

BAB II

KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU DAN KERANGKA TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu dapat ditelusuri pada karya dalam jurnal internasional yang ditulis oleh John Tsalikis and Bruce Seaton 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)*.¹ 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). Hasil penelitian tersebut adalah negara Britania Raya menduduki nilai etika bisnis tertinggi sebesar 119,7, Spanyol sebesar 98,6 dan Jerman sebesar 90,3.

Penelitian lainnya adalah Mohd. Zulkifli, dkk yang mengungkapkan bahwa *"this paper will discuss the issues pertaining to the concept of business ethics in Islamic perspective toward Small and Medium Enterprises (SMEs). This is because of their significant contribution in the Malaysian economics at large. Furthermore, this study also explains how SME could adapt the Islamic business ethics system in their day-to-day business*

¹John Tsalikis and Bruce Seaton, "The International Business Ethics Index: European Union", *Journal of Business Ethic*, (2007), pp. 229-238

activities".² Artinya penelitian tersebut membahas isu-isu yang berkaitan dengan konsep etika bisnis dalam perspektif Islam terhadap Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Hal ini karena kontribusi yang signifikan dalam ekonomi Malaysia pada umumnya. Selanjutnya, penelitian ini juga menjelaskan bagaimana UKM bisa beradaptasi sistem etika bisnis Islam dalam kegiatan bisnis sehari-hari mereka.

Elisabeth Paulet, hasil penelitiannya diungkapkan bahwa *By refocusing on their core business, banking institutions will be capable of realizing profit and creating value for the community*.³ Artinya bahwa dalam kegiatan bisnis, dengan memfokuskan kembali etika bisnis mereka, maka perbankan akan lebih mudah dalam memperoleh profitabilitas dan menciptakan nilai secara menyeluruh.

Penelitian selanjutnya ialah Mohd. Zulkifli dkk, bahwa *the focus of this paper is the discussion of the competitiveness facing SMEs in the global business environment by examining the opportunities and supports from the government. Furthermore, this study also analyses the challenges of Malaysian SMEs in globalize market together with economics turmoil*.⁴ Artinya bahwa daya saing menghadapi UKM dalam lingkungan bisnis global dengan memeriksa peluang dan dukungan dari pemerintah. Selanjutnya,

²Mohd. Zulkifli, dkk, "An Analysis of Islamic Ethic in Small and Medium Enterprises (SMEs), *UNITAR E-Journal*, Vol. 4, No. 1, (January 2008), pp. 46-58

³Elisabeth Paulet, "Banking ethics", *Corporate Governance: The international journal of business in society*, Vol. 11 Iss: 3, (2011), pp.293 – 300

⁴Mohd. Zulkifli, dkk, "Small and Medium Enterprises (SMEs) Competing in Global Business Environmet: A Case of Malaysia", *International Business Research*, Vol. 3, No. 1, (January 2010), pp. 66-75

penelitian ini juga menganalisis tantangan UKM Malaysia di pasar globalisasi bersama-sama dengan gejolak ekonomi.

James A. Nelson menyatakan bahwa *this case explores ethics beyond regulatory compliance in the banking industry. The reader discovers how bankers are exposed to ethical situations that are not subject to legal or regulatory controls.*⁵ Artinya bahwa dalam penelitian tersebut, penulis mencoba mengeksplorasi etika yang melampaui kepatuhan pada peraturan industri perbankan dan penulis memberikan penjabaran tentang bagaimana pembaca menemukan bankir yang memiliki etika dalam mematuhi peraturan perbankan.

Jaroslav Belas dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *the low level of satisfaction and loyalty of bank employees is transferred to the low acceptance rate of customer need to sell bank's products in the banking sector in Slovakia. The low level of satisfaction and loyalty has also caused a decline in the overall customer satisfaction. Index of personal satisfaction of bank's customers has slightly increased in the examined period, but its current level is still very low.*⁶ Artinya bahwa penelitian ini mengungkap tentang kepuasan nasabah bank melalui rasio etika karyawan bank, dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa kepuasan nasabah sangat rendah.

⁵James A. Nelson, "Ethics And Banking: Beyond Compliance" *Journal of Business Case Studies (JBKS)*, Vol. 8 No. 4, (2012), pp. 393-396

⁶Jaroslav Belas, "The Impact of the Financial Crisis on Business Ethics in the Banking Sector: A Case Study from Slovakia", *Review of Economic Perspectives – Národohospodá ský Obzor*, Vol. 13, Issue 3, (2013), pp. 111–131

Nerdin dan Alifah Ratnawati pada penelitian ini hasil uji masing-masing hipotesis adalah adanya pengaruh *Islamic business ethic* (IBE) terhadap *customer satisfaction* artinya semakin baik kualitas etika bisnis islam maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Adanya pengaruh *brand image* terhadap *customer satisfaction* artinya semakin baik citra merek suatu bank maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Adanya pengaruh *Islamic business ethic* terhadap *customer loyalty* artinya semakin baik etika suatu bank maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan. Adanya pengaruh *brand image* terhadap *customer loyalty* artinya semakin baik citra merek suatu bank maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas suatu pelanggan. Adanya pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* artinya semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas suatu pelanggan.⁷

Penelitian lainnya ialah Fitri Amalia yang mengkaji tentang etika bisnis Islam konsep dan implementasi pada pelaku usaha kecil. Permasalahan yang dibahas pada penelitian tersebut ialah bagaimana konsep dan penerapan etika bisnis Islam bagi pelaku usaha kecil. Penelitian yang dilakukan berupa deskriptif menggunakan studi literatur serta meresume hasil riset sebelumnya maka ditemukan bahwa Kampong Kreati, Bazar Madinah, dan Usaha Kecil di Lingkungan UIN Jakarta telah menerapkan etika bisnis Islam baik oleh pengusaha maupun karyawannya. Implementasi etika bisnis Islam yang

⁷Nerdin dan Alifah Ratnawati, "Tingkat Customer Loyalty Berbasis Islamic Business Ethic dan Brand Image", *Jurnal UNISSULA* Vol. 2 No.(1 Mei 2015)

dilakukan meliputi aspek prinsip, manajemen, *marketing*/iklan, dan produk/harga.⁸

Fitri Afrilia, dkk pada tulisannya penulis mengkaji tentang pengaruh etika bisnis Islam terhadap operasional perbankan syariah. Dengan metode survei yang dilakukan oleh penulis kepada lima Bank Umum Syariah di Bandung, penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara etika bisnis Islam dengan operasional perbankan syariah. hal ini diperkuat dengan hasil koefisien determinasi bahwa etika bisnis Islam memberikan kontribusi sebesar 57,5% terhadap operasional perbankan syariah, sedangkan sisanya sebesar 42,3% merupakan faktor lain yang memengaruhi operasional perbankan syariah.⁹

Susanto pada tulisan ini penulis ingin mengungkap tentang pentingnya etika dalam dunia bisnis. Penulis mengeksplorasi keadaan dunia bisnis yang tidak beretika. Sehingga penulis memandang bahwa etika bisnis dalam Islam diperlukan untuk menciptakan bisnis yang tidak hanya mencari keuntungan semata.¹⁰

Muhammad dengan tujuan penelitiannya untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara persepsi akuntan dengan mahasiswa tentang etika bisnis dan apakah terdapat perbedaan persepsi etikabisnis antara akuntan, mahasiswa tingkat pertama dan mahasiswa tingkat akhir. Penelitian tersebut

⁸Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil", *Jurnal Al-Iqishad*, Vol. 6, No. 1, (November 2013)

⁹Fitri Afrilia, dkk, Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Operasional Perbankan Syariah, *Proceeding Penelitian SPeSIA 2015*, Bandung, (2015).

¹⁰Susanto, Etika Bisnis dalam Islam, *Jurnal Solusi*, Vol.10 No. 4 (tt), hlm. 23-33.

menemukan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi akuntan dengan mahasiswa terhadap etika bisnis dan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara akuntan, mahasiswa tingkat pertama dan mahasiswa tingkat akhir.¹¹

Wibowo dalam penelitiannya membandingkan nilai-nilai etika antara mahasiswa akuntansi dan mahasiswa bisnis lainnya. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa terdapat perbedaan sensitivitas etis yang signifikan antara mahasiswa akuntansi dengan mahasiswa non akuntansi.¹²

Ahmad Roziq yang dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa bahwa variabel etika bisnis Islam (EBI) berpengaruh negatif secara signifikan terhadap variabel informasi asimetri (INAS) dengan koefisien sebesar -0.685 dan dengan T statistik sebesar 8.309.¹³

Kajian penelitian terdahulu dapat ditelusuri pada karya dalam jurnal yang ditulis oleh I Gede Riana, dkk yang berjudul “Master Plan UMKM Berbasis Perikanan untuk Meningkatkan Pengolahan Produk Ikan yang Memiliki Nilai Tambah Tinggi”. Penelitian tersebut bertujuan untuk menghasilkan konsep Masterplan pengembangan UMKM berbasis perikanan di Wilayah Bali dengan tujuan menjadikan Bali sebagai pusat produksi dan

¹¹Muhammad, Persepsi Akuntan dan Mahasiswa Yogyakarta Terhadap Etika Bisnis, *Jurnal Akuntansi*. Vol 6, No 1. (tt)

