

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA UMKM WARUNG SATE MBAH JO DI DESA LOWAYU, KECAMATAN DUKUN, KABUPATEN GRESIK

Oleh:

Rusdun Kamil Ramadhan¹

Abdur Rohman²

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: JL. Raya Telang, Kec. Kamal, Kab Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: 220721100082@student.trunojoyo.ac.id

Abstract. *With a focus on Warung Sate Mbah Jo MSMEs in Lowayu Village, this research uses descriptive qualitative research methods to assess how Islamic business principles, such as honesty, justice and social responsibility, are applied in the daily operations of the warung and its environment. success of the Sate Mbah Jo business in Lowayu Village, this research uses a qualitative descriptive research method to assess how Islamic business principles, such as honesty, justice and social responsibility, are applied in the daily operations of the shop. The research results show that Islamic business ethics contribute positively to reputation, customer trust and business growth. These findings provide insight for other MSMEs to integrate Islamic values in their business strategies to achieve sustainable success.*

Keywords: *Islamic Business Ethics, Performance, MSMEs.*

Abstrak. Dengan fokus pada UMKM Warung Sate Mbah Jo di Desa Lowayu, penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk menilai bagaimana prinsip-prinsip bisnis Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial, diterapkan dalam operasional sehari-hari warung dan lingkungannya Warung berdampak pada keberhasilan bisnis Sate Mbah Jo di Desa Lowayu, penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk menilai bagaimana prinsip-

Received June 8, 2024; Revised June 12, 2024; June 21, 2024

**Corresponding author: 220721100082@student.trunojoyo.ac.id*

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA UMKM WARUNG SATE MBAH JO DI DESA LOWAYU, KECAMATAN DUKUN, KABUPATEN GRESIK

prinsip bisnis Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial, diterapkan dalam operasional warung sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam berkontribusi positif terhadap reputasi, kepercayaan pelanggan, dan pertumbuhan usaha. Temuan ini memberikan wawasan bagi UMKM lain untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam strategi bisnis mereka guna mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Kinerja, UMKM.

LATAR BELAKANG

Dalam membangun perekonomian sebuah bangsa bersumber dari seluruh elemen-elemen yang terdapat di dalamnya, dan salah satunya yaitu UMKM memiliki peranan yang sangat penting sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan membangkitkan perekonomian masyarakat. Namun dalam suatu bisnis terdapat banyak hal-hal yang harus diperhatikan dalam perjalanan bisnis tersebut, agar suatu bisnis bisa dikatakan efektif.¹

Di dalam era bisnis modern seperti pada saat ini, untuk menghadapi berbagai persaingan bisnis serta untuk mewujudkan persaingan yang sehat dalam bisnis, maka dikenal dengan istilah etika bisnis. Etika bisnis digunakan sebagai pengendali perilaku persaingan bisnis agar sesuai dengan norma yang ada. Suatu persaingan bisnis dapat dinilai baik, apabila memenuhi seluruh norma yang ada. Etika bisnis juga dapat dipergunakan oleh para pelaku bisnis sebagai sumber paradigma dalam menjalankan suatu bisnis yang baik. Pada umumnya bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk memperoleh keuntungan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Tentunya dengan adanya prinsip etika bisnis Islam maka suatu bisnis dapat berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Islam mengatur segala bentuk perilaku manusia dalam berhubungan dengan sesamanya untuk memenuhi kehidupan hidupnya di dunia. Dalam pandangan islam terdapat aturan ataupun etika yang harus dimiliki oleh setiap orang yang mau melakukan tindakan-tindakan yang bertentangan dengan syariat. Demikian pula dalam

¹ Lamazi Lamazi and others, ‘Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi Di Pemerintah Kota Batu)’, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1.2 (2020), 157–72 <<https://doi.org/10.33395/juripol.v3i1.10491>>.

islam hal yang perlu diperhatikan adalah etika dalam bermuamalah, islam sangat memperhatikan perilaku bisnis, bahkan sejak dahulu Rasulullah Saw, telah menganjurkan cara bermuamalah yang didalamnya mmencakup tentang perdagangan dengan cara yang bersih dari tipu daya dan mengajurkan kita untuk berbuat jujur serta menjunjung tinggi keadilan.²

