

Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Optimalisasi Pengembangan UMKM

Eka Rahayu¹

Institut Agama Islam Ngawi¹

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) serve as a solution to improve the community's economy. However, in practice, MSMEs often face various ethical issues that impact their development. In this context, Islamic business ethics play a crucial role in creating a conducive business environment and providing positive influence on the growth of MSMEs. The implementation of Islamic business ethics is based on five key principles: tawhid (monotheism), justice, free will, responsibility, and honesty. This study employs a qualitative research method with a literature review approach, utilizing sources from articles and journals relevant to the discussion of implementing Islamic business ethics to optimize the development of MSMEs.

Keywords : *Islamic Business Ethics, UMKM, Optimization*

Abstrak

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) menjadi solusi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Namun, dalam pelaksanaannya, UMKM sering menghadapi berbagai masalah etis yang memengaruhi pengembangannya. Dalam hal ini, etika bisnis Islam memiliki peran penting untuk menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif dan memberikan dampak positif bagi pertumbuhan UMKM. Penerapan etika bisnis Islam didasarkan pada lima prinsip utama, yaitu tauhid, keadilan, kebebasan berkehendak, tanggung jawab, dan kejujuran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur, menggunakan sumber dari artikel dan jurnal yang relevan dengan topik penerapan etika bisnis Islam dalam mendukung optimalisasi pengembangan UMKM.

Kata kunci : *Etika Bisnis Islam, UMKM, Optimalisasi*

Pendahuluan

Dari perspektif ekonomi, bisnis merupakan aktivitas yang dirancang secara sistematis dan terorganisasi untuk menghasilkan profit. Dalam bisnis modern, keuntungan biasanya diwujudkan dalam bentuk uang. Namun, dari sudut pandang moral, bisnis yang baik adalah bisnis yang menjadikan moral sebagai elemen utama dan cerminan dari perilaku yang

bermoral. Perilaku bermoral dalam dunia bisnis merujuk pada tindakan yang selaras dengan norma-norma moral atau standar etika yang berlaku. (Bertens, 2013).

Pencarian keuntungan dalam sebuah bisnis harus diadakan dalam interaksi bisnis yang berlangsung sebagai komunikasi sosial yang menguntungkan bagi kedua belah pihak yang terlibat didalamnya bukan hanya menguntungkan secara sepihak saja. Tidak semua hal boleh dilakukan untuk mendapatkan keuntungan yang di maksud, karena dalam suatu bisnis terdapat kepentingan dan hak pihak lain yang harus diperhatikan dan dihormati. Artinya ada batasan-batasan dalam mewujudkan tujuan perusahaan baik secara ekonomis ataupun secara moral. Batasan-batasan inilah yang kemudian memunculkan kendala-kendala etis dalam sebuah bisnis.

Seiring dengan berjalannya waktu, keadaan ekonomi mengalami perkembangan yang sangat pesat dan kompleks yang mana pada akhirnya mempengaruhi jalannya suatu bisnis. Persaingan dan kemiskinan menjadi salah satu masalah utama dalam menjalankan bisnis. Dalam usaha untuk mempertahankan produktivitas perusahaan seringkali para pelaku bisnis mengabaikan batasan-batasan etis yang berlaku dan etika dalam berbisnis. Dengan berbagai permasalahan yang muncul maka solusi yang paling konkret adalah kembali kepada ekonomi syariah yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Sunnah khususnya bagi negara-negara muslim.

Selain kembali kepada ekonomi syariah solusi lain yang bisa di andalkan dalam pengentasan kemiskinan adalah melalui usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). UMKM dirasa efektif dalam upaya penanggulangan kemiskinan karena lebih mudah dijalankan dan lebih mudah untuk mendapatkan keuntungan. Dalam pelaksanaannya UMKM bukan hanya mementingkan keuntungan semata melainkan juga harus mematuhi aturan dan norma etis yang berlaku supaya dapat berjalan sesuai yang diinginkan. Sebagai sebuah bisnis maka UMKM juga harus berfikir bagaimana agar usaha mikro, kecil dan menengah ini dapat tumbuh, berkembang dan maju tanpa mengabaikan aturan-aturan yang berlaku.

