



**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA UMKM
DISTRIBUSI JAGUNG DI MALAMPAH KECAMATAN
TIGO NAGARI KABUPATEN PASAMAN**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Jurusan Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh :

Imelda Oktavia
NIM 1730404038

**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BATUSANGKAR
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Imelda Oktavia
NIM : 1730404038
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA UMKM DISTRIBUSI JAGUNG DI MALAMPAH KECAMATAN TIGO NAGARI KABUPATEN PASAMAN”** adalah benar hasil karya sendiri, bukan plagiat. Apabila kemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah ini sebagai plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 28 Juni 2021

Saya yang menyatakan,



Imelda Oktavia
NIM 1730404038

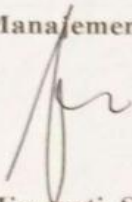
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama Imelda Oktavia NIM: 1730404038, dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada UMKM Distribusi Jagung Di Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman” memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang *munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

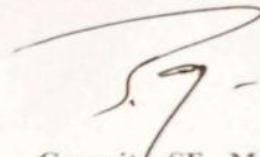
Batusangkar, 1 Juli 2021

**Ketua Jurusan
Manajemen Bisnis Syariah**



Mirawati, SE., MA.Ek
NIP. 19860101201532004

Pembimbing



Gampito, SE., M.Si
NIP. 196702192005011005

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Batusangkar


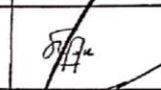



Dr. H. Rizal, M. Ag. CRP*
NIP. 197310072002121001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama Imelda Oktavia, NIM: 1730404038, judul: "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada UMKM Distribusi Jagung Di Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman", telah diuji dalam ujian munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar yang dilaksanakan pada tanggal 12 Juli 2021.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Gampito, SE., M.Si NIP. 196702192005011005	Ketua Sidang/ Pembimbing		9/8/2021
2	Dr. H. Syukri Iska, M.Ag NIP. 196310191992031004	Penguji I		06/08/2021
3	Muhammad Deni Putra, ME NIP. 199106102019031014	Penguji II		05/08/2021

Batusangkar, 01 Agustus 2021

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Rizal, M. Ag. CRP®

NIP. 197310072002121001

ABSTRAK

Imelda Oktavia. NIM 1730404038. Judul Skripsi: **“Penerapan Etika Bisnis Islam Pada UMKM Distribusi Jagung Di Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman”**. Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Pokok permasalahan dalam Skripsi ini adalah penerapan etika bisnis Islam dalam menjalankan usaha pada UMKM Distribusi Jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman, serta bagaimana penentuan penetapan harga yang dilakukan di UMKM Distribusi Jagung. Tujuan pembahasan ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada UMKM distribusi jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman, serta bagaimana penentuan harga yang dilakukan di UMKM Distribusi Jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman.

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah jenis penelitian lapangan (*Field Research*), dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknis analisis data yang digunakan yaitu dengan cara reduksi data (*Data Reduction*), penyajian data (*Data Display*), dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di lapangan dapat disimpulkan bahwa UMKM Distribusi Jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman telah menerapkan etika bisnis Islam dalam usahanya. Hal ini dapat dilihat dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam, yaitu : (1) Kesatuan (Tauhid), menjalankan usaha dengan prinsip syariah dan mengutamakan keberkahan dan keridhoan dari Allah Swt, mengutamakan melaksanakan sholat tepat waktu, bersedekah, dan membayar zakat. (2) Keseimbangan/ Keadilan, menetapkan harga sesuai dengan harga pasaran. (3) Kehendak Bebas, memberikan kebebasan kepada karyawan untuk menyampaikan pendapat dan memberikan kebebasan kepada petani untuk melakukan kerja sama dengan perusahaan lain. (4) Tanggung Jawab, bertanggung jawab atas biaya makan karyawan, bertanggung jawab dalam mengolah jagung petani dan perusahaan bertanggung jawab dalam mengirimkan jagung sesuai pesanan konsumen. (5) Kejujuran, dengan memberitahukan kondisi barang yang akan dikirimkan kepada konsumen, jujur dalam membayar gaji karyawan, dan jujur dalam memberikan harga. (6) Terpercaya, menjaga kepercayaan dengan tidak melakukan kecurangan. Namun prinsip kejujuran masih belum diterapkan dengan baik dan benar. Dalam hal penetapan harga jagung dilakukan setelah jagung dikirim kepada konsumen.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

SURAT PENGESAHAN TIM PENGUJI

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR ii

DAFTAR ISI iv

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GAMBAR vii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian 1

B. Fokus Penelitian 4

C. Rumusan Masalah 4

D. Tujuan Penelitian 5

E. Manfaat dan Luaran Penelitian 5

F. Defenisi Operasional 6

BAB II KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori 8

1. Etika Bisnis Islam 8

2. Bisnis Dalam Islam 16

3. Tujuan Bisnis Dalam Islam 20

4. Harga Dalam Islam 21

5. Distribusi 26

6. Usaha UMKM 29

B. Penelitian Yang Relevan 33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 37

B. Latar dan Waktu Penelitian 37

C. Instrumen Penelitian 38

D. Sumber Data 38

E. Teknik Pengumpulan Data 39

F. Teknik Analisis Data	39
G. Teknik Keabsahan Data	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum UMKM Distribusi Jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman	42
1. Sejarah UMKM Distribusi Jagung (Usaha Jagung Andi)	42
2. Sejarah UMKM Distribusi Jagung (Usaha Jagung Dedi)	43
3. Sejarah <i>UMKM</i> Distribusi Jagung (Usaha Jagung Lukman)	44
4. Peralatan dan Cara Pengolahan Jagung	45
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	46
1. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada UMKM Distribusi Jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman	46
2. Mekanisme Penetapan Harga Pada UMKM Distribusi Jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman	56

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	60
B. Saran	61

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rancangan Waktu Penelitian	37
Tabel 4.1 Daftar Jumlah Jagung Yang Dikirim Kepada Konsumen (Usaha Jagung Andi (Periode Januari-Mei 2021)	43
Tabel 4.2 Daftar Jumlah Jagung Yang Dikirim Kepada Konsumen (Usaha Jagung Dedi) Periode Januari-Mei 2021	44
Tabel 4.3 Daftar Jumlah Jagung Yang Dikirim Kepada Konsumen (Usaha Jagung Lukman) Periode Januari-Mei 2021	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Menentukan Harga Oleh Perusahaan	24
--	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dengan perkembangan dunia bisnis yang begitu cepat dan dinamis pada saat ini, tentunya harus diimbangi dengan suatu aturan-aturan atau norma-norma yang dapat mengatur kegiatan bisnis itu sendiri. Dengan begitu pihak-pihak pemangku kepentingan (*Stackeholders*) dapat melakukan kegiatan bisnisnya dengan baik, lancar, dan berkesinambungan. Bahkan dalam kegiatan bisnis itu dapat mendatangkan manfaat dan laba yang optimal bagi kelangsungan hidup perusahaannya. (Nugroho dan Arijanto, 2015 : 1). Bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan atau keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. (Muslich, 2004 : 46).

Kegiatan bisnis mempengaruhi tingkat kehidupan individu, sosial, regional dan internasional. Kesuksesan serta kemajuan suatu bisnis tergantung pada kesungguhan dan ketekunan para pelaku bisnis tersebut. Pelaku usaha dan konsumen dalam kegiatan bisnis sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab terhadap karyawan, konsumen, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Untuk itu perlu adanya aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan tersebut, agar tidak ada pihak yang dieksploitasi terutama pihak konsumen.

Islam menghalalkan jual beli dan juga bisnis. Namun, bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha dalam dunia bisnis agar mendapatkan berkah dari Allah SWT di dunia maupun di akhirat. Atauran bisnis dalam Islam menjelaskan berbagai hal yang harus dilakukan oleh para pebisnis muslim diharapkan bisnis tersebut akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT. Oleh

karena itu bisnis harus dilakukan dengan cara yang terbaik dengan tidak melakukan kecurangan, riba, rekayasa harga maupun penimbunan barang. Karena perilaku seperti ini dapat menimbulkan kezaliman dalam kehidupan masyarakat. Etika bisnis Islam menjamin, baik pebisnis, mitra bisnis, konsumen masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan. Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan berbagai cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, riba, menyuap dan perbuatan *bathil* lainnya. Tetapi dalam Islam diberi batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang salah dan yang tidak salah, dan yang halal dan yang haram. (Barus dan Nuriani, 2016 : 126 – 127). Firman Allah dalam Qs. An-Nisa (4) : 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai Orang – orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.

Allah SWT melarang hamba-hamban-Nya yang mukmin untuk memakan harta sesamanya dengan cara yang bathil dan cara mencari keuntungan yang tidak sah dan melanggar syariat seperti riba, perjudian dan yang serupa dengan itu dari macam – macam tipu daya yang tampak seakan-akan sesuai dengan hukum syariat tetapi Allah mengetahui bahwa apa yang dilakukan itu hanya suatu tipu muslihat dari sipelaku untuk menghindari ketentuan hukum Allah. Allah mengecualikan dari larangan ini pencarian harta dengan jalan perdagangan (perniagaan) yang dilakukan atas dasar suka sama suka. (Barus dan Nuriani, 2016 : 127).

Aktivitas bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW salah satunya adalah kejujuran dan tanggung jawab. Kejujuran dan tanggung jawab dalam dalam berdagang atau berbisnis dilakukan untuk menjaga

kepercayaan orang lain, menanamkan sifat jujur dan tanggung jawab adalah akhlak yang paling utama untuk memperbaiki kinerja bisnis. (Maharani : 25)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah bisnis yang dimiliki oleh seseorang yang tidak bergantung pada pemilik lain, dan melakukan operasional bisnisnya di daerah tertentu dan bersaing secara adil serta tidak menominasi bisnis lain. Dalam menjalankan bisnis yang baik, benar dan sukses tentunya pelaku bisnis harus memahami etika dalam berbisnis terutama etika bisnis dalam Islam agar bisnis yang dijalankan memperoleh keberkahan dari Allah SWT.

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian pada UMKM distribusi jagung yang ada di nagari Malampah, Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman. Nagari Malampah merupakan salah satu daerah penghasil jagung terbesar yang ada di kabupaten Pasaman. Hasil jagung dari Malampah ini akan dipasarkan ke Kota Payakumbuh, dan Kabupaten Lima Puluh Kota. Pemasaran atau pendistribusian jagung ini pada umumnya tidak dapat dilakukan langsung oleh petani kepada konsumen, melainkan melibatkan beberapa pihak yang melakukan tata niaga. Penulis melakukan penelitian pada tiga tempat UMKM distribusi jagung, diantaranya :

1. Usaha Jagung Andi
2. Usaha Jagung Dedi
3. Usaha Jagung Lukman

Berdasarkan survei dan pengamatan yang dilakukan penulis ditemukan bahwa, dalam kegiatannya sebelum jagung dikirim ke konsumen ada beberapa siklus kegiatan yang dilakukan diantaranya, yang pertama para petani akan menjual jagungnya kepada agen atau distributor dalam bentuk tongkol, selanjutnya distributor tersebut akan melakukan pengolahan pada jagung dengan melakukan pemisahan biji jagung dari tongkolnya, jagung yang sudah diproduksi ini lah yang akan dikirim kepada konsumen. Penimbangan terhadap jagung dilakukan ketika jagung

sudah bersih dan kering. Untuk harga beli yang diberikan kepada petani adalah harga yang didapat setelah melakukan pengiriman dan penjualan kepada konsumen. (Wawancara dengan Andi Pemilik Usaha Jagung, 2020).

Namun dalam kegiatan ini ada beberapa masalah yang timbul salah satunya, dalam kegiatan pengolahan jagung banyak jagung yang berserakan dan dibiarkan begitu saja kegiatan ini merupakan kegiatan yang mubazir, sehingga hal tersebut dapat menyebabkan kerugian terhadap pemilik jagung. (Wawancara Dengan Kabar Petani Jagung, 2020). Hal ini tentunya tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kejujuran dan tanggung jawab.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang membahas tentang “**Penerapan Etika Bisnis Islam Pada UMKM Distribusi Jagung Di Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis menfokuskan penelitian ini pada :

1. Penerapan etika bisnis Islam pada UMKM Distribusi Jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman.
2. Penetapan harga pada UMKM Distribusi Jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian di atas maka didapatkan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada UMKM Distribusi Jagung di Malampah, Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman?
2. Bagaimana penetapan harga pada UMKM Distribusi Jagung Di Malampah, Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada UMKM Distribusi Jagung di Malampah, kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman?
2. Untuk mengetahui bagaimana penentuan harga pada UMKM Distribusi Jagung Di Malampah, Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman.

