

## ETIKA BISNIS ISLAM: IMPLEMENTASI PADA UMKM WIRUSAHAWAN KRUPUK TAYAMUM DI DESA SARIREJO KEC. KALIWUNGU KAB. KENDAL

**Abu Lubaba**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Walisongo  
e-mail: abulubaba@gmail.com

**Ari Kristin Prasetyoningrum**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Walisongo  
e-mail: ari\_kristin@walisongo.ac.id

### ABSTRACT

*Sarirejo village is one of the villages in Kaliwungu District, which is predominantly Muslim. Sarirejo village is the largest industrial village of UMKM in Kendal area, the famous tayamum crackers. Many entrepreneurs justify all means, so it's good to go back to see the boundaries of sharia business practices. However, there are some business entrepreneurs who are incompatible with Islamic business ethics in doing business. As for unethical business conduct include not keeping promises, covering the weakness of the product. This research is field research by using phenomenology approach. Methods of data collection are observation, interview and documentation. Then analyzed by qualitative descriptive analysis. The results of this study indicate that business ethics conducted by entrepreneurs in Sarirejo village in general have been doing business ethics in the production taught in Islam are: honest, fair, keep promises, and cleanliness in the production process. However, some still do not conform to Islamic business ethics that is dishonest by mixing new and old products, differentiating buyers and customers and not cleaning the sand used as a material for frying crackers.*

**Keywords:** *Islamic Bussiness Ethics, Entrepreneur, Behavior*

### PENDAHULUAN

Manusia berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhannya yang terkadang mereka tidak mempertimbangkan kepentingan orang lain dan menjadikan manusia yang matrealistis serta meninggalkan norma-norma kemanusiaan dan nilai-nilai kemanusiaan. Manusia untuk memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas, menjalin hubungan dengan cara melakukan kerja sama dengan orang lain yaitu melakukan penawaran dan permintaan (*supply and demand*) untuk mengantisipasi globalisasi ekonomi dan menguatkan kekuatan pasar agar mampu dalam bersaing yang dikenal dengan istilah bisnis (Panuju, 1995)

Bisnis dalam Islam akan membawa wirausaha muslim kepada kesejahteraan dunia dan akhirat dengan selalu memenuhi standar etika perilaku bisnis, yaitu: takwa, kebaikan, ramah dan amanah. Ketaqwaan seorang wirausaha muslim adalah harus tetap mengingat Allah dalam kegiatan berbisnisnya, sehingga dalam melakukan kegiatan bisnis seorang wirausahawan akan menghindari sifat-sifat yang buruk seperti curang, berbohong, dan menipu pembeli. Seorang yang taqwa akan selalu menjalankan bisnis dengan keyakinan bahwa Allah selalu ada untuk membantu bisnisnya jika dia berbuat baik dan sesuai dengan ajaran Islam. Ketaqwaan diukur dengan dengan tingkat keimanan, intensitas dan kualitas amal salehnya. Apabila dalam bekerja dan membelanjakan harta yang diperoleh dengan cara yang halal dan

dilandasi dengan keimanan dan semata-mata mencari ridha Allah, maka amal saleh ini akan mendapatkan balasan dalam bentuk kekuasaan didunia, baik kuasa ekonomi maupun kekuasaan sosial atau bahkan kekuasaan politik (Hasan, 2009).

Islam memberikan keleluasaan kepada kita untuk menjalankan usaha ekonomi, perdagangan atau bisnis apapun sepanjang bisnis (perdagangan) itu tidak termasuk yang diharamkan oleh syariah Islam, sebagaimana hadis Rasulullah SAW berikut:

عَلَيْكُمْ بِالتَّجَارَةِ فَإِنَّ فِيهَا تِسْعَةَ أَشْهُارِ الرِّزْقِ

Artinya :

"Hendaklah kalian berdagang karena berdagang merupakan sembilan dari sepuluh pintu rezeki". (HR. Ibrahim Al-Harbi).

Maksud dari hadis tersebut adalah Allah membuka sepuluh pintu rezeki/harta, Sembilan diantaranya adalah dari dari bisnis. Bila dikaji lebih dalam dalam hadis tersebut mengandung makna bahwa strategi bisnis itu terletak pada banyaknya kesempatan untuk melakukan kebajikan, sejajar dengan peluang untuk melakukan kecurangan di dalamnya.

Oleh karena itu agar wirausahawan merasa aman dalam menjalankan bisnis (perdagangan) nya, maka ada baiknya kita ajak kembali untuk melihat batasan-batasan syariah yang berkenaan dengan praktik bisnis ini (Abdullah, 2011).

