

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia yang merupakan salah satu Negara berkembang senantiasa melakukan berbagai aktivitas ekonomi untuk mendukung keberlanjutan pembangunan nasional. Kemunculan UMKM di Indonesia membuktikan bahwa adanya semangat ekonomi yang dilakukan masyarakat Indonesia dalam rangka berkontribusi untuk perekonomian nasional.

Menurut Mukti bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan masyarakat dan berperan dalam mencukupi kebutuhannya yaitu kegiatan ekonomi dan perdagangan.¹ Indikasi yang menunjukkan peranan strategis usaha mikro kecil dan menengah itu dapat dilihat dari kontribusinya terhadap PDB, ekspor non-migas, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia yang cukup berarti.

Tabel 1. Data UMKM Berdasarkan Sektor Ekonomi Se-DIY

No	Jenis Usaha	s.d. Juni (2014)		
		Jumlah (Unit)	Jumlah Omset (Rp)	Jumlah Aset (Rp)
1.	Aneka Usaha	23.670	644.043.700	247.829.850
2.	Perdagangan	43.087	903.493.100	538.193.000
3.	Industri Pertanian *	36.526	293.875.550	181.285.050
4.	Industri Non Pertanian	32.271	489.215.450	184.852.800
Jumlah		135.554	2.330.627.800	1.152.160.700

Sumber: BPS, 2014

¹Mukti Fajar, *UMKM di Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hlm. 1

Berdasarkan tabel 1. di atas mengindikasikan bahwa semakin berkembangnya UMKM memunculkan beragam persaingan yang terjadi. Adanya peningkatan persaingan tentunya mendorong adanya persaingan bisnis yang semakin ketat dan rumit, sehingga membuat UMKM berada pada posisi yang mudah diserang.² Seiring dengan hal tersebut, dalam era ekonomi global saat ini dicirikan kuat oleh sifat dunia tanpa batas dan serba kompetisi, UMKM dituntut untuk melakukan perubahan guna meningkatkan daya saing.

Sebagai negara yang memiliki penduduk mayoritas beragama Islam, pemerintah Indonesia memberikan perhatian khusus bagi UMKM khususnya produk-produk negeri dengan adanya sertifikat halal dari MUI. Sebagaimana diketahui bahwa Islam menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan dan atau jual beli dan didalamnya masuk juga bisnis.³ Hal ini terkandung dalam salah satu firman Allah SWT dalam Q.S. AL-Baqarah: 275⁴

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

Artinya:

Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...

Berdasarkan ayat di atas secara tegas adanya seruan kepada kaum muslimin bahwa jual beli (bisnis) dihalalkan oleh Allah, baik dalam bentuk jual beli barang dagangan maupun jual beli di bidang jasa.⁵ Sebaliknya, ayat

²Nurul Indiarti, *Entrepreneurship dan Usaha Kecil Menengah di Indonesia*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), hlm. 78

³Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm. 81.

⁴Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), hlm. 47

⁵Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), hlm.141.

tersebut juga menerangkan bahwa Allah mengharamkan riba. Bisnis atau kegiatan ekonomi merupakan kegiatan di bidang usaha pemenuhan kebutuhan individu, baik berupa produksi, konsumsi maupun distribusi yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan.⁶ Dalam Islam, bisnis yang diperbolehkan adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah. Namun, faktanya masih banyak praktik bisnis yang tidak memerhatikan nilai-nilai etika dalam pelaksanaannya sehingga seringkali timbul penyimpangan dalam berbisnis.

Upaya untuk mengatasi penyimpangan nilai-nilai dalam praktik bisnis modern, etika bisnis yang sudah sejak lama muncul perlu ditelaah lebih mendalam dalam khazanah keislaman. Rafik Issa Beekun mendefinisikan etika bisnis sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk. Etika yang berperan sebagai penentu apa yang harus dilakukan dan tidak dilakukan oleh seorang individu artinya etika merupakan bidang ilmu yang bersifat normatif.⁷

Etika bersifat normatif tidak hanya menjelaskan tentang moralitas, melainkan melibatkan diri dengan mengemukakan penilaian perilaku manusia, dari sudut pandang benar-salah, diterima-ditolak, dengan cara mengemukakan alasan atau argumentasi yang dapat bertumpu pada norma-norma atau prinsip-prinsip etis. Oleh karena itu, etika bersifat normatif yang

⁶Kuat Ismanto, *Manajemen Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), hlm. 21

⁷Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethic*, (Virginia: The International Institute of Islamic Thought, 1997)

mengandung suatu penilaian memerintah.⁸ Berdasarkan hal tersebut, artinya bahwa etika bertujuan untuk merumuskan seperangkat prinsip-prinsip etis yang dapat dipertanggungjawabkan secara rasional dan dapat diaplikasikan secara praktis.