E. Manfaat Dan Luaran Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca tentang pentingnya etika bisnis Islam dan dapat menjadi bahan perbandingan untuk penelitian sebelumnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai hasil pertimbangan atau masukan untuk kelancaran usaha perusahaan.

- b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana penerapan etika bisnis Islam yang diperoleh selama menjalani perkuliahan, dan sebagai pembelajaran sebelum masuk ke dunia bisnis, serta sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana pada jurusan Manajemen Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.

3. Luaran Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menjadi referensi skripsi di IAIN Batusangkar, dan bisa diterbitkan dalam bentuk jurnal.

F. Defenisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahan pemahaman dalam pemahaman dari judul skripsi ini, maka penulis akan menjabarkan beberapa istilah yang berkaitan dengan judul dari skripsi ini.

Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. (Djakfar, 2008 : 84). Etika bisnis Islam yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah bentuk kegiatan bisnis pada UMKM distribusi jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman yang sesuai dengan norma-norma etika dan sesuai dengan ajaran Islam.

Distribusi merupakan suatu saluran sistem yang menyalurkan barang-barang hasil produksi kepada konsumen. (Kotler, 2001 : 7). Distribusi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penyaluran hasil produksi dari UMKM distribusi jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman kepada konsumen.

Harga adalah penentuan dari suatu produk yang merupakan titik pertemuan dari produk yang ditawarkan dengan permintaan akan produk yang dimaksud. (Hardjanto dan Amirullah, 2005 : 145). Harga yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah harga jagung yang ditetapkan pada UMKM distribusi jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas pada masyarakat. (Hastuti dkk, 2020 : 158). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang penulis maksud di sini adalah UMKM distribusi jagung yang ada di Malampah Kecamatan Tigo

Nagari Kabupaten Pasaman yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayan ekonomi yang luas pada masyarakat sekitarnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Secara Umum

Secara etimologi etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang berarti sikap, cara berpikir, kebiasaan adat, akhlak, perasaan dan watak kesusilaan. (Nawatmi, 2010 : 51). Etika adalah *a code or set of principles which people live* (kaidah atau seperangkat prinsip yang mengatur hidup manusia). Etika adalah bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang nilai, norma, atau moralitas. (Baidowi, 2011 : 3). Dalam pengertian lain etika diartikan sebagai aturan-aturan mengenai perilaku yang oleh masyarakat dianggap sebagai perilaku yang baik, karena itu aturan-aturan tersebut tidak boleh dilanggar. Etika adalah studi standar moral yang tujuannya adalah menentukan setinggi apakah standar moral yang telah diberikan, masih kurang, sudah cukup atau bahkan sangat benar. (Mufraini, 2011 : 2).

Sementara itu bisnis memiliki pengertian yang sangat luas. Aktifitas bisnis bukan saja kegiatan dalam rangka menghasilkan barang dan jasa, tetapi juga termasuk kegiatan mendistribusikan barang dan jasa tersebut ke pihak-pihak yang memerlukan serta aktivitas lain yang mendukung kegiatan produksi dan distribusi tersebut. (Anindya, 2017 : 394). Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu (privat) yang terorganisasi atau melembaga. Untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. (Fauzia, 2018 : 3). Dalam pengertian lain bisnis diartikan sebagai suatu lembaga atau kumpulan orang yang dengan kemampuan kewirausahaan atau *enterpreneurship* yang dimiliki

untuk bekerja sama dengan sejumlah pihak terkait dalam menggunakan dan memanfaatkan sumber daya dalam rangka menghasilkan barang atau jasa yang bernilai dan berguna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak lain atau masyarakat pada umumnya. (Muhamad, 2019 : 37).

Kegiatan bisnis yang berlandaskan etika adalah bisnis yang dilakukan berdasarkan metode-metode yang baik serta cara berpikir yang sesuai dengan logika dan estetika yang berkembang di masyarakat. Etika bisnis dalam perusahaan memiliki peran yang sangat penting, yaitu untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai (*value-creation*) yang tinggi, diperlukan suatu landasan yang kokoh. (Mulyaningsih, Hermina, 2017 : 1- 17). Selain itu etika juga memiliki peran penting dalam kegiatan bisnis, antara lain sebagai berikut :

- 1) Etika harus menjadi pedoman dalam kegiatan masyarakat, dan seharusnya juga menjadi pedoman bagi pebisnis. Mana tindakan yang tepat benar dan boleh dilakukan dalam bisnis yang ditepkan menguntungkan semua pihak yang terlibat.
- 2) Sebagai kontrol terhadap individu. Pelaku dalam bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminasi.
- 3) Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan. (Haurisa dan Praptiningsih, 2014).

Etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. (Nugroho, dan

Arijanto, 2015 : 6). Dalam artian lain etika bisnis dikatakan sebagai sebuah penilaian perilaku moral dalam lingkungan bisnis dengan menggunakan standar-standar moral yang telah didefinisikan secara jelas, serta merinci petunjuk moral tertentu yang sesuai dengan isu bisnis yang sebenarnya. (Tarigan, 2016 : 46).

b. Pengertian Etika Bisnis Menurut Islam

Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al- Qur'an dan hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntunan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari. (Djakfar, 2008 : 84).

Etika bisnis sebenarnya sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW. Selain memiliki sifat ulet dan berdedikasi dalam berdagang, beliau juga memiliki sifat *shiddiq, amanah, fathanah, dan tabliq*. *Shiddiq* berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, amal perbuatan serta keyakinan seperti nilai dasar yang diajarkan dalam Islam. *Istiqomah* atau konsisten dalam keimanan dan nilai kebaikan meskipun dihadapkan pada tantangan serta godaan, ditampilkan dalam kesabaran dan keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal. *Fathanah* berarti cerdas dalam memahami secara mendalam segala sesuatu yang menjadi tugas dan kewajibannya, dengan demikian akan timbul kreatifitas dan kemampuan melakukan inovasi yang bermanfaat. *Amanah* yaitu terpercaya, sehingga dapat ditampilkan dalam kejujuran berdagang serta pelayanan yang optimal dalam segala hal. Yang terakhir adalah *tabliq* yaitu menyampaikan wahyu, maksudnya bahwa Rasulullah pasti menyampaikan seluruh ajaran Allah SWT sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melakukan ketentuan – ketentuan ajaran Islam. (Barus, 2016 : 130 – 131).

c. Prinsip – Prinsip Etika Bisnis Islam

Etika bisnis akan memberikan pelajaran kepada para pelaku bisnis bahwa bisnis yang “berhasil”, tidak hanya bisnis yang menuai keuntungan secara material saja melainkan bisnis yang bergerak dalam koridor etika yang membawa tanggung jawab dan memelihara hubungan baik antar manusia yang terlibat didalamnya. Etika bisnis memiliki tujuan yang paling penting yaitu mengugah kesadaran tentang dimensi etis dari kegiatan bisnis dan manajemen. (Nugroho dan Arijanto, 2005 : 252).

Secara normatif dapat dijelaskan bahwa dalam aspek ekonomi dan bisnis terdapat enam prinsip etika bisnis yang harus melandasi suatu bisnis yaitu :

1) Kesatuan (Tauhid)

Kesatuan di sini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial, menjadi suatu “*homogeneous whole*” atau keseluruhan homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. (Muhammad dan Fauroni, 2002 : 11).

Karena makhluk beragama (religius), terutama Muslim, bagaimanapun harus memperhatikan apa yang telah ditetapkan oleh Allah Swt. Dia-lah yang punya kuasa, mengatur, sekaligus menetapkan kehidupan alam semesta beserta segala isinya, tanpa terkecuali kehidupan manusia. Dia-lah pemilik alam yang menyediakan segala kebutuhan makhluk hidup di dunia. Dengan akal pikirannya kebutuhan itu dikelola oleh manusia melalui aktivitas bisnis dengan memanfaatkan seluruh kekayaan alam yang ada.

Harta kekayaan yang diperoleh manusia melalui bisnis tidaklah berarti bisa dikuasainya secara mutlak tanpa batas,

tetapi terbatas dan relatif. Karena pemilik mutlak itu pada hakikatnya hanya Allah Swt semata. Oleh karena itu di sinilah relevansinya, justru mengapa manusia dalam melakukan bisnis harus taat pada ketentuan pemilik mutlaknya. (Djakfar, 2008 : 101 -102). Kesatuan antara kegiatan bisnis dengan moralitas dan pencarian ridha Allah. Kesatuan pemilikan manusia dengan pemilikan Tuhan. Kekayaan (sebagai hasil bisnis) merupakan amanah Allah (pemilikannya bersifat tidak mutlak), dan karenanya dalam setiap pemilikannya oleh individu terkandung kewajiban – kewajiban sosial. (Muhammad, 2004 : 71)

2) Keseimbangan/ Keadilan

Dalam melakukan aktivitas ekonomi dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Di dalam Islam hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan rasul-Nya berlaku sebagai *stakeholders* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodasikan salah satu hak stakeholders di atas, dapat menempatkan seseorang pada kezaliman. Persamaan kompensasi, persamaan hukum, moderat dan proporsional adalah pilar-pilar keadilan dan keseimbangan dalam moral Islam yang akan membawa pada kebijakan dan ketakwaan. Allah berfirman dalam Q.S. Al-Ma'idah ayat 8.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا
يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اٰۤءَدِلُوا هُوَ اٰۤقْرَبُ لِلتَّقْوٰى
وَ اتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ

“Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk

berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil itu lebih dekat dengan takwa”.

Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dari sini terlihat bahwa berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu berlaku tidak adil akan membuat seseorang tertipu pada kehidupan dunia, karena itu dalam perniagaan/ bisnis, Islam melarang untuk menipu bahkan sekedar membawa suatu kondisi yang dapat menimbulkan keraguan yang dapat menyesatkan atau gharar. (Mufraini, dkk, 2011 : 8-9).

Prinsip keseimbangan mengajarkan manusia tentang bagaimana meyakini segala sesuatu yang diciptakan Allah dalam keadaan seimbang dan serasi. Hal ini dapat dipahami dalam Al- Quran, yang telah menjelaskan bahwa :

الَّذِي خَلَقَ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ طِبَاقًا مَّا تَرَىٰ فِي خَلْقِ الرَّحْمَنِ مِن تَفَؤُوتٍ فَارْجِعِ الْبَصَرَ هَلْ تَرَىٰ مِن فُطُورٍ

“Yang menciptakan tujuh langit berlapis-lapis. Tidak akan kamu lihat sesuatu yang tidak seimbang pada ciptaan Tuhan Yang Maha Pengasih. Maka lihatlah sekali lagi, adakah kamu lihat sesuatu yang cacat?”. (Qs. Al-Mulk, 67 : 3)

Prinsip ini menuntut manusia bukan saja hidup seimbang, serasi, dan selaras dengan dirinya sendiri, tetapi juga menuntun manusia untuk mengimplementasikan ketiga aspek tersebut dalam kehidupan. (Baidowi, 2011 : 4).

3) Kehendak Bebas

Islam sangat memberikan keleluasaan terhadap manusia untuk menggunakan segala potensi sumber daya yang dimiliki. Demikian juga kemerdekaan manusia Islam sangat memberikan kelonggaran dalam kebebasan berkreasi,

melakukan transaksi dan melaksanakan bisnis atau investasi. Karena manusia di satu sisi memiliki atau dianugrahi oleh Allah unsur atau potensi emosi, akal daya nalar atau argumentasi. Namun di sisi lain manusia dianugrahi oleh Allah berupa kemampuan dasar spritual, akal budi dan insting sehingga dengan potensi budaya ini manusia mampu berkreasi menciptakan segala produk budaya yang mampu membedakan manusia dengan makhluk lain yang diciptakan Allah di muka bumi ini. (Muslich, 2004 : 41).

Dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, termasuk menepati atau mengingkarinya. Seorang muslim yang percaya pada kehendak Allah, akan memuliakan semua janji yang dibuatnya. Ia merupakan bagian kolektif dari masyarakat dan mengakui bahwa Allah meliputi kehidupan individual dan sosial. (Muhammad dan Fauroni, 2002 : 15).

4) Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu untuk mempertahankan kualitas keseimbangan dalam masyarakat.

Konsepsi tanggung jawab dalam Islam mempunyai sifat berlapis dan berfokus baik pada tingkat mikro (individual) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial), yang keduanya harus dilakukan secara bersama-sama. Menurut Sayyid Qutub Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang

seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya. (Muhammad dan Fauroni, 2002 : 16-17).

5) Kebenaran, Kebijakan dan Kejujuran (*Siddiq*)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula unsur kebijakan dan kejujuran. Kebenaran adalah nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan *margin* keuntungan (laba). Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.

Kebijakan adalah sikap ihsan, *benevolence* yang merupakan tindakan yang memberi keuntungan bagi orang lain. Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan. Termasuk kedalam kebijakan dalam bisnis adalah sikap kesukarelaan dan keramahtamahan. Kesukarelaan dalam pengertian, sikap suka rela antara kedua pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian bisnis. Kedua belah pihak sama – sama mempunyai hak pilih atas transaksi dan tidak boleh bersegera memisahkan diri untuk menjaga jika ada ketidak cocokan, bahkan pembatalan transaksi. Hal ini ditekankan untuk menciptakan dan menjaga keharmonisan hubungan dan cinta mencintai antar sesama pelaku atau mitra bisnis. Adapun kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang

dilakukan tanpa adanya kecurangan sedikitpun. (Muhammad dan Fauroni, 2002 : 17 – 18).

6) Terpercaya (*Amanah*)

Amanah adalah prinsip etika fundamental Islam yang lain. Esensi amanah adalah rasa tanggung jawab, rasa memiliki untuk menghadap Allah SWT. Dan bertanggung jawab atas tindakan seseorang. Menurut Islam kehidupan manusia dan semua potensinya merupakan suatu amanah yang diberikan oleh Allah SWT kepada manusia. Islam mengarahkan para pemeluknya untuk menyadari amanah ini dalam setiap langkah kehidupan. Persoalan bisnis juga merupakan amanah antara masyarakat, individu, dan Allah SWT. Semua sumber bisnis akan menggunakan sumber daya bisnisnya dengan sangat efisien. (Makkasau, 2019 : 18 – 21).

2. **Bisnis Dalam Islam**

Bisnis merupakan suatu istilah untuk menjelaskan segala aktivitas berbagai intuisi dari yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari. Ebert, 1995 (dalam Sembiring, 2014 : 2) memaknai bisnis sebagai sekelompok orang yang memiliki tujuan memperoleh keuntungan dengan mengelola barang agar menghasilkan barang yang bagus dan layak. Bisnis menurut pandangan Ebert dilakukan dalam sejumlah orang, artinya lebih satu orang, dan senantiasa meraih keuntungan sebagai tujuan utamanya atau target bisnisnya. Dalam ilmu ekonomi bisnis dikatakan sebagai suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya untuk mendapatkan laba. (Sembiring, 2014 : 3).

Adapun dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas jual beli dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya baik barang atau jasa, tetapi dibatasi cara memperoleh dan menggunakannya. Artinya dalam mendapatkan harta

dan menggunakannya tidak boleh dengan cara-cara yang diharamkan Allah. Berbisnis menurut ketentuan syariat dan harus dibedakan antara halal dan haramnya atau yang hak dan yang bathil tidak boleh dicampurkan. Sesuai dengan firman Allah Qs. Al- Baqarah ayat 42 :

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Dan janganlah kamu campur adukkan kebenaran dengan kebatilan dan (janganlah) kamu sembunyikan yang hak itu, sedangkan kamu mengetahuinya”.

Berdasarkan ayat diatas, maka bisnis menurut ketentuan syariah tidak boleh bersifat liberal atau bebas, tetapi harus mengikuti norma halal, haram bahkan yang syubhat lebih baik di jauhi dari pada dilakukan. (Asmuni, Mujiatun, 2013 : 11-12).

Dalam Islam ada beberapa prinsip-prinsip bisnis yang sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW, yaitu :

a. *Costumer Oriented*

Dalam bisnis Rasulullah selalu menerapkan prinsip *costumer oriented*, yaitu prinsip bisnis yang selalu menjaga kepuasan pelanggan. Untuk melakukan prinsip tersebut Rasulullah menerapkan kejujuran, keadilan, serta amanah dalam melaksanakan kontrak bisnis. Jika terjadi perbedaan pandangan maka diselesaikan dengan damai dan adil tanpa ada unsur-unsur penipuan yang dapat merugikan salah satu pihak.

b. *Transparansi*

Prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam bisnis merupakan kunci keberhasilan. Apapun bentuknya, kejujuran tetap menjadi prinsip utama sampai saat ini. Transparansi terhadap konsumen adalah ketika seorang produsen terbuka mengenai mutu, kuantitas, komposisi, unsur-unsur kimia dan lainnya agar tidak membahayakan dan merugikan konsumen.

c. Persaingan yang Sehat

Islam melarang persaingan bebas yang menghalalkan segala cara karena bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Islam memerintahkan umatnya berlomba-lomba dalam kebaikan, yang berarti bahwa persaingan berarti tidak lagi berarti sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik bagi usahanya.

Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan jujur dengan kondisi barang dagangan serta melarang kolusi dalam persaingan bisnis karena merupakan perbuatan dosa yang harus dihindari.

d. *Fairness*

Terwujudnya keadilan adalah misi diutusnyanya para Rasul. Setiap ketidakadilan harus lenyap dari muka bumi. Oleh karena itu, Nabi Muhammad SAW selalu tegas dalam menegakkan keadilan termasuk keadilan dalam berbisnis. (Norvadewi, 2015 : 37-39).

Di dalam bisnis ada beberapa hal yang dilarang dalam prakteknya, antara lain :

a. *Riba*

Riba secara bahasa bermakna *ziyadah* yang artinya tambahan. Secara linguistik, *riba* berarti tumbuh dan membesar. Adapun secara teknis *riba* berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil. Secara umum *riba* diartikan sebagai pengambilan tambahan baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam meminjam secara batil atau bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam. (Mufraeni, 2011 : 62).

Riba merupakan sub sistem ekonomi yang berprinsip menguntungkan kelompok tertentu dan mengabaikan kepentingan masyarakat luas. Al-Qur'an hadir dengan nilai-nilainya untuk membangun kesejahteraan umat manusia yang seimbang antara

dunia dan akhirat antara individu dan masyarakat. Dalam aspek ekonomi dan bisnis, Al-Qur'an menawarkan prinsip keadilan dan kesucian yaitu melarang pemilikan harta yang terlarang *dzatiahnya* (haram), terlarang cara dan proses memperolehnya dan terlarang pada dampak pengolahannya jika merugikan pihak lain. (Muhammad dan Fauroni, 2002 : 154).

b. *Gharar*

Gharar adalah ketidakjelasan atau ketidakpastian dalam penetapan aturan dan persyaratan transaksi. Dengan demikian transaksi tersebut menjadi tidak transparan minimal bagi satu pihak. Menurut mazhab Imam Safi'i definisi *gharar* sebagaimana tertuang dalam kitab *Qalyubi wa Umairah*, "*gharar itu adalah apa-apa yang akibatnya tersembunyi dalam pandangan kita dan akibat yang paling mungkin muncul adalah paling kita takuti*".

Sedangkan menurut bahasa, makna *gharar* adalah *al-khida'* (penipuan), suatu tindakan yang di dalamnya diperkirakan tidak ada unsur kerelaan, *gharar* dari segi fikih berarti penipuan dan tidak dapat diserahkan.

Gharar terjadi apabila, kedua belah pihak saling tidak mengetahui apa yang akan terjadi seandainya transaksi tersebut dijalankan. Islam melarang transaksi demikian karena berpeluang salah satu pihak akan terzalimi. Untuk itu Islam menetapkan beberapa syarat sahnya jual-beli, yang tanpanya jual-beli dan kontrak menjadi rusak, diantara syarat-syarat tersebut adalah:

- 1) Timbangan yang jelas (diketahui dengan jelas berat jenis yang ditimbang).
- 2) Barang dan harga yang jelas dan dimaklumi (tidak boleh harga yang *majhul* (tidak diketahui ketika dibeli).
- 3) Ridha kedua belah pihak terhadap bisnis yang dijalankan.

Islam menekankan bahwa *gharar* merusak akad. Larangan *gharar* dalam bisnis Islam mempunyai peranan untuk menjaga atau menjamin keadilan. (Mufraeni, 2011 : 66 – 68)

c. *Maysir*

Maysir adalah perilaku berbau judi dalam setiap penetapan aturan dan persyaratan transaksi. *Maysir* juga didefinisikan sebagai perbuatan mempertaruhkan keuntungan semata-mata pada nasib tanpa suatu kepastian. Kaidah syariah yang melarang perbuatan *maysir* terdapat dalam Q.S. Al-Maidah ayat 90, “*Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi (al-maysir), berkorban untuk berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan*”. (Mufraeni, 2011 : 70).

3. Tujuan Bisnis Dalam Islam

Bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama, yaitu :

a. Target hasil : *profit-materi* dan *benefit-non materi*

Artinya bahwa bisnis tidak hanya untuk mencapai *profit* (*qimah madiyah* atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan *benefit* (keuntungan atau manfaat) non materi kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.

Benefit yang dimaksud tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga bersifat non materi. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada *qimah madiyah*. Masih ada tiga orientasi lainnya, yakni *qimah insaniyah*, *qimah khuluqiyah*, dan *qimah ruhiyah*. Dengan *qimah insaniyah*, berarti pengelola berusaha memberikan

manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial (sedekah), dan bantuan lainnya. *Qimah khuluqiyah*, mengandung pengertian bahwa nilai-nilai akhlak mulia menjadi suatu kemestian yang harus muncul dalam setiap aktivitas bisnis sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang Islami, bukan sekedar hubungan fungsional atau profesional. Sementara itu *qimah ruhiyah* berarti aktivitas dijadikan sebagai media untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

b. Pertumbuhan

Jika profit materi dan profit non materi telah diraih, perusahaan harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Upaya peningkatan ini juga harus selalu dalam koridor syariah, bukan menghalalkan segala cara.

c. Keberlangsungan

Target yang telah dicapai dengan pertumbuhan setiap tahunnya harus dijaga keberlangsungannya agar perusahaan dapat bertahan dalam kurun waktu yang lama.

d. Keberkahan

Semua tujuan yang telah dicapai tidak akan berarti apa-apa jika tidak ada keberkahan di dalamnya. Maka bisnis Islam menempatkan keberkahan dalam tujuan inti, karena ini merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia. Keberkahan ini menjadi bukti bahwa bisnis yang dilakukan oleh pengusaha muslim telah mendapat ridho dari Allah SWT., dan bernilai ibadah. (Zaroni, 2007 :182–183).

4. Harga Dalam Islam

a. Harga dalam perspektif Islam

Dalam konsep ekonomi Islam harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini tidak terjadi bila penjual dan pembeli tidak bersikap saling merelakan.

Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan kepentingannya atas barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, kemampuan pembeli untuk mendapatkan barang tersebut dari penjual. Dalam ekonomi Islam keseimbangan pasar mempertimbangkan beberapa hal:

- 1) Dalam konsep Islam monopoli, duopoli, oligipoli tidak dilarang keberadaannya selama mereka tidak mengambil keuntungan di atas keuntungan normal. Ini merupakan konsekuensi dari keseimbangan harga.
- 2) Kondisi pasar yang kompetitif mendorong segala sesuatunya menjadi terbuka. Allah berfirman dalam surat an-Nisa ayat 29 yang artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian saling dengan jalan yang batil kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kalian”*. Suka sama suka semakna dengan sama-sama merelakan keadaan masing-masing diketahui oleh orang lain, berarti produsen dan konsumen mengetahui secara langsung kelebihan dan kelemahan dari barang yang ada di pasar, maka menjadikan semua pihak mendapatkan kepuasan. Bila produsen menjual produknya tidak terbuka maka masyarakat akan cenderung merasa kurang puas, maka ia akan memilih produsen yang lain.
- 3) Produsen dilarang melakukan praktek perdagangan demi keuntungan pribadi dengan cara menapak pedangan di pinggir kota, mendapatkan keuntungan dari ketidaktahuan penjual dari satu kota terhadap harga yang berlaku di kota lain.
- 4) Konsep Islam melarang penimbunan karena alasan untuk mencari keuntungan dari kelangkaan barang di pasar. Al-Atsram meriwayatkan dari Abi Umamah yang mengatakan, *“Rasulullah saw telah melarang penimbunan makanan”*.