Untuk memulai dan menjalankan bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena mengimplementasikan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh keuntungan materil dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah (Djakfar, 2007).

Etika bisnis Islami merupakan suatu norma yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadits yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku serta membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis (Muhammad, 2004).

Dengan demikian antara etika dan bisnis merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Dalam ekonomi Islam visi misi bisnis tidak hanya berorientasi pada maksimalisasi laba seperti halnya pada kaum kapitalis yang berprinsip dengan biaya rendah dapat menghasilkan keuntungan yang besar, melainkan visi misi bisnis Islami lebih mengedepankan manfaat dari suatu produk serta keberkahan dalam memperoleh keuntungan (Chapra, 2000).

Akan tetapi, kenyataan yang ada sekarang telah terjadi pergeseran dalam berbisnis syariah, misalnya banyak pelaku bisnis yang terlibat dalam transaksi riba, mengurangi timbangan atau takaran, gharar, penipuan, penimbunan, skandal, korupsi, kolusi, dan ijon. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis syariah yang dijalankan masih belum bisa diterapkan di kalangan masyarakat sehingga terjadilah persaingan yang tidak sehat diantara para pelaku bisnis (Djakfar, 2007).

Dengan adanya hal tersebut peneliti ingin mengetahui apakah wirausahawan muslim yang tinggal di Desa Sarirejo Kec Kaliwungu Kab Kendal dengan mayoritas pelaku bisnisnya beragama Islam sudah paham dan menerapkan etika bisnis Islam sebagai landasan kegiatan bisnisnya.

## MATERI DAN METODE PENELITIAN

### Etika Bisnis

Menurut Burhanudin Salam sebagaimana dikutip oleh Johan Arifin menyebutkan bahwa etika merupakan satau ilmu yang membahas mengenai permasalahan tingkah laku manusia untuk mengetahui mana yang dapat dinilai baik dan mana yang dapat dinilai jahat (Arifin, 2009).

Kunci sukses dalam hal bisnis yaitu terletak pada etika Islam yang diterapkan dalam bisnis tersebut. Secara normatif dapat dijelaskan bahwa dalam aspek ekonomi dan bisnis terdapat 5 prinsip etika bisnis yang harus melandasi suatu bisnis yaitu:

#### 1. Kesatuan/Tauhid (*unity*)

Menurut Syed Nawab Naqwi R. Lukman Fauroni, kesatuan di sini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial menjadi suatu *homogeneous whole* atau keseluruhan homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh (Muhammad dan Fauroni, 2002).

Kesatuan merupakan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk suatu kesatuan yang harmonis. Berdasarkan prinsip tersebut maka pebisnis muslim harus memiliki kecerdasan spiritual dalam melakukan aktivitas bisnisnya. Sebagai seorang pebisnis muslim menjalankan bisnis merupakan ibadah yang harus dimulai dengan niat yang suci. Rasulullah selalu bertaqwa kepada Allah dan tidak pernah memomorduakan ibadah. Dengan

bertaqwa akan melahirkan para pelaku bisnis yang memiliki kepribadian taat beragama, selalu berbuat baik dan tidak pernah mau melakukan perbuatan tercela dalam aktivitas bisnisnya. Implikasi dari kecerdasan spiritual tersebut akan menciptakan kemajuan bisnis, mensejahterakan keluarga, bangsa dan Negara (Abdullah, 2011).

Penerapan konsep ini, maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak akan melakukan paling tidak tiga hal sebagai berikut: *pertama*, menghindari adanya diskriminasi terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapa pun atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama. *Kedua*, menghindari terjadinya praktek-praktek kotor bisnis, hal ini dimaksudkan agar para pelaku bisnis senantiasa takut akan segala larangan yang telah digariskan. *Ketiga*, menghindari praktek menimbun kekayaan atau harta benda (Beekun, 2004).

## 2. Keseimbangan (Keadilan)

Keseimbangan atau keadilan merupakan prinsip yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim terutama para pebisnis dalam setiap kegiatan bisnisnya. Prinsip keseimbangan atau keadilan dalam bisnis dapat diwujudkan dengan menyempurnakan takaran atau timbangan. Tindakan tersebut yang jarang diperhatikan oleh para pelaku bisnis, terlebih ketika dagangannya ramai oleh pembeli. Ketika menimbang meskipun kurang 1 gr belum dikatakan takaran yang sempurna. Hal itu sama artinya dengan merampas hak pembeli dan termasuk memakan harta orang lain dengan jalan yang bathil. Sebagaimana firman Allah dalam QS. al-Isra' (17): 35 yang berbunyi:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطِ أَسْمَأْتُمْ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ٣٥

Artinya:

Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa al-Qur'an telah memberi penegasan bahwasannya hal mendasar yang digunakan untuk membangun dan mengembangkan bisnis yang beretika adalah

dengan menyempurnakan segala transaksi yang berkaitan dengan media takaran dan timbangan (Muhammad, 2004).

