirasakan oleh informan. Dokumentasi dimanfaatkan untuk memperkuat data hasil observasi dan wawancara.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2009). Pada tahap reduksi, data yang diperoleh diseleksi dan dikategorikan berdasarkan tema penelitian, seperti bentuk edukasi, proses interaksi, dan dampak kegiatan. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk uraian naratif analitis yang terstruktur. Penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap dengan memperhatikan konsistensi temuan lapangan.

Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Informasi dari panitia, pelaku UMKM, dan pengunjung dibandingkan untuk

melihat konsistensi data. Selain itu, hasil wawancara dikonfirmasi kembali kepada informan (member checking) guna memastikan kesesuaian makna yang dimaksudkan.

Pendekatan metodologis ini memungkinkan penelitian tidak hanya mendeskripsikan kegiatan pameran, tetapi juga menganalisis proses edukasi ekonomi syariah yang terjadi di dalamnya sebagai fenomena sosial-keagamaan di ruang publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Syari'ah Fair sebagai Ruang Sosialisasi Nilai-Nilai Ekonomi Syariah

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Pameran UMKM Syari'ah Fair Surabaya Series berfungsi sebagai sarana pengenalan nilai-nilai dasar ekonomi syariah, seperti kejujuran, kehalalan produk, dan etika muamalah. Nilai-nilai ini disampaikan melalui kebijakan panitia, kegiatan kajian, serta suasana religius yang dibangun selama pameran berlangsung. Salah satu informan dari pihak panitia menyampaikan:

“Tujuan utama pameran ini adalah membantu teman-teman UMKM, baik yang menjual busana Muslim, aksesoris, maupun makanan yang insyaAllah halal. Selain itu, pameran ini juga menjadi sarana dakwah, untuk menyampaikan bahwa Islam itu indah dan bermanfaat untuk semua.”

Selain itu, bentuk edukasi juga dilakukan melalui media sosial dan penyampaian pesan-pesan religius selama kegiatan berlangsung:

“Edukasi kami sampaikan melalui media sosial dan kajian-kajian dari ustadz. Tujuannya sebagai pengingat bagi masyarakat.”

Selain melalui aturan teknis, sosialisasi juga dilakukan melalui kajian dan media informasi:

“Kami juga mengadakan berbagai kegiatan seperti lomba tahfidz, kajian untuk anak-anak dan orang dewasa, termasuk kajian tentang keluarga dan kehidupan sehari-hari.”

“Edukasi kami sampaikan melalui media sosial dan kajian-kajian dari ustadz. Tujuannya sebagai pengingat bagi masyarakat.”

Dari sisi pengunjung, kajian memberikan tambahan pemahaman, meskipun masih terbatas:

“Dari kajian yang saya ikuti, lumayan menambah pemahaman, terutama tentang rezeki halal dan haram.”

“Kalau dibilang meningkat, mungkin ada peningkatan sedikit, tapi tidak terlalu signifikan.”

Kondisi ini menunjukkan bahwa Syari'ah Fair lebih berperan sebagai media pengenalan dan penguatan kesadaran awal, bukan sebagai sarana transfer pengetahuan ekonomi syariah secara mendalam. Pola sosialisasi ini sejalan dengan konsep dakwah bil-ḥāl, yaitu penyampaian ajaran Islam melalui keteladanan dan praktik nyata, bukan semata-mata ceramah verbal (Hasriani, 2022).

Ketika pengunjung melihat langsung praktik jual beli yang jujur, produk yang dikurasi halal, serta suasana religius dalam pameran, mereka secara tidak langsung menerima pesan dakwah tentang bagaimana Islam mengatur aktivitas ekonomi.

Temuan ini menguatkan pandangan bahwa sosialisasi nilai ekonomi syariah melalui pameran bersifat normatif dan simbolik, sebagaimana dijelaskan dalam literatur bahwa tahap awal dakwah edukasi syariah di ruang publik umumnya dimulai dari pengenalan nilai dan pembentukan atmosfer religious (Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, 2024).