Kenaikan harga yang disebabkan kelangkaan akan mengakibatkan meningkatnya harga barang-barang yang tidak berkaitan secara langsung dengan barang-barang yang ditimbun, akibatnya harga barang lain juga naik. Sehingga tingkat konsumsi masyarakat akan menurun pada gilirannya akan mengurangi tingkat produksi.

- 5) Islam melarang kaum muslimin untuk bertidak curang. Bila penjual bertindak curang terhadap timbangannya. Ukuran, jenis dan nilai maka pengaruhnya terhadap pembeli adalah daya beli pembeli berkurang, dan meningkatkan nilai jual barang yang dibeli pembeli bila ia jual kembali. (Sudarsono, 2007 : 216 218).

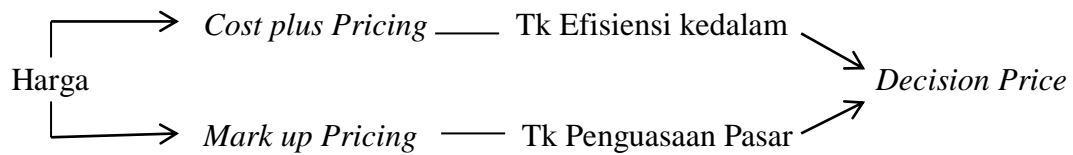
b. Etika Dalam Kebijakan Penentuan Harga

Hal ini berkenaan dengan berapa harga yang ditentukan dan diharapkan oleh pelaku bisnis terhadap pasar atau konsumennya sebagai harga yang pantas dan layak. Untuk menverifikasi harga yang pantas dan layak ini ada beberapa kriteria yang perlu dipertimbangkan. Setelah dikeluarkan biaya yang diperlukan untuk penyelenggaraan pengadaan input dan pembiayaan sampai dengan proses terbentuknya output yang dihasilkan jelas suatu proses pembentukan nilai output dan margin diperlukan oleh perusahaan untuk alat eksistensi, kontinyu, dan pertumbuhan.

Oleh karenanya landasan pertimbangan yang dipergunakan antara lain:

- 1) Seluruh beban cost oleh perusahaan yang semestinya.
- 2) Kemampuan daya beli masyarakat.
- 3) Alat kompetensi berlomba merebut simpati hati pasar (konsumen).
- 4) Keuntungan layak tidak berlebihan.

Gambar 2.1
Proses Menentukan Harga Oleh Perusahaan



Biaya yang secara optimal dikeluarkan atau dipergunakan untuk proses penyelenggaraan bisnis sejak dari pembiayaan sumber daya yang optimal bagi para pemilik sampai dengan proses rekayasa pembentukan nilai tambah atau produksi, maka pertimbangan yang berikutnya adalah pembebanan yang pantas pada pasar atau konsumen sebagai pihak yang menanggung keseluruhan biaya dan margin tertentu yang diharapkan oleh seluruh jaringan pelaku bisnis. Maka dikemukakanlah suatu penetapan seluruh komponen biaya pada seluruh pemilik sumber daya secara pantas, juga bagi pelaku bisnis pada tingkatan pengelola sumber daya ini menjadi output baru dengan margin tertentu yang diharapkan pada jaringan level ini yang akan dibebankan pada pasar atau konsumen dengan tingkatan margin yang pantas dan layak.

Dalam konteks ini secara ideal etika pembebanan biaya yang pada akhirnya dibebankan pada pasar secara kronologis telah diberikan kebebasan tertentu pada mekanisme pasar dan menguntungkan bagi semua pihak mendapat margin dan harga yang cukup layak.

Hal ini berlangsung pada tataran makro atau global. Sedangkan pada tatanan mikro, maka semua alur pemikiran proses pembentukan harga pada setiap lini jaringan alokasi sumber daya, tergantung pada keputusan pelaku bisnis yang bersangkutan. Artinya pada pelaku bisnis hendaknya tidak menentukan harga yang cenderung *maximising profit* sepihak sementara pihak lain

minimising profit. Ini tidak bisa diterima oleh akal sehat dalam konteks sama-sama untung (*win-win solution*). Etika penentuan harga secara Islami tidak berorientasi pada ketidakasilan dalam memperoleh nilai tambah ekonomi bagi pihak-pihak terkait. Etika penentuan harga secara Islami justru diorientasikan pada penentuan harga yang terstruktur menuju kepada pembagian kesejahteraan bagi untung yang seimbang dan adil sesuai dengan kontribusi peran dan kedudukan strategis masing-masing pihak. Di sinilah konsep etika penetapan harga yang benar secara etis dan menjadi orientasi ajaran Islam. (Muslich, 2004 : 100-102)

c. Penentuan Harga Dalam Islam

Dalam ekonomi Islam siapa pun boleh berbisnis. Namun demikian, dia tidak boleh melakukan *ikhtikar*, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga sekaligus melindungi hak keduanya. Islam membolehkan bahkan mewajibkan pemerintah melakukan intervensi harga, bila kenaikan harga disebabkan adanya distorsi terhadap permintaan dan penawaran. Kebolehan intervensi harga antara lain karena :

- 1) Intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat yaitu melindungi penjual dalam hal tambahan keuntungan (*profit margin*) sekaligus melindungi pembeli dari penurunan daya beli.
- 2) Bila kondisi menyebabkan perlunya intervensi harga, karena jika tidak dilakukan intervensi harga, penjual menaikkan harga dengan cara *ikhtikar* atau *ghaban faa hisy*. Oleh karenanya pemerintah dituntut proaktif dalam mengawasi harga guna menghindari adanya kezaliman produsen terhadap konsumen.

Dalam salah bagian dalam buku *Fatawa*, Ibnu Taimiyah mencatat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan konsekuensinya terhadap harga, diantaranya:

- 1) Keinginan masyarakat atas suatu jenis barang berbeda – beda. Keadaan ini sesuai dengan banyak dan sedikitnya barang yang diminta (al-Matlub) masyarakat tersebut.
- 2) Perubahan jumlah barang tergantung pada jumlah para peminta. Jika jumlah suatu jenis barang yang diminta masyarakat meningkat, harga akan naik dan terjadi sebaliknya, jika jumlah permintaannya menurun.
- 3) Itu juga akan berpengaruh atas menguatnya atau melemahnya tingkat kebutuhan atas barang karena meluasnya jumlah dan ukuran dari kebutuhan. Jika kebutuhan tinggi dan kuat, harga akan naik lebih tinggi dari pada peningkatan kebutuhan itu kecil atau lemah.
- 4) Disebabkan oleh tujuan dari kontrak adanya (timbang balik) pemilikan oleh kedua pihak yang melakukan transaksi. (Sudarsono, 2007 : 222 – 223).

5. Distribusi

a. Pengertian Distribusi

Distribusi Adalah salah satu aspek dari pemasaran. Distribusi juga dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang kepada konsumen, sehingga penggunaanya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). (Rosmita, Rosmayani, dan Putri, 2018 : 120)

Kegiatan distribusi merupakan sebuah proses pemindahan barang/ jasa dari suatu tempat ke tempat lain, dan memiliki tiga macam waktu komponen yaitu : waktu, tempat dan utilitas kepemilikan. Dalam menyalurkan produk, sebuah perusahaan

melakukan penjadwalan (*schedulling*) terhadap pendistribusian produk sehingga sampai ditangan konsumen. Schedulling adalah penjadwalan kegiatan, suatu kegiatan dijadwalkan kapan memulainya, berapa lama pengerjaan setiap tahap kegiatannya dan kapan selesainya. (Khiram dan Irawati, 2017 : 119). Distribusi dibagi menjadi 2 yaitu :

1) Distribusi langsung

Yaitu distribusi yang memindahkan barang/ jasa secara langsung dari produsen ke konsumen.

2) Distribusi tidak langsung

Yaitu distribusi yang menggunakan lebih dari satu perantara pemasaran yang memindahkan barang atau jasa antara produsen dan konsumen atau pengguna bisnis. (Reynold, 2015 : 531)

b. Fungsi Distribusi

Adapun fungsi distribusi dilakukan oleh badan usaha atau perorangan sejak pengumpulan barang dengan jalan membelinya dari produsen untuk disalurkan ke konsumen, berdasarkan hal tersebut maka fungsi distribusi terbagi atas :

1) Fungsi pertukaran, dimana kegiatan pemasaran atau jual beli barang atau jasa yang meliputi pembelian, penjualan, dan pengembalian resiko (untuk mengatasi resiko bisa dilakukan dengan menciptakan situasi perdagangan yang baik, mengasuransikan barang dagangan yang akan dan sedang dilakukan.

2) Fungsi penyediaan fisik, berkaitan dengan menyediakan barang dagang dalam jumlah yang tepat mencakup masalah pengumpulan, penyimpanan, pemilahan, dan pengangkutan.

3) Fungsi penunjang, ini merupakan fungsi yang berkaitan dengan upaya memberikan fasilitas kepada fungsi-fungsi lain agar kegiatan distribusi dapat berjalan dengan lancar, fungsi ini

meliputi pelayanan, pembelajaran, penyebaran informasi, dan koordinasi. (EA Mawarni, 2016).

c. Etika Dalam Kebijakan Distribusi

Fungsi distribusi adalah mempercepat sampainya barang di tangan konsumen atau pasar pada saat dibutuhkan. Sebab distribusi barang atau jasa segera sampai di tangan konsumen pada saat dibutuhkan atau diperlukan adalah prinsip yang tepat sesuai dengan maksud dan tujuan etika yang mempermudah untuk memperoleh barang saat dibutuhkan.

Sebagaimana diketahui bahwa prinsip-prinsip *distribution of product* ke masyarakat antara lain dimaksudkan untuk mencapai :

- 1) Ketepatan dan kecepatan waktu tiba di tangan konsumen.
- 2) Keamanan yang terjaga dari kerusakan.
- 3) Sarana kompetisi dalam kecepatan dan ketepatan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Jika bisnis melakukan penimbunan atas barang atau jasa yang notabe kegiatan ini sebenarnya tak sesuai dengan prinsip distribusi, maka akibat yang muncul selain di masyarakat tidak terdapat tersedianya barang atau jasa yang cukup dan tepat pada saat dibutuhkan, juga berakibat kelangkaan barang atau jasa pada saat dibutuhkan. Ini jelas-jelas sering terjadinya kelonjakan harga karena hukum pasar memang terbukti harga akan kian menaik. Penumpuk atau penahan barang dalam hal ini punya maksud untuk mendapat keuntungan maksimal dengan adanya kelangkaan barang di pasar. hal ini jelas dilarang menurut etika Islam. Oleh karena itu jaringan distribusi harus mendukung percepatan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen di pasar. Selain itu percepatan jaringan beredarnya barang di pasar akan membantu terhindarnya distorsi harga, dan menumpuknya barang pada daerah tertentu akan mengakibatkan melorotnya harga di daerah tersebut sebagaimana

yang sering terjadi pada anjloknya harga komoditi hasil-hasil pertanian di sebagian besar masyarakat pertanian.

Secara mikro percepatan distribusi akan membantu program promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan karena begitu barang diperkenalkan pada suatu daerah harus segera diikuti jaringan distribusi barang yang diperkenalkan secara cepat sehingga keinginan masyarakat atau pasar yang ingin segera memenuhi untuk membeli produk yang bersangkutan di suatu daerah terpencil atau jauh dari arena promosi itu akan segera disediakan pada saat yang lebih cepat dan tepat. (Muslich, 2004 : 103-105).

6. Usaha UMKM

a. Pengertian UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas pada masyarakat. UMKM mampu berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Berdasarkan UU No. 9 Tahun 1999 tentang Usaha Kecil sebagaimana diubah ke UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, maka pengertian UMKM dalam pasal 1 adalah sebagai berikut :

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

cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi Kriteria Usaha Kecil.