## 3. Kehendak Bebas (*Ikhtiyar*)

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah SWT menurunkannya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, untuk memilih apapun jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain di alam semesta, ia dapat memilih perilaku etis ataupun tidak etis yang akan ia jalankan (Muhammad, 2004).

Dalam aspek bisnis seorang pebisnis memiliki kebebasan dalam hal Membuat perjanjian, Pebisnis muslim yang percaya pada kehendak Allah akan selalu selalu menepati dan memuliakan janjinya baik kepada pembeli, pemasok, rekan kerja, *stakeholder* dan tentunya menepati janji kepada Allah dalam bentuk melaksanakan semua perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Pelaku bisnis yang tidak bisa memenuhi janjinya dapat dikatakan sebagai golongan orang yang munafiq. Terlebih di era informasi yang terbuka dan cepat seperti sekarang ini mengingkari janji dalam dunia bisnis sama halnya dengan menggali kubur bagi bisnisnya sendiri. Karena dalam waktu singkat para rekan bisnis akan mencari mitra kerja yang dapat dipercaya (Keraf, 1998).

## 4. Pertanggungjawaban

Dan untuk memenuhi segala bentuk kesatuan dan juga keadilan, maka manusia harus bertanggungjawab atas semua perilaku yang telah diperbuatnya. Dan dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang,

melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya (Arifin, 2009).

5. Kebenaran: Kebijakan dan Kejujuran

Kebenaran dalam hal ini mengandung dua unsur yaitu kebijakan dan kejujuran. Sikap benar berarti selalu melandaskan ucapan serta tindakan berdasarkan ajaran Islam. sikap bijak berarti tindakan yang dapat memberi keuntungan atau manfaat bagi orang lain. Sementara sikap jujur merupakan kesinkronan antara apa yang ada dihati dengan perbuatan. Allah memerintahkan kepada umatnya untuk berlaku jujur dan menciptakan lingkungan yang jujur. Sebagaimana firman Allah dalam QS. At-Taubah (9): 119 yang berbunyi

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ١١٩

Artinya:

*Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.*

Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan, Aplikasinya, menurut al-Ghazali terdapat tiga prinsip kebajikan: Pertama, memberi kelonggaran waktu kepada pihak terutang untuk membayar utangnya, jika perlu mengutang utangnya. Kedua, menerima pengembalian barang yang sudah dibeli. Ketiga, membayar utang sebelum waktu penagihan tiba. Dalam sebuah kerajaan bisnis, terdapat sejumlah perbuatan yang dapat *mensupport* pelaksanaan *aksioma* ihsan dalam bisnis (Charris Zubbir, 1995).

1. Kemurahan hati (*leniency*)
2. Motif pelayanan (*service motives*)
3. Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.

Menurut Al-Ghazali (1957) dalam kitab Ihya' ulum al Din ada tujuh hal yang perlu di perhatikan dalam menjalankan bisnis (melakukan aktivitas ekonomi):

1. Meluruskan niat dalam berbisnis

Niat yang baik dan akidah yang suci merupakan langkah pertama dalam berbisnis, berniatlah bahwa kita berdagang untuk menjauhkan diri dari tindakan mengemis dan minta-minta kepada orang lain. Seraya menetapkan niat dengan berdagang mendapatkan uang yang halal. Dengan berbisnis (berdagang) kita terjauh dari tindakan

mencari harta dengan cara haram, seperti mencuri dan berzina. Dengan berbisnis kita bias menegakkan agama dan membiayai keluarga. Jika niat ini tertanam, ia merupakan salah satu saham yang kita investasikan untuk akhirat. Adapun laba yang kita dapatkan merupakan bonus kita di dunia. Kalaupun kita rugi di dunia, yakinlah kita beruntung di akhirat

2. Bisnis sebagai bagian dari kewajiban ibadah (fardu kifayah)

Dalam berbisnis dan bekerja niatkanlah bahwa kita sedang melksanakan ibadah fardlu kifayah. Sebab jika kehidupan bisnis kita tinggalkan, kehidupan akan macet sehingga menimbulkan bencana kepada seluruh ummat manusia. Untuk itulah di butuhkan tolong menolong dalam tatanan seluruh aspek kehidupan, sehingga dalam menjlankan pekerjaanya (perannya) setiap orang harus konsisten (professional). Sebab jika semua orang bekerja (berbisnis) pada satu jenis bisnis atau pekerjaan saja, niscsya aspek yang lain akan terbenkakai dan menimbulkan bencana.

