

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM UMKM BUBUR AYAM DI BANGKALAN

Oleh:

Muhammad Rifki¹

Abdur Rohman²

Universitas Trunojoyo Madura

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

Korespondensi Penulis: 22072100031@student.trunojoyo.id

Abstract. *This study aims to examine the potential of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the culinary sector, especially in the chicken porridge business. Chicken porridge is one of the popular foods in Indonesia that has a great opportunity to be developed as an MSME business. This study focuses on market analysis, marketing strategies, and product innovation to increase the competitiveness of the chicken porridge business. Through surveys and interviews with chicken porridge MSME actors, it was found that the market has a stable demand and tends to increase, especially in the Bangkalan regency area. Key success factors include taste quality, cleanliness, and affordable prices. In addition, innovations in menu variations, such as the addition of toppings or seasoning variations, as well as the use of social media for promotion, have proven effective in attracting new consumers. The results of the study show that with the right marketing strategy and sustainable product innovation, chicken porridge MSMEs have great potential to develop. It is hoped that this finding can be a guide for MSME actors in managing and developing their businesses so that they can contribute to improving the local economy.*

Keywords: *MSMEs, Marketing, Economic Strategy.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji potensi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam bidang kuliner, khususnya pada usaha bubur ayam. Bubur ayam merupakan salah satu makanan populer di Indonesia yang memiliki peluang besar

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM UMKM BUBUR AYAM DI BANGKALAN

untuk di kembangkan sebagai usaha UMKM. Studi ini berfokus pada analisis pasar, strategis pemasaran, dan inovasi produk untuk meningkatkan daya saing usaha bubur ayam. Melalui survei dan wawancara dengan pelaku UMKM bubur ayam, di temukan bahwa pasar memiliki permintaan yang stabil dan cenderung meningkat, terutama di daerah kabupaten bangkalan. Factor kunci keberhasilan meliputi kualitas rasa, kebersihan, dan harga yang terjangkau. Selain itu, inovasi dalam variasi menu, seperti penambahan topping atau variasi bumbu, serta penggunaan media sosial untuk promosi, terbukti efektif dalam menarik konsumen baru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan strategis pemasaran yang tepat dan inovasi produk yang berkelanjutan, UMKM bubur ayam memiliki potensi besar untuk berkembang. Diharapkan temuan ini dapat menjadi panduan bagi para pelaku UMKM dalam mengelola dan mengembangkan usaha sehingga dapat berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal.

Kata Kunci: UMKM, Strategis Pemasaran, Ekonomi.

LATAR BELAKANG

Etika bisnis Islam menjadi semakin relevan dalam pengelolaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), termasuk usaha kuliner seperti bubur ayam. Etika ini tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai moral dan spiritual yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Penerapan etika bisnis Islam dalam UMKM bubur ayam dapat memberikan landasan kuat untuk menciptakan bisnis yang berkelanjutan, adil, dan membawa berkah bagi semua pihak yang terlibat. Usaha mikro, kecil , dan menengah (UMKM) memegang penting dalam perekonomian Indonesia. Mereka tidak hanya menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar tetapi juga mendukung perekonomian lokal. Salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi besar namun seringkali kurang di perhatikan adalah kuliner tradisional, seperti usaha bubur ayam (Faisal Ananda Arfa, 2012).

Dalam etika bisnis Islam, prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial menjadi pilar utama. Pelaku UMKM bubur ayam yang menerapkan prinsip-prinsip ini akan memastikan bahwa bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan bubur ayam halal dan thayyib (baik dan berkualitas). Selain itu, mereka akan memperlakukan karyawan dengan adil, memberikan upah yang layak, dan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif. Hal ini tidak hanya mendukung kesejahteraan karyawan tetapi juga

meningkatkan loyalitas dan produktivitas mereka. (Donni Juni Priansa dan Buchari Alma, 2009).