Masalah jual beli yang terjadi di masyarakat dan kemungkinan sering kita lihat atau dengar adalah lebih mengarah kepada tata cara seorang penjual dalam transaksi akad jual beli, melayani pembeli dan kejujuran dari seorang penjual tentang barang atau harga barang tersebut. Banyak yang tidak sesuai dengan etika dalam berbisnis secara islami baik itu di sengaja ataupun tidak. Adapun dua faktor yang bisa melatarbelakangi hal tersebut, yang pertama, pedagang tersebut tahu tapi tidak mau tau dengan semua itu (etika) karena yang mereka pikirkan keuntungan yang melimpah semata. Yang kedua, karena ketidaktahuan pedagang mengenai etika yang baik dalam berbisnis. Dalam ekonomi islam tujuan dari bisnis tidak hanya berorientasi pada maksimalisasi laba seperti hanya pada kaum kapitalis yang berprinsip dengan biaya rendah dapat menghasilkan keuntungan yang besar, melainkan bisnis yang mengedepankan manfaat dari suatu produk dan adanya keberkahan dalam memperoleh keuntungan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis menggarisbawahi urgensi dan relevansi analisis implementasi etika bisnis Islami terhadap kinerja UMKM, khususnya melalui studi kasus Warung Sate Mbah Jo di Desa Lowayu, Kecamatan Dukun, Kabupaten Gresik. Sebagai tulang punggung ekonomi lokal, UMKM memiliki peran vital dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dalam konteks ini, pentingnya penerapan prinsip-prinsip syariah yang di implementasikan melalui etika bisnis islam.

Analisis terhadap implementasi etika bisnis ini tidak hanya memberikan wawasan mendalam tentang dampaknya terhadap kinerja UMKM secara keseluruhan, tetapi juga menawarkan pemahaman konkret melalui studi kasus lokal, memperkuat kontribusi terhadap literatur tentang praktik bisnis berkelanjutan dan etis di tingkat mikro, kecil, dan menengah.

² Angga Syahputra, ‘Etika Berbisnis Dalam Pandangan Islam’, *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1.1 (2019), 21–34 <<https://doi.org/10.52490/at-tijarah.v1i1.707>>.

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA UMKM WARUNG SATE MBAH JO DI DESA LOWAYU, KECAMATAN DUKUN, KABUPATEN GRESIK

KAJIAN TEORITIS

Etika Bisnis Islam

a) Pengertian etika bisnis secara umum

Etika berasal dari bahasa Yunani “ethos” yang berarti “adat”. Dalam praktik umum, etika selalu dikaitkan dengan kebiasaan hidup yang baik yang ada baik pada diri seseorang itu sendiri maupun dalam masyarakat. Dalam hal ini, dalam pengertian lain, etika adalah suatu kode yang harus dipatuhi atau ditaati.³

Masalah etika yang perlu diperhatikan, yaitu pemilik usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Dengan demikian, etika bisnis adalah tindakan yang dilakukan dalam menjalankan kegiatan bisnis yang tidak melanggar aturan organisasi dan masyarakat, dan setiap kegiatan harus dilakukan dalam keadaan yang wajar, termasuk sesuai dengan norma dan etika yang berlaku.

b) Pengertian etika bisnis menurut islam

Etika bisnis yang Islami merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang selanjutnya melakukan hal yang benar berkenaan dengan aktivitas bisnisnya. Konsep umum dan standar yang dilakukan menyangkut perilaku moral, tanggungjawab dan bermoral. Intinya etika bisnis Islami merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu kegiatan usaha/Perusahaan.⁴

Islam mewajibkan kepada setiap muslim, bahwa bekerja adalah salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki kekayaan. Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang bisa dimanfaatkan untuk manusia mencari rezeki dan nafkah. Hal ini sebagaimana yang ditegaskan oleh Allah SWT dalam Q.S Al-Nisa ayat 29.

إِنَّ أَنفُسَكُمْ تَقْتُلُونَ وَلَا مَنْكُمْ تَرَاضِي عَنْ تَجَارَةٍ تَكُونُ أَنَّ لَا بِالْبَاطِلِ يَتَّنَعَّمُ أَمْوَالُكُمْ تَأْكُلُونَ لَا أَمْتُوا الَّذِينَ يَأْتِيُّهَا
رَجِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ

“wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil(tidak benar), kecuali perniagaan atas suka sama suka di antara kamu,

³ Wahyu Mijil Sampurno, ‘Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga’, *Journal of Islamic Economics Lariba*, 2.1 (2016), 13–18.