3. Menyeimbangkan Kepentingan Ukhrowi dan duniawi dalam berbisnis

Al Ghazali dalam Ihya': " Jangan sampai pasar dunia melalaikan pasar akhirat, pasar akhirat itu adalah masjid

4. Terus berdzikir selama berada dalam ruang bisnis
5. Keseimbangan dan pengendalian Ambisi berbisnis

Artinya menggunakan kesempatan (waktu) berbisnis sesuai dengan kebutuhan, dengan mengendalikan ambisi (kerakusan) meraih untung besar. Sehingga menfosir waktu tenaga dan fikirnaya melampau batas kewajaran dan kapasitas hanya semata mata mengejar target dan keuntungan besar, yang diibaratkan semisal orang yang mengarungi lautan demi perniagaanya.

6. Menjauhkan bisnis dari tatacara dan produk yang meragukan (*Subhat*)

Seyogyanya barang yang di bisniskan larangnya tidak terbatas pada produk yang haram saja, akan tetapi juga produk barang yang Subhat (meragukan kulaitasnya dan ke halalnya), bukan hanya karna mendengar fatwa ulama akan tetapi juga mendengarkan hati nuraninya sendiri. Sehingga dapat dipastikan setiap barang yang di bisniskan telah mencapai derajat yakin akan kehalalnya dan kualitasnya.

### Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Memiliki aset paling banyak Rp 50 juta atau dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp 300 juta.

Sedangkan pengertian UMKM menurut Departemen Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UU No. 9 Tahun 1995), yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,-. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih antara Rp 200.000.000 s.d. Rp10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan (Partomo dan Soejoedono, 2004).

Definisi lain mengenai UMKM juga dijelaskan oleh BPS (Badan Pusat Statistik), dimana BPS membagi jenis UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja. Menurut BPS, usaha kecil identik dengan industri kecil dan industri rumah tangga (IKRT). BPS mengklasifikasi industri berdasarkan jumlah pekerjanya, yaitu (1) industri rumah tangga dengan pekerja 1-4 orang; (2) industri kecil dengan pekerja 5- 19 orang; (3) industri menengah dengan pekerja 20-99 orang; (4) industri besar dengan pekerja 100 orang atau lebih (Kuncoro, 2010).

Karakteristik UMKM merupakan sifat atau kondisi faktual yang melekat pada aktifitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam menjalankan bisnisnya. Karakteristik ini yang menjadi ciri pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya. Menurut Bank Dunia, UMKM dapat dikelompokkan dalam tiga jenis, yaitu: 1. Usaha Mikro (jumlah karyawan 10 orang); 2. Usaha Kecil (jumlah karyawan 30 orang); dan 3. Usaha Menengah (jumlah karyawan hingga 300 orang).

Dalam perspektif usaha, UMKM diklasifikasikan dalam empat kelompok, yaitu:

- a. UMKM sektor informal, contohnya pedagang kaki lima.
- b. UMKM Mikro adalah para UMKM dengan kemampuan sifat pengrajin namun kurang

memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya.

- c. Usaha Kecil Dinamis adalah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan sub kontrak) dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise* adalah UMKM yang mempunyai kewirausahaan yang cakap dan telah siap bertransformasi menjadi usaha besar

### Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) yang dilakukan di desa Sarirejo kecamatan Kaliwungu kabupaten Kendal. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Pengumpulan data-data dalam penelitian menggunakan beberapa teknik, yaitu: Observasi (Pengamatan), *Interview* (Wawancara), dan Dokumentasi. Metode yang akan digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian adalah dengan menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Kendal memiliki 23 kecamatan, masing-masing kecamatan tentunya mempunyai ciri khas makan dan minum dalam hal kuliner. Salah satunya adalah krupuk goreng pasir dari Kecamatan Kaliwungu atau lebih dikenal dengan istilah kerupuk pasir. Istilah krupuk pasir dikenal karena cara menggorengnya tidak menggunakan minyak goreng, melainkan pasir halus dengan diuseg-useg.