Dari paparan diatas, maka Syari'ah Fair dapat dipahami sebagai sarana sosialisasi nilai-nilai ekonomi syariah pada level pengenalan dan penguatan norma. Nilai-nilai tersebut hadir melalui kebijakan panitia, kegiatan kajian, serta simbol dan praktik keislaman dalam pameran. Meskipun belum menghasilkan perubahan perilaku yang signifikan, peran ini tetap penting sebagai fondasi awal dalam proses edukasi ekonomi syariah di masyarakat urban.

Interaksi Ekonomi sebagai Media Pembelajaran Berbasis Pengalaman

Temuan penelitian menunjukkan bahwa interaksi antara pelaku UMKM dan pengunjung menjadi salah satu medium utama terjadinya proses edukasi ekonomi syariah dalam pameran. Pengunjung memperoleh pengalaman langsung mengenai praktik ekonomi halal melalui transaksi, komunikasi dengan penjual, dan suasana ekonomi yang bercitra Islami.

Salah satu pengunjung menyatakan:

“Saya merasa lebih yakin bahwa produk di sini halal, karena sudah dikurasi oleh panitia.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa persepsi kehalalan tidak hanya dibentuk melalui label formal, tetapi juga melalui sistem sosial dan atmosfer religius yang menyertai kegiatan pameran. Pengalaman berada dalam ruang ekonomi yang menampilkan identitas syariah membentuk rasa aman dan kepercayaan terhadap praktik transaksi yang berlangsung.

Namun, interaksi yang terjadi belum berkembang menjadi proses edukasi yang mendalam. Kondisi lapangan menjadi salah satu kendala:

“Karena tempatnya ramai dan kurang kondusif, saya jadi tidak terlalu fokus mengikuti kajian.”

Dari sisi pelaku UMKM, interaksi dengan pengunjung lebih banyak difokuskan pada pelayanan transaksi dan promosi produk. Beberapa pelaku usaha mengakui bahwa mereka jarang terlibat dalam percakapan yang membahas akad jual beli atau prinsip ekonomi syariah secara eksplisit, karena perhatian utama tertuju pada pelayanan pembeli dan pengelolaan lapak.

“Kalau di sini, saya jarang ikut kajian karena harus menjaga lapak.”

“Selama ini pemahaman saya tentang jual beli syariah lebih banyak dari kajian, bukan dari pameran seperti ini.”

Kondisi ini menunjukkan bahwa peran pelaku UMKM sebagai agen edukasi ekonomi syariah belum berjalan secara optimal dalam konteks pameran. Situasi tersebut mencerminkan tantangan edukasi ekonomi syariah di ruang publik, di mana aktivitas ekonomi sering kali lebih dominan dibandingkan proses pembelajaran. Padahal, interaksi langsung antara penjual dan pembeli memiliki potensi besar sebagai sarana edukasi berbasis pengalaman, terutama ketika nilai-nilai syariah ditampilkan melalui sikap, pelayanan, dan kejujuran pelaku usaha (Antonio, 2001). Tanpa dukungan desain interaksi yang lebih terarah, potensi edukatif tersebut cenderung berhenti pada level transaksi.

Syari'ah Fair menyediakan ruang interaksi yang memungkinkan terjadinya pembelajaran ekonomi syariah secara implisit. Pengunjung belajar melalui pengalaman bertransaksi dan suasana pameran, sementara pelaku UMKM menampilkan praktik usaha yang bercitra Islami. Namun, interaksi yang berlangsung masih didominasi oleh orientasi jual beli, sehingga fungsi edukatifnya belum berkembang secara maksimal. Temuan ini menunjukkan bahwa interaksi edukatif dalam pameran UMKM memerlukan penguatan agar tidak hanya menjadi ruang transaksi, tetapi juga ruang dialog dan pembelajaran nilai-nilai ekonomi syariah.

