

Strategi Penerapan Etika Bisnis Islam untuk Meningkatkan Kelayakan UMKM Halal di Indonesia **Zumrotis Sholihah**

e-mail: 220721100045@student.trunojoyo.ac.id

(Universitas Trunojoyo Madura)

Abstract

In the development process, micro, small and medium enterprises often face difficulties, especially related to the behavior of some entrepreneurs who still have fraud in trading, are dishonest in explaining the criteria for their merchandise, and there are many other problems that arise in developing halal micro, small and medium enterprises in Indonesia. This research aims to reaffirm the strategy for implementing Islamic business ethics in increasing the viability of halal micro, small and medium enterprises in Indonesia. This research offers a new perspective on Islamic business ethics derived from Islamic economic principles such as honesty, justice and responsibility. The qualitative research method used in writing this article is a literature review study. Several journals and articles related to this research topic were examined to determine strategies for implementing Islamic business ethics to increase the viability of halal micro, small and medium enterprises in Indonesia. This research shows that business people must be more aware of Islamic business ethics so that their businesses are viable and in accordance with Islamic ethical values. An approach to implementing Islamic business ethics shows that it helps increase the capacity of small and medium halal companies in Indonesia.

Keywords: *Strategy, Application of Islamic Business Ethics, Halal Micro, Small and Medium Enterprises*

Abstrak

Dalam proses pengembangannya, usaha mikro kecil dan menengah sering menghadapi kesulitan terutama terkait sebagian perilaku pengusaha yang masih memiliki kecurangan dalam berdagang, tidak jujur dalam menjelaskan kriteria barang dagangannya, dan masih banyak lagi permasalahan yang muncul dalam mengembangkan usaha mikro kecil dan menengah halal di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menegaskan kembali terkait strategi penerapan etika bisnis Islam dalam meningkatkan kelayakan usaha mikro kecil dan menengah halal di Indonesia. Penelitian ini menawarkan perspektif baru tentang etika bisnis Islam yang berasal dari prinsip ekonomi Islam seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Metode penelitian kualitatif yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah studi literatur review. Beberapa jurnal dan artikel yang berkaitan dengan topik penelitian ini diteliti untuk menentukan strategi penerapan etika bisnis Islam untuk meningkatkan kelayakan usaha mikro kecil dan menengah halal di Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa pembisnis harus lebih menyadari etika bisnis Islam agar usaha mereka layak dan sesuai dengan nilai-nilai etis Islam. Sebuah

pendekatan untuk menerapkan etika bisnis Islam menunjukkan bahwa hal itu membantu meningkatkan kapasitas perusahaan kecil dan menengah halal di Indonesia.

Kata Kunci: *Strategi, Etika Bisnis Islam, Usaha Mikro Kecil Menengah*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi merupakan kunci bagi kemajuan suatu negara, setiap negara berlomba-lomba untuk meningkatkan efisiensi dalam sektor ekonominya¹. Para pengusaha Muslim menyadari bahwa mereka harus kembali ke nilai-nilai Al-Qur'an dan Sunnah. Oleh karena itu, mereka menerapkan penerapan sistem ekonomi Islam, yang didasarkan pada hukum Islam. Mereka menyadari bahwa sistem ekonomi yang ada belum mampu mengatasi kondisi ekonomi, terutama di negara-negara Muslim di mana kemiskinan masih tinggi. Oleh karena itu, ekonomi Islam muncul sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh negara-negara Muslim².

Selain memanfaatkan sistem ekonomi syariah sebagai solusi untuk mengurangi kemiskinan, UMKM juga mampu efektif mengatasi tantangan tersebut, memberikan kesempatan bagi pertumbuhan usaha. Dengan 99% unit usaha, UMKM memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pada tahun 2023, ada sekitar 66 juta pelaku usaha UMKM, kontribusi mereka mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia atau Rp9.580 triliun. Sekitar 117 juta orang, atau 97% dari total tenaga kerja, dipekerjakan oleh UMKM³. Meskipun demikian, dalam proses pengembangannya, UMKM sering menghadapi kesulitan terutama terkait sebagian perilaku pengusaha yang masih memiliki kecurangan dalam berdagang, tidak jujur dalam menjelaskan kriteria barang dagangannya, dan masih banyak lagi permasalahan yang muncul dalam mengembangkan UMKM halal di Indonesia. Dalam rangka mengimplementasikan syariat Islam dalam kehidupan ekonomi Islam, perlu dilakukan perubahan cara berpikir dari sistem ekonomi kapitalis ke sistem

¹ Susi Susanti, "Optimalisasi Strategi Green Product Terhadap Perkembangan UMKM Di Bandar Lampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Dinas Koperasi Dan UKM Kota Bandar Lampung)" (UIN Raden Intan Lampung, 2017), 4.

