

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

Imelda Oktavia¹, Aulia Rahmi²

^{1,2}IAIN Batusangkar, Jl. Sudirman no. 137, Batusangkar, Indonesia

^{1,2}Rahmiaulia967@gmail.com, imeldaoktavia@gmail.com

ABSTRAK

The purpose of this discussion is to find out how the application of Islamic business ethics to MSMEs in maize distribution in Malampah, Tigo Nagari District, Pasaman Regency, and how the price determination is carried out at MSMEs in Corn Distribution in Malampah, Tigo Nagari District, Pasaman Regency. The type of research that the author uses is a type of field research (Field Research), with qualitative methods. Data collection techniques that the authors use is through observation, interviews and documentation. While the technical analysis of the data used is by means of data reduction (Data Reduction), data presentation (Data Display), and drawing conclusions. Based on the results of the research that the authors did in the field, it can be concluded that the MSME Distribution of Corn in Malampah, Tigo Nagari District, Pasaman Regency has implemented Islamic business ethics in its business.

Keywords: application of Islamic business, District

ABSTRAK

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.

Kata kunci : Etika bisnis islam, distribusi

PENDAHULUAN

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 (*Stakeholders*) dapat melakukan kegiatan bisnisnya dengan baik, lancar, dan berkesinambungan. Bahkan dalam kegiatan bisnis itu dapat mendapat angka manfaat dan laba yang optimal bagi kelangsungan hidup perusahaannya. (Nugroho, A DAN A. Arijanto, 2015)

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.

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.

TINJAUAN LITERATUR

1. Etika Bisnis Islam

Secara etimologi etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang berarti sikap, cara berpikir, kebiasaan adat, akhlak, perasaan dan watak kesusilaan. (Mawami E.A., 2020). 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, A, 2011) 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, A.F., B. Setyanto, dan S.W Romdlon, 2011)

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. Dalam ilmu ekonomi bisnis dikatakan sebagai suatu

organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya untuk mendapatkan laba. (Sembiring, Rasmulia, 2014)

3. Tujuan Bisnis Dalam Islam

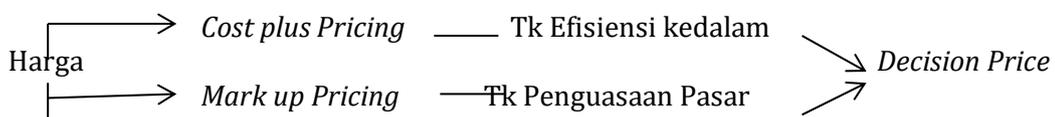
Bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama, yaitu :

- 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.
- 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. (Zaroni, N.A, 2007)

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. Etika Dalam Kebijakan Penentuan Harga

Gambar 2.1
Proses Menentukan Harga Oleh Perusahaan



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.

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)

a. 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.

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 penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). (Rosmita, R dan M.A Putri, 2018)

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. (Mawami E.A., 2020)

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. (Muslich, 2004)

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.

HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian dan Pembahasan

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

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)

Dari hasil wawancara 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 (Djakfar. M, 2008)

b. Keseimbangan/ Keadilan

Berdasarkan hasil wawancara 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 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.

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.

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 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. *Customer 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.

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"*.

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:

Dari wawancara 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 Ibuk 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.

KESIMPULAN

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)
 - b. Keseimbangan/ keadilan
 - c. Kehendak bebas
 - 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. Terpercaya (*amanah*), para pemilik UMKM distribusi jagung sangat menjaga kepercayaan petani dan konsumen dengan tidak melakukan kecurangan dalam bekerja.
 - a. 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/ dijual kepada konsumen, dan harga itulah yang merupakan harga beli jagung petani tersebut, namun terlebih dahulu dilakukan kesepakatan dengan petani.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Baidowi, A. (2011). Etika Bisnis Perspektif Islam. *Jurnal Hukum Islam*.
- Djakfar. M. (2008). *Etika Bisnis Islami : Tatanan Teoritis dan Praktis*. Malang: UIN-Malang Press.
- Mawami E.A. (2020). Pengertian Distribusi. *h*.
- Mawami E.A. (2020). Pengertian Distribusi. <http://ethesses.iainkediri.ac.id>>931.
- Mufraini, A.F., B. Setyanto, dan S.W Romdlon. (2011). *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Gramata Publishing.
- Muslich. (2004). *Etika Bisnis Islami : Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Nugroho, A DAN A. Arijanto. (2015). *Etika Bisnis (Business Ethic) Pemecahan Teori Secara Kompreshensif dan Implementasinya*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press.
- Rosmita, R dan M.A Putri. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi saluran distribusi usaha kecil menengah (UKM) Pada kue bangkit "syempana" di kota Pekanbaru. *jurnal valuta. vol. 4 (2) : 120*.
- Sembiring, Rasmulia. (2014). pengantar bisnis . *La goods publishing*.
- Zaroni, N.A. (2007). Bisnis dalam perspektif islam (Telaah aspek Keagamaan dalam kehidupan ekonomi). *Jurnal Mutahib. vol. 4 (2) : 182-183*.