Prinsip kejujuran dalam transaksi juga menjadi perhatian utama. Pelaku usaha bubur ayam yang berpegang pada etika bisnis Islam akan jujur dalam penentuan harga, transparan dalam bahan-bahan yang digunakan, dan tidak melakukan praktik curang atau merugikan konsumen. Dengan demikian, kepercayaan konsumen akan meningkat, yang pada gilirannya dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. (Pheni Chalid, 2005).

Selain itu, etika bisnis Islam mendorong pelaku UMKM untuk aktif dalam tanggung jawab sosial. Misalnya, dengan memberikan sumbangan kepada yang membutuhkan, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, atau bahkan sekadar memastikan lingkungan sekitar tempat usaha tetap bersih dan nyaman. Tanggung jawab sosial ini tidak hanya membantu masyarakat sekitar tetapi juga memperkuat citra positif usaha bubur ayam di mata publik. (Mustafa Kamal Rokan, 2013).

Etika bisnis Islam juga mengajarkan tentang pentingnya niat yang baik dalam menjalankan usaha. Dengan niat yang tulus untuk menyediakan makanan yang baik dan halal bagi konsumen, serta memberikan manfaat bagi masyarakat, pelaku UMKM bubur ayam dapat berharap mendapatkan keberkahan dan rezeki yang berlimpah. Dengan demikian, penerapan etika bisnis Islam dalam UMKM bubur ayam tidak hanya menciptakan usaha yang adil dan berkelanjutan tetapi juga mendatangkan berkah dan keberkahan bagi semua pihak yang terlibat. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk memahami dan mengimplementasikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam operasional sehari-hari. (Euis Amalia, 2009).

KAJIAN TEORITIS

Etika Bisnis Islam

Nabi SAW menetapkan dasar-dasar perdagangan Islam sebagai seorang pengusaha yang brilian. Beliau memberikan panduan tentang cara berdagang dengan integritas, kepercayaan, kesopanan, kesopanan, transparansi, dan keterbukaan untuk mendapatkan keuntungan finansial. Ajaran Nabi Muhammad SAW menekankan pentingnya memperlakukan mitra dagang dengan adil, menghormati hak-hak mereka, dan menjaga kejujuran dalam semua transaksi. Beliau juga mendorong para pengusaha untuk

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM UMKM BUBUR AYAM DI BANGKALAN

memperhatikan kebutuhan masyarakat dan memastikan bahwa produk atau jasa yang mereka tawarkan memberikan manfaat yang nyata. Dengan demikian, ajaran Nabi Muhammad SAW tidak hanya mengajarkan bagaimana mencapai kesuksesan materi dalam perdagangan, tetapi juga bagaimana melakukannya dengan cara yang bertanggung jawab, moral, dan bermanfaat bagi seluruh komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan ekonomi seorang Muslim harus selalu selaras dengan ajaran agama yang menekankan pentingnya keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Dengan kata lain, kesejahteraan spiritual dan moral harus menjadi prioritas utama, memastikan bahwa kegiatan ekonomi tidak merusak nilai-nilai etika dan kemanusiaan yang mendasar. Mengingat banyak sistem lain yang menempatkan prioritas lebih tinggi pada upaya ekonomi dan mengabaikan etika dan konsekuensi transendental lainnya, seorang Muslim tidak dibenarkan menempatkan tujuan ekonomi di atas penegakan prinsip dan kebijakan yang diberikan oleh agamanya. Ini menegaskan bahwa bagi seorang Muslim, mencapai sukses dalam kehidupan ekonomi harus selalu diiringi dengan kesadaran akan tanggung jawab moral dan sosialnya, serta komitmen untuk bertindak sesuai dengan nilai-nilai agama dalam setiap langkah yang diambil. Sederhananya, etika bisnis Islam adalah serangkaian praktik bisnis yang beragam yang tidak dibatasi dalam hal kuantitas kepemilikan aset (barang atau jasa), termasuk keuntungan, namun dibatasi dalam hal bagaimana aset tersebut diperoleh dan digunakan, karena peraturan halal dan haram. Ini menggarisbawahi bahwa dalam Islam, tidak semata-mata jumlah kekayaan yang dikejar, tetapi juga bagaimana kekayaan tersebut diperoleh dan digunakan. Bisnis yang dijalankan harus mematuhi prinsip-prinsip kehalalan dan menjauhi segala bentuk transaksi yang dilarang oleh agama. Dengan demikian, etika bisnis Islam menuntut integritas, kejujuran, dan kepatuhan terhadap hukum-hukum agama dalam semua aspek kegiatan ekonomi (Muhammad, 2002).