² Aji Argo Putro dan Dety Mulyanti, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM: Studi Literature," *Jurnal Dharma Ekonomi*, Vol. 30, No. 1 (April 2023), 2.

³ Kadin Indonesia, "UMKM Indonesia," last modified 2024, <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>.

ekonomi syariah termasuk masalah bisnis. Karena dunia bisnis tidak terlepas dari etika bisnis⁴.

Dengan meningkatnya kesadaran etika dalam bisnis, pentingnya elemen etika dalam bisnis menjadi semakin penting. Ajaran agama Islam mengatur setiap aspek kehidupan manusia, termasuk perekonomian dan bisnis. Islam mengajarkan setiap muslim untuk menerapkan syariah dalam bisnis mereka untuk menghasilkan pendapatan yang berkah dan mulia, sambil menekankan perilaku manusia yang adil dan stabil. Semua aspek ekonomi harus dimasukkan ke dalam etika bisnis Islam, seperti yang dilakukan oleh beberapa bisnis kecil dan menengah halal di Indonesia⁵.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Siti Amelia, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto pada tahun 2022, tentang implementasi etika bisnis, konsep produk, dan distribusi dalam UMKM memiliki dampak positif terhadap probabilitas dalam perspektif ekonomi Islam. Mereka menegaskan bahwa praktik etika bisnis Islam, konsep produksi, dan distribusi yang tepat oleh UMKM dapat meningkatkan profitabilitas dengan tujuan kemakmuran atau kesejahteraan pedagang secara keseluruhan. Selain itu, penelitian ini menekankan pentingnya keseimbangan yang adil antara pemilik UMKM dan masyarakat⁶.

Selanjutnya, pada tahun 2016, terdapat penelitian yang dilakukan oleh Salahuddin El Ayyubi dan Sausan Anggi Anggraini, dalam penelitian tersebut membahas tentang bagaimana etika bisnis Islam memengaruhi kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Bogor. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa etika bisnis Islam memiliki dampak positif terhadap kinerja UMKM. Temuan ini dapat menjadi saran bagi Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor untuk meningkatkan kinerja UMKM. Para pelaku bisnis juga disarankan untuk menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam agar dapat meningkatkan kinerja usaha, mengurangi pelanggaran, dan mendapatkan keberkahan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam⁷.

⁴ Nur Manna Silviah and Novieati Dwi Lestari, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM," *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, Vol. 10, No. 1 (Januari 2022), 96.

⁵ Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, Vol. 6, No. 1 (Januari 2014), 117.

⁶ Siti Amelia, Muhammad Iqbal Fasa, and Dkk., "Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produk Dan Distribusi Pada UMKM Terhadap Probabilitas Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, Vol. 1, No. 4 (Januari 2022), 311.

⁷ Salahuddin El Ayyubi and Sausan Anggi Anggraini, "Peran Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Pangan Di Kota Bogor," *Journal of Business and Banking*, Vol. 6, No. 2 (November 2016), 193.

Kemudian, terdapat juga penelitian yang dilakukan oleh Zainol Hasan, Risma Fahrul Amin, dan Fathorrosi pada tahun 2023 tentang penerapan Etika Bisnis Islam di UMKM Sumber Barokah, Desa Buduan, Suboh, Situbondo. Hasilnya menunjukkan bahwa UMKM tersebut menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam, seperti perlakuan baik terhadap konsumen, menjunjung tinggi kejujuran, menjual produk berkualitas, bersikap murah hati, dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen⁸.