Syari'ah Fair sebagai Wadah Teladan Praktik Bisnis Syariah

Pelaksanaan Pameran UMKM Syari'ah Fair Surabaya Series memperlihatkan upaya menghadirkan praktik bisnis syariah secara nyata di ruang publik. Hal ini tampak dari cara panitia mengatur jalannya pameran serta dari perilaku sebagian pelaku UMKM dalam melayani konsumen. Nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, dan kepatuhan terhadap ketentuan halal tidak hanya disampaikan sebagai imbauan, tetapi juga diwujudkan dalam aturan dan praktik yang dapat diamati langsung oleh pengunjung.

Salah satu praktik yang cukup menonjol adalah kebijakan penghentian sementara aktivitas jual beli ketika adzan berkumandang:

“Jika adzan berkumandang, kami anjurkan untuk menghentikan sementara aktivitas jual beli, lalu dilanjutkan setelahnya.”

Praktik ini memberi pesan bahwa aktivitas ekonomi tidak berdiri sendiri, melainkan berada dalam keterikatan dengan kewajiban ibadah. Bagi pengunjung, pengalaman menyaksikan transaksi dihentikan sementara untuk menghormati waktu shalat menghadirkan gambaran konkret tentang bagaimana nilai agama dapat dijalankan di tengah aktivitas ekonomi sehari-hari. Praktik semacam ini mencerminkan pandangan ekonomi syariah yang menempatkan tauhid sebagai fondasi seluruh

Diterbitkan oleh STAI Ali bin Abi Thalib Surabaya

Website Jurnal : <https://jurnal.stai-ali.ac.id/index.php/Alfawaid>

DOI Jurnal : <https://doi.org/10.54214/alfawaid>

aktivitas muamalah (Asyrofi & Mawardi, 2025).

Informan dari kalangan pelaku UMKM menyatakan bahwa mereka berupaya menjaga kejujuran dalam menyampaikan informasi produk, baik terkait bahan, kualitas, maupun harga. Namun, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip tersebut bukan semata-mata lahir karena keikutsertaan dalam Syari'ah Fair, melainkan merupakan bagian dari kebiasaan berdagang yang telah mereka bangun sebelumnya melalui pembelajaran agama di luar pameran:

“Kalau soal penerapan prinsip syariah seperti kejujuran dan amanah, itu memang sudah kami lakukan sejak awal, bukan karena ikut pameran ini.”

Dalam konteks ini, pameran berfungsi sebagai ruang yang memperlihatkan praktik bisnis syariah yang telah ada, bukan sebagai sarana pembentukan perilaku baru secara langsung.

Bagi pengunjung, praktik bisnis yang ditampilkan dalam pameran membentuk persepsi bahwa transaksi yang berlangsung berada dalam koridor syariah. Kepercayaan tersebut muncul dari kurasi panitia terhadap tenant serta dari suasana religius yang menyelimuti kegiatan pameran.

“Saya merasa lebih yakin bahwa produk di sini halal, karena sudah dikurasi oleh panitia.”

Berdasarkan temuan tersebut, Syari'ah Fair dapat dipahami sebagai ruang representasi praktik bisnis syariah di hadapan masyarakat. Nilai syariah hadir bukan terutama dalam bentuk wacana teoritis, melainkan melalui praktik nyata yang dapat diamati langsung oleh pengunjung. Temuan ini memperlihatkan bagaimana praktik muamalah dapat menjadi sarana dakwah yang dialami secara langsung oleh masyarakat melalui aktivitas ekonomi sehari-hari (Diana dkk., 2025; Rofiki dkk., 2023).