¹²Wibowo, *Perbandingan Sensitivitas Etika Antara Mahasiswa Magister Akuntansi Pria dan Mahasiswa Magister Akuntansi Wanita Serta Mahasiswa Magister Akuntansi dan Mahasiswa Magister Manajemen di Jawa Tengah dan DIY*. Tesis tidak diterbitkan. Semarang: Universitas Diponegoro. Wibowo, (2002)

¹³Ahmad Roziq, Pengaruh Etika Bisnis Islami Terhadap Kinerja Pembiayaan Mudharabah Melalui Informasi Asimetri Pada Bank Syariah di Jawa Timur, *Jurnal JEAM*, Vol IX No. 1/2010 56. (2010)

pengolahan hasil perikanan di koridor Bali-Nusa Tenggara. Metode yang digunakan pada penelitian tersebut ialah metode analisis regresi linier, Sistem Informasi Geografis (SIG) dan analisis hierarki proses (AHP). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara perkembangan PDRB dan tenaga kerja terhadap tingkat produktivitas UMKM serta kebutuhan pengembangan UMKM berbasis perikanan di Bali mencakup beberapa aspek-aspek operasional, modal, dan akses pasar.¹⁴

Penelitian lainnya adalah Warih Anjari, dkk yang berjudul “Pembentukan Koperasi Nelayan Kelurahan Kalibaru Kecamatan Cilincing Jakarta Utara”. Penelitian ini bertujuan ini untuk: (1) mengetahui cara nelayan memahami perubahan iklim, (2) mengetahui cara nelayan membentuk koperasi. Metode yang digunakan adalah survei lapangan dan *focus discussion group* (FGD). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kelompok nelayan 1 dan 2 telah mengetahui tentang perubahan iklim, sehingga dapat mengantisipasi tindakan apa yang harus dilakukan untuk menghadapi perubahan iklim yang terjadi, (2) Kelompok nelayan 1 dan 2 telah mengetahui fungsi koperasi sebagai alternatif dan cara untuk menyelesaikan kesulitan dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan untuk menambah modal usaha mereka.¹⁵

¹⁴I Gede Riana, dkk, “Master Plan UMKM Berbasis Perikanan untuk Meningkatkan Pengolahan Produk Ikan yang Memiliki Nilai Tambah Tinggi”, *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, Vol. 7, No. 2, (Agustus 2014), hlm. 102-119

¹⁵Warih Anjari, dkk, “Pembentukan Koperasi Nelayan Kelurahan Kalibaru Kecamatan Cilincing Jakarta Utara”, *e-journal*. Vol 1, (2015)

Persamaannya dengan penelitian ini adalah objek kajian yang berupa etika bisnis Islam. Disamping itu, perbedaan pada penelitian tersebut adalah pada penelitian tersebut hanya sebatas pengungkapan pentingnya mengatur perilaku, etika dan moral pada lembaga keuangan. Sementara pada penelitian ini akan diadakannya pengukuran etika bisnis Islam pada UMKM melalui indeks etika yang belum dilakukan oleh peneliti sebelumnya sehingga diharapkan dapat berkontributif dalam memperoleh tolak ukur etis tidaknya UMKM akan dapat memaksimalkan fungsinya sebagai lembaga pemberdayaan ekonomi umat.

B. Kerangka Teori

1. Pengertian Indeks

Suatu kegiatan akan mengalami kemajuan dan kemunduran. Seperti halnya proses produksi yang terkadang meningkat atau menurun, hasil penjualan suatu perusahaan dapat meningkat dan juga menurun, hasil penerimaan devisa negara mengalami naik turun, harga bahan pokok, gaji, biaya hidup, dan sebagainya dapat mengalami peningkatan atau penurunan.

Keadaan naik dan turunnya suatu kondisi dapat diketahui melalui indeks. Hal ini agar memberikan kemudahan untuk mengetahui keadaan melalui angka indeks yang dihitung. Menurut J. Supranto bahwa angka indeks atau sering disebut indeks saja pada dasarnya merupakan suatu angka yang dibuat sedemikian rupa sehingga dapat dipergunakan untuk melakukan perbandingan antara kegiatan yang sama (produksi, ekspor,

hasil penjualan, jumlah uang beredar, dan sebagainya) dalam waktu yang berbeda.¹⁶

Berdasarkan angka indeks dapat diketahui maju mundurnya atau naik turunnya suatu kegiatan. Oleh karena itu, tujuan pembuatan angka indeks pada dasarnya untuk mengukur secara kuantitatif terjadinya suatu perubahan dalam dua waktu yang berlainan, misalnya indeks harga untuk mengukur perubahan harga (berapa persen kenaikan dan penurunannya), indeks biaya hidup sering digunakan untuk mengukur tingkat inflasi dan lain sebagainya. Dengan demikian, artinya bahwa angka indeks sangat diperlukan untuk siapa saja yang ingin mengetahui maju mundurnya kegiatan atau usaha yang dilaksanakan.¹⁷

Sebagaimana diketahui bahwa saat ini dalam dunia perekonomian khususnya ekonomi Islam telah banyak menggunakan indeks untuk melakukan pengukuran kinerja, salah satunya adalah pada perbankan syariah. Banyak bermunculan alat ukur berupa indeks untuk mengukur sejauh mana pencapaian kinerja suatu lembaga keuangan syariah. Dalam penelitian ini, indeks juga akan digunakan untuk mengukur nilai-nilai yang tercermin dalam etika bisnis Islam agar lebih terukur.

Adanya indeks etika bisnis Islam diharapkan dapat menjadi standardisasi dan alat ukur untuk mengetahui sejauh mana suatu bisnis menerapkan etika bisnis Islam sehingga akan lebih terukur dan konkret.

¹⁶J. Supranto, *Statistik: Teori dan Aplikasi (Jilid 1)*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 283

¹⁷*Ibid.*

2. Konsep Akhlak dalam Islam

Dalam pandangan Islam, etika lebih sering dikenal dengan akhlak.¹⁸ Akhlak merupakan salah satu dari tiga kerangka dasar ajaran Islam. Akhlak memiliki kedudukan yang sangat penting karena akhlak merupakan buah yang dihasilkan dari proses menerapkan aqidah dan syariah. Ibarat bangunan, akhlak merupakan kesempurnaan dari bangunan tersebut setelah fondasi dan bangunannya kuat.

Kata akhlak selalu berkonotasi positif artinya orang baik sering disebut orang berakhlak sebaliknya orang yang tidak berlaku baik disebut orang yang tidak berakhlak. Pengertian akhlak pada umumnya disamakan artinya dengan budi pekerti, kesusilaan, dan sopan santun. Sementara dalam bahasa Inggris akhlak sama artinya dengan moral, *ethic*.

Kata akhlak yang berasal dari bahasa Arab *al-akhlaq* (yang berarti tabiat, perangai, dan kebiasaan). Dalam al-Quran hanya ditemukan bentuk tunggal dari *akhlaq* yaitu *khuluq* (QS. al-Qalam: 4)¹⁹

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴿٤﴾

Artinya:

“Dan sesungguhnya engkau benar-benar berbudi pekerti yang luhur.”

Secara istilah, akhlak merupakan sistem nilai yang berfungsi sebagai pengatur pola sikap dan tindakan manusia di muka bumi. Sistem nilai yang dimaksud adalah ajaran Islam dengan Alquran dan Hadis

¹⁸Murti Sumarni dan John Shuprihanto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Liberty, 1995), hlm. 21

¹⁹Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran ...*, hlm. 564

sebagai sumber nilainya serta ijtihad sebagai metode berpikir Islami. Pola sikap dan tindakan yang dimaksud mencakup pola-pola hubungan dengan Allah, sesama manusia (termasuk dirinya sendiri), dan dengan alam.²⁰ Ketiga pola hubungan tersebut yang harus diciptakan oleh manusia agar dapat menjalankan hidup selaras dalam rangka mencapai *falah*.

Akhlak menurut Anis Matta adalah nilai dan pemikiran yang telah menjadi sikap mental yang mengakar dalam jiwa, kemudian tampak dalam bentuk tindakan dan perilaku yang bersifat tetap, natural atau alamiah tanpa dibuat-dibuat, serta refleksi.²¹

Beberapa pendapat para ahli dalam mengemukakan pengertian akhlak, sebagai berikut:

- 1) Imam al-Ghazali dalam kitabnya *Ihya Ulum al din* menyatakan bahwa akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa yang menimbulkan bermacam-macam perbuatan dengan gampang dan mudah tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan.²²
- 2) Ibrahim Anas menyebutkan bahwa akhlak ialah ilmu yang objeknya membahas nilai-nilai yang berkaitan dengan perbuatan manusia, dapat disifatkan dengan baik dan buruknya.²³

²⁰Muslim Nurdin dkk, *Moral dan Kognisi Islam*, (Bandung: CV. Alfabeta, 1995), edisi 2, hlm. 209

²¹Anis Matta, *Membentuk Karakter Cara Islam*, (Jakarta: Al-I'tishom, 2006), cet. III, hlm. 14

²²Imam al Ghozali, *Ihya Ulum al-Din, Jilid III*, (Indonesia: Dar Ihya al Koton al Arabi, tt), hlm. 52

²³Ibrahim Anas, *Al Mu'jam al Wasith*, (Mesir: Darul Ma'arif, 1972), hlm. 202

- 3) Ahmad Amin mengemukakan bahwa akhlak merupakan kebiasaan baik dan buruk. Sebagai contoh apabila kebiasaan memberi sesuatu yang baik, maka disebut *akhlakul karimah* dan bila perbuatan itu tidak baik disebut *akhlakul madzmumah*.²⁴

Berdasarkan pengertian yang diungkapkan beberapa ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa akhlak merupakan sifat yang tertanam dalam diri manusia dalam melakukan perbuatan yang dapat dinilai baik dan buruknya perbuatan tersebut. Dalam ajaran Islam manusia memiliki pola hubungan yang harus memperhatikan akhlaknya baik dengan Allah SWT, sesama manusia, dan alam.