Karakteristik Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam berlandaskan prinsip-prinsip syariah yang mengedepankan nilai-nilai moral, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Berikut lima kaarakteristik utama etika bisnis islam:

1. Kejujuran (*sidiq*)

Kejujuran adalah pilar utama dalam etika bisnis islam. Al-quran dalam surah Al-Baqarah (2:42) menekankan pentingnya tidak mencampuradukkan kebenaran dengan kebatilan dan tidak menyembunyikan kebenaran. Dalam konteks bisnis, kejujuran mencakup transparansi dalam transaksi, kejelasan informasi produk, dan penetapan harga yang wajar. Pelaku usaha yang menerapkan kejujuran cenderung memperoleh kepercayaan yang lebih tinggi dari konsumen, yang berujung pada peningkatan loyalitas pelanggan dan reputasi positif (Arifin et al, 2016).

2. Keadilan (*Adl*)

Keadilan merupakan prinsip fundamental dalam islam yang menekankan pelakuan yang adil dan setara bagi semua pihak. Surah An-nisa' (4:58) menyebutkan pentingnya menegakkan keadilan. Dalam UMKM bubur ayam, keadilan dapat diwujudkan melalui pemberian upah yang layak kepada karyawan, penetapan harga yang adil, dan perilaku yang sama terhadap semua pelanggan. Keadilan dalam praktik bisnis tidak hanya meningkatkan kepuasan kerja karyawan tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan dan pemasok, yang untuk kelangsungan usaha (Beekun, 1997).

3. Kepercayaan (*Amanah*)

Amanah berarti menajlankan tanggung jawab dengan penuh kejujuran dan integritas, suarah Al-Anfal (8:27) mengingatkan umat islam untuk tidak mengkhianati Amanah yang diberikan. Dalam bisnis Amanah mencakup pengelolaan keuangan yang baik, menjaga kualitas produk, dan memenuhi janji kepada pelanggan. Bahwa pelaku bisnis yang memegang Amanah cenderung mendapatkan kepercayaan lebih besar dari konsumen yang berdampak positif pada keberlanjutan usaha (Dusuki, 2008).

4. Kerja sama (*ta'awun*)

Ta'awun atau kerja sama adalah prinsip penting dalam islam yang mendorong saling tolong-menolong dalam kebaikan. Suarah Al-Maidah (5:2) menekankan pentingnya tolong-menolong dalam Kebajikan dan taqwa. Dalam konteks UMKM, kerja sama dapat mencakup kolaborasi dengan mitra bisnis, karyawan, dan komunitas sekitar. Bahwa kerja sama yang baik dalam bisnis meningkatkan efisiensi operasional dan membuka peluang inovasi. Dalam usaha bubur ayam,

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM UMKM BUBUR AYAM DI BANGKALAN

kerja sama dapat berarti kolaborasi dengan pemasok lokal atau berpartisipasi dalam komunitas kuliner untuk saling mendukung (Abeng,1997).

5. Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial adalah komponen integral dan etika bisnis islam, yang melibatkan kontribusi positif kepada Masyarakat. Surah Al-Hadid (57:7) mengingatkan umat islam untuk menafkahkan sebbagian dari apa yang mereka miliki demi kebaikan bersama. Pelaku UMKM bubur ayam dapat menerapkan prinsip ini dengan berbagai cara, seperti memberikan makanan kepada fakir miskin, menjaga kebersihan lingkungan, dan mendukung kegiatan sosial. Bahwa tanggung sosial dalam bisnis meningkatkan cara Perusahaan dan loyalitas pelanggan, serta menciptakan lingkungan bisnis yang lebih sehat dan berkelanjutan (Saed etal, 2001)..