Etika bisnis menjadi pembicaraan yang menarik seiring dengan tumbuh dan berkembangnya kompetisi bisnis. Dalam skala internasional, adanya peneliti yang mengukur etika bisnis di kawasan Eropa melalui indeks etika bisnis. Penelitian tersebut dilakukan oleh John Tsalikis and Bruce Seaton (2007)⁹ yaitu:

The study expands the systematic measurement of consumers' sentiments towards business ethical practice to the international arena, data for the Business Ethic Index (BEI) were gathered in three countries of the European Union (UK, Germany, Spain).

Artinya bahwa penelitian yang dilakukan oleh keduanya adalah sebagai pengukuran sistematis berkaitan dengan sentimen konsumen terhadap praktik-praktik etika bisnis di ranah internasional, data indeks etika bisnis diambil dari tiga negara-negara Eropa (Britania Raya, Jerman, Spanyol).

Mengingat hal tersebut, maka etika bisnis Islam memiliki posisi yang penting dalam UMKM hal ini karena karakter dari UMKM sebagai salah satu usaha produktif masyarakat yang rentan dengan berbagai penyimpangan nilai-nilai etika dalam bisnis, maka perlu disusun suatu standar atau alat ukur etika yang dapat dijadikan pedoman dalam menilai etika bisnis Islam.

⁸K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), hlm. 32

⁹John Tsalikis and Bruce Seaton, "The International Business Ethics Index: European Union", *Journal of Business Ethic*, (2007), pp. 229-238

Alat ukur etis tidaknya suatu UMKM akan mengarah pada Indeks Etika Bisnis Islam (*Islamic Business Ethic Index*). Melalui indeks etika Islam akan digunakan sebagai tolak ukur dalam menilai etika bisnis UMKM. Dalam penelitian ini akan diadakan uji pengukuran etika bisnis UMKM melalui Indeks Etika Bisnis Islam (*Islamic Business Ethic Index*) atau disingkat dengan I-BEI.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) senantiasa mengalami pertumbuhan hingga 10% per tahun. Hingga akhir Desember 2015 kemarin, Dinas Koperasi dan UKM DIY mencatat total jumlah UMKM sebanyak 137.267. Posisi terbesar dipegang UMKM perdagangan pangan yang memakan porsi 30% dari total UMKM DIY.¹⁰

Salah satu UMKM yang dikelola oleh pebisnis muslim dan memperoleh sertifikat halal dari MUI di Yogyakarta adalah UMKM UPI Mino Ngudi Lestari yang berlokasi di Nayan, 18 Maguwoharjo. UPI Mino Ngudi Lestari ini bergerak dalam bidang pengolahan ikan yang mulai memproduksi sejak bulan Juli 2012. Industri ini membuat berbagai macam jenis olahan ikan yang berbahan dasar ikan nila. Produk unggulan dari UPI ini adalah *baby nila crispy*. Selain produk utama tersebut, dalam pengembangan usahanya agar masyarakat lebih tertarik pada olahan ikan dan

¹⁰Harian Jogja. "Usaha Kecil Menengah UMKM DIY Tumbuh Hingga 10 per tahun", dikutip dari <http://www.harianjogja.com/baca/2016/01/19/usaha-kecil-menengah-umkm-diy-tumbuh-hingga-10-per-tahun-682072>, pada hari Jumat, tanggal 28 Oktober 2016 jam 15.03 WIB.

untuk meningkatkan penjualannya, UPI ini juga memproduksi *frozen food* seperti nugget, bakso, rolade, dan otak-otak.