Definisi akhlak yang telah dijelaskan di atas, terlihat bahwa secara substansial ada 5 (lima) ciri yang terdapat dalam akhlak, yaitu²⁵:

- 1) Perbuatan akhlak adalah perbuatan yang telah tertanam dalam jiwa seseorang
- 2) Perbuatan akhlak adalah perbuatan yang dilakukan dengan mudah dan tanpa pikiran
- 3) Perbuatan akhlak adalah perbuatan yang timbul dari dalam diri orang yang mengerjakannya tanpa ada paksaan atau tekanan dari luar
- 4) Perbuatan akhlak adalah perbuatan yang dilakukan dengan sesungguhnya, bukan main-main atau bersandiwara

²⁴Ahmad Amin, *Kitab Al-Akhlak*, (Kairo: Darul Kurub Al-Mishriyah, tt), hlm. 15

²⁵Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf*, Cet. IV (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 5-7

- 5) Perbuatan akhlak adalah perbuatan yang dilakukan ikhlas semata-mata karena Allah SWT bukan karena ingin dipuja orang.

Berdasarkan kelima ciri di atas, maka dapat disimpulkan bahwa akhlak adalah sumber dari segala perbuatan yang tertanam dalam diri seseorang untuk bersikap sewajarnya dengan ikhlas karena Allah SWT.

3. Ruang Lingkup Akhlak

Menurut Muhammad ‘Abdullah Draz dalam Yunahar Ilyas bahwa ruang lingkup akhlak terbagi atas lima bagian, yaitu²⁶:

- 1) Akhlak pribadi, terdiri dari: (a) yang diperintahkan, (b) yang dilarang, (c) yang dibolehkan, (d) akhlak dalam keadaan darurat.
- 2) Akhlak berkeluarga, terdiri dari: (a) kewajiban timbal balik orang tua dan anak, (b) kewajiban suami istri, (c) kewajiban terhadap karib kerabat
- 3) Akhlak bermasyarakat, terdiri dari: (a) yang dilarang, (b) yang diperintahkan, (c) kaidah-kaidah adab
- 4) Akhlak bernegara, terdiri dari: (a) hubungan antara pimpinan dan rakyat, (b) hubungan luar negeri
- 5) Akhlak beragama, yaitu kewajiban terhadap Allah SWT

Ruang lingkup yang diungkapkan di atas dapat disimpulkan bahwa ruang lingkup akhlak sangat luas, mencakup seluruh aspek kehidupan manusia baik secara vertikal kepada Allah SWT, maupun secara

²⁶Yunahar Ilyas, *Kuliah Akhlaq*, (Yogyakarta: LPPI, 2014), hlm. 5-6

horizontal. Yunahar Ilyas memodifikasi ruang lingkup akhlak di atas menjadi beberapa bagian, sebagai berikut²⁷:

- 1) Akhlak terhadap Allah SWT
- 2) Akhlak terhadap Rasulullah SAW
- 3) Akhlak terhadap pribadi
- 4) Akhlak dalam keluarga
- 5) Akhlak bermasyarakat
- 6) Akhlak bernegara

Keenam bagian dalam ruang lingkup akhlak yang diusung oleh Yunahar Ilyas merupakan pengkhususan dari ruang lingkup akhlak yang sangat luas. Dalam penelitian ini, penulis membagi ruang lingkup akhlak dalam tiga bagian yang diasumsikan mewakili bagian lainnya.

Sebagaimana diungkapkan sebelumnya bahwa akhlak berkaitan dengan hubungan manusia dengan Allah, sesama manusia, dan alam. Berikut ruang lingkup akhlak, yaitu:

- 1) Akhlak terhadap Allah

Tolak ukur akhlak terhadap Allah adalah pengakuan dan kesadaran bahwa tiada Tuhan selain Allah. Adapun perilaku yang dikerjakan adalah:

- a) Taat terhadap perintah Allah
- b) Menjauhi segala larangan Allah
- c) Bersyukur kepada Allah

²⁷Yunahar Ilyas, *Kuliah...*, hlm. 6

2) Akhlak terhadap sesama manusia

Berkaitan dengan perilaku akhlak terhadap sesama manusia tentunya sangat banyak, terlebih manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup tanpa bantuan manusia lainnya. Dalam membentuk akhlak baik terhadap sesama manusia dapat berupa menghindari diri dari hal negatif seperti penzoliman, pembunuhan, dan lain-lain.

3) Akhlak terhadap lingkungan

Dasar yang digunakan sebagai pedoman akhlak terhadap lingkungan adalah tugas kekhalfaannya manusia di muka bumi yang mengandung pengayoman, pemeliharaan, serta pembimbingan agar setiap makhluk mencapai tujuan pencitraannya.²⁸

Berdasarkan beberapa hal di atas, dalam segala aspek kehidupan manusia, memiliki akhlak tidak hanya sebatas baik atau buruknya akhlak tersebut tetapi juga mengandung unsur tanggung jawab manusia untuk menciptakan akhlak yang baik terhadap Allah SWT, sesama manusia, dan alam. Ketiga elemen ini harus saling bersinergi baik dalam kegiatan ibadah, maupun muamalah (berbisnis) sehingga pencapaiannya tidak hanya orientasi pada dunia tetapi juga akhirat dimana adanya aturan-aturan Allah yang menjadi regulasi dalam berbisnis.

²⁸Quraish Sihab, *Wawasan al-quran*, (Bandung: Mizan, 2000), hlm. 261-270

4. Etika dalam Bisnis Islam

Akhlak dalam bisnis Islam ditunjukkan dengan etika para pelaku bisnis yang berdasarkan dengan ajaran Islam. Sesungguhnya Alquran telah banyak memberikan acuan bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan atau mengelola bisnis secara islami.

Sebelum berbicara tentang etika bisnis Islami lebih jauh, perlu diketahui tentang perbedaan bisnis Islami dan non-Islami sebagaimana terdapat pada tabel 2. berikut.

Tabel 2. Perbedaan Bisnis Islami dan Non-Islami

Bisnis Islami	Karakteristik Bisnis	Bisnis Non-Islami
Aqidah Islam (nilai-nilai trasendental)	Asas	Sekularisme (nilai-nilai materialism)
Dunia-akhirat	Motivasi	Dunia
Profit, zakat, benefit (non materi) Pertumbuhan Keberlangsungan Keberkahan	Orientasi	Profit Pertumbuhan Keberlangsungan
Tinggi, Bisnis adalah bagian dari ibadah	Etos Kerja	Tinggi Bisnis adalah kebutuhan duniawi
Maju dan produktif, Konsekuensi keimanan dan manifestasi kemusliman	Sikap Mental	Maju dan produktif sekaligus konsumtif Konsekuensi aktualisasi diri
Cakap dan ahli di bidangnya Konsekuensi dari kewajiban seorang muslim	Keahlian	Cakap dan ahli di bidangnya Konsekuensi dari motivasi <i>reward</i> dan <i>punishment</i>
Terpercaya dan bertanggung jawab Tujuan tidak menghalalkan segala cara	Amanah	Tergantung kemauan individu (pemilik kapital) Tujuan menghalalkan segala cara
Halal Sesuai dengan akad	Modal SDM	Halal dan haram Sesuai dengan akad

kerjanya		kerjanya atau sesuai keinginan pemilik modal
Halal Visi dan misi organisasi terkait erat dengan misi penciptaan manusia di dunia	Sumber Daya Manajemen Strategik	Halal dan Haram Visi dan Misi organisasi ditetapkan jaminan halal bagi setiap masukan, berdasarkan pada kepentingan material belaka
Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran Menedepankan produktivitas dalam koridor syariah	Manajemen Operasi	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran Menedepankan produktivitas dalam koridor manfaat
Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan Mekanisme keuangan dengan bagi hasil	Manajemen Keuangan	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan Mekanisme keuangan dengan bunga
Pemasaran dalam koridor jaminan halal	Manajemen Pemasaran	Pemasaran menghalalkan segala cara
SDM professional dan berkepribadian Islam, SDM adalah pengelola bisnis SDM bertanggung jawab pada diri, majikan dan Allah	Manajemen SDM	SDM Profesional SDM adalah faktor produksi SDM bertanggung jawab pada diri dan majikan

Sumber: Muhamad, 2004

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa perbedaan yang mendasar antara bisnis Islami dan non-Islami adalah bawah bisnis Islami selalu dikendalikan oleh syariah. Syariah sebagai etika dalam kerangka ekonomi dan bisnis Islam harus selalu menonjol.