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan observasi, dokumentasi, dan wawancara. Observasi memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman langsung tentang praktik bisnis di lapangan, sementara dokumentasi menyediakan rekaman tertulis atau visual tentang kegiatan bisnis yang relevan. Wawancara memberikan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan para pelaku bisnis dan mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang sikap dan pandangan mereka terkait etika bisnis dalam Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etos kerja sama dalam kepemimpinan

Etos berasal dari bahasa yunani (*ethos*) yang memiliki arti sikap, kepribadian, watak, karakter, serta keyakinan atas sesuatu. Menurut Dwi Andayani Etos kerja sendiri merupakan seperangkat perilaku positif yang berakar pada keyakinan fundamental yang disertai komitmen total pada paradigma kerja yang integral. Bekerja bagi seorang muslim adalah upaya yang sungguh-sungguh dengan mengerahkan seluruh aset, pikiran dan dzikirnya untuk mengaktualisasikan atau menampakkan arti dirinya sebagai hamba alloh yang harus menundukkan dan menempatkan arti dirinya sebagai hamba Alloh yang harus menundukkan dan menempatkan dirinya sebagai bagian dari masyarakat yang terbaik

atau dengan kata lain dapat dikatakan bahwa hanya dengan bekerja manusia itu memanusiation dirinya. Secara lebih hakiki, bekerja bagi seorang muslim adalah ibadah, bukti pengabdian dan rasa syukurnya karena mereka sadar bahwa di dunia diciptakan sebagai ujian bagi mereka yang memiliki etos kerja yang baik.

Sejak awal masa Islam, khususnya umat muslim telah menawarkan pandangan pada pekerjaan dan telah merumuskan secara jelas mengenai konsep etos kerja. Dimana konsep etos kerja yang dimaksud adalah etos kerja islami (*Islamic work ethics*) yang berlandaskan dari Al Qur'an dan ucapan-ucapan serta contoh dari Nabi Muhammad SAW. Adapun pengertian etos kerja islami adalah karakter dan kebiasaan manusia berkenaan dengan kerja, terpancar dari sistem keimanan/aqidah Islam yang merupakan sikap hidup mendasar terhadapnya. (Desky, 2014).

Etos kerja islami adalah suatu upaya yang sungguh-sungguh dengan mengerahkan segala kemampuannya untuk mengaktualisasikan atau menampakkan arti dirinya sebagai hamba Alloh dan menempatkan dirinya sebagai masyarakat yang terbaik (khoiro ummah), seperti yang suda kita katakan sebelumnya bahwasannya dengan bekerja manusia memanusiation dirinya. Menurut Bhirawa Anoraga dalam buku (Dr. Syah Amirul, 2021) etos kerja sendiri berasal dari Al-qur'an dan Hadist Nabi Muhammad SAW, yang mengajarkan bahwa bekerja keras yang disebabkan 5 karena telah berbuat dosa akan diampuni oleh Alloh SWT dan tidak ada makanan yang lebih baik dibandingkan apa yang dimakan dari hasil jerih payahnya atau kerja kerasnya.

Konsep dan Ciri etos kerja dalam islam:

1. Kerja Merupakan Penjabaran Aqidah
2. Kerja dilandasi ilmu
3. Meneladani Sifat-sifat *Ilahiyyah* serta mengikuti petunjuk-petunjuknya

Usaha UMKM Bubur ayam merupakan salah satu UMKM yang menjual bubur ayam. Adapun pemasarannya biasa dilakukan *online* dan *offline*. Pada media *online* para pelaku penjual bubur ayam memanfaatkan *platform Facebook* untuk digunakan sebagai media promosi serta diperuntukkan kepada pelanggan yang tidak tinggal dibangkalan. Sedangkan untuk pemasaran *offline* dalam sehari-hari kerap kita temui Bubur ayam ini sudah menetap pada tempat penjualannya.