Berdasarkan dari uraian diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk menegaskan kembali terkait strategi penerapan etika bisnis islam dalam meningkatkan kelayakan UMKM halal diindonesia. Penelitian ini menawarkan perspektif baru tentang etika bisnis Islam yang berasal dari prinsip ekonomi Islam seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Dari tujuan tersebut, penulis berkomitmen untuk memberikan kontribusi dengan cara mengkritisi data yang diperoleh, agar pembaca lebih memahami dan menerapkan nilai-nilai etis dalam bisnis mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka atau tinjauan pustaka. Studi pustaka adalah upaya sistematis untuk mengumpulkan informasi dan data dari berbagai sumber perpustakaan, seperti buku referensi, artikel, catatan, dan jurnal terkait. Tujuan dari studi ini adalah untuk menemukan solusi untuk masalah yang dibahas⁹. Peneliti berusaha mengumpulkan data ini dengan memilih artikel yang relevan dengan topik penelitian. Kemudian data tersebut dianalisis, dipilah, dan dideskripsikan sesuai dengan masalah penelitian, yaitu strategi penerapan etika bisnis Islam untuk meningkatkan kelayakan usaha kecil dan menengah halal di Indonesia.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan definisi dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi adalah perencanaan yang teliti tentang langkah-langkah untuk mencapai tujuan tertentu¹⁰.

⁸ Zainol Hasan, Risma Fahrul Amin, and Dkk, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada UMKM Sumber Barokah Di Desa Buduan Kecamatan Suboh Kabupaten Situbondo," *Jurnal Al-Idarah*, Vol. 4, No. 2 (Agustus 2023), 11.

⁹ Milya Sari and Asmendri, "Penelitian Kepustakaan (Library Research) Dalam Penelitian Pendidikan IPA," *Jurnal Penelitian Bidang IPA dan Pendidikan IPA*, Vol. 6, No. 1 (2020), 44.

¹⁰ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2008), 1340.

Strategi berasal dari kata *strategic* yang merujuk pada siasat atau rencana, serta *strategy* yang mengacu pada ilmu siasat. Dalam pengertian yang lebih luas, strategi adalah rencana yang disusun secara hati-hati untuk mencapai tujuan tertentu. Ini melibatkan tindakan yang berkelanjutan, beradaptasi dengan perubahan, dan dipandang dari perspektif konsumen di masa mendatang¹¹. Stephanie K. Marrus menyatakan bahwa strategi merupakan proses di mana para pemimpin utama merencanakan langkah-langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi dengan merancang cara atau upaya yang diperlukan¹².

Strategi merupakan sebuah rencana yang menyatukan berbagai elemen, mengintegrasikan keunggulan perusahaan dengan kondisi lingkungan, dengan tujuan memastikan pencapaian tujuan utama perusahaan melalui pelaksanaan yang sesuai¹³. Jadi Strategi berarti sebuah rencana atau langkah-langkah yang diimplementasikan oleh manajemen atau pengurus suatu lembaga untuk mencapai perubahan positif, khususnya dalam mencapai visi dan misi organisasi tersebut.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), penerapan adalah proses, cara, perbuatan menerapkan¹⁴. Menurut Nurdin Usman dalam bukunya yang berjudul *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum* menyatakan bahwa penerapan (*implementasi*) merupakan serangkaian aktivitas, tindakan, atau mekanisme dalam suatu sistem yang direncanakan untuk mencapai tujuan tertentu. Tidak hanya sekadar melakukan sesuatu, tetapi juga suatu kegiatan yang terencana untuk mencapai tujuan tersebut¹⁵.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat dinyatakan bahwa kata penerapan merujuk pada pelaksanaan suatu tindakan atau mekanisme dalam sebuah sistem. Penggunaan istilah "mekanisme" menunjukkan bahwa penerapan bukan hanya sekadar tindakan, tetapi juga merupakan suatu kegiatan yang direncanakan dengan benar sesuai dengan nilai-nilai norma tertentu agar mencapai tujuan yang diinginkan.

¹¹ Zidan Syafiq Ramadhan and Yani Iriani, "Analisis Pemanfaatan Manajemen Strategis Menggunakan Analisis SWOT Pada PT. Parahyangan Golf Bandung," *Jurnal Taguchi: Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri*, Vol. 2, No. 2 (Desember 2022), 148.

¹² Husein Umar, *Strategi Management in Action* (Jakarta: PT Gramedia, Pustaka Utama, 2001), 31.

¹³ Lawrence R. Jauch and William F. Glueck, *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Perusahaan* (Jakarta: Erlangga, 1998), 12.

¹⁴ Badan Pusat Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, "'Penerapan.' Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka," last modified 2016, accessed April 10, 2024, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/penerapan>.