Industri krupuk pasir yang berada di kaliwungu dulu berada di desa Kutoharjo. Krupuk pasir atau di kalangan masyarakat Kaliwungu menyebutnya krupuk tayamum merupakan industri kecil yang berada di Kendal. Akan tetapi keberadaan krupuk pasir di Desa Kutoharjo mengalami krisis ekonomi sehingga tidak bisa berkembang pesat bahkan sampai bangkrut.

Keberadaan seperti ini di manfaatkan oleh Bapak H Kasroni warga desa Sarirejo yang pernah bekerja di pengusaha krupuk Kutoharjo. Kesabaran dan kegigihannya dalam menjalankan bisnis krupuk mampu berkembang pesat dan cukup baik. Hal ini dapat terlihat dari pertumbuhan unit usaha krupuk paling besar di Kendal berada di desa Sarirejo.

Dari hasil wawancara dengan wirausahawan didapatkan beberapa etika bisnis, peneliti dalam

menganalisis berdasarkan aspek pada latar belakang, diantaranya:

#### 1. Kejujuran

Dalam konsep kejujuran dalam berbisnis, dari data yang diperoleh penulis menyimpulkan delapan responden selalu mengatakan apa adanya tanpa menutup-nutupi mengenai kualitas dari produk yang dijualnya serta mengedepankan kebenaran informasi dari produk tersebut. Kalau produk tersebut baik responden mengatakan baik, kalau produk tersebut buruk responden mengatakan buruk.

Dari delapan responden, enam responden diantaranya tidak menggoreng kembali krupuk yang sudah mlempe, mereka tidak mau menjual produk yang sudah mlempe walaupun dijual dengan harga murah, karena mereka menjaga kualitas barangnya. Sedangkan dua responden menggoreng kembali dan dijual dengan harga murah, dan mengatakan apa adanya kepada konsumen bahwa produk ini sudah digoreng lagi.

Sedangkan dua responden yang lain mencampurkan produk yang sudah mlempe dengan produk baru, bagi mereka tahapan krupuk yang sudah mlempe masih terasa enak, asalkan tidak lebih dari 2x gorengan, makanya mereka berani mencampurkannya dengan produk yang baru, asal tidak melebihi batas.

Salah satu responden yang tidak menggoreng kembali krupuk yang sudah mlempe dan tidak mencampurkannya adalah Ibu Sa'adah dan Bapak H Kasroni, beliau mengatakan dalam berbisnis krupuk yang harus dikedepankan itu sikap jujur kepada pembeli, berusaha bersikap jujur dalam kualitas produknya, dengan menjelaskan secara detail dan tidak menutup-nutupi kecacatan kepada konsumen.

Bapak H Kasroni tidak berani mencampurkan produk lama dengan baru karena menjaga kualitasnya, walaupun pernah terbesit dalam pikirannya untuk mencampurkannya, tetapi tindakan tersebut dihindari karena bisa merusak kualitas dan mutu.

Berbeda dengan Ibu Sa'adah, Bapak Suprianto kurang mengedepankan kejujuran mengenai kualitas produknya. Beliau terkadang mencampurkan produk yang lama

dengan produk yang baru dan menjual dengan harga yang sama, beliau menutupi kecacatan itu karena baginya kualitasnya tetap sama.

Seorang pembisnis wajib bersikap jujur dalam melakukan usahanya. Jujur dalam pengertian yang lebih luas yaitu tidak berbohong, tidak menipu, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya. Dalam Al-Quran keharusan bersikap jujur dalam dunia bisnis seperti berniaga dan jual beli, sudah diterangkan jelas dan tegas dalam firman Allah SWT dalam surat Asy Syu'araa 181-183

﴿أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۝ ١٨١ وَزِنُوا بِالْقِسْطِ أَلْمِثْقِيمِ ۝ ١٨٢ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُسْتَبِدِينَ ۝ ١٨٣﴾

Artinya:

*Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan, 182. dan timbanglah dengan timbangan yang lurus, 183. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.*

#### 2. Keadilan

Konsep keadilan dari data yang diperoleh adalah kesepuluh responden berbeda-beda, ada yang menerapkan keadilan dengan memberikan harga berbeda antara produk dengan kualitas bagus dengan produk dengan kualitas biasa, hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Kusni, beliau menjual krupuk yang kualitasnya bagus dengan harga standar dengan krupuk yang sudah remah-remah.