Etika dalam berbisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada

standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Standar etika bisnis tersebut diterapkan dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa yang diterapkan orang-orang yang ada di dalam organisasi.²⁹

Menurut Muslich etika bisnis dapat diartikan sebagai pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi/sosial, dan penetapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis.³⁰

Menurut Johan Arifin, etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis juga bisa dikatakan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus mempunyai komitmen dalam melakukan sebuah transaksi, berperilaku, dan juga berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat. Dengan demikian maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis. Hal itu dimaksudkan agar seseorang terutama pelaku bisnis mempunyai bekal

²⁹Veithzal Rival, dkk, *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), hlm. 4.

³⁰Muslich, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Ekonisia Kampus FE UII, 2004) hlm. 9.

untuk berbuat *the right thing* yang dilandasi dengan semangat keilmuan, kesadaran, serta kondisi yang berlandaskan pada nilai-nilai moralitas.³¹

Etika memiliki peran penting dalam dunia bisnis ketika masyarakat memahami kegiatan bisnis tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Etika dalam Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap iri, dengki, dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat Islam.³²

Menurut Muhammad Djakfar, etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.³³ Dengan kata lain bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunah Rasulullah SAW, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh (holistik). Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntunan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas sehari-hari.³⁴

³¹Johan Arifin, *Etika...*, hlm. 22

³²Yusuf Qordhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), hlm. 5.

³³Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), hlm. 84.

³⁴*Ibid.*, hlm. 85

Kemunculan wacana pemikiran tentang etika bisnis didorong oleh realitas bisnis seiring dengan pesatnya laju kompetisi sesama pelaku bisnis tidak dapat dipungkiri dalam praktiknya pelaku bisnis mengabaikan nilai-nilai moralitas. Bisnis dipahami oleh sebagian orang adalah sebagai aktivitas ekonomi yang berorientasi untuk memperoleh laba semata. *Profit Oriented* mengindikasikan bahwa agar dapat mencapainya, berbagai cara dapat saja dilakukan. Sebaliknya, pelaku bisnis selain bertujuan memperoleh laba setinggi-tingginya, namun adanya nilai-nilai moralitas yang harus diperhatikan karena menjadi aturan dalam aktivitas bisnis.

Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan, atau aturan (norma) etika tersebut diwujudkan dalam bentuk aturan hukum. Sebagai kontrol terhadap individu pelaku dalam bisnis melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin dan berperilaku tanpa diskriminasi.

Etika bisnis menjamin bergulirnya kegiatan bisnis dalam jangka panjang, tidak terfokus pada keuntungan jangka pendek saja. Etika bisnis akan meningkatkan kepuasan pegawai yang merupakan *stakeholder* penting untuk diperhatikan. Oleh karena itu, etika bisnis secara umum

diungkapkan oleh Suarny Amran harus berdasarkan beberapa prinsip berikut³⁵:

- a. Prinsip otonomi
Kemampuan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan keselarasan tentang apa yang baik untuk dilakukan dan bertanggung jawab secara moral atas keputusan yang diambil.
- b. Prinsip kejujuran
Dalam hal ini kejujuran adalah kunci keberhasilan suatu bisnis, kejujuran dalam pelaksanaan kontrol terhadap konsumen, dalam hubungan kerja, dan sebagainya.
- c. Prinsip keadilan
Bahwa setiap orang dalam berbisnis diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing dan tidak ada yang boleh dirugikan.
- d. Prinsip saling menguntungkan
Prinsip ini juga diperhatikan dalam bisnis yang kompetitif.
- e. Prinsip integritas moral
Prinsip ini merupakan dasar dalam berbisnis, harus menjaga nama baik perusahaan tetap dipercaya dan merupakan perusahaan terbaik.

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami, yaitu³⁶:

- a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan

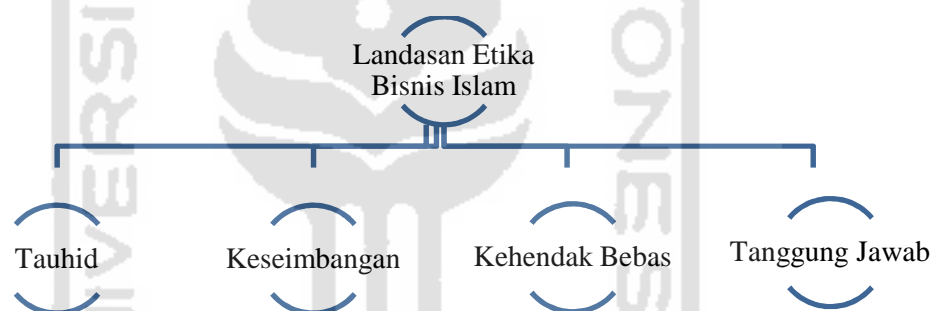
³⁵Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 37

³⁶Johan Arifin, *Etika...*, hlm. 76

spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.

- c. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al Qur'an dan sunnah.

Landasan normatif etika bisnis Islam setidaknya mengandung empat elemen landasan di dalam sistem etika, yaitu³⁷:



Gambar 1. Landasan Etika Bisnis Islam

Sumber: Syed Nawab Haider Naqvi, 1994

1) Landasan Tauhid

Konsep *Tauhid* merupakan dimensi vertikal Islam yang memadukan berbagai aspek dalam kehidupan manusia yaitu politik, ekonomi, sosial, dan keagamaan serta menekankan gagasan

³⁷Muslich, *Etika Bisnis...*, hlm. 30-44

mengenai konsistensi dan keteraturan.³⁸ Konsep ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni keesaan Tuhan.³⁹

Landasan ini mengindikasikan bahawa adanya hubungan vertikal diwujudkan dengan penyerahan diri manusia secara penuh tanpa syarat di hadapan Tuhan, dengan menjadikan keinginan, ambisi, serta perbuatannya tunduk pada perintah-Nya.⁴⁰ Dengan mengintegrasikan aspek religius dengan aspek-aspek lainnya, seperti ekonomi akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan selalu merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas berekonomi sehingga dalam melakukan segala aktivitas bisnis tidak akan mudah menyimpang dari segala ketentuan-Nya.

Landasan tauhid dapat dikonotasikan dengan firman Allah dalam Q.S. Al-An'am: 162⁴¹:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Artinya:

Katakanlah (Muhammad), "Sesungguhnya salatku, ibadahku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan seluruh alam."

³⁸Syed Nawad Haidar Naqvi, *Mengagas Ilmu Ekonomi Islam*, terj. M. Saiful dan Muhammad Ufuqul Mubin, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hlm. 78

³⁹Muhammad Djakfar, *Etika...*, hlm.12

⁴⁰*Ibid.*

⁴¹Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran ...*, hlm. 150

Berdasarkan firman Allah di atas, artinya bahwa secara vertikal hubungan manusia dengan Allah sehingga segala sesuatu bertitik tolak pada keridhoan Allah termasuk di dalamnya kegiatan bisnis pada aspek produksi, konsumsi, perdagangan, dan distribusi diikatkan pada prinsip dan tujuan *Illahiyah*.

Salah satu nilai-nilai Islam yang mempresentasikan kepentingan ketuhanan dan kemanusiaan sekaligus sebagai aksioma etika bisnis Islam adalah tauhid. Naqvi menyatakan bahwa konsep tauhid merupakan dimensi vertikal Islam sekaligus horizontal, yang memadukan segi politik, sosial, ekonomi kehidupan manusia menjadi kebulatan yang homogen serta konsisten dari dalam dan luas sekaligus terpadu dengan alam luas.⁴²

Konsep yang ditawarkan Naqvi mengindikasikan bahwa adanya keterpaduan berbagai aspek kehidupan dalam membentuk suatu kesatuan. Berdasarkan pandangan tersebut, artinya bahwa etika dan bisnis menjadi satu kesatuan baik secara vertikal maupun horizontal membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam yang homogen.

Secara umum, tauhid dipahami sebagai suatu ungkapan keyakinan (*syahadat*) seorang muslim atas keesaan Tuhan. Toto Tasmara menyatakan bahwa kandungan pengertian dalam kalimat *thayyibah laa ilaaha illallah* artinya tiada Tuhan selain Allah

⁴²Syed Nawab Naqvi, *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami*, Terj. Husin Anis, (Bandung: Mizan, 1993), hlm. 126

merupakan sebuah pernyataan “kesaksian” serta proklamasi kemerdekaan martabat kemanusiaan bagi setiap pribadi muslim.⁴³

Dalam Islam, tauhid tidak hanya sebatas sebagai sebuah kesaksian saja karena tauhid merupakan konsep sentral yang berisi ajaran bahwa Tuhan adalah pusat dari segala sesuatu dan bahwa manusia harus mengabdikan diri sepenuhnya kepada-Nya. Konsep tauhid mengandung implikasi doktrinal lebih jauh bahwa tauhid adalah sebuah wujud penyembahan kepada Tuhan sebagai tujuan dari kehidupan manusia.

Muhammad Said menyatakan bahwa konsep tauhid yang berisi kepasrahan (*taslim*) manusia kepada Tuhannya, dalam perspektif yang lebih luas, konsep tauhid ini menurut Said merefleksikan adanya kesatuan yaitu kesatuan kemanusiaan, kesatuan penciptaan, dan kesatuan tuntunan hidup serta kesatuan tujuan hidup.

Prinsip atas ketuhanan Allah memberikan pemahaman dan pengakuan adanya aspek metafisik. Sebagaimana diketahui bahwa dalam Islam apa yang nampak dan yang tidak nampak merupakan suatu kesatuan yang saling berinteraksi sehingga tauhid dikatakan sebagai suatu paradigma metafisik.