¹⁵ Nurdin Usman, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 71.

Etika berasal dari kata Yunani "ethos", yang berarti adat istiadat atau kebiasaan. Etika juga dapat berarti nilai-nilai, aturan hidup yang baik, dan kebiasaan yang telah diwariskan dari generasi ke generasi¹⁶. Secara sederhana, bisnis adalah kegiatan di mana seseorang atau sebuah kelompok mengatur diri mereka sendiri untuk membuat dan menjual barang atau layanan dengan tujuan mendapatkan keuntungan dari kebutuhan masyarakat. Bisnis bisa juga diartikan sebagai institusi yang menciptakan produk atau layanan yang diperlukan oleh masyarakat¹⁷.

Etika bisnis adalah refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan dunia bisnis, yang mencakup penilaian perilaku manusia sebagai baik atau buruk, terpuji atau tercela, benar atau salah, wajar atau tidak wajar, dan pantas atau tidak pantas. Etika bisnis mencakup pemahaman tentang standar baik dan buruk, benar dan salah, dalam konteks bisnis, dengan berpegang pada prinsip moralitas¹⁸.

Menurut Yusanto dan Wijaya Kusuma bisnis Islami yakni sebagai serangkaian kegiatan ekonomi semua bentuk tidak ada yang terbatas pada banyaknya keuntungan dan kepemilikan harta, tetapi terbatas dalam bagaimana cara memperoleh dan penggunaannya sesuai dengan peraturan halal dan haram¹⁹.

Etika bisnis dalam Islam merupakan tindakan-tindakan bisnis yang adil dan sesuai dengan nilai-nilai syariah, seperti halal dan haram, yang berpegang teguh dengan perintah Allah dan menjauhi larangannya, dengan keyakinan bahwa keadilan, kepercayaan, dan kejujuran adalah kunci keberhasilan dalam bisnis di masa depan²⁰.

Menurut Kasmir dan Jakfar, kelayakan merujuk pada cara menentukan apakah usaha yang dilakukan akan menghasilkan keuntungan yang melebihi biaya yang dikeluarkan. Bisnis pada dasarnya adalah upaya untuk memperoleh keuntungan²¹. Oleh karena itu, Kelayakan bisnis mengacu pada kajian secara mendalam mengenai layak tidaknya suatu usaha atau bisnis yang dijalankan.

¹⁶ Agus Ariyanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), 5.

¹⁷ Dr. Dikdik Harjadi and Dewi Fatmasari, *Pengantar Bisnis Teori Dan Konsep* (Kuningan: UNIKU Press, 2015), 3.

¹⁸ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), 70.

¹⁹ M. Ismail Yusanto and M. Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 10.

²⁰ Desi Efilianti, "Etika Bisnis Islam Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil," *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 1, No. 2 (Desember 2018), 173.

²¹ Kasmir and Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Kencana. (Jakarta, 2012), 6.

Kelayakan usaha adalah suatu aktivitas untuk menentukan bagaimana manfaat yang diperoleh dari melaksanakan suatu usaha atau bisnis tertentu, yang disebut studi kelayakan bisnis. Dalam menyusun studi kelayakan bisnis, banyak menggunakan perhitungan kuantitatif, yaitu berkaitan dengan penafsiran tentang bagaimana peluang maupun tantangan yang dihadapi dalam bisnis yang mungkin terjadi pada masa yang akan datang. Studi kelayakan bisnis adalah proses mendalam untuk mengevaluasi apakah suatu usaha atau proyek layak dilaksanakan atau tidak. Ini penting untuk membantu pengambilan keputusan apakah suatu gagasan usaha atau proyek sebaiknya diterima atau ditolak²².

Pengertian UMKM yaitu usaha produktif yang diperoleh dalam perorangan ataupun badan usaha yang sudah dapat memenuhi kriteria dalam usaha mikro²³. Seiring waktu berjalan, istilah UMKM halal menjadi populer di masyarakat, UMKM halal adalah usaha yang menghasilkan produk-produk yang sesuai dengan prinsip halal dalam semua aspek, mulai dari bahan baku hingga proses pengemasan, sesuai dengan ajaran Islam. Kehadiran UMKM halal ini dipicu oleh jumlah umat Islam yang besar, terutama di Indonesia, yang pada tahun 2022 mencapai sekitar 86,93% dari total penduduk. Hal ini menjelaskan tingginya permintaan akan produk halal di Indonesia²⁴.