- 3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari Usaha Kecil atau Usaha Besar.
- 4) Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
- 5) Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia. (Hastuti dkk, 2020 : 158-159).

b. Kriteria UMKM

Pasal 6 UU No. 29 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut :

- 1) Kriteria Usaha Mikro
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Kriteria Usaha Kecil
 - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak

Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3) Kriteria Usaha Menengah

a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah). (Hastuti dkk, 2020 : 159).

c. Ciri-Ciri UMKM

1) Ciri-Ciri Usaha Mikro

a) Jenis barang atau komoditi usahanya tidak tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti.

b) Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tetap.

c) Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha.

d) Pengusaha atau SDM nya berpendidikan rata-rata sangat rendah, umumnya tingkat SD dan belum memiliki kewirausahaan yang memadai.

e) Umumnya belum mengenal perbankan tetapi lebih mengenal rentenir.

f) Tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki kurang dari 4 (empat) orang.

2) Ciri-Ciri Usaha Kecil

- a) SDM-nya sudah lebih maju, rata-rata pendidikannya SMA dan sudah ada pengalaman usahanya.
- b) Pada umumnya sudah melakukan pembukuan/ manajemen keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, dan sudah membuat neraca usaha.
- c) Pada umumnya sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya, termasuk NPWP.
- d) Sebagian besar sudah berhubungan dengan perbankan, namun belum dapat membuat perencanaan bisnis, studi kelayakan dan proposal kredit kepada bank, sehingga masih sangat memerlukan jasa konsultasi/ pendampingan.

3) Ciri – Ciri Usaha Menengah

- a) Pada umumnya sudah memiliki manajemen yang dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi.
- b) Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan.
- c) Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada jam sostek, pemeliharaan kesehatan dan lainnya.
- d) Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan dll.
- e) Sudah akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan.
- f) Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terdidik dan terlatih. (Anggraini, Nasution, 2013 : 109-110)

B. Penelitian Yang Relevan

Bagian ini memuat secara sistematis tentang hasil penelitian terdahulu terkait persoalan yang akan dibahas dalam penelitian ini. oleh karena itu peneliti memaparkan beberapa karya ilmiah yang terkait dengan penelitian ini, diantaranya :

Isnaini Nur Arifin, Mahasiswa IAIN Purwokerto (penelitian 2018) dengan judul “ Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada CV. Wahana Satria Purwokerto”. Penelitian ini didasarkan pada penerapan etika bisnis Islam yang diterapkan di CV. Wahana Satria, yang mana perusahaan ini merupakan sebuah perusahaan digital printing yang bertahan lama kurang lebih 24 tahun. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa CV. Wahana Satria sudah menerapkan etika bisnis Islam. Hal ini dapat dilihat dari lima konsep etika bisnis Islam yaitu : (1) keesaan, dengan memberikan pelayanan yang sama kepada konsumen. Mewajibkan karyawatnya menggunakan hijab dan mewajibkan melakukan pengajian rutin (pengajian Al-Qur’an dan motivasi) setiap hari serta mewajibkan seluruh karyawan untuk sholat tepat waktu dan berjamaah di mesjid khususnya karyawan laki – laki. (2) keseimbangan, dapat dilihat dari penetapan harga yang sesuai dengan standar dan kualitas perusahaan. (3) kehendak bebas, perusahaan memberikan kebebasan kepada konsumen untuk melakukan kontrak dengan perusahaan ini atau dengan perusahaan lain. (4) tanggungjawab, dengan menyelesaikan pesanan sesuai dengan perjanjian. (5) kebijakan, perusahaan menjadi donatur dan bertanggung jawab atas kelancaran semua masjid yang dekat dengan percetakan, mempunyai rumah Tahfis, mengadakan acara do’a bersama anak yatim ketika perusahaan telah mengadakan mesin baru, serta memberikan diskon kepada mereka yang mengajukan proposal kegiatan. Namun masih kekurangan dalam penerapan konsep keesaan dan kebijakan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu sama – sama meneliti tentang penerapan etika bisnis Islam. Perbedaan yaitu terletak pada rumusan masalah dan tempat yang diteliti, penelitian ini dilakukan

pada CV. Wahana Satria Purwokerto, sedangkan penulis meneliti pada UMKM Distribusi Jagung di Malampah, Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman.

Indra Aditya Makkasau, Mahasiswa IAIN Palopo, (penelitian 2019) dengan judul “ Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro Di Kelurahan Rampong kota Palopo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam pada Usaha Mikro di kelurahan Rampong kota Palopo. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa etika bisnis Islam yang tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, kebenaran, kebijakan, kejujuran, dan kepercayaan. Dapat disimpulkan bahwa pemilik usaha mikro di kelurahan Rampong kota Palopo telah menerapkan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu sama – sama bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam perusahaan. Perbedaannya yaitu terletak pada tempat usaha dan teknis analisis data yang digunakan penelitiannya. Yang mana penelitian ini bertempat di Usaha Mikro di kelurahan Rampong kota Palopo, sedangkan penulis meneliti di UMKM Distribusi Jagung di Malampah, Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman. Dalam penelitian ini menggunakan teknis analisis data menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menarik kesimpulan menggunakan teknik induktif, deduktif dan, komratif disamping itu digunakan pula analisis presentase dengan menggunakan rumus $P = \frac{F}{N} \times 100\%$, sedangkan penulis menggunakan teknis analisis data reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) dan penarikan kesimpulan.

Evi Susanti, Mahasiswa UIN Raden Fatah (penelitian 2017) dengan judul “ Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mabel di CV. Jati Karya Palembang”. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa etika atau perilaku yang diterapkan oleh CV. Jati Karya ini mayoritas mereka sudah menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam. Hal tersebut bisa dilihat pada masalah harga, produk, dan kulaitas barang

yang mereka jual. Para pembeli di CV. Jati Karya ini mendapat harga yang ekonomis, tidak murah dan tidak mahal. Mengenai barangnya, pembeli mendapatkan barang yang berkualitas dan mutu terjamin, tidak ada yang menggunakan sumpah dan tidak ada yang mengingkari perjanjian, mereka juga ramah dan sopan terhadap pembeli. Namun belum seratus persen maksimal. Seperti masih ada karyawan/i yang kurang ramah dan sopan terhadap pembeli, barang yang terkadang masih ada cacat fisik namun akan diperbaiki bila kesalahan dari pembeli itu sendiri. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu sama-sama meneliti tentang penerapan etika bisnis Islam, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian yang digunakan.

Muthmainnah, Mahasiswa UIN AR-Raniry Banda Aceh (Penelitian 2019) dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktik etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh dan untuk mengetahui bagaimana praktik etika bisnis Islam pada pedagang di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di pasar tradisional Peunanyong Banda Aceh belum sepenuhnya dijalankan terutama dari segi tanggung jawab, kebenaran, dan kejujuran serta masih mementingkan keuntungan semata”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu sama-sama meneliti tentang bagaimana penerapan etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya terletak pada rumusan masalah yang akan di bahas dimana selain untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis Islam, peneliti juga meneliti tentang tata cara penetapan harga dan akad transaksi yang di pakai di tempat yang diteliti, dan perbedaan yang kedua yaitu terletak pada tempat yang akan diteliti, penelitian ini dilakukan di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh, sedangkan penulis melakukan penelitian pada UMKM

Distribusi Jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah *field research* yaitu penelitian lapangan yang bersifat kualitatif, merupakan penelitian yang menggambarkan tentang penerapan etika bisnis Islam pada UMKM distribusi jagung di Malampah, Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman.

B. Latar dan Waktu Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada UMKM Distribusi Jagung di Malampah, Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman dilaksanakan mulai dari bulan November 2020 sampai dengan bulan Juni 2021.

Tabel 3.1
Rancangan Waktu Penelitian

Kegiatan	Tahun 2020 - 2021								
	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Aprl	Mei	Jun	Jul
Observasi Awal									
Penyusunan Proposal									
Bimbingan Proposal									
Seminar Proposal									
Revisi Siap Seminar									
Pengumpulan Data									
Pengolahan Data dan Analisis Data									
Bimbingan Skripsi									
Sidang Munaqasah									

Sumber: Data Diolah 2021

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa, menyelidiki suatu masalah yang sedang diteliti.

Pada penelitian ini yang menjadi instrumen penelitian adalah :

1. Instrumen utama (kunci) yaitu peneliti sendiri yang akan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penerapan etika bisnis Islam UMKM distribusi jagung, yaitu dengan melakukan wawancara secara langsung ke lapangan dan wawancara secara online.
2. Instrumen pendukung seperti, *field-note*, *camera*, dan lainnya yang dapat membantu untuk menunjang penelitian ini.
3. Daftar wawancara yang merupakan susunan daftar wawancara yang diperlukan.

D. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer dari penelitian ini adalah petani jagung dan pemilik usaha distribusi jagung di Malampah, Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman, dimana dalam hal ini penulis mewawancarai sebanyak tiga orang pemilik UMKM distribusi jagung dan 3 orang petani jagung di Malampah, Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman. Serta dua orang konsumen dari UMKM distribusi jagung tersebut.

2. Sumber Data Sekunder

Dokumen Data tertulis dan data pendukung lainnya pada usaha distribusi jagung yang ada di Malampah, Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka memperoleh data-data yang diperlukan untuk menunjang penelitian ini, penulis menggunakan teknik-teknik pengumpulan data yang terdiri dari :

1. Observasi

Observasi merupakan langkah pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara cermat dan sistematis atau disebut juga dengan metode pengamatan. Pengamatan yang penulis maksud yaitu mengamati keadaan yang terjadi dilapangan selama penulis melakukan penelitian pada UMKM distribusi jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu, pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Moleong, 2006 : 186). Wawancara yang penulis lakukan adalah mengajukan pertanyaan-pertanyaan lisan secara langsung kepada pimpinan, karyawan, petani jagung dan konsumen pada UMKM distribusi jagung tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang. Dalam penelitian ini dokumen diambil dari UMKM Distribusi Jagung Jorong Siparayo, Nagari Malampah, Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah penafsiran penelitian terhadap data dan pemecahan masalah-masalah yang telah diolah. Sehingga penulis mendapatkan gambaran secara umum mengenai Penerapan Etika Bisnis

Islam pada UMKM Distribusi Jagung di Malampah, Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman.

Adapun proses analisis data yang dipakai oleh penelitian ini adalah menggunakan metode Miles and Huberman, yaitu :

1. Reduksi Data (*data reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian Data (*data display*)

Langkah selanjutnya setelah mereduksi data adalah penyajian data (*data display*). Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, tabel, dan sejenisnya.

3. Penarikan Kesimpulan (*conclusion drawing/ verivication*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal dikemukakan masih bersifat sementara, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. (Sugiyono, 2013 : 247-253).

G. Teknik Keabsahan Data

Adapun teknik penjamin keabsahan data dalam penelitian ini yaitu melalui *triangulasi*. *Triangulasi* adalah teknik pemerisaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. *Triangulasi* yang digunakan yaitu dengan sumber. Sumber yang dimaksud adalah membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan dari suatu

informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. (Moleong, 2006 : 330). Untuk langkah awal penulis memperoleh data dari wawancara dan dokumentasi. Bila dengan teknik menguji menghasilkan data yang berbeda-beda, maka penulis melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi umum UMKM Distribusi Jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman

1. Sejarah UMKM Distribusi Jagung (Usaha Jagung Andi Nikardin)

Usaha Jagung milik Andi Nikardin merupakan usaha perorangan yang terletak di Kampung Siparayo, Malampah, Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman, usaha ini didirikan pada tahun 2015. Usaha jagung ini hanya memiliki empat orang tenaga kerja, yaitu satu orang pimpinan/ pemilik, satu orang sopir truk untuk mengangkut jagung, dan dua orang pekerja.

Awal mulanya usaha ini di buat hanya untuk mengolah jagung milik keluarga saja, karena pada saat itu keluarga Andi yang memang rata – rata pekerjaannya adalah bertani jagung. Usaha ini dirikan dengan tujuan agar jagung-jagung yang dihasilkan tidak perlu di letakkan ditempat orang lain lagi, yang mana hal tersebut akan menambah biaya yang akan dikeluarkan. Naman seiring berjalannya waktu akhirnya banyak juga dari petani-petani jagung yang lainnya meletakkan jagung di gudang jagung milik Andi ini untuk di olah dan dijual kepada konsumen.