Berbeda dengan pandangan Abdul Aziz bahwa konsep tauhid tidak hanya sekedar prinsip dasar atau paradigma metafisik (*the*

⁴³Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm. 42

principle of metaphysics), melainkan lebih dari itu bahwa tauhid sebagai dasar etika sosio-ekonomi (*the principle of socio-economic ethic value*).⁴⁴

Tauhid sebagai pijakan etika Islam merupakan inti dari nilai-nilai Islam. Konsep etika sosio-ekonomi diungkapkan oleh Kuntowijoyo bahwa perlunya “peniruan etika Tuhan” sebagai dasar perbaikan moral manusia sehingga dalam hal ini ada lima etika ketuhanan yang menjadi landasan pembentukan moral manusia, yaitu *rahman* (pengasih), *barr* (pemulia), *Ghafur* (pemaaf), *rahim* (penyayang), dan *Ihsan* (berbuat baik, profesional).⁴⁵

Berdasarkan konsep tauhid yang disebutkan di atas, secara umum maka sebagai muslim khususnya muslim yang menjalankan suatu bisnis atau kegiatan ekonomi tidak akan melakukan hal-hal yang bertentangan dengan ketauhidan. Sederhananya, pengusaha muslim harus menghindari diri dari tiga hal berikut⁴⁶:

- a. Diskriminasi di antara pekerja, penjual, pembeli, dan mitra kerja atas pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama.

Hal ini sebagaimana terkandung dalam Q.S. Al-Hujurat: 13.⁴⁷

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ اِنَّا خَلَقْنٰكُمْ مِّنْ ذَكَرٍ وَّاُنْثٰى وَجَعَلْنٰكُمْ شُعُوْبًا وَّقَبَاۤىِٕلَ لِتَعَارَفُوْا
 اِنَّ اَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللّٰهِ اَتْقٰىكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ عَلِيْمٌ حَبِيْرٌ ﴿١٣﴾

⁴⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam...*, hlm. 79

⁴⁵ Kuntowijoyo, *Identitas Politik Umat Islam*, (Bandung: Mizan, 1999), hlm. 30

⁴⁶ Rafik Issa Beekun, *Islamic Bussiness...*, hlm. 14-15

⁴⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran ...*, hlm. 517

Artinya:

Wahai manusia! Sungguh, Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sungguh, yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Maha teliti.

- b. Terpaksa atau dipaksa melakukan praktik mal-bisnis dengan keyakinan bahwa hanya Allah yang ditakuti dan dicintai sebagaimana terkandung dalam Q.S. Al-An'am: 163.⁴⁸

لَا شَرِيكَ لَهُ ۗ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمَسْلُومِينَ ﴿١٦٣﴾

Artinya:

tiada sekutu bagiNya; dan demikian Itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri (kepada Allah)".

- c. Menimbun kekayaan atau sifat serakah karena hakikatnya kekayaan merupakan amanah Allah SWT hal ini terdapat dalam Q.S. Al-Kahfi: 46.⁴⁹

الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَالْبَاقِيَاتُ الصَّالِحَاتُ خَيْرٌ عِنْدَ رَبِّكَ ثَوَابًا وَخَيْرٌ أَمَلًا ﴿٤٦﴾

Artinya:

harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan dunia tetapi amalan-amalan yang kekal lagi saleh adalah lebih baik pahalanya di sisi Tuhanmu serta lebih baik untuk menjadi harapan.

Tiga hal penting di atas setidaknya dihindari dalam praktik bisnis bagi pengusaha muslim dalam rangka menjunjung tinggi nilai

⁴⁸Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran ...*, hlm. 150

⁴⁹Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran ...*, hlm. 299

ketauhidan. Tauhid yang merupakan aksioma etika bisnis Islam merupakan suatu konsep teoritis yang implementatif. Sehingga berkaitan dengan perkembangan UMKM sebagai salah satu lembaga pemberdaya ekonomi masyarakat, maka prinsip ini sepatutnya menjadi bagian penting dalam kegiatannya.

Tauhid yang merupakan salah satu dari empat aksioma dalam etika bisnis Islam menjadi salah satu landasan yang diimplementasikan oleh UMKM. Pemahaman yang mendalam tentang tauhid akan menciptakan kepribadian muslim yang sangat tanggap dan terbebas dari segala ambisi yang akan membutakan diri manusia dari kebenaran.

Dalam memahami ketauhidan secara kontekstual menuntut penjabaran konsep tersebut secara riil dalam tindakan nyata (*real action*) sebagai perwujudan totalitas diri sehingga perwujudan tersebut diyakini sebagai suatu dedikasi nyata dalam ketauhidan. Realisasi perwujudan ketauhidan dalam UMKM adalah dengan menjunjung tinggi kebenaran atau jujur. Sebagai pelaku ekonomi tidak akan melakukan kecurangan atau penipuan karena adanya sebuah keyakinan bahwa apa pun yang dilakukan diawasi oleh Allah SWT.

Jujur merupakan salah satu etika dalam bisnis yang dijalankan Rasulullah. Demikian halnya pada UMKM adanya kredibilitas dapat memelihara kepercayaan konsumen dan

masyarakat luas. Hal ini berarti memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada kontradiksi dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan.⁵⁰ Bersungguh-sungguh bekerja merupakan ciri khas profesional. Namun apa artinya kesungguhan itu jika tidak diiringi dengan sikap jujur. Kejujuran adalah modal sangat berharga bagi setiap manusia dalam menjalankan seluruh aktivitas kehidupannya. Profesi apapun yang ditekuninya, seyogyanya sifat jujur senantiasa menghiasi dirinya. Al-Qur'an memuji orang-orang yang selalu berperilaku jujur. Sebagaimana disebutkan dalam Al-Maidah: 119.⁵¹

قَالَ اللَّهُ هَذَا يَوْمٌ يَنْفَعُ الصَّادِقِينَ صِدْقُهُمْ لَهُمْ جَنَّاتٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ﴿١١٩﴾

Artinya:

Allah berfirman: "Ini adalah suatu hari yang bermanfaat bagi orang-orang yang benar kebenaran mereka. bagi mereka surga yang dibawahnya mengalir sungai-sungai; mereka kekal di dalamnya selama-lamanya; Allah ridha terhadapNya. Itulah keberuntungan yang paling besar".

Perwujudan jujur dalam dunia kerja khususnya pada UMKM ditampilkan dalam bentuk keterbukaan, kejelasan, dan kepastian dalam beroperasi. Selain itu ditambahkan pula oleh Didin Hatifudin dan Hendri Tanjung bahwa kejujuran juga diaplikasikan pada ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan

⁵⁰Didin Hatifuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen...*, hlm. 73

⁵¹Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran ...*, hlm. 127

dan kekurangan untuk kemudian diperbaiki, serta menjauhkan diri dari berbuat bohong.⁵²

Berdasarkan pandangan tersebut, artinya bahwa perwujudan ketauhidan dalam etika bisnis Islam khususnya pada UMKM adalah jujur karena kejujuran tidak hanya pertanggungjawaban secara vertikal (keesaan) tetapi juga secara horizontal (kepercayaan masyarakat).

Konsep tauhid yang menjadikan Allah SWT sebagai sentral atas segala sesuatu yang dilakukan termasuk di dalamnya kegiatan pada UMKM. Senada dengan hal yang dikemukakan Didin Hatifuddin dan Hendri Tanjung bahwa perbuatan baik dilandasi oleh iman dan ketauhidan pada Allah SWT yang menuntut setidaknya tiga syarat, yaitu *pertama*, niat yang ikhlas karena Allah. Niat ini diyakini hanya terdapat pada orang yang memiliki bibit keimanan kepada Allah. *Kedua*, tata cara pelaksanaannya sesuai dengan ketentuan syariat. *Ketiga*, dilakukan dengan penuh kesungguhan karena Allah.⁵³

Pelaku bisnis yang dalam hal ini bertugas memproduksi produk yang dibutuhkan masyarakat luas harus memerhatikan nilai-nilai bekerja sebagai seorang muslim. Salah satu nilai tersebut adalah

⁵²Didin Hatifuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen...*, hlm. 73

⁵³Hafidhuddin, Didin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, (Jakarta : Gema Insani, 2003), hlm. 73

itqon (profesional).⁵⁴ Profesional dalam Islam digambarkan dalam Alquran surat Al-Israa: 84⁵⁵:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

Artinya:

Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.