Penerapan etika bisnis Islam pada bisnis mikro, kecil dan menengah (UMKM), langkah pertama yang harus dilakukan adalah meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bisnis. Kedua, untuk mengimplementasikan etika bisnis untuk menciptakan aturan bisnis Islami, penting untuk melakukan kajian ilmiah yang membahas bisnis dan ekonomi. Hal ini karena perspektif etika bisnis harus dipandang sebagai bagian penting dan menyatu dengan struktur fundamental, yang mencakup perubahan respon dan pemahaman mengenai kesadaran masyarakat terhadap sistem bisnis yang amoral. Agar dapat mengatasi perubahan zaman yang semakin cepat,

²² Putri Wahyuni Arnold, Pinondang Nainggolan, and Dkk, "Analisis Kelayakan Usaha Dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe Di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari," *EKUILNOMI : Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 2, No. 1 (2020), 32.

²³ Dinas Koperasi and UKM, "Pengertian UMKM Menurut Undang-Undang, Kriteria, Dan Ciri-Ciri UMKM," last modified 2021, accessed April 12, 2024, <https://simpum.bekasikab.go.id/page/detail/8/Pengertian-UMKM-Menurut-Undang-Undang,-Kriteria,-dan-Ciri-Ciri-UMKM>.

²⁴ Nadia Rakhmawati, "Pusat Industri Halal Jadi Visi 2024," last modified 2023, accessed April 12, 2024, <https://sites.unnes.ac.id/kimefe/2023/05/27/pusat-industri-halal-jadi-visi-2024-tapi-kemajuan-umkm-halal-masih-banyak-kendala/>.

penelitian ini harus fokus pada pendekatan paradigma normatif etik dan empiris induktif, dengan tekanan pencarian dan pengembangan nilai-nilai al-Qur'an²⁵.

Dalam Penerapan etika bisnis Islam adalah kriteria yang sangat baik, Namun, meskipun sudah mencapai tingkat yang sangat baik, masih ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki. Salah satu masalah yang perlu diperbaiki adalah kurangnya konsistensi pelaku usaha mikro dalam mencatat berbagai aspek terkait usaha mereka. Pencatatan ini penting untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Pelaku UMKM dapat memperbaiki hal ini dengan membuka saluran pengaduan dan mencatat keluhan konsumen, kemudian melakukan evaluasi berdasarkan catatan tersebut. Strategi ini bermanfaat untuk meningkatkan hubungan antara penjual dan pembeli serta memaksimalkan kelayakan usaha mereka²⁶.

Dalam melaksanakan penerapan etika bisnis Islam bagi pelaku UMKM terdapat beberapa strategi yang sesuai dengan nilai-nilai syariah, yaitu:

1. *Tauhid* /Kesatuan

Dengan menerapkan etika Tauhid, pelaku UMKM dapat mendekatkan diri kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala melalui pelaksanaan kewajiban umat muslim. Dengan demikian mereka dapat menjaga mutu produk dan pengolahan dalam produksi dengan baik. Unsur-unsur keislaman dalam usaha juga sangat diutamakan, misalnya dengan mengadakan doa dan persiapan sebelum memulai aktivitas penjualan²⁷.

2. Kejujuran

Kejujuran adalah sikap yang harus dimiliki oleh setiap pelaku bisnis, terutama dalam hal kualitas produk, karena kejujuran mencerminkan akhlak Rasulullah SAW. Dalam ajaran Islam, kejujuran adalah syarat fundamental dalam aktivitas bisnis. Oleh karena itu, pelaku UMKM harus selalu menekankan pentingnya kejujuran, karena sikap ini sangat penting untuk melaksanakan sebuah usaha.

²⁵ Silviah and Lestari, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM", 104.

²⁶ Juliana Juliana, M. Faathir, and M. A. Sulthan, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro :Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Mikro Syariah Puspa Bank Indonesia Wilayah Jawa Barat Di Bandung Tahun 2017," *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, Vol. 19, no. 1 (April 2019), 42.

²⁷ Silviah and Lestari, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM", 108.

Sikap jujur tak hanya penting untuk melaksanakan sebuah usaha saja, tetapi juga harus menjadi bagian dari diri mereka²⁸.