Kegiatan yang dilakukan dalam usaha ini diantaranya yaitu jagung-jagung milik petani yang sudah di letakkan di gudang akan di olah dengan cara memisahkan biji-biji jagung dari tongkolnya, yang selanjutnya akan di jemur sampai jagung kering, setelah itu barulah jagung-jagung tersebut di kemas kedalam karung dan di timbang berapa beratnya, setelah itu barulah jagung akan dikirimkan kepada konsumen. (Wawancara dengan Andi Nikardin, Pemilik Usaha Jagung, 29 Mei 2021).

Tabel 4.1
Daftar Jumlah Jagung Yang Dikirimkan Kepada Konsumen
(Usaha Jagung Andi Nikardin)
Periode Januari-Mei 2021

No	Bulan	Banyak Jagung
1	Januari	36.000 kg/ 36 Ton
2	Februari	36.000 kg/ 36 ton
3	Maret	36.000 kg/ 36 ton
4	April	27.000 kg/ 27 ton
5	Mei	54.000 kg/ 54 ton
Jumlah		189.000 kg/ 189 ton

Sumber : Data Diolah 2021

2. Sejarah UMKM Distribusi Jagung (Usaha Jagung Dedi)

Usaha jagung Dedi berdiri dari tahun 2017, yang beralamat di Bungo Tanjung, Malampah, Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman. Usaha ini merupakan usaha milik perorangan. Sejauh ini pada tempat usaha jagung ini memiliki tiga orang pekerja dimana satu orang pemilik dan dua orang pekerja.

Awal mula usaha ini didirikan disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya yang pertama karena di daerah tersebut banyak masyarakat yang bertani jagung sehingga banyak jagung yang dihasilkan, jadi Dedi ini menemukan peluang usaha yang cukup menjanjikan, di tambah lagi karena memang ada kecukupan modal yang ada untuk membuka usaha. (Wawancara dengan Dedi, Pemilik Usaha Jagung, 26 Mei 2021).

Tabel 4.2
Daftar Jumlah Jagung Yang Dikirimkan Kepada Konsumen
(Usaha Jagung Dedi)
Periode Januari-Mei 2021

No	Bulan	Banyak Jagung
1	Januari	32.000 kg/ 32 ton
2	Februari	27.000 kg/ 27 ton
3	Maret	27.000 kg/ 27 ton
4	April	32.000 kg/ 32 ton
5	Mei	45.000 kg/ 45 ton
Jumlah		163.000 kg/ 163 ton

Sumber: Data Diolah 2021

3. Sejarah UMKM Distribusi Jagung (Usaha Jagung Lukman)

Usaha Jagung Lukman, didirikan pada tahun 2015 yang terletak di kampung Tabek Malampah, Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman. Usaha ini memiliki empat orang karyawan, yaitu satu orang pimpinan/ pemilik, dan 3 orang pekerja.

Dalam melaksanakan kegiatannya usaha jagung Lukman ini lebih berfokus kepada kegiatan pendistribusian jagung. kerja sama antara pemilik usaha dengan petani sangat erat disini, dimana petani akan memberikan kepercayaan penuh kepada pemilik usaha untuk mengolah dan menjualkan jagungnya kepada konsumen. (Wawancara dengan Irawati, Pemilik Usaha Jagung, 26 Mei, 2021).

Tabel 4.3
Daftar Jumlah Jagung Yang Dikirim Kepada Konsumen
(Usaha Jagung Lukman)
Periode Januari-Mei 2021

No	Bulan	Banyak Jagung
1	Januari	32.000 kg/ 32 ton
2	Februari	32.000 kg/ 32 ton
3	Maret	32.000 kg/ 32 ton
4	April	45.000 kg/ 45 ton
5	Mei	45.000 kg/ 45 ton
Jumlah		186.000 kg/ 186 ton

Sumber : Data Diaolah 2021

4. Peralatan dan Cara Pengolahan Jagung

- a. Peralatan yang digunakan
 - 1) Mesin penggiling jagung
 - 2) Alas untuk menjemur jagung
 - 3) Karung
 - 4) Timbangan
 - 5) Truk
- b. Cara pengolahan jagung
 - 1) Jagung milik petani yang sudah ada di gudang akan digiling untuk memisahkan biji jagung dari tongkolnya.
 - 2) Biji jagung yang sudah di pisahkan tersebut selanjutnya akan di cek kekeringannya.
 - 3) Apabila jagung tidak atau kurang kering, selanjutnya akan dijemur hingga kering.
 - 4) Apabila jagung tersebut sudah kering, selanjutnya jagung dimasukan ke dalam karung dan kemudian di timbang beratnya.

- 5) Setelah jagung ditimbang selanjutnya jagung akan dikirimkan kepada konsumen. (Wawancara dengan para pemilik UMKM distribusi jagung, pada 26 Mei 2021).

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada UMKM Distribusi Jagung Di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman.

Etika bisnis Islam sebagai tatanan praktis, bisa bertolak dari sebuah pertanyaan, sejauh manakah nilai-nilai dan norma-norma moral Islam telah dipraktikkan dalam berbisnis. Pada saat sekarang ini sebagian besar para pebisnis lebih mementingkan bisnis (korporat) dari pada kepentingan moral. Mereka lebih mengedepankan kepentingan diri sendiri dari pada kepentingan orang lain. Seorang pengusaha dalam etika Islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhoi oleh Allah SWT.

UMKM distribusi jagung yang ada di Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman merupakan usaha bisnis masyarakat yang bergerak di bidang pendistribusian jagung, namun sebelum melakukan mendistribusikan UMKM distribusi jagung ini terlebih dahulu melakukan pengolahan terhadap jagung yang akan di kirim/ dijual. Jagung-jagung ini merupakan jagung milik petani yang akan di olah dan di jualkan kepada konsumen.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di UMKM distribusi jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman. Dimana penulis menganalisis bagaimana penerapan etika bisnis pada UMKM distribusi jagung di tinjau dari prinsip etika bisnis Islam, yaitu :

a. Prinsip Kesatuan (Tauhid)

Kesatuan sebagai mana dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik

dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial. Selain itu prinsip tauhid juga dapat diartikan sebagai manusia yang benar-benar tunduk. Patuh dan berserah diri sepenuhnya atas apa yang menjadi kehendak-Nya. Adapun prinsip tauhid yang diajukan kepada pemilik UMKM distribusi jagung yaitu, Andi Nikardin beliau mengatakan :

“Dalam menjalan usaha yang paling penting bagi saya bukan hanya keuntungan saja melainkan ridho Allah atas usaha yang saya jalankan dan saya berharap apa yang saya kerjakan ini menjadi amal ibadah untuk saya dan keluarga saya nantinya, dan tentunya saya berharap kalau usaha yang saya jalankan ini dapat memperoleh keberkahan. Menjaga sholat adalah hal utama yang harus di jalankan, jangan sampai hanya karena sebuah kerjaan sholat kita jadi lalai, dan jangan lupa untuk bersedekah”

Sedangkan menurut Dedi (Pemilik UMKM Distribusi Jagung) mengatakan bahwa : *“ Ketika bekerja kalau memang sudah waktunya sholat, maka kita sholat dulu, tapi kadang – kadang ada juga lalainya ketika sedang menjemur jagung tapi tiba – tiba hujan dan waktu sholat sudah masuk, maka diangkat dulu jagungnya kalau tidak nanti bisa basah lagi”*

Menurut Irawati (Pemilik UMKM Distribusi Jagung) beliau mengatakan bahwa : *“Yang namanya usaha tentu kita mau untung tapi tidak dengan berlebihan juga, dan kalau mau usahanya jadi berkah ya kita harus menjalankan perintahnya, seperti jangan lupa sholat, bersedekah, dan membayar zakat”*.

Selain dengan pemilik wawancara juga dilakukan dengan Juli dan Sahren (karyawan usaha jagung Andi), beliau mengatakan *“Kalau masuk waktu sholat kita memang sholat dulu, biasanya sholat di surau karena surau juga dekat dari sini”*.

Dari hasil wawancara di atas dapat dilihat bahwa pemilik usaha jagung lebih mementingkan aturan-aturan dan tidak

menunda atau melalaikan kepentingan kepada Allah SWT, karena apabila sebuah usaha dijalankan sesuai dengan aturan-aturan dan ketentuan-ketentuan yang diperintahkan Allah SWT tentunya akan memperoleh keberkahan. Firman Allah dalam Qs. Yunus : 61

وَمَا تَكُونُ فِي شَأْنٍ وَمَا تَتْلُو مِنْهُ مِنْ قُرْآنٍ وَلَا تَعْمَلُونَ مِنْ عَمَلٍ إِلَّا
كُنَّا عَلَيْكُمْ شُهُودًا إِذْ تُفِيضُونَ فِيهِ ۗ وَمَا يَعْزُبُ عَنْ رَبِّكَ مِنْ مِثْقَالٍ
ذَرَّةٍ فِي الْأَرْضِ وَلَا فِي السَّمَاءِ وَلَا أَصْغَرَ مِنْ ذَلِكَ وَلَا أَكْبَرَ إِلَّا
فِي كِتَابٍ مُبِينٍ

“Kamu tidak berada dalam suatu keadaan dan tidak membaca suatu ayat dari al-Qur’an dan kamu tidak mengerjakan suatu pekerjaan, melainkan kami menjadi saksi atasmu di waktu kamu melakukannya. Tidak luput dari pengetahuan Tuhanmu biarpun sebesar zarah, baik di bumi maupun di langit. Tidak ada sesuatu yang lebih kecil dan yang lebih besar dari pada itu, melainkan semua yang tercatat dalam kitab nyata (Lauh Mahfuzh)”.

Ayat diatas menjelaskan kepada kita akan kemahakuasaan tuhan yang ilmu dan pengetahuan-Nya menguasai seluruh aktivitas manusia, tanpa kecuali dalam masalah bisnis. Karena itu bagi pebisnis muslim, firman ini merupakan salah satu sandaran tauhid yang akan membimbingnya ke arah aktivitas bisnis yang benar. (Djakfar, 2008 : 105-106).

b. Keseimbangan/ Keadilan

Prinsip keseimbangan mengajarkan manusia tentang bagaimana meyakini segala sesuatu yang di ciptakan Allah dalam keadaan seimbang dan serasi. Prinsip ini menuntut manusia bukan saja hidup seimbang, serasi dan selaras dengan dirinya sendiri tetapi juga menuntut manusia untuk mengimplementasikan ketiga aspek tersebut dalam kehidupan. Allah adalah sang pencipta seluruh yang ada di muka bumi ini dan ‘*adl* (keadilan) adalah salah satu sifatnya. Allah menganggap semua manusia itu sama

dihadapan-Nya dan memiliki potensi yang sama untuk berbuat baik, karena yang menjadi pembeda bagi-Nya hanya tingkat ketakwaan setiap individunya. Prinsip ini mengajarkan manusia untuk selalu berlaku adil dalam segala hal, terutama dalam konteks bisnis. (Alfaqiih, 2017 : 462).

Berdasarkan wawancara dengan pemilik UMKM distribusi jagung Andi (pemilik usaha jagung Andi), beliau mengatakan:

“Disini sistem pemberian gaji atau upah kepada karyawan itu berdasarkan berapa banyak jumlah jagung yang di kirim nanti, untuk 1 ton jagung sebanyak Rp.120.000,00, biasanya berat jagung yang di kirim dalam 1 truk seberat 9 ton”.

Wawancara selanjutnya kepada pemilik usaha jagung Dedi, beliau mengatakan :

“Disini pembagian upah itu sama rata, yaitu dengan menghitung berapa jumlah jagung yang akan dikirimkan setiap kali berangkat”.

Berikutnya wawancara dengan Irawati pemilik usaha jagung, beliau mengatakan :

“Kalau untuk gaji pekerja dibayarnya setiap kali akan mengirim jagung, karena nanti upahnya akan dihitung berdasarkan jumlah jagung yang dikirim itu. Rata-rata kalau disini kita mengirim jagung itu minimal satu kali dalam seminggu, itu kalau jagung lagi sedikit kadang-kadang juga bisa lebih”.

Berdasarkan wawancara diatas dapat dilihat prinsip keseimbangan dalam etika bisnis Islam sudah diterapkan pada UMKM disrtibusi jagung dengan cara memberikan upah dengan pembagian yang sesuai kepada karyawan dan memberikan harga yang sesuai kepada petani.

c. Kehendak Bebas

Dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan dalam dalam membuat suatu perjanjian, termasuk menepati atau

mengingkarinya. Seorang muslim yang percaya akan kehendak Allah, akan memuliakan janjinya sendiri.