Berbeda dengan Bapak Kusni dalam konsep keadilan, wirasuhawan yang lain dalam konsep keadilan adalah mengedepankan antrian. Dari sepuluh responden delapan diantaranya tetap mendahulukan pembeli yang sudah datang terlebih dahulu, sedangkan dua responden mendahulukan pelanggan dari pada pembeli yang sudah duluan datang terlebih dahulu. Bagi dua responden mendahulukan pelanggan lebih utama karena bagi mereka pelanggan akan membeli produknya dalam jumlah banyak dari pada pembeli yang bukan pelanggan hanya membeli jumlah sedikit.

Tindakan seperti ini sebagaimana yang dilakukan oleh Bapak Suprianto. Beliau mengutamakan pelanggan dari pada pembeli baru, sikap ini ditunjukkan karena pelanggan harus dibedakan dengan pembeli biasa.

Konsep keadilan dengan membedakan antara pelanggan dan pembeli biasa harusnya dihindari, karena dengan sikap tersebut bisa menimbulkan sebuah keirian, seharusnya sebagai pembisnis tetap harus menghargai sebuah antrian yang sesuai dengan urutannya. Adil dihadapan memperlakukan semua konsumen dengan sama. Dengan sikap secara adil kepada pembeli akan merasakan kepuasannya karena tidak membedakan pembeli satu dengan yang lainnya, semuanya harus merasakan keadilan. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat An-Nahl ayat 90

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ۙ ٩٠﴾

Artinya:

*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran*

### 3. Menepati Janji

Sebagai seorang pebisnis ataupun wirausahawan sudah menjadi hal yang wajar bila memberikan sebuah perjanjian kepada konsumen, sebagaimana yang dilakukan wirausahawan krupuk tayamum yang melakukan perjanjian bila stok barang habis dan pengiriman barang.

Dari data yang diperoleh sebanyak delapan responden memberikan sebuah perjanjian bila stok krupuk habis, sebagaimana yang dilakukan oleh Bapak Asrokim, beliau mengatakan kepada konsumen "stok krupuk sudah habis, besok saya berjanji stok barang yang diingkan akan ada" berbeda dengan Bapak Asrokim, Ibu Anisah dalam menjanjikan produk kepada pembeli 2-3 hari, karena bagi beliau waktu 1 hari belum cukup untuk memproduksi krupuk.

Janji adalah sebuah ikatan yang sudah di sepakati antara pihak penjual dan pembeli, sehingga sudah selaknya bagi penjual harus menepati janjinya. Seorang dalam membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya satu dengan lainnya, serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janji tersebut. Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak yang disepakati (Arifin, 2009).

Wirausahawan atau pembisnis sebagai seorang produsen, ataupun distributor harus senantiasa menepati janji pengiriman, menyerahkan barang dengan kualitasnya, warna, ukuran, dan atau spesifikasinya sesuai dengan perjanjian semula, memberi layanan garansi atau sebagainya. Sedangkan janji yang harus ditepati kepada sesama rekan bisnis misalnya pembayaran dengan jumlah dan waktu yang tepat dan lain sebagainya.

Termasuk ke dalam kebajikan dalam bisnis adalah sikap kesukarelaan dan keramah-tamahan. Kesukarelaan dalam pengertian, sikap suka-rela antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian bisnis (Fauroni, 2003). Membuat perjanjian ibarat seseorang memiliki sebuah hutang yang harus dibayar, apabila sudah membuat perjanjian tidak dilaksanakan, sama dengan ciri-ciri orang munafik yakni ketika berjanji berdusta, ketika berbicara berbohong dan ketika diberi amanah khianat.

Sebagai seorang wirausahawan atau pembisnis harus senantiasa menjaga amanah yang dipercaya kepadanya, demikian juga seorang wirausahawan harus menjaga sebuah amanah yang diberikan kepadanya dalam melakukan perjanjian agar pihak konsumen tidak merasa dirugikan.

Sebagaimana dalam firman Allah dalam surat Al-Anfaal ayat 27 yang berbunyi:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنِيَّتَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ۙ ٢٧﴾

Artinya:

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu*

*mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.*

Sifat amanah ini akan membentuk kreadibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap individu muslim. Kumpulan individu dengan kreadibilitas yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena dilandasi oleh saling percaya antara anggotanya. Sifat amanah memberikan peran yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab, kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur (Kertajaya dan Sula, 2006).

#### 4. Kebersihan dalam proses produksi

Proses pembuatan krupuk dalam menjaga kebersihan terbilang sangat rentan, karena pasir yang digunakan untuk menggoreng krupuk tersebut berbeda-beda dalam prosesnya. Ada yang memembersihkan pasir dengan cara mencuci kemudian dijemur samapai kering dan barulah pasir digunakan untuk menggoreng krupuk, ada juga dalam proses pasir yang digunakan tidak dibersihkan dan dicuci.