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM UMKM BUBUR AYAM DI BANGKALAN

UMKM Bubur Ayam ini menerapkan *spiritual company* yang terdiri dari jujur dalam setiap pengelolaannya, dimulai dari pencarian bahan baku sampai proses pemasarannya.

Etika bisnis islam dalam produktif

Dalam berbisnis UMKM sudah pasti melakukan proses produksi dalam menjalankan usahanya, kegiatan produksi dalam perspektif ekonomi Islam adalah terkait dengan manusia dan eksistensinya dalam aktivitas ekonomi, produksi merupakan kegiatan menciptakan kekayaan dengan pemanfaatan sumber alam oleh manusia. Pada dasarnya, produsen pada tatanan ekonomi konvensional tidak mengenal istilah halal dan haram. Yang menjadi prioritas mereka adalah memenuhi keinginan pribadi dengan mengumpulkan laba, harta, dan uang. Ia tidak mementingkan apakah yang diproduksinya itu bermanfaat atau berbahaya, baik atau buruk, etis atau tidak etis.

Prinsip etika dalam produksi yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim baik individu maupun komunitas adalah berpegang pada semua yang dihalalkan oleh Allah dan tidak melewati 6 batas. Benar bahwa daerah halal itu luas, tetapi mayoritas jiwa manusia yang ambisius merasa kurang puas dengan hal itu walaupun banyak jumlahnya. Maka kita temukan jiwa manusia tergiur pada sesuatu yang haram dengan melanggar hukum-hukum Allah. “barangsiapa yang melanggar hukum-hukum Allah mereka itu adalah orang-orang yang zalim.

Berproduksi dapat diartikan sebagai kegiatan menciptakan nilai barang atau menambah nilai terhadap sesuatu produk, barang dan jasa yang diproduksi itu haruslah hanya yang dibolehkan dan menguntungkan (yakni halal dan baik) menurut Islam.

Etika yang terpenting adalah menjaga sumber daya alam karena ia merupakan nikmat dari Allah kepada hamba-Nya. Setiap hamba wajib mensyukurinya, dan salah satu cara mensyukuri nikmat adalah menjaga sumberdaya alam dari polusi, kehancuran, dan kerusakan.

Dengan adanya penerapan bisnis, konsep produksi secara perspektif islam tentu membantu terciptanya kesatuan antara kegiatan ekonomi yang menghasilkan profitabilitas yang kemudian memberikan dampak baik pula bagi pelaku UMKM. Kemudian peranan dari etika bisnis islam, konsep produksi yang dijalankan dengan baik oleh UMKM akan memaksimalkan penghasilan profitabilitas yang memiliki tujuan untuk

kepentingan kemakmuran atau kesejahteraan pedagang/wirausaha secara keseluruhan dan timpang serta menekankan adanya keseimbangan yang adil antara pemilik UMKM dan masyarakat.(Amelia et al., 2022).

Etika bisnis islam dalam distribusi

Setelah proses produksi proses yang dilakukan oleh pelaku UMKM adalah mendistribusikan barang dagangan nya kepada masyarakat untuk menghasilkan profitabilitas yang ingin tercapai.

Distribusi merupakan kegiatan mendistribusikan atau menyampaikan barang yang dihasilkan atau memberikan jasa kepada pasar sasaran dan aset atau kekayaan sebagai alat tukar. Distribusi barang juga diimbangi dengan pemerataan daya beli. Individu memiliki tanggung jawab untuk menjamin kecukupan keluarga dalam tanggungan mereka. juga memerintahkan setiap manusia untuk yakin akan rezeki Allah SWT. Lalu setelah itu semua maka akan menghasilkan Profitabilitas yang baik bagi UMKM, profitabilitas sendiri merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba (*profit*) yang akan menjadi dasar pembagian dividen perusahaan. 7 Profitabilitas dalam perspektif islam merupakan suatu manfaat yang bersifat intangible, mempunyai makna yang lebih luas dari sekedar keuntungan berupa "angka", tidak hanya dapat dihitung namun dapat dirasakan.