Perbaikan cara berfikir para pelaku UMKM ini dapat diwujudkan melalui implementasi etika bisnis secara Islam. Berbagai tekanan yang dihadapi UMKM selain ekspansi pasar juga termasuk masalah permodalan dan sumber daya manusia yang berkualitas. Kesulitan-kesulitan tersebut seharusnya tidak menjadi penghalang bagi penerapan suatu bisnis yang beretika walaupun secara produktivitas bisnisnya rendah. Hal tersebut dapat berpengaruh positif dengan diterapkannya prinsip etika bisnis Islam seperti tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kejujuran. Praktik pelaksanaan bisnis

yang sesuai dengan etika bisnis Islam banyak diinginkan oleh semua kalangan karena dapat mendatangkan manfaat didunia terlebih lagi manfaat untuk akhirat kelak.

Artikel ini ditulis dengan tujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mengenai pentingnya etika dalam menjalankan usaha, serta urgensi mematuhi standar etis yang berlaku di masyarakat. Berdasarkan alasan tersebut, penulis tertarik untuk menggali lebih dalam tentang pengaruh etika bisnis Islam dalam mengoptimalkan pengembangan UMKM. Adapun manfaat dari tulisan ini adalah memberikan edukasi kepada seluruh lapisan masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha dan bisnis mereka.

Metodologi Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam tulisan ini adalah studi kepustakaan, dengan pendekatan berbasis penelitian kualitatif untuk memperoleh informasi deskriptif dan analitis. Pendekatan ini dilakukan melalui literatur review, yang mencakup pengumpulan, analisis, dan interpretasi data dari berbagai sumber yang relevan. Sumber bahan tulisan meliputi data yang dikumpulkan dari perpustakaan, seperti buku, artikel jurnal ilmiah, laporan penelitian, serta dokumen lain yang berkaitan erat dengan topik etika bisnis Islam. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan sumber sekunder, termasuk dokumen elektronik, laporan digital, dan referensi terpercaya lainnya yang mendukung fokus kajian.

Proses penelitian ini dilakukan melalui beberapa langkah, dimulai dari identifikasi topik dan fokus kajian untuk menentukan ruang lingkup penelitian, diikuti dengan pengumpulan data melalui akses ke sumber-sumber literatur di perpustakaan fisik maupun digital. Selanjutnya, data dianalisis dan dievaluasi untuk mengidentifikasi konsep, teori, dan pandangan yang relevan, hingga akhirnya disusun secara sistematis untuk menghasilkan tulisan yang komprehensif. Dengan metodologi ini, penelitian bertujuan untuk memberikan pembahasan yang mendalam tentang teori, prinsip, dan aplikasi etika bisnis Islam, sekaligus membangun dasar yang kuat untuk argumen ilmiah dan menawarkan wawasan yang relevan bagi pembaca (Agus Cahyono, 2019).

Pembahasan

1. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Secara terminologi, istilah etika berasal dari bahasa Yunani kuno "ethos," yang dalam bentuk jamak berarti adat atau kebiasaan (Diana, 2022). Secara umum, etika merujuk pada penilaian mengenai baik atau buruknya perilaku manusia. Etika berfungsi sebagai landasan untuk menentukan apa yang baik dan buruk, yang menjadi acuan bagi individu dalam pengambilan keputusan sebelum melakukan suatu tindakan (Muhammad, 2008).

Bisnis dalam Islam merupakan rangkaian aktivitas yang mencakup produksi, distribusi, dan konsumsi dalam berbagai bentuknya. Meskipun tidak ada batasan pada jumlah kepemilikan harta, barang, jasa, maupun keuntungan yang diperoleh, bisnis Islam dibatasi oleh cara perolehan dan penggunaannya, yang harus sesuai dengan prinsip halal dan haram (Indri, 2015). Tujuan utama bisnis dalam Islam meliputi pencapaian keuntungan materi dan manfaat non-materi, pertumbuhan usaha, keberlanjutan, serta keberkahan. Praktik bisnis ini dicontohkan oleh Rasulullah SAW yang dikenal dengan kejujuran, amanah, menghindari kecurangan, menjauhi kebohongan, serta menghindari konflik dengan mitra atau konsumen. Selain itu, Rasulullah menjalankan bisnis dengan sifat-sifat bajik, yaitu shiddiq (jujur), amanah (dapat dipercaya), fathanah (cerdas), tabligh (menyampaikan kebenaran), dan syaja'ah (berani) (Djakfar, 2008).