Berdasarkan ayat di atas, setiap orang yang beramal dan berbuat sesuai dengan kemampuannya yang artinya dengan penuh ketekunan dan mencurahkan segala keahliannya. Profesional juga merupakan implementasi dari tingkatan seseorang dalam mencapai tingkatan *ihsan*. Dalam mewujudkan profesionalisme, Islam memberikan tuntunan yang sangat jelas yang dapat direfleksikan dalam dunia bisnis, yaitu *kafa'ah*, *himmatul amal*, dan amanah.⁵⁶

- a. *Kafa'ah* (cakap atau ahli dalam bidang pekerjaan yang dilakukan) dapat diperoleh melalui pendidikan, pelatihan dan pengalaman. Dalam hal ini seseorang dapat dikatakan profesional jika ia selalu bersemangat dan sungguh-sungguh dalam bekerja. Pelaku pada perbankan syariah yang sungguh-

⁵⁴Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, (Jakarta: Robbani Press, 1997), hlm. 161

⁵⁵Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran ...*, hlm. 290

⁵⁶Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Mengagas Bisnis Islami*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2002), hlm. 104

sungguh menerapkan profesionalisme kafa'ah akan menjadikan setiap aktivitas dalam bekerja merupakan bagian dari ibadah dan semata-mata karena Allah (tauhid);

- b. *Himmatul-'amal* (semangat dan etos kerja yang tinggi) dapat diraih dengan menjadikan motivasi ibadah sebagai pendorong utama dalam bekerja disamping motivasi ingin mendapatkan penghargaan (*reward*) dan menghindari hukuman (*punishment*). Adanya dorongan motivasi yang berlandaskan iman kepada Allah SWT, maka selalu optimis dalam usahanya dan membentuk pribadi yang bersyukur atas setiap rezeki yang diberikan;
- c. Amanah yang diperoleh dengan menjadikan tauhid sebagai unsur pengontrol utama tingkah laku. Pada kenyataan saat ini banyak orang mempunyai etos kerja yang tinggi, namun tidak mempunyai amanah sehingga mempergunakan keahliannya dalam hal kejahatan. Sikap amanah ini dipandang penting karena dengan adanya sikap ini maka seseorang selalu menyadari bahwa apa pun aktivitas yang dilakukan akan diketahui oleh Allah SWT.

Berdasarkan pemaparan di atas, landasan tauhid yang merupakan salah satu aksioma dalam etika bisnis Islam apabila diterapkan oleh pelaku bisnis dapat diwujudkan dengan beberapa konsep yaitu jujur, melaksanakan prinsip syariah, dan profesional.

2) Landasan Keseimbangan

Keseimbangan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.⁵⁷ Implementasi ajaran keseimbangan dan keadilan pada kegiatan bisnis harus dikaitkan dengan pembagian manfaat kepada semua komponen dan pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung sesuai dengan peran dan kontribusi yang telah mereka berikan terhadap keberhasilan atau kegagalan agar seimbang, adil dan sepadan.

Landasan ini berdasarkan firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah: 195⁵⁸

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
الْمُحْسِنِينَ ﴿١٩٥﴾

Artinya:

dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.

Berdasarkan ayat di atas, ajaran Islam menuntun manusia untuk berbuat baik dalam segala aspek kehidupan termasuk di dalamnya dalam berbisnis agar tercipta keseimbangan.

Landasan kedua setelah tauhid dalam aksioma etika bisnis Islam adalah keseimbangan (*equilibrium*) atau keadilan. Apabila

⁵⁷Muhammad, *Etika Bisnis...*, hlm. 55

⁵⁸Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran ...*, hlm. 30

tauhid dimensi vertikal kepada Allah SWT, maka landasan keseimbangan ini menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada alam semesta sehingga hukum dan tatanan yang ada pada alam semesta ini mencerminkan keseimbangan yang harmonis.⁵⁹

Suarny Amran dalam Abdul Aziz menyatakan bahwa salah satu prinsip etika bisnis adalah keadilan yang diwujudkan dengan memperlakukan setiap orang dalam berbisnis sesuai dengan haknya masing-masing dan tidak ada yang boleh dirugikan.⁶⁰ Secara sederhana, keadilan dapat diartikan dengan memosisikan semua pihak dengan hak dan kewajiban masing-masing tanpa adanya pertimbangan subjektif agar tidak ada pihak yang dizolimi.

Oleh karena itu, sifat keseimbangan atau keadilan bukan hanya sekedar karakteristik alami, namun landasan ini merupakan karakteristik dinamis yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim dalam kehidupannya. Kebutuhan akan sikap keseimbangan atau keadilan ditekankan oleh Allah SWT dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatan wasathan*.⁶¹ Artinya bahwa umat yang memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak, arah, dan tujuan serta memiliki aturan-aturan kolektif yang berfungsi sebagai penengah atau pembeda. Berdasarkan hal tersebut artinya bahwa umat yang

⁵⁹Rafik Issa Beekun, *Islamic...*, hlm. 23

⁶⁰Abdul Aziz, *Etika Bisnis...*, hlm. 37

⁶¹Rafik Issa Beekun, *Islamic Business...*, hlm. 23

adil adalah dengan menjalani roda kehidupan dengan dinamis antar sesamanya.

Dalam hal ini sebagai perwujudan landasan etika bisnis Islam yaitu keseimbangan atau keadilan, maka pengambilan keuntungan juga didasarkan dengan prinsip keadilan. Artinya bahwa keuntungan yang ditentukan tidak adanya unsur penzoliman atau merugikan pihak yang terlibat di dalamnya.

Perwujudan nilai keseimbangan atau keadilan juga berupa adanya kesetaraan antar berbagai pihak dengan tidak membedakan pemberian layanan tanpa memandang status sosial atau penilaian secara subjektif. Antar pihak bisnis memperoleh hak yang sama sesuai dengan kapasitasnya masing-masing tanpa adanya pertimbangan lain yang dapat menimbulkan ketidakadilan di antaranya.

3) Landasan Kehendak Bebas

Dalam berbisnis, Islam memberikan kebebasan bagi manusia dalam mendayagunakan segala potensi sumber daya yang dimiliki termasuk didalamnya kebebasan berkreasi, bertransaksi atau berinvestasi. Namun dalam mendayagunakan potensi tersebut, manusia membutuhkan bantuan orang lain sehingga penciptaan kerja sama yang baik antar sesama sangat diperlukan.

Landasan etika bisnis Islam yang diterapkan dalam bisnis salah satunya adalah kehendak bebas atau *free will*. Manusia sebagai

khalifah di muka bumi yang bertugas memakmurkan bumi memiliki kebebasan untuk mengarahkan kehidupannya dalam mencapai *falah*. Kehendak bebas (*free will*) yang dianugerahi kepada manusia berguna untuk membimbing kehidupan manusia sebagai khalifah.

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kebebasan untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah SWT menurunkannya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa manusia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT.⁶² Sebagai khalifah, manusia dianugerahi akal pikiran untuk dapat membuat keputusan sesuai dengan yang diinginkannya. Oleh karena itu, dengan adanya kemampuan memutuskan sesuatu dengan mendayagunakan akal pikiran manusia dapat memilih perilaku etis atau tidak etis yang akan dijalankannya.

Meskipun adanya kehendak bebas, manusia dapat dituntut untuk bertindak secara etis. Dalam bisnis, bersikap bebas diperlukan, karena sikap ini dapat memberikan energi bagi pelaku bisnis leluasa memperlihatkan keikutsertaannya dalam kegiatan bisnis untuk mencapai tujuan organisasi maupun individu.⁶³ Kehendak bebas dalam etika merupakan prasyarat untuk bertindak secara etis karena tindakan etis muncul dari pribadi yang bebas dengan besumber dari kemauamn baik dan kesadaran pribadi.

⁶²Muslich, *Etika Bisnis...*, hlm. 38

⁶³Mahmoedin, *Etika Bisnis Perbankan*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), hlm.

Berdasarkan landasan kehendak bebas pada bisnis artinya bahwa manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, termasuk menepati janji. Dalam masalah perjanjian, baik perjanjian kesetiaan kepada Allah SWT maupun perjanjian yang dibuat antar sesama dalam kehidupan, manusia harus dapat memenuhi janji tersebut sebagaimana perintah Allah SWT yang terkandung dalam Q.S. Al-Maidah: 1.⁶⁴

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءٰمَنُوْا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِ ۗ اُحِلَّتْ لَكُمْ هَيْمَةٌ الْاَنْعَمِ اِلَّا مَا يُتٰى
عَلَيْكُمْ غَيْرَ مَجْلِيٍّ الصَّيْدِ وَاَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ اِنَّ اللّٰهَ سَحِيْحٌۭ مَّا يَرِيْدُ

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya

Faisal Badroen, dkk mengungkapkan bahwa salah satu kekhasan dan keunggulan sistem etika bisnis Islam adalah adanya kebersatuan dengan nilai-nilai moral dan spritual. Tanpa adanya filter moral, maka kebebasan para pelaku ekonomi dalam bertransaksi akan rawan pada perilaku destruktif yang dapat merugikan masyarakat luas.⁶⁵ Dalam hal inilah maka landasan kehendak bebas (*free will*) merupakan bagian penting dalam nilai

⁶⁴Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran ...*, hlm. 106

⁶⁵Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 96

etika bisnis Islam, namun kebebasan tersebut tidak merugikan kepentingan kolektif meskipun kepentingan individu terbuka lebar.

Apabila landasan kehendak bebas ini diaplikasikan pada bisnis kehendak bebas bagi nasabah dapat berupa kebebasan pelaku bisnis untuk berinovasi produk. Selain itu, pelaku bisnis juga memiliki kebebasan menciptakan target pemasaran produknya sesuai dengan pangsa pasar produk yang ditawarkan oleh pelaku bisnis tersebut.