3. Keseimbangan/Keadilan

Keseimbangan atau 'adl berkaitan dengan semua hal di dunia ini. Untuk menjaga keselarasan antara hidup dalam kekurangan dan memiliki harta berlimpah, Allah SWT menekankan akan pentingnya sikap saling memberi dan memperingatkan tentang bahaya konsumtif yang berlebihan. Bagi pelaku UMKM, prinsip keadilan harus selalu diterapkan dalam menetapkan harga dan melayani konsumen, baik itu konsumen baru maupun tetap. Prinsip ini juga harus diterapkan dalam menakar dan menimbang bahan serta produk akhir, agar tidak ada yang dikurangi atau dilebihkan. Komposisi bahan yang tidak sesuai dapat mengakibatkan produk cacat atau tidak berkualitas²⁹. Hal ini dilakukan supaya produk UMKM halal mereka dapat dikategorikan layak di Indonesia.

4. Tanggung Jawab

Dengan menerapkan nilai tanggung jawab dalam bisnis, pelaku UMKM dapat menjaga loyalitas konsumen secara otomatis. Bahkan, konsumen dapat berperan dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha UMKM halal. Penerapan nilai tanggung jawab ini bisa menumbuhkan kepercayaan dan kepuasan konsumen, yang berdampak positif pada strategi pemasaran UMKM halal. Selain itu, kepercayaan dan kepuasan konsumen dapat mengurangi biaya pemasaran karena mereka akan menyampaikan informasi tentang produk UMKM halal kepada kerabat dan teman-temannya³⁰.

5. Kehendak Bebas

Sebagai makhluk dan khalifah di bumi, manusia memiliki kehendak bebas untuk mengarahkan hidupnya menuju pencapaian kesucian diri. Manusia diberi kebebasan ini untuk mengatur kehidupannya sebagai pemimpin. Berdasarkan prinsip kehendak bebas dalam berbisnis, manusia memiliki kebebasan untuk membuat dan mematuhi perjanjian. Seorang muslim yang beriman pada

²⁸ Duratun Nafis, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Kasus Usaha Rumah Makan Wong Solo Bato, Kec. Lueng Bata Kota Banda Aceh)" (UIN Ar Raniry Banda Aceh, 2019), 66-67.

²⁹ Nurul Fadilah, "Analisis Implementasi Etika Bisnis Pada UMKM Pandawa Profil GIPSUM Desa Kalijaran Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap Perspektif Etika Bisnis Islam" (UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023), 76.

³⁰ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)* (Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022), 9.

kehendak Allah akan menjaga setiap janji yang dibuatnya³¹. Oleh karena itu, para pelaku UMKM harus cermat dalam memilih kualitas barang yang akan dijual dan memastikan produk tersebut halal, agar usaha mereka tetap layak dan tidak menimbulkan keraguan pada konsumen tentang kualitas dan kehalalan produk.

6. Persaingan Bisnis yang Sehat

Persaingan bisnis dalam etika bisnis Islam adalah konsep yang mengedepankan persaingan sehat (*fastabiqul khairat*) di mana para pelaku bisnis diharapkan berkontribusi positif melalui usahanya tanpa menjatuhkan pesaing. Islam mengajarkan para pebisnis untuk tidak merugikan atau memudharatkan pihak lain. Selain itu, Islam menekankan agar persaingan tidak berfokus pada pengumpulan kekayaan semata tanpa memperhatikan nilai-nilai Islami, karena hal ini bisa membuat seseorang lalai akan kewajibannya sebagai hamba Allah. Oleh karena itu, para pelaku UMKM halal perlu memahami konsep persaingan yang dianjurkan dalam Islam agar tidak terjerumus ke dalam persaingan yang tidak sehat³².

7. Bersikap Ramah dan Murah Hati

Setiap transaksi melibatkan interaksi antara penjual dan pembeli, sehingga penting bagi pelaku UMKM untuk bersikap ramah dan murah hati kepada setiap pembeli. Sikap ini tidak hanya membawa keberkahan dalam penjualan, tetapi juga membuat produk mereka lebih disukai oleh pembeli. Menunjukkan kemurahan hati adalah bagian dari usaha untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada cara penyampaiannya³³.