Berdasarkan wawancara dengan Andi pemilik usaha jagung, beliau mengatakan :

“Kita tidak mengharuskan para petani untuk meletakkan jagungnya di gudang kita, begitupun untuk pekerja disini kan kerjanya tidak ada pakai kontrak jadi kalau mau izin untuk tidak bekerja pun tidak masalah, selama itu memang penting”.

Sedangkan menurut Dedi pemilik UMKM distribusi jagung (usaha jagung Dedi), beliau mengatakan *“Kita tidak pernah memaksa para petani harus menjual jagungnya pada kita, tapi kalau petani kita memberi modal untuk usaha memang harus kita juga yang olah dan jualkan hasil panennya, kalau tidak bisa rugi juga kita nanti”*.

Selanjutnya menurut Irawati kebebasan dalam usahanya yaitu *“Ketika kita membeli jagung kepada petani kita juga memberikan kebebasan kepada petani untuk menawar harga, tapi tetap sewajarnya, yang mana dengan harga itu tidak merugikan saya dan mereka, tetapi kalau untuk jagung yang di kirim dulu ke konsumen nanti harga yang diberikan sesuai penjualan jagung itu”*.

Wawancara selanjutnya dengan Numi (Petani Jagung, 26 Mei 2021) beliau mengatakan *“Kalau yang memberi modal bukan orang gudang, kita bebas mau menjual jagung dimanapun, kecuali kalau orang gudang yang kasih modal harus kita jual sama mereka, seperti kerja sama karena mereka sudah kasih modal”*.

Selain dengan petani wawancara juga dilakukan dengan konsumen yaitu Wendra (Konsumen Jagung, Juli 2021), beliau mengatakan *“Ketika membeli jagung kita berhak menawar harga sesuai dengan kondisi jagung yang dikirimkan”*.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa, penerapan etika bisnis Islam berdasarkan prinsip kehendak bebas sudah diterapkan dengan baik pada UMKM distribusi jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman. Dalam hal ini dapat dilihat para pemilik usaha UMKM distribusi jagung tidak memaksakan kepada petani untuk meletakkan jagung pada gudangnya dan dalam penentuan harga pun tetap diberikan kebebasan untuk menawar harga namun dengan sewajarnya tanpa merugikan kedua belah pihak. Sedangkan untuk karyawan tetap diberikan kebebasan untuk berpendapat. Seperti dibolehkan untuk meminta izin untuk tidak masuk bekerja selama hal tersebut memang penting untuk dilakukan.

d. Tanggung Jawab

Konsep tanggung jawab dalam Islam mempunyai sifat yang berlapis, dan terfokus pada tingkat mikro (individu) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial) yang mana kedua-duanya harus dilakukan bersama-sama. Selain itu dalam bisnis tanggung jawab sangat dibutuhkan dan ditampilkan secara transparan, keterbukaan dan kejujuran dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan dapat berjalan dengan baik. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pemilik UMKM distribusi jagung Andi Nikardin (Pemilik Usaha Jagung Andi) beliau mengatakan *“Kalau ketika bekerja untuk makan karyawan itu tanggung jawab kita, dan itu tidak termasuk gaji, ketika mengirimkan jagung ke konsumen kalau memang jagung itu tidak sesuai dengan pesanan kita akan ganti kembali, tapi biasanya hal ini jarang terjadi karena sebelum jagung dikirimkan akan di jelaskan dulu kepada konsumen tentang kondisi jagung tersebut”*.

Selanjutnya wawancara dengan Dedi (Pemilik Usaha Jagung Dedi) beliau mengatakan *“Tanggung jawab dalam menjalankan sebuah itu sangatlah penting, karena dengan*

bertanggung jawab orang-orang akan senang dan percaya kepada kita, di sini tanggung jawab yang kita lakukan yaitu dengan menjaga dan mengelola dengan baik jagung-jagung petani yang akan dikirimkan kepada konsumen”.

Sedangkan menurut Irawati (pemilik Usaha Jagung) beliau mengatakan *“Jagun- jagung milik petani ini harus kita urus dengan baik, dan kita pertanggung jawabkan karena menjaga kepercayaan itu adalah kunci dari keberhasilan sebuah usaha”.*

Dari hasil wawancara dengan pemilik UMKM distribusi jagung diatas dapat dilihat bahwa UMKM distribusi jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman sudah menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yaitu dari prinsip tanggung jawab, dimana dapat dilihat dalam menjalankan usahanya yaitu mengolah jagung petani untuk dikirimkan kepada konsumen mereka menerapkan prinsip tanggung jawab, dimana menurut mereka bertanggung jawab merupakan salah satu cara untuk menjaga kepercayaan konsumen/ petani, dan dengan adanya kepercayaan maka akan dapat menjalankan usahanya dengan baik.

e. Kebenaran, kebijakan dan Kejujuran

Kebenaran adalah nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari, meraih atau menetapkan keuntungan (laba). Prinsip ini juga mengajarkan seseorang dalam menjalankan aktivitas bisnisnya untuk dapat memberikan manfaat kepada orang lain yang salah satunya memiliki prinsip kejujuran dan kebijakan, jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya kecurangan sedikitpun.

Adapun wawancara yang dilakukan penulis kepada Andi Nikardin pemilik UMKM distribusi jagung (Usaha Jagung Andi)

beliau mengatakan *“Bagi saya kejujuran merupakan hal peting dalam menjalankan usaha, karena apapun yang kita kerjakan jujur adalah kunci utama dalam keberhasilan. Sebelum mengirimkan jagung kepada konsumen kita akan memberitahukan terlebih dahulu tentang kondisi jagung tersebut, apakah jagung itu termasuk kategori bagus, sedang atau buruk, dan dalam memberikan harga jual jagung kepada petani kita juga menyebutkan harga jual yang sebenarnya dari konsumen, tanpa ada di kurangkan atau pun dilebihkan”*.

Selanjutnya wawancara yang dilakukan dengan Dedi (Pemilik Usaha Jagung Dedi) dalam wawancara tersebut beliau mengatakan *“Sebelum jagung kita kirimkan ke konsumen kita akan memberitahukan terlebih dahulu kondisi jagungnya. Tetapi kadang – kadang kalau jagung yang bagusnya banyak dan yang tidak bagusnya sedikit maka kita akan tetap memasukkan jagung yang kurang bagus tersebut kedalam kategori bagus dengan cara di campurkan, karena kalau tidak begitu nanti harga jagungnya akan lebih murah”*.

Sedangkan menurut Irawati (Pemilik Usaha Jagung Lukman) beliau mengatakan *“Sebelum jagung dikirim ke konsumen terlebih dahulu akan ditimbang, dalam melakukan penimbangan kita melakukan pencatatan yang sebenar-benarnya berapa berat jagung yang tertera segitulah yang akan dicatat. Saya selalu mengatakan kepada karyawan saya untuk tidak berbuat curang terutama ketika menimbang jagung, ataupun pekerjaan lainnya. Karena dengan kita berbuat jujur maka orang akan percaya dan senang berurusan dengan kita”*.

Wawancara selanjutnya dengan Lelen (Konsumen Jagung, Juli 2021), beliau mengatakan *“Ketika membeli jagung yang dikirimkan kita sering tertipu dengan jenis dan tingkat kekeringan jagungnya, adanya yang mencampur jagung bagus dan jagung*

tidak bagus yang biasanya jagung yang tidak bagus itu di letakkan di tengah-tengah. Karena waktu mencek kita tidak mungkin mencek setiap karung yang ada. Akan tetapi untuk berat jagung kiat akan melakukan penimbangan kembali jadi tidak ada kecurangan dalam jumlah beratnya”.

Dari hasil wawancara diatas dapat dilihat bahwa UMKM distribusi jagung yang ada di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman sudah menerapkan prinsip kejujuran dalam etika bisnis Islam ketika menjalankan usahanya, seperti jujur dalam memberitahukan kondisi jagung yang akan di jual kepada konsumen, jujur dalam melakukan penimbangan. Akan tetapi prinsip kejujuran tersebut juga belum sepenuhnya dijalankan contohnya pada usaha jagung Dedi usaha tersebut masih ada melakukan kecurangan dengan mencampurkan jagung yang kurang bagus dengan jagung yang bagus untuk dikirimkan kepada konsumen.

f. Terpercaya (*Amanah*)

Amanah adalah rasa tanggung jawab, rasa memiliki untuk menghadap Allah SWT. Dan bertanggung jawab atas tindakan seseorang. Islam mengarahkan para pemeluknya untuk menyadari amanah ini dalam setiap langkah kehidupan, termasuk juga persoalan bisnis yang merupakan amanah antara masyarakat, individu, dan Allah SWT.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik UMKM distribusi jagung, yang pertama yaitu Andi (Pemilik Usaha Jagung Andi) beliau mengatakan *“Dalam menjalankan sebuah usaha selain kejujuran amanah adalah yang harus di jaga dan diterapkan, apabila petani mempercayakan untuk mengolah jagungnya kepada kita maka kita harus menjaga kepercayaan itu dengan tidak melakukan hal – hal yang membuat kepercayaan itu hilang”.*

Selanjutnya wawancara dengan Dedi (Pemilik Usaha Jagung Dedi) beliau mengatakan *“Apa yang dipesan konsumen, maka itu lah yang harus kita kirimkan, dan dalam mengirim jagung petani kepada konsumen harus di jaga dengan baik karena itu adalah amanah yang harus kita pertanggung jawabkan”*.

Menurut Irawati (Pemilik Usaha Jagung Lukman) mengatakan *“Bertanggung jawab terhadap jagung petani dan bertanggung jawab dalam mengirimkan barang sesuai pesanan konsumen merupakan salah satu cara menjaga kepercayaan konsumen kepada kita”*.

Dari hasil wawancara diatas dapat dilihat penerapan prinsip terpercaya (amanah) dalam etika bisnis Islam di UMKM distribusi jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman sudah diterapkan dengan baik, contohnya para pemilik UMKM distribusi jagung ini sangat menjaga kepercayaan konsumen dan petani dengan cara tidak melakukan kecurangan, menjaga dan mengolah jagung dengan baik, serta mengirimkan pesanan konsumen sesuai dengan apa yang dipesan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan tentang penerapan etika bisnis Islam, UMKM Distribusi Jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari ini juga sudah menerapkan prinsip-prinsip berbisnis seperti yang diajarkan Rasulullah Saw, diantaranya :

a. *Costumer Oriented*

Yaitu prinsip bisnis yang selalu menjaga kepuasan pelanggan. Untuk menjaga prinsip tersebut Rasulullah menerapkan kejujuran, keadilan, serta amanah dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya. Pada UMKM Distribusi Jagung dapat dilihat berdasarkan prinsip etika bisnis Islam usaha tersebut sudah menerapkan prinsip kejujuran, keadilan serta amanah dalam kegiatan usahanya, seperti tidak menutup-nutupi kondisi jagung kepada konsumen, tidak memanipulasi harga, dan menjaga

kepercayaan konsumen dan petani dalam bekerja. akan tetapi pada prinsip kejujuran masih ada kekurangan karena masih ada para pemilik usaha yang melakukan kecurangan dan tidak jujur terhadap konsumen.

b. Transparasi

Transparasi adalah ketika seseorang produsen terbuka mengenai mutu, kuantitas, komposisi, dan unsur-unsur lainnya agar tidak membahayakan dan merugikan konsumen. Pada UMKM Distribusi Jagung prinsip transparasi ini sudah diterapkan meskipun belum sepenuhnya, karena masih ada pemilik UMKM Distribusi Jagung yang melakukan tindakan kecurangan.

2. Mekanisme Penetapan Harga Pada UMKM Distribusi Jagung Di Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan di lapangan bahwa UMKM Distribusi Jagung merupakan usaha atau bisnis yang kegiatannya usahanya yaitu mengirimkan jagung petani kepada konsumen, namun sebelum dikirimkan kepada konsumen jagung tersebut di olah terlebih dahulu. Ketika mengirimkan jagung kepada konsumen harga jagung tersebut belum jelas dan belum ditetapkan kepada petani, biasanya harga jagung akan ditetapkan setelah jagung dikirimkan kepada konsumen. Dalam hal ini dapat dikatakan harga jual jagung petani belum jelas.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pemilik UMKM distribusi jagung Andi Nikardin (Usaha Jagung Andi) beliau mengatakan *“Kalau harga beli jagung kepada petani itu ditentukan setelah jagung tersebut kita kirimkan kepada konsumen, dan hal tersebut memang sudah disepakati sejak awal, berapa harga jagung yang beli konsumen nanti itu lah harga yang ditetapkan kepada petani”*.

