

## ABSTRAK

### **PENGUKURAN ETIKA BISNIS UMKM MELALUI INDEKS ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Pada UMKM UPI Mino Ngudi Lestari Yogyakarta)**

Amimah Oktarina  
NIM 15913019

Pesatnya pertumbuhan UMKM di Indonesia menimbulkan peningkatan persaingan bisnis yang ketat dan rumit antar UMKM. Persaingan bisnis yang ada cenderung tidak sehat dan mengabaikan nilai-nilai etis. Hal ini menjadikan wacana etika bisnis pada UMKM sangat diperlukan agar dapat menjadi landasan dalam beroperasi dan terhindar dari penyimpangan nilai-nilai etis. Sebagai produsen pengolahan ikan yang telah mendapatkan sertifikasi hallal dari MUI, UPI Mino Ngudi Lestari harus mampu menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatannya. Sehingga tidak hanya berorientasi pada pencapaian laba semata, tetapi juga memerhatikan nilai-nilai etis. Hal yang menjadi sorotan menarik bagi peneliti di UMKM tersebut adalah sistem upah yang diberikan kepada tenaga kerja masih di bawah UMR Yogyakarta serta proses produksi yang dilakukan sering kali menyita waktu tenaga kerja dalam beribadah sehingga tenaga kerja terlambat untuk melaksanakan salat.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan etika bisnis Islam yang terdiri dari 4 (empat) landasan yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab pada UMKM UPI MNL yang kemudian dirumuskan formulasi indeks etika bisnis Islam. Indeks etika bisnis Islam ini digunakan sebagai alat ukur untuk mengetahui seberapa besar tingkat etis suatu UMKM dalam menerapkan etika bisnis Islam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini kualitatif deskriptif dengan analisis dengan melalui 4 (tahapan) yaitu pengumpulan data, reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini adalah UMKM UPI MNL telah menerapkan etika bisnis Islam dalam operasionalnya serta hasil pengukuran indeks etika bisnis Islam berdasarkan formula yang disusun pada penelitian ini, maka diperoleh nilai indeks etika bisnis Islam UMKM UPI MNL sebesar 3,19 yang artinya kategori etis.

Kata kunci: *indeks, etika bisnis Islam, persaingan bisnis, UMKM.*

**ABSTRACT**  
**MEASUREMENT OF SME BUSINESS ETHICS THROUGH ISLAMIC  
BUSINESS INDEX**  
**(CASE STUDY OF SME UPI MINO Ngudi Lestari Yogyakarta)**

Amimah Oktarina  
Student Registration Number 15913019

The rapid development of SME in Indonesia has driven the heightened unfair business competition across SME's. It is proven that such kind of competition has led to unhealthy competition by ignoring ethical values. This triggers the significance of business ethic discourse in SME to be an underlying basis of operation in order to keep away from deviations of ethical values. As a producer of processed fish products with *halal* certification from MUI, UPI Mino Ngudi Lestari must be able to apply Islamic business ethics in all of its activity. It should have a concern not only on profit orientation but also on the ethical values. The interesting aspect to address in the research about SME is the wage system provided to the laborers which is under the standard of the regional minimum wage (UMR) of Yogyakarta. Other aspect to consider is the time consuming production process which hampers the laborers from conducting their religious activities and, more often than not, makes them late from congregation praying.

Thus, this research primarily aims to describe the application of Islamic business ethics consisting of 4 bases namely: monotheism (*tauheed*), balance, free will, and responsibility towards UPI MNL SME which are then formulated into index formulation of Islamic business ethics. This index is used to measure and reveal the ethic level of a SME in terms of application of Islamic business ethics. The research applies qualitative-descriptive method with 4 stages analysis namely: data collection, data reduction, data display, and conclusion. The measurement of Islamic business index using the formula unveils that UPI MNL SME has applied Islamic business ethics in its operation as shown by the business ethic index of the SME which attains 3,19 categorized into ethical.

*Keywords: Index, Islamic business ethics, business competition, SME*

February 10, 2017

**TRANSLATOR STATEMENT**

The information appearing herein has been translated  
by a Center for International Language and Cultural Studies of  
Islamic University of Indonesia  
CILACS UII JI. DEMANGAN BARU NO 24  
YOGYAKARTA, INDONESIA.  
Phone/Fax: 0274 540 255

CILACS  
Center for International Language and Cultural Studies