Akan tetapi, penelitian ini juga menemukan bahwa internalisasi nilai belum sepenuhnya berlangsung secara mendalam. Sebagian pelaku usaha masih menempatkan pameran terutama sebagai ruang promosi dan penjualan. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya dinamika antara orientasi pasar dan idealisme nilai syariah dalam praktik ekonomi publik. Temuan ini sejalan dengan pandangan penelitian yang menjelaskan bahwa integrasi nilai syariah dalam praktik bisnis kontemporer sering menghadapi tekanan logika pasar dan orientasi keuntungan (Heriyanto & Taufiq, 2024).

Walaupun begitu, keberadaan pelaku UMKM yang tetap menjaga kejujuran dan kehalalan produk menunjukkan bahwa nilai syariah masih memiliki ruang hidup dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Syari'ah Fair menjadi ruang pertemuan antara kepentingan ekonomi dan komitmen moral-keagamaan.

Syari'ah Fair sebagai Media Integrasi Dakwah Ekonomi dan Pemberdayaan UMKM

Pelaksanaan Pameran UMKM Syari'ah Fair Surabaya Series menunjukkan adanya upaya menggabungkan aktivitas ekonomi dengan penyampaian pesan-pesan keislaman yang berkaitan dengan muamalah dan keberkahan usaha. Hal ini tampak dari rangkaian kegiatan yang tidak hanya berfokus pada bazar UMKM, tetapi juga disertai dengan kajian keislaman, lomba tahfidz, serta penggunaan simbol dan narasi Islami sepanjang pelaksanaan pameran. Panitia menyampaikan:

“Pameran ini juga menjadi sarana dakwah bagi kita semua, untuk menyampaikan kebaikan-kebaikan Islam.”

Akan tetapi jika ditinjau dari perspektif pengunjung, pesan dakwah ekonomi yang disampaikan melalui pameran lebih banyak dirasakan sebagai pengingat tentang pentingnya kehalalan dan keberkahan dalam mencari rezeki. Beberapa pengunjung mengakui bahwa kajian yang diikuti memberikan tambahan pemahaman mengenai rezeki halal dan haram, meskipun pemahaman tersebut masih bersifat umum. Pengunjung menyampaikan:

“Kalau dibilang meningkat, mungkin ada peningkatan sedikit, tapi tidak terlalu signifikan.”

Hal ini menunjukkan bahwa dakwah yang hadir melalui pameran lebih berfungsi sebagai pemantik kesadaran awal, bukan sebagai sarana pembelajaran yang mendalam dan sistematis.

Pelaku UMKM memandang Syari'ah Fair sebagai ruang yang memberikan peluang pemberdayaan ekonomi, terutama dalam hal promosi produk dan pertemuan dengan konsumen yang memiliki ketertarikan terhadap produk halal. Lingkungan pameran yang bercitra Islami memberi rasa aman bagi pelaku usaha untuk menjalankan aktivitas ekonomi sesuai dengan nilai-nilai yang mereka yakini. Namun, pemberdayaan yang dirasakan masih lebih kuat pada aspek ekonomi praktis, sementara peningkatan pemahaman ekonomi syariah belum menjadi dampak utama yang dirasakan oleh pelaku usaha.

Literatur ekonomi syariah menekankan bahwa pemberdayaan umat tidak hanya diukur dari peningkatan pendapatan atau akses pasar, tetapi juga dari tumbuhnya kesadaran nilai, etika, dan orientasi keberkahan dalam aktivitas ekonomi (Chennie, 2021). Dari sudut pandang ini, Syari'ah Fair telah membuka ruang awal bagi integrasi antara kegiatan ekonomi dan nilai keislaman, meskipun proses pendalaman nilai tersebut belum berjalan secara optimal.

Keberagaman latar belakang pengunjung juga memengaruhi cara pesan dakwah ekonomi diterima. Tidak semua pengunjung datang dengan tujuan untuk belajar ekonomi syariah, sehingga pendekatan yang digunakan oleh panitia cenderung bersifat persuasif dan kultural. Pesan-pesan keislaman disampaikan melalui suasana, aktivitas, dan contoh praktik, bukan melalui penekanan

doktrinal. Pendekatan semacam ini memungkinkan pameran diterima oleh masyarakat luas dengan latar belakang pemahaman agama yang beragam.