Dengan menerapkan nilai-nilai Etika Bisnis Islam yang telah disebutkan, para pelaku UMKM halal di Indonesia diharapkan dapat meningkatkan kelayakan usaha mereka serta mengembangkan bisnis mereka dengan lebih baik dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Dalam menerapkan etika bisnis Islam bagi pelaku UMKM, strategi pertama yang perlu dilakukan adalah meningkatkan kesadaran baru tentang bisnis, yang

³¹ Muhammad Toriq Nurmadiansyah, *ETIKA BISNIS ISLAM: Konsep Dan Praktek* (Yogyakarta: CV. Cakrawala Media Pustaka, 2021), 38-39.

³² Franz Magnis Suseno, *Etika Bisnis Islam: Dasar Dan Aplikasinya* (Jakarta: Gramedia, 1994), 55-56.

³³ Meri Anti Khusnawati, Ima Frafika Sari, and Dkk, "Praktik Jual Beli Di Destinasi Wisata: Sebuah Tinjauan Etika Bisnis Islam," *Jurnal Antologi Hukum*, Vol. 2, No. 2 (Desember 2022), 213.

mencakup perubahan respons maupun belajar dalam mengetahui pemahaman terhadap sistem bisnis mengenai moral pada masyarakat. Kemudian yang kedua, dalam mengimplementasikan etika bisnis untuk menciptakan aturan bisnis Islami, penting untuk menekankan peningkatan dalam nilai-nilai al-Qur'an, agar bisa mengikuti perkembangan zaman yang berkelanjutan. Selain itu, pelaku UMKM juga bisa menerapkan etika bisnis Islam dari beberapa strategi yang sesuai dengan nilai-nilai syariah, yaitu tauhid /Kesatuan, kejujuran, keseimbangan/keadilan, tanggung jawab, kehendak bebas, persaingan bisnis yang sehat, bersikap ramah dan murah hati. Dengan menerapkan nilai-nilai Etika Bisnis Islam yang telah disebutkan, para pelaku UMKM halal di Indonesia diharapkan dapat meningkatkan kelayakan usaha mereka serta mengembangkan bisnis mereka dengan lebih baik dan berkelanjutan.

Kelebihan jurnal ini terletak pada fokus yang jelas terhadap strategi penerapan etika bisnis Islam bagi pelaku UMKM. Hal ini berpotensi meningkatkan kelayakan UMKM halal dan memberikan wawasan mendalam mengenai topik tersebut. Selain itu, penulis memberikan rekomendasi dan saran yang berguna bagi pelaku UMKM untuk menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dengan lebih konsisten dan efektif, sehingga dapat meningkatkan kelayakan usaha bagi UMKM halal di Indonesia. Namun, jurnal ini juga memiliki beberapa kelemahan yang bisa diperbaiki dalam penulisan selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian hanya berfokus pada pelaku UMKM halal, sehingga penelitian selanjutnya dapat mencakup seluruh pengusaha dan perusahaan.
2. Penelitian ini dilakukan hanya di satu negara atau wilayah, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan secara global.
3. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif saja, sehingga penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode kuantitatif agar hasilnya lebih terukur dan jelas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Fitri. "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2014).
- Amelia, Siti, Muhammad Iqbal Fasa, and Dkk. "Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produk Dan Distribusi Pada UMKM Terhadap Probabilitas Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 1, no. 4 (2022).

Edunomi: Jurnal Pendidikan dan Ekonomi

Volume 1 Nomor 1 Juni 2024

e-ISSN: XXXX-XXXX

Link: <https://e-journal.stai-iu.ac.id/index.php/edunomi>

Arijanto, Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.

Arnold, Putri Wahyuni, Pinondang Nainggolan, and Dkk. "Analisis Kelayakan Usaha Dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe Di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari." *EKUILNOMI: Jurnal Ekonomi Pembangunan* 2, no. 1 (2020).

Astuti, An Ras Try. *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*. Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022.

Ayyubi, Salahuddin El, and Sausan Anggi Anggraini. "Peran Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Pangan Di Kota Bogor." *Journal of Business and Banking* 6, no. 2 (2016).

Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2006.

Bahasa, Badan Pusat Pengembangan dan Pembinaan. "'Penerapan.' Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka." Last modified 2016. Accessed April 10, 2024. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/penerapan>.

Efilianti, Desi. "Etika Bisnis Islam Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil." *Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2018).