Etika Distribusi dalam Islam (Sofyan, 2011):

1. Selalu menghiiasi amal dengan niat ibadah dan ikhlas.
2. Transparan, dan barangnya halal serta tidak membahayakan.
3. Adil, dan tidak mengerjakan hal-hal yang dilarang di dalam Islam.
4. Tolong menolong, toleransi dan sedekah.
5. Tidak melakukan pameran barang yang menimbulkan persepsi.
6. Tidak pernah lalai ibadah karena kegiatan distribusi.
7. Larangan Ikhtikar, ikhtikar dilarang karena akan menyebabkan kenaikan harga.
8. Mencari keuntungan yang wajar. Maksudnya kita dilarang mencari keuntungan yang semaksimal mungkin yang biasanya hanya mementingkan pribadi sendiri tanpa memikirkan orang lain.
9. kekayaan yang meluas, Islam mencegah penumpukan kekayaan pada kelompok kecil dan menganjurkan distribusi kekayaan kepada seluruh lapisan masyarakat.

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM UMKM BUBUR AYAM DI BANGKALAN

Etika bisnis islam terkait tanggung jawab sosial

Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, dan komunitas dalam segala aspek operasional perusahaan. CSR berhubungan erat dengan "pembangunan berkelanjutan", di mana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan atau deviden melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial untuk saat ini maupun untuk jangka panjang (Kristianti, n.d.).

Etika bisnis merupakan kode etik yg diterapkan pada perusahaan buat melakukan kegiatan bisnisnya. Etika bisnis ini sangat krusial diterapkan pada perusahaan supaya perusahaan mempunyai pondasi yg bertenaga serta membentuk value yang tinggi. Setiap perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang artinya bagian asal etika bisnis, yaitu adanya pencerahan perusahaan bahwa keputusan bisnisnya dapat menghipnotis Masyarakat (Muna & Aslami, 2022).

Sebagai bentuk tanggung jawab sosial pada pengembangan usaha pelaku usaha kecil dan menengah, Bubur Ayam bertanggung jawab terhadap konsumen dengan memperhatikan betul setiap aspek produksinya agar tidak hanya memperoleh keuntungan semata tetapi konsumen juga mendapatkan manfaat atas apa yang telah dikonsumsi. Bubur Ayam ini bertanggung jawab atas produksi serta penjualan/distribusi pada pelanggan, dimana produk yg didapatkan wajib bisa membawa manfaat. Dengan aksioma pertanggung jawaban ini, maka secara mendasar akan mengubah perhitungan bisnis; perusahaan, karena segala sesuatunya harus mengacu pada keadilan. (Anas, 2008) Hal ini membuktikan bahwa bagus nya kinerja sebuah perusahaan bukan hanya dibuktikan dengan kinerja, melainkan berhubungan erat dengan kerja-kerja sosial yang diberikannya kepada masyarakat sebagai implementasi dari tanggungjawab sosial perusahaannya pada satu sisi dan, berakibat pada memperkuat suatu citra positif pada sisilahnya.

Etika bisnis islam terkait tanggung jawab terhadap lingkungan

Tanggung jawab sosial dari perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua

stakeholder, termasuk didalamnya adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga *competitor*.

Pendekatan lingkungan sosial adalah cara mengamati dan menjelaskan secara analitis bagaimana berbagai unsur dipengaruhi dan mempengaruhi keputusan dan tindakan bisnis. Pendekatan ini mempunyai satu tujuan imperatif yaitu bisnis harus dijalankan sedemikian rupa agar etika hak dan kepentingan semua pihak terkait yang berkepentingan dengan suatu kegiatan bisnis harus dijamin, diperhatikan dan dihargai. (Andjarwati & Budiadi, 2008).