Peran Syari'ah Fair sebagai media dakwah ekonomi dan pemberdayaan umat tampak melalui kehadirannya sebagai ruang pertemuan antara aktivitas ekonomi dan nilai-nilai Islam dalam bentuk yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Dampak yang muncul belum sampai pada perubahan perilaku yang nyata dan merata, namun cukup untuk menumbuhkan kesadaran awal tentang pentingnya menjalankan usaha dan aktivitas ekonomi secara halal, jujur, dan berorientasi pada keberkahan.

Dampak Edukasi sebagai Proses Bertahap (Incremental Impact)

Dampak Syari'ah Fair terhadap pemahaman dan sikap masyarakat tidak dapat diukur melalui perubahan yang instan dan drastis. Peningkatan pengetahuan pengunjung bersifat terbatas, sementara perubahan perilaku belum tampak secara signifikan. Temuan ini perlu dibaca secara proporsional, mengingat perubahan kesadaran dan perilaku dalam bidang muamalah memang memerlukan proses yang panjang.

Syari'ah Fair lebih tepat dipahami sebagai bagian dari rangkaian proses edukasi jangka panjang. Pameran memberi pengalaman awal, membuka ruang dialog, dan menumbuhkan kesadaran dasar. Perubahan perilaku dalam ekonomi syariah memerlukan pembiasaan, pendampingan, dan penguatan nilai secara berkelanjutan, bukan hanya pengalaman sesaat melalui kegiatan berbasis event, karena penerapan nilai-nilai syariah dalam praktik bisnis menghadapi tantangan yang memerlukan strategi internalisasi nilai yang konsisten dan terarah di tengah tekanan pasar modern (K dkk., 2025).

Maka dari itu, Syari'ah Fair lebih tepat diposisikan sebagai bagian dari ekosistem edukasi berkelanjutan, bukan sebagai intervensi tunggal. Perannya terletak pada membuka kesadaran awal, membentuk persepsi positif, dan menyediakan pengalaman awal yang dapat diperkuat melalui proses lanjutan di luar pameran.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas kajian ekonomi syariah dengan menunjukkan bahwa proses edukasi nilai tidak hanya berlangsung melalui lembaga formal seperti sekolah, kampus, atau institusi keuangan syariah, tetapi juga melalui ruang ekonomi publik berbasis pengalaman sosial. Temuan ini juga menguatkan pandangan bahwa pembelajaran informal dapat berlangsung melalui pengalaman kehidupan sehari-hari yang memengaruhi cara berpikir dan bertindak individu dalam konteks sosialnya (Eka dkk., 2023).

Dari sisi praktis, temuan penelitian ini menunjukkan perlunya perancangan pameran berbasis syariah yang lebih terintegrasi antara aspek ekonomi dan edukasi. Penyediaan ruang

kajian yang lebih kondusif, pendampingan langsung bagi pelaku UMKM, serta penguatan narasi nilai dalam aktivitas transaksi dapat membantu meningkatkan kualitas edukasi yang berlangsung. Pendekatan semacam ini memungkinkan pameran tidak hanya menjadi ruang jual beli, tetapi juga menjadi ruang pembelajaran nilai yang lebih bermakna bagi masyarakat.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Pameran UMKM Syari'ah Fair Surabaya berfungsi sebagai ruang edukasi ekonomi syariah berbasis pengalaman di ruang publik. Proses edukasi berlangsung melalui praktik muamalah, suasana religius, interaksi sosial-ekonomi, serta representasi nilai-nilai syariah dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa peran edukatif pameran lebih dominan pada tahap pengenalan dan penguatan kesadaran awal mengenai kehalalan, kejujuran, amanah, dan etika bisnis Islam, dibandingkan pada pembentukan pemahaman konseptual yang mendalam atau perubahan perilaku yang signifikan.