⁴ Sri Nawatmi, ‘Etika Dalam Perspektif Islam’, *Fokus Ekonomi (FE)*, 9.1 (2016), 50–58.

janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya allah adalah maha penyayang kepadamu”

c) Tujuan Etika Bisnis Dalam Islam

Dalam hal ini, etika bisnis Islam adalah merupakan hal yang penting dalam perjalanan sebuah aktivitas bisnis profesional. Sebagaimana diungkapkan oleh Dr. Syahata, bahwa etika bisnis Islam mempunyai fungsi substansial yang membekali para pelaku bisnis, beberapa hal sebagai berikut:⁵

- a) Membangun kode etik islami yang mengatur, mengembangkan dan menancapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini juga menjadi simbol arahan agar melindungi pelaku bisnis dari risiko.
- b) Kode ini dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggungjawab para pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat, dan diatas segalanya adalah tanggungjawab di hadapan Allah SWT.
- c) Kode etik ini dipersepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, daripada harus diserahkan kepada pihak peradilan.
- d) Kode etik dapat memberi kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja. Sebuah hal yang dapat membangun persaudaraan (ukhuwah) dan kerja sama antara mereka semua.

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

Menurut UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah:

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau

⁵ Fitri Amalia, ‘Etika Bisnis Islam : Konsep Dan’, *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, 6.1 (2014), 116–25 <<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/30987>>.

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA UMKM WARUNG SATE MBAH JO DI DESA LOWAYU, KECAMATAN DUKUN, KABUPATEN GRESIK

menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam UndangUndang ini.

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang ini.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif deskriptif.⁶ Metode penelitian kualitatif deskriptif yaitu sebuah metode penelitian yang mana memanfaatkan data kualitatif dengan menjabarkan data tersebut secara deskriptif. Dengan menggunakan study literatur, yakni mencari sumber referensi teori yang sesuai dengan kasus atau sebuah permasalahan yang dikemukakan, Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini digunakan semaksimal mungkin dan sesuai dengan tema penelitian. Data- data yang telah terkumpul dari literatur tersebut kemudian dianalisa, dipilah dan dideskripsikan. Pengumpulan data yang telah diperoleh dalam bentuk penelitian sebelumnya kemudian data tersebut dianalisis dengan cara berpikir induktif yaitu secara khusus dari infromasi yang ada serta meresume hasil riset sebelumnya, kemudian mengolahnya menjadi data pendukung sehingga kesimpulan didasarkan pada teori dan bukti empiris yang kuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Etika Bisnis Terhadap Kinerja Warung Sate Mbah Jo

Peran etika bisnis dalam kegiatan bisnis sangat penting, apalagi di masa sekarang ini, kriteria keberhasilan bisnis tidak hanya berdasarkan moralitas dan manajemen yang baik, tetapi juga pada penerapan etika bisnis sehingga dapat menjaga kualitas memenuhi tuntutan semua pasar yang diterima dan dianggap baik oleh

⁶ Amirotun Sholikhah, 'Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif', *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10.2 (1970), 342–62 <<https://doi.org/10.24090/komunika.v10i2.953>>.

masyarakat. Oleh karena itu, para pelaku UMKM khususnya warung sate mbah Jo menghindari perilaku buruk dalam berbisnis, seperti penyalahgunaan undang-undang dan peraturan. Peran tersebut akan berjalankan dengan baik apabila beberapa prinsip dari etika bisnis ini diterapkan dalam suatu usaha yaitu:

a) Kejujuran dan transparansi

Warung Sate Mbah Jo menerapkan kejujuran dengan menyediakan informasi yang lengkap dan akurat tentang produk mereka kepada pelanggan. Misalnya, mereka menyampaikan asal-usul daging yang digunakan, proses pembuatan sate, dan tidak menambahkan biaya tersembunyi. Transparansi ini memungkinkan pelanggan untuk membuat keputusan pembelian yang lebih baik dan membangun kepercayaan yang kuat terhadap warung. Kejujuran adalah fondasi dari setiap transaksi bisnis yang berhasil. Di Warung Sate Mbah Jo, kejujuran diterapkan melalui penyajian informasi yang akurat tentang sumber dan kualitas bahan baku yang digunakan. Transparansi dalam proses pembuatan sate dan pelayanan kepada pelanggan menciptakan rasa percaya dan loyalitas yang tinggi. Ini tidak hanya meningkatkan reputasi warung tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan penjualan dan kinerja usaha.

b) Keadilan perlakuan yang adil terhadap karyawan

Pemilik warung menerapkan keadilan dengan memberikan upah yang setara dengan pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan, serta memberikan kesempatan yang sama bagi mereka untuk berkembang. Ini termasuk pelatihan, promosi berdasarkan merit, dan lingkungan kerja yang aman dan sehat. Keadilan ini meningkatkan motivasi karyawan, yang secara langsung berdampak positif pada kinerja mereka dan kinerja warung secara keseluruhan. Prinsip keadilan mengharuskan pemilik Warung Sate Mbah Jo untuk memberikan perlakuan yang adil kepada semua karyawan, termasuk dalam hal upah, kondisi kerja, dan kesempatan untuk pengembangan karir. Perlakuan yang adil ini menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif, di mana karyawan merasa dihargai dan termotivasi untuk memberikan yang terbaik. Hal ini secara langsung mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan dan kinerja warung secara keseluruhan.