Dari data yang diperoleh kesepuluh responden, tujuh diantaranya membersihkan dan mencuci pasir yang digunakan untuk bahan produksi, seperti yang diungkapkan oleh salah satu responden Ibu Sa'adah. Beliau menjaga kebersihan produknya seperti pasir yang dijadikan bahan untuk menggoreng, biasanya beliau mencuci pasir bertahap sesuai kebutuhannya. Bagi beliau mencuci pasir menjaga kebersihan dan menjaga tercampurnya pasir dengan barang najis seperti kotoran hewan.

Proses pembersihan pasir biasanya dilakukan pada hari minggu pada saat karyawan libur, Ibu Anisah dan suaminya sendiri yang melakukan pembersihan pasir, agar hari senin bisa digunakan untuk proses produksi, sehingga tidak menghambat dalam proses pembuatan krupuk.

Sedangkan dari tiga responden diantaranya tidak membersihkan pasir tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu responden Bapak Mukhid dan Bapak Iswahyudi, mereka dalam proses produksi krupuk bahan pasir tidak di cuci karena baginya akan menghambat proses penjualan,

biasanya bila dicuci pasir tersebut butuh waktu. Beliau tidak melihat tingkat kebersihan karena pasir yang digunakan tidak menutup kemungkinan terkena najis yang membuat pasir tersebut najis dan tidak bisa di konsumsi.

Dalam menentukan sebuah kepuasan pelanggan khususnya mengenai prodak makanan atau minuman, faktor kebersihan juga memiliki pengaruh yang sangat besar sekali karena pelanggan dimanapun juga memiliki keinginan yang sama dimana makanan yang dia makan, yang memasak, bahan makanan, pengolahan, serta tempatnya harus benar-benar bersih, sehat dan terbebas dari kuman penyakit.

Kebersihan adalah usaha manusia untuk memelihara diri dan lingkungannya dari segala yang kotor sehingga tidak menutup kemungkinan terkena najis, Islam menjaga dan mewujudkan, melestarikan kehidupan yang sehat dan nyaman. Kebersihan merupakan syarat bagi terwujudnya kesehatan, dan sehat adalah salah satu faktor yang dapat memberikan kebahagiaan. Sebaliknya, kotor tidak hanya merusak keindahan tetapi juga dapat menyebabkan timbulnya berbagai penyakit, dan sakit merupakan salah satu faktor yang mengakibatkan penderitaan. Dalam Al-Quran dijelaskan dalam surat QS. Al-Maaidah : 87-88

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ٨٧ وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ٨٨

Artinya:

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.*

Kata حَلَالٌ berasal dari akar kata yang berarti "lepas" atau "tidak terikat". Sesuatu yang halal adalah yang terlepas dari ikatan bahaya duniawi dan ukhrawi. Karena itu kata "halal" juga berarti "boleh". Berkaitan dengan makanan, maka makanan halal adalah

makanan baik nabati maupun hewani yang boleh dikonsumsi dan tanpa sebab tertentu untuk terlarang. Kata طَيِّبًا dari segi bahasa berarti lezat, baik, sehat, menenteramkan, dan paling utama. Pakar-pakar tafsir ketika menjelaskan kata ini dalam konteks perintah makan menyatakan bahwa ia berarti makanan yang tidak kotor dan segi zatnya atau rusak (kedaluwarsa), atau dicampur benda najis. Ada juga yang mengartikannya sebagai makanan yang mengundang selera bagi yang akan memakannya dan tidak membahayakan fisik dan akalnya. thayyib dalam makanan adalah makanan yang sehat, proporsional, dan aman. Kalimat حَلَالًا طَيِّبًا mengisyaratkan makanan yang dikonsumsi adalah makanan yang secara syar'i dibolehkan tetapi harus berdampak baik bagi jiwa dan raga manusia.