Penelitian ini juga menemukan bahwa interaksi antara pelaku UMKM, pengunjung, dan penyelenggara menciptakan proses pembelajaran informal yang bersifat implisit dan kontekstual. Namun, fungsi edukatif tersebut belum berjalan optimal karena aktivitas pameran masih didominasi oleh orientasi transaksi dan promosi produk. Di sisi lain, praktik-praktik seperti kurasi produk halal, penghentian transaksi saat adzan, dan penggunaan narasi religius menunjukkan bahwa ruang ekonomi publik dapat menjadi medium dakwah ekonomi yang dialami langsung oleh masyarakat.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi dengan memperluas kajian ekonomi syariah dari pendekatan institusional menuju pendekatan sosial-kultural berbasis ruang publik. Temuan penelitian menegaskan bahwa internalisasi nilai ekonomi syariah tidak hanya berlangsung melalui lembaga formal, tetapi juga melalui pengalaman sosial dalam aktivitas ekonomi masyarakat urban. Dengan demikian, pameran UMKM berbasis syariah dapat dipahami sebagai bagian dari mekanisme *experiential learning* dalam edukasi ekonomi syariah.

Penyelenggara pameran berbasis syariah disarankan untuk merancang model kegiatan yang lebih terintegrasi antara aspek ekonomi dan edukasi. Hal ini dapat dilakukan melalui penyediaan ruang kajian yang lebih kondusif, penyampaian informasi singkat mengenai prinsip muamalah di setiap tenant, serta penguatan media edukasi visual yang mudah dipahami pengunjung.

Pelaku UMKM juga perlu diberikan pendampingan dan pelatihan terkait praktik bisnis syariah, sehingga tidak hanya berperan sebagai penjual produk halal, tetapi juga sebagai agen

edukasi nilai ekonomi syariah di ruang publik. Selain itu, kolaborasi dengan lembaga pendidikan, komunitas dakwah, dan institusi ekonomi syariah perlu diperkuat agar proses edukasi tidak berhenti pada momentum event, tetapi berlanjut dalam program pembinaan yang lebih sistematis dan berkelanjutan.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan melalui pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk mengukur secara lebih terukur pengaruh pameran syariah terhadap tingkat literasi, sikap, dan perilaku ekonomi masyarakat. Penelitian lanjutan juga dapat memperluas objek kajian pada berbagai bentuk ruang ekonomi publik lainnya, seperti festival halal, bazar komunitas, maupun platform digital berbasis ekonomi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anasya, M., Astuti, S. Y., & Mardian, H. (2023). Efektivitas program pemberdayaan ekonomi syariah melalui UMKM di Kabupaten Pringsewu. *JSEHT: Journal of Syariah Economic and Halal Tourism*, 2(1).
- Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Gema Insani.
- Asyrofi, M. Z., & Mawardi, M. (2025). Filosofi ekonomi syariah: Membangun sistem ekonomi berbasis tauhid. *The Journal of Business and Management Research*, 8(1), 63–68. <https://doi.org/10.55098/tjbmr.v8i1.106>
- Aziz, M. A. (2024). *Ilmu dakwah* (Rev. ed.). Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=75gFEQAAQBAJ>
- Chennie, H. (2021). Pemberdayaan ekonomi umat melalui peningkatan produksi dalam sistem ekonomi Islam. *BALANCA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(2), 47–55. <https://doi.org/10.35905/balanca.v2i02.1422>
- Diana, I., Munip, A., & Sunarti, Z. (2025). Kajian fiqh muamalah pembelajaran ekonomi syariah dalam praktik bisnis ritel di Talang Babat. *Afeksi: Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan*, 6(6), 1510–1522. <https://doi.org/10.59698/afeksi.v6i6.657>
- Dudang Abdul Karim, Adawiyah, S. R., & Fitria, S. (2024). Tantangan dan peluang implementasi praktik kerja lapangan mahasiswa ekonomi syariah: Studi kasus di STAI Al-Ittihad Cianjur. *Jurnal Pendidikan Islam dan Manajemen Ekonomi*, 2(1), 48–52. <https://doi.org/10.62495/jpime.v2i1.14>
- Eka, F., Tobroni, T., & Romelah, R. (2023). Anthropology of Islamic education as a socio-cultural-religious modernization strategy in Alam Al-Kudus Islamic Boarding School. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 12(3), 1977–1990. <https://doi.org/10.30868/ei.v12i03.4346>