Kotler dan Lee (2005) dalam jurnal (Ernawan, n.d.) mengidentifikasi enam pilihan program bagi perusahaan untuk melakukan inisiatif dan aktivitas yang berkaitan dengan berbagai masalah sosial sekaligus sebagai wujud komitmen dari tanggung jawab sosial perusahaan. Keenam inisiatif sosial yang bisa dieksekusi oleh perusahaan adalah: pertama, *cause promotions* dalam bentuk memberikan kontribusi dana atau penggalangan dana untuk meningkatkan kesadaran akan masalah-masalah sosial tertentu seperti, bahaya narkoba. Kedua, *cause-related marketing* bentuk kontribusi perusahaan dengan menyisihkan sepersekian persen dari pendapatan sebagai donasi bagi masalah sosial tertentu, untuk periode waktu tertentu atau produk tertentu. Ketiga, *corporate social marketing* di sini perusahaan membantu pengembangan maupun implementasi dari kampanye dengan fokus untuk merubah perilaku tertentu yang mempunyai pengaruh negatif, seperti misalnya kebiasaan berlalu lintas yang beradab. Keempat, *corporate philanthropy* adalah inisiatif perusahaan dengan memberikan kontribusi langsung kepada suatu aktivitas amal, lebih sering dalam bentuk donasi ataupun sumbangan tunai. Kelima, *community volunteering* dalam aktivitas ini perusahaan memberikan bantuan dan mendorong karyawan, serta mitra bisnisnya untuk secara sukarela terlibat dan membantu masyarakat setempat. Keenam, *socially responsible business practices*, ini adalah sebuah inisiatif di mana perusahaan mengadopsi dan melakukan praktik bisnis tertentu serta investasi yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas komunitas dan melindungi lingkungan. Bentuk-bentuk implementasi CSR oleh UMKM Bubur Ayam dibangkalan:

1. Konsumen, dalam bentuk penggunaan material yang ramah lingkungan, tidak berbahaya. Serta memberikan informasi dan petunjuk yang jelas mengenai pemakaian yang benar atas produk-produk perusahaan, termasuk informasi atas suku cadang dan pelayanan serta informasi lain yang harus diketahui konsumen.

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM UMKM BUBUR AYAM DI BANGKALAN

2. Lingkungan, dalam bentuk lingkungan hidup, baik di lingkungan sekitar maupun di daerah lain yang membutuhkan Bubur dibangkalan selalu memperhatikan aspek kebersihan dalam setiap aspek pengelolaannya. Seperti membuang limbah atas sisa produksi di tempat pembuangan serta kebersihan dari produksninya yaitu menggunakan air yang mengalir.
3. Kesehatan dan keamanan, dalam bentuk penjagaan dan pemeliharaan secara rutin atas fasilitas dan lingkungan.

Komunikasi Bisnis

Komunikasi didefinisikan sebagai transmisi informasi dari satu orang / organisasi ke yang lain. Sebagai komunikasi, komunikasi merujuk pada komunikasi sebagai proses respons atau tindakan sebagai reaksi. (Afridayani et al., 2020).

Komunikasi bisnis menyimpan beberapa makna. Oleh karena itu, pengetahuan mempromosikan aplikasi komunikasi yang terhadap orang lain dan mitra usaha. Pada dasarnya, 10 dalam komunikasi ada dua cara yang digunakan dalam praktik komersial dan non-komersial: komunikasi secara verbal adalah tulisan dan komunikasi secara non verbal dengan bahasa tubuh. Pemahaman komunikasi bisnis Untuk menjalankan roda organisasi agar bisa berjalan dengan baik maka di perlukanya komunikasi dengan sesama anggota untuk mencapai tujuan organisasi. Pemimpin mendelegasikan tugas kepada para bawahannya. Tugas tersebut adalah membuat notulen, surat tugas. Perjanjian kemitraan dll. Lebih jauh dalam hal ini kita mengetahui arti dari komunikasi bisnis adalah komunikasi dalam bentuk verbal atau non verbal yang di pakai dalam dunia bisnis atau usaha.