Dalam Islam, etika dikenal dengan istilah "akhlak," yang merupakan nilai dasar yang menjadi landasan setiap tindakan manusia. Akhlak memiliki posisi yang sangat penting dalam Islam, mencakup seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas usaha dan bisnis. Bukan hanya keuntungan yang ingin diwujudkan dalam kegiatan bisnis tersebut, tetapi juga pelaksanaan kegiatan bisnis yang sesuai dengan ajaran atau aturan syariat.

Kesuksesan dalam menjalankan bisnis terletak pada etika bisnis yang diterapkan di dalamnya. Secara normatif, hal ini dapat dijelaskan melalui perpaduan aspek ekonomi dan penerapan lima prinsip etika bisnis Islam (Siti, 2022):

- 1) Kesatuan (*Tauhid*)
- 2) Keseimbangan (Keadilan)

- 3) Kehendak bebas (*Ikhtiar*)
- 4) Tanggung jawab
- 5) Kebenaran (Kebijakan dan Kejujuran)

Setiap prinsip dalam etika bisnis Islam memiliki indikator yang mendukung penerapannya. Tauhid mencakup indikator seperti tidak mengganggu pelaksanaan ibadah wajib, seperti shalat, dan memberikan sebagian keuntungan kepada yang membutuhkan. Kejujuran diwujudkan dengan tidak melakukan sumpah palsu, jujur dalam takaran, dan transparan dalam memberikan informasi tentang produk. Tanggung jawab tercermin dari tindakan seperti membayar upah pekerja tepat waktu, serta menepati janji kepada konsumen maupun mitra bisnis. Indikator-indikator ini menjadi pedoman dalam membangun bisnis yang beretika dan berkeadilan. Prinsip keadilan seperti tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain terkait bisnis yang dijalankan. Prinsip kehendak bebas seperti menjual produk yang halal atau produk yang tidak mengandung *mudharat*.

Bila dipahami prinsip bisnis pada dasarnya beretika baik dalam ajaran Islam maupun dalam etika modern, secara substansial tidak ada pembedanya. Nilai keadilan, kejujuran, tidak adanya kecurangan, akuntabilitas, transparansi, saling menguntungkan dan inilah yang menjadi penekanan dan perhatian untuk kemudian diterapkan dalam aktifitas bisnis (Sudarsono, 2022).

b. Tujuan Etika Bisnis Islam

r. Syahta menjelaskan bahwa terdapat beberapa tujuan umum dari etika bisnis dalam ekonomi Islam. Tujuan-tujuan tersebut adalah untuk memberikan bekal kepada etika bisnis Islam dengan beberapa fungsi penting, antara lain:

- 1) Adanya kode etik Islami bertujuan untuk mengembangkan dan memajukan aktivitas bisnis sesuai dengan kerangka ajaran Islam yang baik dan beretika.
- 2) Kode etik bertujuan agar menjadi dasar hukum bagi pelaku usaha untuk melakukan kegiatan usaha yang baik yang sesuai dengan lingkungan dan diri sendiri dengan tidak merugikan orang lain dan mengandung aspek pertanggungjawaban kepada Allah SWT. Selain itu kode etik juga dapat dijadikan acuan bagi para pelaku bisnis supaya dapat terhindar dari kerugian dan resiko yang tinggi.
- 3) kode etik sebagai dokumen hukum dapat digunakan oleh pelaku bisnis untuk penyelesaian jika dikemudian hari terjadi permasalahan dan perseteruan.

- 4) kode etik dimaksudkan untuk menjadi salah satu tujuan utama etika bisnis Islam (Sumarni, 2023).

2. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM didefinisikan sebagai berikut:

- 1) Usaha dalam lingkup mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perorangan, dengan memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditetapkan untuk Usaha Mikro sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.
- 2) Usaha dalam lingkup kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha. Badan usaha tersebut bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik secara langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar. Usaha kecil ini harus memenuhi kriteria yang telah ditetapkan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008..
- 3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha. Usaha ini bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik secara langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, kecil, atau besar. Kriteria usaha menengah, termasuk jumlah kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan, diatur sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 (Feni, 2013).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat diartikan sebagai segala bentuk usaha produktif yang dilakukan oleh masyarakat untuk memenuhi pendapatan, yang sepenuhnya dimiliki secara pribadi tanpa campur tangan pihak lain. UMKM memiliki sejumlah omzet atau kekayaan bersih yang diperoleh dari kegiatan usaha yang dijalankan, sesuai dengan kriteria dan ketentuan yang telah ditetapkan untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah..

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki peran penting di Indonesia, karena sifatnya yang inklusif sehingga dapat dijalankan oleh siapa saja, baik di perkotaan maupun di pedesaan. UMKM juga memiliki

peran yang sentral dalam penyerapan tenaga kerja dalam rangka pengurangan angka pengangguran dan penguatan perekonomian di masyarakat. Mengingat pentingnya peran UMKM, para pelaku usaha semestinya berupaya untuk terus meningkatkan kinerja usahanya, sehingga dapat memperbaiki taraf hidup masing-masing dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian.

a. Tujuan UMKM

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), tujuan dari UMKM adalah sebagai berikut:

- 1) Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan.
- 2) Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
- 3) Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, peningkatan pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan kemiskinan.

3. Etika Bisnis Islam dalam pandangan pelaku UMKM

Etika bisnis Islam mencerminkan sikap dan praktik yang diteladankan oleh Rasulullah dalam menjalankan aktivitas perdagangan. Hal ini meliputi kejujuran, sikap saling tolong-menolong, memberikan manfaat, menghindari unsur gharar (ketidakjelasan) dan riba, tidak melakukan monopoli, hanya memperjualbelikan produk yang halal, serta memastikan adanya kesepakatan dan kerelaan antara kedua pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli. Dari gambaran praktik perdagangan pada masa Rasulullah, terlihat bahwa kegiatan perdagangan dilakukan sesuai dengan aturan syariat, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan dalam aktivitas bisnis tersebut. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam sangat relevan untuk diterapkan dalam aktivitas bisnis, terutama dalam pengembangan usaha atau UMKM. Hal ini karena etika bisnis Islam mengutamakan nilai-nilai kemaslahatan yang tidak hanya berfokus pada keuntungan atau kepentingan pribadi, tetapi juga memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.

Namun, dalam praktiknya, masih banyak pelaku bisnis atau pelaku UMKM yang belum menjalankan bisnisnya sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Beberapa contoh tindakan yang tidak sesuai tersebut meliputi kecurangan, pengurangan timbangan, praktik monopoli, dan berbagai tindakan lain yang merugikan pihak lain, baik konsumen

maupun mitra kerja. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam masih memerlukan perhatian lebih untuk menciptakan aktivitas bisnis yang adil dan berkah.

Pandangan pelaku UMKM terhadap penerapan etika bisnis Islam sebenarnya bergantung kepada niat masing-masing pelaku bisnis, karena etika bisnis Islam hadir sebagai pedoman dalam berbisnis sesuai prinsip etis dan spiritual sedangkan pada praktik bisnisnya para pelaku bisnislah yang memutuskan bagaimana mereka menjalankan bisnis tersebut. Namun, perlu dipahami bahwa bisnis yang baik merupakan hasil dari kinerja perusahaan yang optimal. Kinerja perusahaan yang baik sendiri merupakan buah dari penerapan etika yang baik dalam setiap aspek operasionalnya. Dengan menerapkan etika yang baik, perusahaan dapat membangun kepercayaan, menjaga reputasi, dan menciptakan keberlanjutan usaha yang membawa manfaat bagi semua pihak yang terlibat. Etika bisnis Islam juga merupakan nilai moral yang sangat penting dan strategis sebagai elemen pokok kegiatan bisnis yang baik bagi para pelaku bisnis termasuk para pelaku UMKM.