Fadilah, Nurul. "Analisis Implementasi Etika Bisnis Pada UMKM Pandawa Profil GIPSUM Desa Kalijaran Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap Perspektif Etika Bisnis Islam." UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2023.

Harjadi, Dr. Dikdik, and Dewi Fatmasari. *Pengantar Bisnis Teori Dan Konsep*. Kuningan: UNIKU Press, 2015.

Hasan, Zainol, Risma Fahrul Amin, and Dkk. "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada UMKM Sumber Barokah Di Desa Buduan Kecamatan Suboh Kabupaten Situbondo." *Jurnal Al-Idarah* 4, no. 2 (2023).

Indonesia, Kadin. "UMKM Indonesia." Last modified 2024. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>.

Jauch, Lawrence R., and William F. Glueck. *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga, 1998.

Juliana, Juliana, M. Faathir, and M. A. Sulthan. "Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro :Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Mikro Syariah Puspa Bank Indonesia Wilayah Jawa Barat Di Bandung Tahun 2017." *Strategic : Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis* 19, no. 1 (2019).

Edunomi: Jurnal Pendidikan dan Ekonomi

Volume 1 Nomor 1 Juni 2024

e-ISSN: XXXX-XXXX

Link: <https://e-journal.stai-iu.ac.id/index.php/edunomi>

Kasmir, and Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis*. Kencana. Jakarta, 2012.

Khusnawati, Meri Anti, Ima Frafika Sari, and Dkk. "Praktik Jual Beli Di Destinasi Wisata: Sebuah Tinjauan Etika Bisnis Islam." *Jurnal Antologi Hukum* 2, no. 2 (2022).

Koperasi, Dinas, and UKM. "Pengertian UMKM Menurut Undang-Undang, Kriteria, Dan Ciri-Ciri UMKM." Last modified 2021. Accessed April 12, 2024. <https://simpum.bekasikab.go.id/page/detail/8/Pengertian-UMKM-Menurut-Undang-Undang,-Kriteria,-dan-Ciri-Ciri-UMKM>.

Mulyanti, Aji Argo Putro dan Dety. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM : Studi Literature." *Jurnal Dharma Ekonomi* 30, no. 1 (2023).

Nafis, Duratun. "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Kasus Usaha Rumah Makan Wong Solo Batoh, Kec. Lueng Bata Kota Banda Aceh)." UIN Ar Raniry Banda Aceh, 2019.

Nasional, Departemen Pendidikan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2008.

Nurmadiansyah, Muhammad Toriq. *ETIKA BISNIS ISLAM: Konsep Dan Praktek*. Yogyakarta: CV. Cakrawala Media Pustaka, 2021.

Rakhmawati, Nadia. "Pusat Industri Halal Jadi Visi 2024." Last modified 2023. Accessed April 12, 2024. <https://sites.unnes.ac.id/kimefe/2023/05/27/pusat-industri-halal-jadi-visi-2024-tapi-kemajuan-umkm-halal-masih-banyak-kendala/>.

Ramadhan, Zidan Syafiq, and Yani Iriani. "Analisis Pemanfaatan Manajemen Strategis Menggunakan Analisis SWOT Pada PT. Parahyangan Golf Bandung." *Jurnal Taguchi: Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri* 2, no. 2 (2022).

Sari, Milya, and Asmendri. "Penelitian Kepustakaan (Library Research) Dalam Penelitian Pendidikan IPA." *Jurnal Penelitian Bidang IPA dan Pendidikan IPA* 6, no. 1 (2020).

Silviah, Nur Manna, and Novieati Dwi Lestari. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM." *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2022).

Susanti, Susi. "Optimalisasi Strategi Green Product Terhadap Perkembangan UMKM Di Bandar Lampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Dinas Koperasi Dan UKM Kota Bandar Lampung)." UIN Raden Intan Lampung, 2017.

Suseno, Franz Magnis. *Etika Bisnis Islam: Dasar Dan Aplikasinya*. Jakarta:

Edunomi: Jurnal Pendidikan dan Ekonomi

Volume 1 Nomor 1 Juni 2024

e-ISSN: XXXX-XXXX

Link: <https://e-journal.stai-iu.ac.id/index.php/edunomi>

Gramedia, 1994.

Umar, Husein. *Strategi Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia, Pustaka Utama, 2001.

Usman, Nurdin. *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.

Yusanto, M. Ismail, and M. Karebet Widjajakusuma. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.