Adapun sebagai bentuk komunikasi bisnis yang diterapkan oleh Mang Jay dalam usahannya dengan memanfaatkan media sosial seperti *whatsapp* dan juga *facebook* yang digunakan sebagai media promosi untuk membagikan informasi tentang produk dan juga menanggapi atas kritik dan saran dari konsumen guna sebagai bahan evaluasi untuk mengembangkan UMKM bubur aya tersebut dan menjaga transparansi dalam hal harga, kualitas produk dan segala prosesnya sehingga dapat membangun kepercayaan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Etos kerja islami adalah karakter dan kebiasaan manusia berkenaan dengan kerja, terpancar dari sistem keimanan/aqidah Islam yang merupakan sikap hidup mendasar terhadapnya. Berproduksi dapat diartikan sebagai kegiatan menciptakan nilai barang atau menambah nilai terhadap sesuatu produk, barang dan jasa yang diproduksi itu haruslah hanya yang dibolehkan dan menguntungkan (yakni halal dan baik) menurut Islam. Distribusi merupakan kegiatan mendistribusikan atau menyampaikan barang yang dihasilkan atau memberikan jasa kepada pasar sasaran dan aset atau kekayaan sebagai alat tukar. Distribusi barang juga diimbangi dengan pemerataan daya beli.

Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, dan komunitas dalam segala aspek operasional perusahaan.

Komunikasi di definisikan sebagai transmisi informasi dari satu orang / organisasi ke yang lain. Sebagai komunikasi, komunikasi merujuk pada komunikasi sebagai proses respons atau tindakan sebagai reaksi.

Di Indonesia, perilaku etika bisnis manajer dan tanggung jawab perusahaan pada lingkungan sosial merupakan suatu hal yang sangat penting, terutama etika bisnis dan tanggung jawab pada lingkungan sosial dari industri pangan karena pangan merupakan kebutuhan yang sangat vital bagi manusia sehingga apabila industri pangan mengabaikan etika bisnis dan tanggung jawab pada lingkungan sosial maka hal ini akan berdampak luas pada kesejahteraan manusia seluruhnya.

Saran

Setelah penulis mencoba sedikit menguraikan hal-hal mengenai tentang Bubur ayam sebagai makanan yang populer dan dicintai oleh banyak orang Indonesia dan UMKM kuliner di berbagai daerah. Pendirian UMKM bubur ayam umumnya merupakan hasil dari upaya individu atau keluarga untuk merintis usaha kuliner dengan modal terbatas, namun dengan harapan dapat tumbuh dan berkembang di tengah masyarakat setempat. penulis berharap semoga dapat diterima dan dipahami oleh para pembaca. Semoga dengan adanya laporan ini dapat memberikan pemahaman tentang

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM UMKM BUBUR AYAM DI BANGKALAN

apa saja yang terdapat di dalam makalah tersebut.

DAFTAR REFERENSI

- Afridayani, Cahyani, Y., & Sopiya, M. (2020). Komunikasi bisnis (S. N. Nazar (ed.); Issue 1).
- Amelia, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi dan Distribusi Pada UMKM Terhadap Profitabilitas Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), 305–313.
- Anas, M. (2008). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Kontek Produsen dan Konsumen. 8, 50– 65.
- Andjarwati, A. L., & Budiadi, S. (2008). Etika Bisnis Dan Perilaku Etis Manajer Pngaruhnya Terhadap Tanggung Jawab Perusahaan Pada Lingkungan Sosial. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(031), 1–13.
- Desky, H. (2014). Pengaruh etos kerja islami dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan rumah makan ayam lepaas lhokseumawe. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 8(2), 459– 478.
- Dr. Syah Amirul, M. S. (2021). Etos Kerja dan Kepemimpinan Islam MA Syofrianisda, S.Th.I (ed)). CV. Azka Pustaka.
- Ernawan, E. R. (n.d.). Tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility).
- Kristianti, P. L. (n.d.). Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.
- Muna, N., & Aslami, N. (2022). DAN ETIKA BISNIS TERHADAP KONSUMEN ECOMMERCE (Studi Kasus Shopee Online Shop). 5, 19–21.
- Sofyan, S. H. (2011). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. Salemba Empat.