- Friderica Widyasari Dewi, & Hartono, A. (2025). *Siaran pers bersama: Indeks literasi dan inklusi keuangan masyarakat meningkat, OJK dan BPS umumkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025* [Press release].
- Hasriani, A. (2022). Dakwah bil hal in instilling religious awareness in Padanglampe Village Community, Ma'rang District, Pangkep Regency. *Jurnal Riset Manajemen*, 5(1), 562–570. <https://doi.org/10.5281/jrm.v5i1.62>
- Heriyanto, H., & Taufiq, T. (2024). Nilai-nilai ekonomi dan etika bisnis dalam perspektif Islam. *JIMMI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 1(1), 24–37. <https://doi.org/10.71153/jimmi.v1i1.99>
- K, M., Irwandi, I., & Nengsih, H. (2025). Digital business ethics and sharia literacy: An integrative study on Islamic values in the use of social media by Muslim entrepreneurs. *El-Kahfi: Journal of Islamic Economics*, 6(2), 402–411. <https://doi.org/10.58958/elkahfi.v6i02.586>
- Kristiani, D. P., Reni, F., Nurlaila, L., & Abdillah, M. (2024). Etika bisnis dalam perspektif Islam: Implikasi untuk praktik kontemporer. *Co-Creation: Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Bisnis*, 3(2), 66–75. <https://doi.org/10.55904/cocreation.v3i2.1239>
- Moh. Abrori, & Sakinah, S. (2024). Penerapan etika bisnis Islam dalam praktik usaha mikro di Indonesia. *Madinah: Jurnal Studi Islam*, 11(2), 345–358. <https://doi.org/10.58518/madinah.v11i2.3085>
- Nawawi, I., & Naufal, Z. A. (2012). *Fikih muamalah klasik dan kontemporer: Hukum perjanjian, ekonomi, bisnis, dan sosial*. Ghalia Indonesia.
- Putri, M. N. (2022). Literasi keuangan syariah dan kinerja UMKM. *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 81–87. <https://doi.org/10.46870/milkiyah.v1i2.240>
- Putri, S. (2021). Peran pembiayaan syariah dalam pengembangan UMKM di Indonesia. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 170–177.
- Putra, R. F. (2022). Peran literasi keuangan dan pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Dharma Pendidikan*, 17(1), 21–39. <https://doi.org/10.69866/dp.v17i1.189>
- Rofiki, R., Jannah, F., & Maisuri, D. E. (2023). Dakwah muamalah dalam Islam. *Syiar: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(1), 9–18. <https://doi.org/10.54150/syiar.v3i1.207>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Santosa, A., & Hartono, A. (2024). *Siaran pers bersama: OJK dan BPS umumkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan tahun 2024* [Press release].
- Sarbini, A. (2020). Internalisasi nilai keislaman melalui majelis taklim. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 5(16), 53–70. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v5i16.355>

Diterbitkan oleh STAI Ali bin Abi Thalib Surabaya

Website Jurnal : <https://jurnal.stai-ali.ac.id/index.php/Alfawaaid>

DOI Jurnal : <https://doi.org/10.54214/alfawaaid>

- Soehardi, D. V. L. (2023). Peran pendidikan ekonomi syariah dalam penerapan halal lifestyle. *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 4(2), 93–104.
<https://doi.org/10.53491/oikonomika.v4i2.532>
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.