Menurut Dedi (Pemilik Usaha Jagung Dedi) beliau menjelaskan bahwa *“Untuk harga beli jagung kepada petani di berikan setelah jagung kita kirimkan kepada konsumen, dan harga tersebut adalah harga jual jagung kepada konsumen”*.

Sedangkan Irawati (Pemilik Usaha Jagung Lukman), beliau mengatakan *“Dalam menentukan harga jagung kepada petani kita harus mengirim dulu jagungnya kepada konsumen barulah harga dapat ditetapkan, dan dalam penetapan harga ini memang sudah kita sepakati dengan petani jagung, karena kalau menentukan harga di awal tidak bisa dilakukan sebab harga jagung yang sering berubah – rubah”*.

Dari hasil wawancara di atas dapat dilihat bahwa UMKM distribusi jagung yang ada di Malampah Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman ini dalam penetapan harganya dilakukan dengan cara mengirimkan/ menjual dulu jagung-jagung petani ke pada konsumen barulah harga tersebut dapat ditetapkan. Dalam menentukan harga ini sistem yang dipakai memang sudah di sepakati dari awal dengan petani. Seperti yang dikatan oleh Kabar salah seorang petani jagung *“Untuk penentuan harga jagung biasanya setelah jagung dijual ke payakumbuh, sistem yang seperti ini memang sudah lama dipakai, karena kalau harganya ditentukan di awal kadang-kadang harga jagung naik, kadang-kadang juga turun tergantung rezeki kita juga, kalau harga naik kita jadi untung kalau harga turun ya kita rugi”*.

Dalam konsep ekonomi Islam harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini tidak akan terjadi bila penjual dan pembeli tidak saling merelakan. Etika penentuan harga secara Islami tidak berorientasi pada ketidakadilan dalam memperoleh nilai tambah ekonomi bagi pihak-pihak terkait. Etika penentuan harga secara Islami diorientasikan pada penentuan harga yang terstruktur menuju kepada pembagian kesejahteraan dan

bagi untung yang simbang dan adil sesuai dengan kontribusi peran dan kedudukan strategis masing-masing pihak.

Berdasarkan wawancara dengan para pemilik UMKM distribusi jagung tentang cara pengambilan keuntungan dari harga yang ditetapkan terhadap jagung petani yang di olah dan dikirimkan sebagai berikut:

Wawancara dengan Andi (Pemilik Usaha Jagung Andi) beliau mengatakan *“Keuntungan diambil dari persenan harga jual jagung, dimana dalam 1 kg jagung akan diambil 8% dari harga jual jagung tersebut. Contohnya harga jual jagung kepada konsumen Rp.5.000 per kg, harga jagung tersebut akan dipotong 8% hingga harga bersih yang diberikan kepada petani adalah Rp.4.600. Dari 8% persen harga jual tadi merupakan keuntungan bagi kami, dan 8% tersebut termasuk kedalam gaji pekerja dan biaya untuk truk pengantar jagung tersebut.”*

Wawancara selanjutnya dengan Dedi (Pemilik Usaha Jagung Dedi), beliau mengatakan *“Dalam pengambilan keuntungan ditentukan berdasarkan persenan dari harga jual jagung, biasanya 10% dari harga jual jagung. Sisa dari potongan harga tersebut merupakan harga jual bersih jagung yang ditetapkan kepada petani. 10% persen ini termasuk untuk gaji pekerja dan biaya truk”*.

Sedangkan menurut Irawati (Pemilik Usaha Jagung Lukman), beliau mengatakan *“Keuntungan dari usaha ini di dapatkan dari persenan harga jual jagung petani, dan dalam persenan itu termasuk gaji pekerja dan biaya truk”*.

Selain dengan pemilik UMKM distribusi jagung, wawancara juga dilakukan kepada petani jagung Bapak Kabar dan Ibuk Numi, menurut mereka pemotongan harga jual pada jagung mereka merupakan hal wajar karena itu juga merupakan biaya atas jasa yang diberikan, dan harga yang dipotong tidak terlalu besar. Mereka juga mengatakan kalau mengolah jagung sendiri tidak akan sanggup ditambah lagi biaya untuk mengirimkannya kepada konsumen.

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa penetapan harga dan pengambilan keuntungan pada UMKM distribusi jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman sudah sesuai dengan etika penentuan harga dalam Islam, karena dalam penetapan harga dan pengambilan keuntungannya jelas dan tidak berlebihan/tidak mengambil keuntungan di atas keuntungan normal.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis dengan pemilik UMKM distribusi jagung yaitu Bapak Andi, Bapak Dedi, dan Ibu Ira Wati, mereka mengatakan bahwa dalam memberitahukan harga jual jagung kepada konsumen dilakukan dengan jelas dan disertai dengan bukti harga jual jagung tersebut seperti kuitansi penjualan.

Mekanisme penetapan harga pada UMKM distribusi jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman bila dikaitkan dengan etika bisnis dalam Islam maka sudah memenuhi prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu pada prinsip kebenaran dan kejujuran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada UMKM Distribusi Jagung Di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman”. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penerapan etika bisnis Islam pada UMKM Distribusi Jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman dapat dilihat dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu :
 - a. Kesatuan (tauhid), para pemilik UMKM distribusi jagung dalam menjalankan usahanya menerapkan prinsip syariah, mengutamakan sholat tepat waktu, bersedekah dan membayar zakat dari hasil usahanya.
 - b. Keseimbangan/ keadilan, memberi gaji karyawan dengan adil, serta harga jagung yang ditetapkan kepada petani sesuai dengan harga pasaran.
 - c. Kehendak bebas, perusahaan memberikan kebebasan kepada karyawan untuk berpendapat, perusahaan juga membebaskan para petani untuk bekerja sama dengan tempat lain, dan perusahaan juga memberikan kebebasan kepada konsumen dan petani untuk menawar harga dan membeli jagung kepada perusahaan lain.
 - d. Tanggung jawab, perusahaan akan bertanggung jawab penuh atas jagung petani yang di olahnya sampai mengirimkan jagung tersebut kepada konsumen, perusahaan bertanggung jawab untuk biaya makan karyawan ketika bekerja. Perusahaan akan mengirimkan barang sesuai dengan pesanan konsumen.
 - e. Kebenaran dan kejujuran, perusahaan jujur dalam memberitahukan kondisi jagung yang akan dikirimkan kepada konsumen, jujur dalam melakukan penimbangan jagung, jujur dalam membayar gaji karyawan, jujur ketika memberitahukan harga jual jagung kepada petani.

- f. Terpercaya (*amanah*), para pemilik UMKM distribusi jagung sangat menjaga kepercayaan petani dan konsumen dengan tidak melakukan kecurangan dalam bekerja.

Penerapan etika bisnis Islam di UMKM distribusi jagung dilihat dari prinsip – prinsip etika bisnis Islam sudah cukup baik. Namun masih ada kekurangan yaitu pada prinsip kejujuran dimana masih ada pemilik UMKM distribusi jagung ini yang tidak jujur tentang kondisi jagungnya.

2. Penentuan atau penetapan harga jagung pada UMKM Distribusi Jagung di Malampah Kecamatan Tigo Nagari, Kabupaten Pasaman, dilakukan setelah jagung dikirimkan/ dijualkan kepada konsumen, dan harga itulah yang merupakan harga beli jagung petani tersebut, namun terlebih dahulu dilakukan kesepakatan dengan petani.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka penulis memberikan saran kepada pemilik UMKM distribusi jagung, yaitu :

1. Terkait tentang pemahaman etika bisnis dalam Islam, sebaiknya pemilik UMKM distribusi jagung lebih memahami lagi bagaimana etika dalam berbisnis yang sesuai dengan syariat Islam dan bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam yaitu prinsip kesatuan, keseimbangan/ keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, kebenaran/ kejujuran, dan terpercayaa.
2. Tidak melakukan kecurangan baik itu kepada konsumen ataupun kepada petani.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alfaqih, A. 2017. Prinsip – Prinsip Praktik Bisnis Islam Bagi Pelaku Usaha Muslim. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*. Vol 24 (3) : 462.
- Angraini, D. dan S. H. Nasution. 2013. Peranan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bagi Pengembangan UMKM di Kota Medan (Studi Kasus Bank BRI). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol 1 (3) : 109 – 110.
- Anindya, A. D. 2017. Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua. *Jurnal At-Tawassuth* Vol. II (2) : 394.
- Asmuni, dan S. Mujiatun. 2013. *Bisnis Syariah Suatu Alternatif Pengembangan Bisnis Yang Humanistik dan Berkeadilan*. Perdana Publishing. Medan.
- Baidowi, A. 2011. Etika Bisnis Perspektif Islam. *Jurnal Hukum Islam* 9 (2) : 3
- Barus, E. E. dan Nuriani. 2016. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan Wong Solo Medan. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* Vol. 2 (2) : 130 -131.
- Djakfar. M. 2008. *Etika Bisnis Islami : Tatanan Teoritis dan Praktis*. UIN-Malang Press. Malang.
- Fauzia, Y.I. 2018. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Kencana. Jakarta.
- Hardjanto, I., dan Amirullah. 2005. *Pengantar Bisnis*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Hastuti, P., A. Nurofik, A. P. A. Hasibuan, H. Ariwibowo, A. I. Faried, Tasnim, A. Sudarso, I. R. Soetijono, D. H. Saputra, J. Simarmata. 2020. *Kewirausahaan dan UMKM*. Yayasan Kita Menulis. Medan.
- Haurissa, J. L., dan M. Praptiningsih. 2014. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada PT. Maju Jaya di Pare Jawa Timur. *Jurnal Agora* Vol. 2 (2).
- Khiram, H. dan W. Irawati. 2017. Analisis Perencanaan Sistem Distribusi Pada PT. Lafarge Cement Indonesia Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* Vol. 2 (1).
- Kotler, P., Garry, A. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Terjemahan Damos Sihombing*. Erlangga. Jakarta.

- Makkasau, A. I. 2019. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro Di Kelurahan Rampoang Kota Palopo. *Skripsi*. Program Sarjana Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Mawarni EA. 2016. Pengertian Distribusi. <http://etheses.iainkediri.ac.id>931.pdf>. /diakses pada tanggal 6 Januari 2020.
- Moleong, J. L. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mufraini, A.F., B. Setyanto, dan S.W. Romdlon. 2011. *Etika Bisnis Islam*. Gramata Publishing. Jakarta.
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. Yogyakarta.
- Muhammad, dan R. L. Fauroni. 2002. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Salemba Diniyah. Jakarta.
- Mulyaningsih, & T. Hermina. 2017. *Etika Bisnis*. CV Kimfa Mandiri. Bandung.
- Muslich. 2004. *Etika Bisnis Islami : Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif*. Ekonisia. Yogyakarta.
- Nawatmi, S. 2010. Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Fokus Ekonomi* Vol. 9 (1) : 51.
- Norvadewi. 2015. Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip, dan Landasan Normatif). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 01 (01) : 37-39.
- Nugroho, A. dan A. Arijanto. 2015. *Etika Bisnis (Business Ethic) Pemecahan Teori Secara Komprehensif dan Implementasinya*. PT Penerbit IPB Press. Bogor.
- Reynold, Y. M. dan A. Haris. 2015. Perancangan Sistem Aplikasi Manajemen Distribusi Barang Gudang PT. Bank Artha Graha International Tbk Berbasis Web. *Jurnal Ilmiah Media Processor* Vol. 10 (02) : 531
- Rosmita, R. dan M. A. Putri. 2018. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Usaha Kecil Menengah (UKM) pada Kue Bangkit “Syempana” di Kota Pekan Baru. *Jurnal Valuta*. Vol. 4 (2) : 120
- Sembiring, Rasmulia. 2014. *Pengantar Bisnis*. La Goods Publishing.
- Sudarsono, H. 2007. *Konsep Ekonomi Islam*. Ekonisia. Yogyakarta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.

Tarigan, A. A. 2016. *Dasar – Dasar Etika Bisnis Islam*. E-book. Febi Pers.

Zaroni, N. A. 2007. Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi). *Jurnal Mazahib* Vol. 4 (2) : 182 – 183)