4. Peran Etika Bisnis Islam terhadap optimalisasi pengembangan UMKM

Etika adalah faktor krusial dalam menentukan standar moral dan perilaku yang diharapkan dari para pelaku bisnis, terutama dalam membantu pengembangan usaha kecil dan menengah. Oleh karena itu, syarat utama yang harus ditekankan adalah pentingnya menerapkan praktik etika bisnis yang baik serta tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu, etika juga berperan dalam memastikan setiap pengusaha menjalankan aktivitas bisnis sesuai dengan aturan syariat dan menghindari tindakan yang merugikan pihak lain. Hal ini menjadi landasan untuk menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi semua pihak. Hal ini menjadi penting untuk melindungi semua kepentingan yang sama dalam masyarakat supaya tidak terjadi konflik, penindasan dan rasa ketidakpuasan. Kemudian perlindungan terhadap hak-hak pihak yang sama-sama terlibat dalam aktifitas bisnis tersebut dapat tercapai dengan adil.

Selanjutnya, apresiasi terhadap Al-Qur'an dan Sunnah dapat membantu pengusaha dalam membentuk keimanan yang kuat sekaligus menjadi akar dari pembentukan etika dan moral yang tinggi. Hal ini menegaskan bahwa umat Islam dilarang memperoleh harta dengan cara yang salah atau tidak etis, seperti melalui penipuan, riba, korupsi, dan tindakan serupa lainnya. Pedoman ini dirancang untuk menjaga disiplin dalam berbisnis, menciptakan keadilan dalam masyarakat, serta menekankan pentingnya menjaga keimanan dan ketaqwaan sebagai landasan utama dalam aktivitas ekonomi (Desi, 2008).

Dengan menerapkan praktik bisnis yang etis, UMKM dapat meningkatkan keberlanjutan usahanya dan menjadi lebih kompetitif di pasar. Etika bisnis juga berperan dalam membantu UMKM memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan, sekaligus menjaga integritas serta reputasi usaha. Dengan demikian, etika bisnis tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM dalam jangka panjang.

5. Implementasi Etika Bisnis Islam dalam optimalisasi pengembangan UMKM

Pelaku UMKM harus mengetahui peraturan dalam berbisnis terutama pengetahuan terkait implementasi etika bisnis Islam. Pelaku UMKM baik produsen maupun konsumen harus yakin dan percaya bahwa mereka akan dimintai pertanggungjawaban kelak diakhirat supaya timbul rasa takut jikalau tidak mematuhi perintah Allah SWT. Oleh karenanya mereka berkewajiban untuk melaksanakan kegiatan bisnis dengan mengedepankan etika bisnis Islam. Tanpa adanya perasaan takut tersebut maka akan banyak lahir pengusaha-pengusaha yang keluar dari aturan etis yang telah ditetapkan syariat terutama ketika melibatkan biaya, tenaga dan waktu.

Pelaku UMKM sebagai entrepreneur harus memperhatikan perbaikan dan kepuasan terhadap produk dan juga pelayanan yang lebih berkualitas sehingga memiliki daya saing yang tinggi dipasaran. Pelaku UMKM tidak boleh menganggap sepele akan hal tersebut, dalam hal ini UMKM perlu menerapkan beberapa konsep etika bisnis Islam:

- a) Kejujuran merupakan prinsip utama yang harus diterapkan dalam menjalankan usaha dan membangun kerja sama dengan kolega. Kejujuran menjadi langkah awal dalam membangun kepercayaan dan kepuasan konsumen, baik melalui kualitas produk maupun kesesuaian harga yang ditawarkan. Hal ini menciptakan fondasi yang kokoh untuk hubungan bisnis yang berkelanjutan dan saling menguntungkan.
- b) Tanggung jawab adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha kepada semua pihak yang terlibat dalam bisnis atau kegiatan usaha yang dijalankan, termasuk konsumen. Tanggung jawab ini mencakup penyediaan produk atau layanan yang berkualitas, memenuhi janji yang telah disepakati, serta menjaga kepuasan dan kepercayaan semua pihak yang berinteraksi dengan bisnis tersebut. Semakin tinggi tingkat responsive dari pelaku UMKM maka akan meningkatkan kepuasan pelayanan terhadap konsumen.