4) Landasan Tanggung jawab

Tanggung jawab dalam Islam bersifat multi-tingkat dan terpusat baik pada tingkat mikro (individu) maupun tingkat makro (organisasi masyarakat).⁶⁶ Kebebasan manusia dalam menggunakan potensi sumber daya semestinya memiliki batas-batas tertentu, dan tidak dipergunakan sebebaskan-bebasnya tanpa batas, melainkan dibatasi oleh hukum, norma, dan etika yang tertuang dalam Alquran dan Hadis sebagai acuan dan landasan dalam menggunakan potensi sumber daya. Sebagaimana terdapat dalam Q.S. Al-Mudassir: 38⁶⁷

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Artinya:

Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya

⁶⁶Muhammad, *Etika Bisnis...*, hlm. 57

⁶⁷Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran ...*, hlm. 576

Berdasarkan ayat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam berbisnis, tanggung jawab sangat penting karena hubungannya dengan menjaga kepercayaan antar sesama terhadap bisnis yang dijalankan sehingga dapat mempertahankan eksistensi dari kegiatan bisnis tersebut.

Pada landasan kehendak bebas, manusia memiliki ruang gerak yang luas dalam mengeksplorasi keinginannya khususnya pada kegiatan bisnis. Kehendak bebas dalam pandangan Islam adalah bukan dengan prinsip semaunya atau sewenang-wenang. Artinya bahwa bebas dalam hal ini memiliki hak untuk bertindak dengan tidak meninggalkan kewajibannya.

Secara logis, landasan kehendak bebas sebagaimana yang sudah diungkapkan di atas memiliki relevansi yang erat dengan landasan tanggung jawab. Pada landasan keempat dalam etika bisnis Islam ini, tanggung jawab menetapkan adanya batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.⁶⁸ Manusia yang memiliki kemampuan dalam bertindak dengan mendayagunakan akal pikirannya dapat memperoleh hasil yang baik dan dalam agama akan berbuah pahala sementara sebaliknya apabila menimbulkan hal-hal yang tidak baik dan membawa keburukan, maka manusia berkewajiban untuk

⁶⁸Syed Nawab Naqvi, *Etika dan Ilmu Ekonomi...*, hlm. 86

menanggung konsekuensinya. Hal ini sebagaimana ini ditegaskan Allah SWT dalam Q.S. An-Nisa: 85.⁶⁹

مَنْ يَشْفَعْ شَفَعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا ۗ وَمَنْ يَشْفَعْ شَفَعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا ۗ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيتًا ﴿٨٥﴾

Artinya:

Barangsiapa yang memberikan syafa'at yang baik, niscaya ia akan memperoleh bagian (pahala) dari padanya. Dan barangsiapa memberi syafa'at yang buruk, niscaya ia akan memikul bagian (dosa) dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu

Landasan tanggung jawab sangat mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama apabila dikaitkan dengan kebebasan ekonomi tanggung jawab setiap individu diwujudkan pada penerimaan akan adanya balasan secara adil di hari Kiamat. Setiap individu memiliki hak untuk berkonsultasi pada sumber-sumber Islam yaitu Alquran dan Hadis sebagai landasan dalam melaksanakan tanggung jawabnya kepada Allah.

Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan keseluruhan perilaku manusia dalam hubungan dengan masyarakat atau situasi. Tanggung jawab mengandung kekuatan dinamis individu untuk mempertahankan kualitas keseimbangan dalam masyarakat.⁷⁰ Artinya bahwa perwujudan tanggung jawab manusia tidak hanya pada pemenuhan kepentingan

⁶⁹Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran ...*, hlm. 91

⁷⁰Syed Nawab Naqvi, *Etika dan Ilmu Ekonomi...*, hlm. 87

pribadi, tetapi juga tindakan manusia memiliki hubungan yang strategis pada keseimbangan yang ditimbulkan bagi masyarakat.

Keseimbangan dalam masyarakat yang menjadi orientasi dari prinsip tanggung jawab ini, secara konsepsi Islam artinya bahwa tanggung jawab memiliki sifat yang berlapis ganda dan berfokus baik pada tingkatan individu maupun tingkatan organisasi dan sosial yang kedua tingkatan tersebut harus dilakukan secara bersama-sama dan harmonis.

Keempat elemen tersebut harus dijadikan landasan bagi pelaku bisnis agar terciptanya akhlak dalam berbisnis yang baik dan sesuai dengan ajaran agama Islam.

Tabel 3. Aksioma Filsafat Etika Islam

Landasan Tauhid	Berhubungan dengan konsep tauhid adalah berbagai aspek dalam kehidupan manusia yaitu politik, ekonomi, sosial, dan keagamaan membentuk satu kesatuan homogen, yang bersifat konsisten dari dalam, dan integrasi dengan alam semesta secara luas. Ini adalah dimensi vertikal Islam
Keseimbangan	Berhubungan dengan konsep tauhid adalah keseimbangan diantara berbagai kehidupan manusia seperti yang disebutkan di atas untuk menciptakan aturan sosial yang terbaik. Rasa keseimbangan ini diperoleh melalui tujuan yang sadar. Ini adalah dimensi horizontal Islam
Kehendak bebas	Kemampuan manusia untuk bertindak tanpa tekanan eksternal dalam ukuran ciptaan Allah dan sebagai khalifah Allah di muka bumi.
Tanggung jawab	Keharusan manusia untuk diperhitungkan semua tindakannya.

Sumber: *Beekun* dalam Muhammad, *Etika Bisnis Islam*⁷¹

⁷¹Syed Nawab Naqvi, *Etika dan Ilmu Ekonomi...*, hlm. 54

5. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian UMKM

Banyak pihak yang memberikan definisi terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hal ini karena tidak mengherankan mengingat banyak pihak pula yang berkepentingan terhadap UMKM sehingga masing-masing dari mereka memberikan definisi sesuai dengan kriteria yang diciptakannya sendiri. Namun, dalam hal ini, penulis mengambil dua definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dikenal di Indonesia, yakni definisi menurut Undang-undang (UU) No. 20 tahun 2008 dan Badan Pusat Statistik (BPS).

Perbedaan dari dua definisi tersebut terletak pada kriteria dari UMKM. Menurut UU No. 20 tahun 2008, pembagian kriteria UMKM didasarkan pada kekayaan bersih dan hasil penjualan dari usaha tersebut, seperti yang dijabarkan berikut ini⁷²:

- 1) Usaha Mikro merupakan usaha memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00.
- 2) Usaha Kecil merupakan usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat

⁷²Rachmawan Budiarto, dkk., *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2015), hlm. 3

usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00.

- 3) Usaha Menengah merupakan usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00.

Menurut BPS pembagian kriteria UMKM didasarkan pada jumlah tenaga kerja, seperti yang dijabarkan pada tabel 4.

Tabel 4. Klasifikasi Industri Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja

No.	Segmen Klasifikasi Industri	Jumlah Tenaga Kerja
1	Industri Rumah Tangga/Mikro	1 – 4 Orang
2	Industri Kecil	5 – 19 Orang
3	Industri Sedang atau Menengah	20 – 99 Orang
4	Industri Besar	Lebih dari 99 Orang

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2013

Adapun peranan UMKM yang sangat strategis dan penting ditinjau dari berbagai aspek. *Pertama*, jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. *Kedua*, potensinya yang besar dalam menciptakan lebih banyak kesempatan kerja bila dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha dengan skala lebih besar. *Ketiga*, kontribusi UMKM dalam pembentukan PDB cukup signifikan. *Keempat*, memiliki sumbangan kepada devisa

negara dengan nilai ekspor yang cukup stabil.

UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pasal 3 disebutkan bahwa usaha mikro dan kecil bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.⁷³ Berarti UMKM berperan dalam pembangunan perekonomian nasional melalui kontribusi terhadap PDB, penciptaan lapangan pekerjaan, dan penyerapan tenaga kerja.

Kemampuan UMKM dalam menghadapi krisis dan pembangunan perekonomian nasional disebabkan oleh⁷⁴:

- 1) Sektor Mikro dapat dikembangkan hampir disemua sektor usaha dan tersebar di seluruh wilayah Indonesia.
- 2) Karena sifat penyebarannya yang sangat luas (baik sektor usaha dan wilayahnya) sektor mikro juga sangat berperan dalam pemerataan kesempatan kerja.
- 3) UMKM termasuk usaha-usaha anggota koperasi yang pada umumnya fleksibel. UMKM dengan skala usaha yang tidak besar, kesederhanaan spesifikasi dan teknologi yang digunakan dapat lebih mudah menyesuaikan dengan perubahan atau perkembangan yang terjadi.

⁷³UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

⁷⁴Rachmawan Budiarto, dkk., *Pengembangan UMKM...*, hlm. 5

- 4) UMKM merupakan industri padat modal. Dalam struktur biaya produksinya, komponen tersebar adalah biaya variabel yang mudah menyesuaikan dengan perubahan/perkembangan yang terjadi.
- 5) Produk-produk yang dihasilkan sebagian besar merupakan produk yang berkaitan langsung dengan kebutuhan primer masyarakat.
- 6) UMKM lebih sesuai dan dekat dengan kehidupan pada tingkat bawah (*grassroot*) sehingga upaya mengentaskan masyarakat dari keterbelakangan akan lebih efektif.