Sebagai produsen pengolahan ikan yang telah mendapatkan sertifikat halal dari MUI, UPI Mino Ngudi Lestari harus mampu menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatannya. Sehingga dalam proses pelaksanaan kegiatannya, tidak hanya berorientasi pada pencapaian laba semata, tetapi juga memerhatikan nilai-nilai etis. Hal yang menjadi sorotan menarik bagi peneliti di UMKM tersebut adalah mengusung slogan “halal dan sehat”. Namun, pada UMKM ini adanya perbedaan sistem upah yang diberikan kepada tenaga kerja berbeda antar satu dan lainnya padahal mereka memiliki tugas yang sama. Selain itu, proses produksi yang dilakukan sering kali menyita waktu tenaga kerja dalam beribadah sehingga seringkali tenaga kerja terlambat untuk melaksanakan salat. UMKM ini juga mewajibkan penggunaan jilbab bagi semua tenaga kerja perempuan.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka sebagai UMKM yang dikelola oleh pebisnis muslim dan telah memperoleh sertifikat halal dari MUI artinya bahwa segala aspek pada operasional UMKM dapat dikaji berdasarkan etika bisnis Islam. Agar penerapan etika bisnis Islam pada UMKM tersebut dapat terukur, maka pada penelitian ini akan diformulasikan indeks etika bisnis Islam yang dapat menjadi alat ukur tingkat pencapaian nilai etis yang sudah diterapkan oleh UMKM tersebut.

B. Rumusan Masalah

Permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada UMKM UPI Mino Ngudi Lestari Yogyakarta?
2. Bagaimana hasil pengukuran Indeks Etika Bisnis Islam pada UMKM UPI Mino Ngudi Lestari Yogyakarta?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Mendeskripsikan implementasi etika bisnis Islam pada UMKM UPI Mino Ngudi Lestari Yogyakarta.
 - b. Mengetahui hasil pengukuran uji indeks etika bisnis Islam pada UMKM UPI Mino Ngudi Lestari Yogyakarta.
2. Manfaat Penelitian
 - a. Secara teoritis, penelitian ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang kajian etika bisnis Islam.
 - b. Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi beberapa pihak sebagai berikut:

- 1) Bagi UMKM

Sebagai tolak ukur dalam pengukuran kinerja UMKM yang sesuai dengan etika bisnis Islam sehingga dapat meningkatkan kinerja UMKM secara optimal.

2) Bagi Masyarakat

Sebagai acuan dalam melihat UMKM yang tidak hanya menawarkan produk yang kompetitif tetapi juga kinerja yang beretika secara Islami.

D. Sistematika Pembahasan

Tesis ini terdiri dari beberapa bagian yang memuat latar belakang masalah sebagai langkah awal dalam penelitian yang menjelaskan alasan pentingnya melakukan penelitian tentang pengukuran etika bisnis UMKM dengan menggunakan indeks etika bisnis Islam. Pada bagian ini juga memuat rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis agar dapat mencapai tujuan yang dikehendaki dan diharapkan.

Pada bagian kajian penelitian terdahulu memaparkan penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan memiliki relevansi pembahasan pada penelitian ini. Kajian penelitian terdahulu pada penelitian ini didapat dari berbagai sumber salah satunya jurnal internasional. Bagian ini juga berisi kerangka teori yang menjadi gambaran awal atau pengantar untuk memahami hal-hal terkait tentang konsep akhlak dalam bisnis Islam dan UMKM sehingga diharapkan akan menjadi modal lengkap untuk memasuki pembahasan selanjutnya.

Metode penelitian pada penelitian ini yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, subjek penelitian, rencana objek penelitian, definisi variabel operasional, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel,

teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dengan elaborasi konsep etika bisnis Islam agar dapat menyusun indeks etika bisnis Islam untuk selanjutnya dilakukan uji pengukuran indeks etika bisnis Islam pada UMKM.

Pada bagian keempat yaitu hasil penelitian dan pembahasan berisi temuan yang diperoleh penulis melalui metode penelitian yang digunakan penulis. Pada bagian pertama akan dijabarkan hasil penelitian berupa wawancara yang disajikan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Selanjutnya pada bagian kedua akan dianalisis hasil penelitian dan dilakukan pengukuran indeks etika bisnis Islam dengan menggunakan formula yang sudah disusun dan hasil kuisioner yang disebarkan kepada responden.

Bagian terakhir pada bab V berisi kesimpulan dan saran yang dipaparkan penulis mengenai hasil simpulan dari pembahasan yang dipaparkan sebelumnya dan memberikan saran atau rekomendasi kepada pihak-pihak yang dapat menggunakan hasil penelitian sebagai masukan dalam pengambilan keputusan kebijakan.