Dalam Islam harusnya berhati-hati dalam memproduksi sebuah barang, karena dalam proses produksi bila tidak hati-hati akan membuat barang tidak sah untuk dijual. Krupuk dalam produksinya haruslah dibersihkan dan dicuci terlebih dahulu karena bisa saja tercampur oleh kotoran kucing, tikus dan lainnya. Sehingga bila proses produksi krupuk dicuci dulu membuat pasir suci dan bersih dari segala kotoran. Sebagaimana dalam al-Quran surat Al-Maidah ayat 92

وَاطِيعُوا لِلَّهِ وَاطِيعُوا الرَّسُولَ وَأَخَذُوا فَإِنْ تَوَلَّيْتُمْ فَأَعْلَمُوا أَنَّمَا  
عَلَىٰ رَسُولِنَا الْبَلَاءُ الْمُبِينُ ٩٢

Artinya:

*Dan taatlah kamu kepada Allah dan taatlah kamu kepada Rasul-(Nya) dan berhati-hatilah. jika kamu berpaling, Maka ketahuilah bahwa Sesungguhnya kewajiban Rasul Kami, hanyalah menyampaikan (amanat Allah) dengan terang.*

Dari ayat diatas dijelaskan bahwa berhati-hati, berhati-hati baik dalam jual beli, dan proses produksi, bila tidak berhati-hati maka bias saja proses dalam produksi mengandung makanan atau minuman yang tidak halal. Dalam Kualitas produk tersebut bisa dikatakan halal apabila proses produksi dilakukan sesuai dengan aturan-aturan syariat Islam. Dengan tidak mengurangi standart operasional dari suatu produksi (Effendi, 2003).

## SIMPULAN

### Simpulan

Upanya para wirausahawan dalam menjalankan etika bisnis dalam produksi dengan mewujudkan beberapa aspek diantaranya, 1) kejujuran, yaitu menjelaskan kualitas produk krupuk tayamum yang kualitasnya bagus dan biasa. 2) keadilan, yaitu dengan tidak membedakan pembeli dengan pelanggan dalam melayani 3) Menepati janji, yaitu dengan menepati janji dalam stok dan pengiriman barang 4) Kebersihan dalam proses produksi, yaitu dengan menjaga proses produksi agar tidak tercampur dengan najis. Namun, sebagian masih ada yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu tidak jujur terhadap asal usul produk, tidak menepati janji, mencampurkan produk yang kualitas baik dengan kualitas buruk, dan masih kuang berhati-hati dalam proses produksi krupuk tayamum.

### Saran

Berdasarkan hasil peneliti yang telah disajikan, maka saran-saran yang bisa penulis sampaikan adalah dalam menjalankan bisnis harus terus memegang teguh etika bisnis, wirausahawan sebaiknya transparan mengenai kelemahan dan kelebihan produk, melakukan inovasi dan menjaga kehalalan proses produksi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf, 2011. *Wirausaha Berbasis Syariah*. Banjarmasin. Antasari press.
- Al Ghazali, 1957 *Ihya' Ulum al Din, Jilid II*. Kairo. Dar Al-salam Ihya' Kutub alArabiyah.
- Arifin, Johan, 2009. *Etika Bisnis Islami*. Semarang. Walisongo Press.
- Beekum, Rafik Issa, 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Chapra, Umer, 2000. *Islam dan Tantangan Ekonomi*. Jakarta. Gema Insani Press.
- Charris Zubbir, Achmad, 1995. *Kuliah Etika*. Jakarta. Rajawali Press.

- Departemen Pendidikan Nasional, 2009. Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa edisi keempat, Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Djakfar, Muhammad, 2007. *Agama, Etika dan Ekonomi*. Malang. UIN-Malang Press.
- Effendi, Rustam, 2003. *Produksi Dalam Islam*. Yogyakarta. Magistra Insania Press.
- Fauroni, Lukman, 2003. *Rekonstruksi Ekonomi Bisnis: Perspektif Al Qur'an*. Iqtisad Journal of Islamic Economic. Vol.4 No.1
- Hasan, Ali, 2009. *Manajemen Bisnis Syari'ah (Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat)*, Yogyakarta. Pustaka pelajar.
- Keraf, Sony, 1998. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta. Kanisius.
- Kertajaya, Hermawan dan Sula, Muhammad Syakir, 2006. *Syariah Marketing*, Bandung. PT. Mizan Pustaka.
- Kuncoro, Mudjarat, 2010. *Ekonomika Pembangunan*. Jakarta. Erlangga
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, 2004. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Muhammad dan Fauroni, Lukman, 2002. *Visi al-Qur'an: tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta. Salemba Diniyah
- Panuju, Redi, 1995. *Etika Bisnis Tinjauan Empiris dan Kiat Mengembangkan Bisnis Sehat*, Jakarta. PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Saifullah, Muhammad, 2010. Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah, *Jurnal Ekonomica, No 11, Edisi II November 2010*.
- Partomo, Tiktik Sartika Dan Soejoedono, Abd. Rachman 2004. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah Dan Koperasi*. Bogor. Ghalia Indonesia.