- c) Bersaing secara sehat dengan memperhatikan peraturan yang berlaku dan moral sebagai dasar persaingan.
- d) Memiliki sikap yang ramah sehingga memudahkan dalam menjalin komunikasi bagi pelaku UMKM dengan konsumen. Sikap ramah ini tentunya akan meningkatkan pangsa pasar dan peluang semakin berkembangnya usaha karena konsumen merasa nyaman.
- e) Memiliki rasa kepedulian terhadap konsumen dengan memperhatikan dan memberikan solusi terhadap keluhan dan permasalahan yang dialami oleh konsumen. Sikap ini menjadi penting sebagai sikap loyalitas yang diberikan oleh pelaku UMKM kepada konsumen.
- f) Responsivitas pelaku UMKM dalam memberikan layanan kepada konsumen, baik terkait kebutuhan maupun pertanyaan seputar produk yang ditawarkan, menjadi nilai tambah yang penting. Sikap ini memberikan kesan positif bagi konsumen dan dapat menjadi salah satu faktor pendukung dalam pengembangan UMKM.
- g) Dedikasi yang tinggi dengan pengetahuan yang luas dan baik termasuk dalam menarik minat konsumen (Silviah, 2022).

Selanjutnya pemerintah juga memiliki andil yang sangat penting untuk dapat memberikan panduan yang jelas termasuk informasi yang lengkap terkait etika bisnis Islam sehingga dapat didistribusikan kepada pengusaha atau pelaku UMKM serta memastikan pelaksanaan bahwa bisnis yang berjalan sesuai dengan pedoman. Badan pemerintah atau badan tertentu juga harus dibentuk untuk memonitoring pelaksanaan pedoman yang adil dan tidak memihak serta memberikan ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan keluhan dan menyampaikan informasi jika terjadi penyimpangan.

6. Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap optimalisasi pengembangan UMKM

Tingkat pertumbuhan bisnis dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk bagaimana pelaku bisnis mengelola hubungan dengan Allah SWT (habluminallah) dan hubungan dengan sesama manusia (habluminannas). Keberhasilan dalam bisnis tidak hanya bergantung pada usaha material, tetapi juga pada kepatuhan terhadap nilai-nilai agama, yang dianggap sebagai bentuk loyalitas dan dapat dihargai oleh Allah SWT dalam bentuk rezeki atau keberkahan. Prinsip-prinsip yang perlu diterapkan oleh pelaku bisnis dalam menjalankan etika bisnis Islam meliputi:

- a) Prinsip kesatuan (Tauhid) adalah landasan utama etika bisnis Islam, berfokus pada keyakinan murni kepada Allah SWT. Prinsip ini mendorong pelaku bisnis untuk

menjadikan motivasi dan tindakannya selaras dengan ketentuan-Nya. Prinsip ini diperlukan agar pelaku tidak melakukan diskriminasi dengan pihak lain dalam aspek kehidupan terutama dalam berbisnis seperti melakukan bisnis yang tidak baik (melanggar aturan hukum dan syariat) serta menumpuk harta kekayaan yang hakikatnya adalah amanah dari Allah SWT. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk, proses produksi dan kualitas SDM sangat dijaga dengan baik.