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA UMKM WARUNG SATE MBAH JO DI DESA LOWAYU, KECAMATAN DUKUN, KABUPATEN GRESIK

c) Tanggung jawab sosial

Warung Sate Mbah Jo mengintegrasikan tanggung jawab sosial dalam model bisnis mereka dengan cara berpartisipasi dalam kegiatan komunitas dan menyumbang untuk kegiatan sosial. Ini mencakup dukungan untuk acara lokal, bantuan kepada yang membutuhkan, dan inisiatif lingkungan. Tanggung jawab sosial ini meningkatkan citra warung di mata masyarakat dan memperkuat hubungan dengan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja bisnis. Melalui penerapan prinsip-prinsip etika bisnis ini, Warung Sate Mbah Jo tidak hanya berhasil meningkatkan kinerja usaha mereka tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan dan komunitas setempat. Ini menunjukkan bahwa etika bisnis yang baik adalah investasi yang berharga untuk kesuksesan jangka panjang. Warung Sate Mbah Jo memahami pentingnya berkontribusi pada masyarakat sekitar. Melalui berbagai kegiatan sosial dan donasi, warung ini menunjukkan tanggung jawab sosialnya. Praktik ini tidak hanya membantu membangun citra positif di mata masyarakat tetapi juga menumbuhkan rasa memiliki yang kuat dari pelanggan terhadap warung. Dengan demikian, tanggung jawab sosial membantu dalam memperkuat posisi warung di komunitas dan meningkatkan kinerja bisnis.

Melalui penerapan prinsip-prinsip etika bisnis ini, Warung Sate Mbah Jo berhasil menciptakan sebuah model bisnis yang berkelanjutan dan menguntungkan, yang tidak hanya fokus pada keuntungan jangka pendek tetapi juga pada pembangunan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan masyarakat setempat. Prinsip etika bisnis yang kuat ini menjadi kunci dari kesuksesan dan pertumbuhan warung tersebut.

KESIMPULAN

Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) seperti Warung Sate Mbah Jo, implementasi etika bisnis Islam telah menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti keadilan, kepercayaan, ketulusan, dan tanggung jawab sosial telah diterapkan dengan baik dalam operasional harian warung tersebut. Keadilan dan keseimbangan dalam memberikan upah yang adil dan bertransaksi dengan jujur telah menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. dalam menjaga kualitas produk

dan layanan telah memperkuat hubungan dengan pelanggan dan membangun reputasi positif di komunitas lokal, dalam berkontribusi pada masyarakat sekitar telah meningkatkan citra positif dan memperkuat hubungan sosial yang berdampak pada peningkatan kinerja usaha. Dari studi kasus Warung Sate Mbah Jo, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam bukan hanya memperkuat aspek spiritual dan moral usaha tetapi juga berkontribusi pada keberhasilan finansial dan pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, implementasi etika bisnis Islam sangat relevan dan dapat dijadikan sebagai model untuk UMKM lain dalam mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Amalia, Fitri, 'Etika Bisnis Islam : Konsep Dan', *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, 6.1 (2014), 116–25
<<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/30987>>
- Ghonyah, Nunung, Sri Hartono, and Bedjo Santoso, 'Etika Bisnis Islam Dalam Peningkatan Kinerja Bisnis Berkelanjutan Pada UMKM Jasa Nursery Di Semarang', *Indonesian Journal of Community Services*, 4.2 (2022), 125
<<https://doi.org/10.30659/ijocs.4.2.125-131>>
- Lamazi, Lamazi, Rosma Simangunsong, Riska Aulia, Pradnya Paramita Hapsari, Abdul Hakim, Saleh Soeaidy, and others, 'Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi Di Pemerintah Kota Batu)', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1.2 (2020), 157–72 <<https://doi.org/10.33395/juripol.v3i1.10491>>
- Nawatmi, Sri, 'Etika Dalam Perspektif Islam', *Fokus Ekonomi (FE)*, 9.1 (2016), 50–58
- Sampurno, Wahyu Mijil, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga', *Journal of Islamic Economics Lariba*, 2.1 (2016), 13–18
- Sholikhah, Amirotun, 'Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif', *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10.2 (1970), 342–62
<<https://doi.org/10.24090/komunika.v10i2.953>>
- Syahputra, Angga, 'Etika Berbisnis Dalam Pandangan Islam', *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1.1 (2019), 21–34
<<https://doi.org/10.52490/at-tijarah.v1i1.707>>