Menurut Tambunan perkembangan UKM di Indonesia tidak lepas dari berbagai macam masalah.⁷⁵ Ada beberapa masalah yang umum dihadapi oleh pengusaha kecil dan menengah seperti keterbatasan modal kerja dan/atau modal investasi, kesulitan mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau, keterbatasan teknologi, sumber daya manusia dengan kualitas yang baik (manajemen dan teknik produksi), informasi pasar, dan kesulitan dalam pemasaran. Tingkat intensitas dan sifat dari masalah-masalah tersebut bisa berbeda tidak hanya menurut jenis produk atau pasar yang dilayani, tetapi juga berbeda antarlokasi/ antarwilayah, antarsentra, antarsektor/

⁷⁵Tulus T.H. Tambunan, *Perekonomian Indonesia Beberapa Isu Penting*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2000), hlm. 73

antarsubsektor atau jenis kegiatan, dan antarunit usaha dalam kegiatan/ sektor yang sama.

Sedangkan menurut Mudrajad Kuncoro dalam Harian Bisnis Indonesia pada tanggal 21 Oktober 2008 mengungkapkan bahwa ada tujuh tantangan yang harus dihadapi UKM dalam era krisis global, yaitu:

- 1) Tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bidang administrasi dan operasi. Kebanyakan UKM dikelola oleh perorangan yang merangkap sebagai pemilik sekaligus pengelola perusahaan, serta memanfaatkan tenaga kerja dari keluarga dan kerabat dekatnya.
- 2) Akses industri kecil terhadap lembaga kredit formal rendah, sehingga mereka cenderung menggantungkan pembiayaan usahanya dari modal sendiri atau sumber lain, seperti keluarga, kerabat, pedagang perantara, bahkan rentenir.
- 3) Sebagian besar usaha kecil ditandai dengan belum dipunyainya status badan hukum. Mayoritas UKM merupakan perusahaan perorangan yang tidak berakta notaris, 4,7% tergolong perusahaan perorangan berakta notaris, dan hanya 1,7% yang sudah memiliki badan hukum (PT/ NV, CV, Firma, atau koperasi).

- 4) Tren nilai ekspor menunjukkan betapa sangat berfluktuatif dan berubah-ubahnya komoditas ekspor Indonesia selama periode 1999-2006.
- 5) Pengadaan bahan baku, masalah terbesar yang dihadapi dalam pengadaan bahan baku adalah mahalnnya harga, terbatasnya ketersediaan, dan jarak yang relatif jauh. Ini karena bahan baku bagi UKM yang berorientasi ekspor sebagian besar berasal dari luar daerah usahan tersebut berlokasi.
- 6) Masalah utama yang dihadapi dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja adalah tidak terampil dan mahalnnya biaya tenaga kerja. Regenerasi perajin dan pekerja terampil relatif lambat. Akibatnya, di banyak sentra ekspor mengalami kelangkaan tenaga terampil untuk sektor tertentu.
- 7) Dalam bidang pemasaran, masalahnya terkait dengan banyaknya pesaing yang bergerak dalam industri yang sama, relatif minimnya kemampuan bahasa asing sebagai suatu hambatan dalam melakukan negosiasi, dan penetrasi pasar di luar negeri

Menurut Sri Lestari untuk memenuhi kebutuhan permodalan tersebut, UMK paling tidak menghadapi empat masalah, yaitu⁷⁶:

⁷⁶Sri Lestari, Perkembangan dan Strategi Pengembangan Pembiayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), *Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM*. Volume 4 Agustus 2009.

- 1) Masih rendahnya atau terbatasnya akses UMK terhadap berbagai informasi, layanan, fasilitas keuangan yang disediakan oleh keuangan formal, baik bank, maupun non bank misalnya dana BUMN, ventura.
 - 2) Prosedur dan persyaratan perbankan yang terlalu rumit sehingga pinjaman yang diperoleh tidak sesuai kebutuhan baik dalam hal jumlah maupun waktu, kebanyakan perbankan masih menempatkan agunan material sebagai salah satu persyaratan dan cenderung mengesampingkan kelayakan usaha.
 - 3) Tingkat bunga yang dibebankan dirasakan masih tinggi. Kurangnya pembinaan, khususnya dalam manajemen keuangan, seperti perencanaan keuangan, penyusunan proposal dan lain sebagainya.
- b. Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan. Perkembangan usaha di lakukan oleh usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Menurut Purdi E. Chandra perkembangan usaha merupakan suatu keadaan terjadinya peningkatan omset penjualan.⁷⁷

⁷⁷Purdi E. Chandra, *Trik Sukses Menjadi Sukses*, (Yogyakarta: Grafika Indah, 2000), hlm. 121

Menurut Mohammad Jafar Hafsah pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada hakekatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat.⁷⁸

Menurut Soeharto Prawirokusumo bahwa perkembangan usaha dapat dibedakan menjadi 5 tahap, yaitu tahap *conceptual*, *start up*, stabilisasi, pertumbuhan (*growth stage*), dan kedewasaan.⁷⁹

Perkembangan usaha dilihat dari tahapan *conceptual*, yaitu:

1) Mengetahui peluang potensial

Dalam mengetahui peluang potensial yang penting harus diketahui adalah masalah-masalah yang ada dipasar, kemudian mencari solusi dari permasalahan yang telah terdeteksi. Solusi inilah yang akan menjadi gagasan yang dapat direalisasikan.

2) Analisa peluang

Tindakan yang bisa dilakukan untuk merespon peluang bisnis adalah dengan melakukan analisa peluang berupa *market research* kepada calon pelanggan potensial. Analisa ini dilakukan untuk melihat respon pelanggan terhadap produk, proses, dan pelayanannya.

⁷⁸Mohammad Jafar Hafsah, Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), *Infokup* Nomor 25 Tahun Xx, 2004

⁷⁹Soeharto Prawirokusumo, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil Edisi Pertama*, (Yogyakarta: BPFE UGM, 2010), hlm. 185-188

3) Mengorganisasi sumber daya

Yang perlu dilakukan ketika suatu usaha berdiri adalah memenejemen sumber daya manusia dan uang. Pada tahap inilah yang sering disebut sebagai tahap memulai usaha. Pada tahap ini dikatakan sangat penting karena merupakan kunci keberhasilan pada tahap selajutnya. Tahap ini bisa disebut sebagai tahap *warming up*.

4) Langkah mobilisasi sumber daya

Langkah memobilisasi sumber daya dan menerima resiko adalah langkah terakhir sebelum ke tahap *start up*.

Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh UKM, maka kedepan perlu diupayakan hal-hal sebagai berikut:

1) Penciptaan Iklim Usaha yang Kondusif

Pemerintah perlu mengupayakan terciptanya iklim yang kondusif antara lain dengan mengusahakan ketenteraman dan keamanan berusaha serta penyederhanaan prosedur perijinan usaha, keringanan pajak dan sebagainya.

2) Bantuan Permodalan

Pemerintah perlu memperluas skim kredit khusus dengan syarat-syarat yang tidak memberatkan bagi UKM, untuk membantu peningkatan permodalannya, baik itu melalui sektor jasa finansial formal, sektor jasa finansial informal, skema penjaminan, leasing dan dana modal ventura.

Pembiayaan untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebaiknya menggunakan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang ada, maupun non bank.

3) Perlindungan Usaha

Jenis-jenis usaha tertentu, terutama jenis usaha tradisional yang merupakan usaha golongan ekonomi lemah, harus mendapatkan perlindungan dari pemerintah, baik itu melalui undang-undang maupun peraturan pemerintah yang bermuara kepada saling menguntungkan (*win-win solution*).

4) Pengembangan Kemitraan

Perlu dikembangkan kemitraan yang saling membantu antara UKM, atau antara UKM dengan pengusaha besar di dalam negeri maupun di luar negeri, untuk menghindari terjadinya monopoli dalam usaha. Disamping itu juga untuk memperluas pangsa pasar dan pengelolaan bisnis yang lebih efisien. Dengan demikian UKM akan mempunyai kekuatan dalam bersaing dengan pelaku bisnis lainnya, baik dari dalam maupun luar negeri.

5) Pelatihan

Pemerintah perlu meningkatkan pelatihan bagi UKM baik dalam aspek kewiraswastaan, manajemen, administrasi dan pengetahuan serta keterampilannya dalam pengembangan usahanya. Disamping itu juga perlu diberi kesempatan untuk

menerapkan hasil pelatihan dilapangan untuk mempraktekkan teori melalui pengembangan kemitraan rintisan.

6) Membentuk Lembaga Khusus

Perlu dibangun suatu lembaga yang khusus bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan semua kegiatan yang berkaitan dengan upaya penumbuh kembangan UKM dan juga berfungsi untuk mencari solusi dalam rangka mengatasi permasalahan baik internal maupun eksternal yang dihadapi oleh UKM.

7) Memantapkan Asosiasi

Asosiasi yang telah ada perlu diperkuat, untuk meningkatkan perannya antara lain dalam pengembangan jaringan informasi usaha yang sangat dibutuhkan untuk pengembangan usaha bagi anggotanya.

8) Mengembangkan Promosi

Guna lebih mempercepat proses kemitraan antara UKM dengan usaha besar diperluka nmedia khusus dalam upaya mempromosikan produk-produk yang dihasilkan. Disamping itu perlu juga diadakan talk show antara asosiasi dengan mitra usahanya.

9) Mengembangkan Kerjasama yang Setara

Perlu adanya kerjasama atau koordinasi yang serasi antara

pemerintah dengan dunia usaha UKM untuk menginventarisir berbagai isu-isu mutakhir yang terkait dengan perkembangan usaha.