- b) Prinsip keseimbangan (Keadilan), dalam hal ini manusia berlaku adil kepada diri sendiri dan juga pihak lain secara adil. Yang perlu ditanamkan adalah bagaimana bisnis dapat berjalan dengan menjaga keseimbangan pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis dengan diperhatikan dan dianggap penting bukan hanya memperkaya diri sendiri dengan pemaksimalan keuntungan. Loyalitas kedua belah pihak dalam menjalin kerjasama menjadi penting seperti perusahaan yang memberikan kualitas yang baik terhadap produk maka konsumen juga harus loyal kepada perusahaan dengan menjadi pelanggan yang baik.
- c) Prinsip kehendak bebas, dalam Islam untuk menjalankan bisnis harus berdasarkan landasan dan aturan syariat. Tidak dibenarkan melakukan persaingan dengan cara yang tidak benar serta merugikan pihak lain. Prinsip kehendak bebas ini mengarah pada kebaikan dan kepentingan semua pihak seperti kehalalan produk yang diperjual belikan, jaminan keamanan produk serta sertifikasi produk dari badan tertentu yang dapat mengurangi kekhawatiran konsumen terhadap suatu produk.
- d) Prinsip tanggung jawab berkaitan dengan kehendak bebas, di mana setiap kegiatan bisnis harus dapat dipertanggungjawabkan oleh semua pihak yang terlibat, guna memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan. Prinsip ini dapat diterapkan pelaku UMKM dengan melakukan legalitas secara hukum kepada UMKM, melakukan pembayaran upah, memberikan hak-hak pihak yang berkepentingan dan pemberdayaan masyarakat sekitar. Langkah-langkah tersebut sebagai bukti bahwa perusahaan benar-benar bertanggungjawab kepada semua pihak yang terlibat.
- e) Prinsip kebenaran (kejujuran) menekankan niat, sikap, dan perilaku terpuji dalam bisnis. Pelaku usaha harus transparan mengenai produk yang dijual, tidak berbohong, menutupi kekurangan, atau memanipulasi produk. (Febriyanti, 2024).

Kesimpulan

Bisnis dalam Islam tidak hanya menjadi sumber penghasilan, tetapi juga sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Menjalankan bisnis sesuai tuntunan syariat menjadikan pengusaha tidak hanya taat, tetapi juga sukses. Islam menawarkan etika bisnis berdasarkan teladan Rasulullah SAW, dengan menempatkan etika dan moral sebagai fondasi utama. Etika bisnis Islam memastikan kegiatan bisnis sesuai hukum syariah tanpa melanggar nilai-nilai moral agama. Prinsip-prinsip utama etika bisnis Islam meliputi tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kejujuran. Penerapan etika ini memberikan dampak positif bagi pengembangan UMKM yang berkelanjutan, dengan mengutamakan kesejahteraan bersama.

Daftar Pustaka

- Anggraeni, Feni Dwi, Imam Hardjanto, dan ainul Hayat. “*Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal*” dalam *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*. No. 6, Vol. 1, 2013.
- Bertens, K. *Etika*. Yogyakarta : PT Kanisius, 2013.
- Bertens, K. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta : PT Kanisius, 2013.
- Cahyono, Eko Agus, Sutomo dan Aris Hartono. “*Literatur Review : Panduan Penulisan dan Penyusunan*” dalam *Jurnal Keperawatan*. No. 2, Vol. 12, 2019.
- Djakfar M. *Etika Bisnis Islam : Tataran Teoritis dan Praktis*. Malang : UIN Malang Press, 2008.
- Efilianti, Desi. “*Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam : Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil*” dalam *Jurnal ESA : Ekonomi Syariah*. No. 2, Vol. 1, 2018.
- Febriyanthi, Dwi dan Siti Mujiatun. “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Muslim Makanan dan Minuman di Hamperan Perak*” dalam , *Jurnal Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. No. 7, Vol. 6, 2024.
- Idri. *Hadis Ekonomi : Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta : Prenadamedia Group, 2015.
- Maslukhah, Siti, Nur Diana dan M. Cholid Mawardi “*Analisis Etika Bisnis Islam Pada UMKM Kerupuk Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo*” dalam *Jurnal El-Aswaq*. No. 2, Vol. 3, 2022.
- Muhammad. *Paradigma, Metodologi & Aplikasi Ekonomi Syariah*. Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008.

Silviyah, Nur Manna, dan Novieati Dwi Lestari. “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM” dalam Jurnal *Al-Iqtishod*. No. 1, Vol. 10, 2022.

Sudarsono. “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kudus” dalam Jurnal *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*. No. 2, Vol. 5, 2022.

Sumarni, Iqbal Tanjung, Doni Rukanda dan Desy Amalia. “Tantangan Etika Bisnis Islam dalam Pergulatan Etika Bisnis Global” dalam Jurnal *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*. No 3, Vol 3, 2023.