



PENTINGNYA ETIKA DALAM PERTUMBUHAN USAHA, MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)

Annisa Mutia Hasna

Perbankan Syariah, STEI Hamfara Yogyakarta

annisamutia33@gmail.com

Riwayat Artikel		
Diterima: 26/2/2023	Disetujui: 27/2/2023	Dipublish: 2/3/2023

Abstrak: Bisnis dalam perusahaan-perusahaan besar di dalam negeri sudah banyak memberikan kontribusi besar dalam kemajuan ekonomi dan perkembangan sosial. Selain perusahaan-perusahaan tersebut, ada juga perusahaan dengan skala kecil yang ikut serta dalam perkembangan ekonomi dan sosial yang biasa disebut perusahaan mikro atau UMKM. Akan tetapi, ada konsekuensi yang merugikan banyak pihak akibat dari kegiatan perusahaan-perusahaan yang tidak menjalankan etika berbisnis yang ada. Tujuan dari penyusunan artikel ini untuk mengetahui pentingnya etika dalam pertumbuhan UMKM. Etika dalam usaha memiliki peran penting, sehingga keberhasilan suatu usaha bisa dilihat dari pekerja yang memiliki etika. Manfaat dari penyusunan artikel ini untuk mengetahui tingkat keberhasilan usaha dengan kinerja yang memiliki etika di era global. Dalam islam, etika usaha dijelaskan dalam Al-Quran dan Hadits.

Kata Kunci: Pertumbuhan Ekonomi, UMKM, Etika

Abstract: Business in large companies in the country has made many major contributions in economic progress and social development. In addition to these companies, there are also small-scale companies that participate in economic and social development commonly called micro-companies or MSMEs. However, there are adverse consequences for many parties as a result of the activities of companies that do not carry out existing business ethics. The purpose of the preparation of this article is to know the importance of ethics in the growth of MSMEs. Ethics in business has an important role, so that the success of a business can be seen from workers who have ethics. The benefits of preparing this article to find out the success rate of a business with performance that has ethics in the global era. In Islam, business ethics is described in the Qur'an and Hadith.

Keywords: Economic Growth, UMKM, Ethics

PENGANTAR

Para tokoh muslim menyadari bahwa perlunya kembali ke ajaran Al-Quran dan Hadits memunculkan pemikiran untuk menggunakan sistem ekonomi berlandaskan syariat Islam (Masykuroh, 2020). Kesadaran ini muncul karena sebagai salah satu negara mayoritas beragama Islam, Indonesia tidak serta merta menjadi negara maju dimana sistem yang dijalankan saat ini tidak menyebabkan kesejahteraan untuk rakyatnya terkhusus umat Islam (Wahab, 2016). Dimana masih banyaknya umat Islam yang mengalami kemiskinan juga penindasan. Maka yang diharapkan adalah munculnya ekonomi syariah sebagai jawaban atas permasalahan yang dihadapi negara-negara muslim.

Salah satu solusi yang ditawarkan oleh sistem ekonomi islam yaitu mengatasi kemiskinan dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM diharapkan dapat membuka peluang untuk mengembangkan usahanya (Fataron, 2022). Dalam meningkatkan pertumbuhan kegiatan bisnisnya, pelaku UMKM tentunya akan menghadapi berbagai kendala. Salah satu kendala yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM adalah mengenai administeseasi Ketika akan mengajukan tambahan modal kepada pihak perbankan (Mubyarto, 2014). Dimana untuk menjalankan syariat Islam dalam kehidupan ekonomi seorang muslim, kita harus mengubah pola pikir dari sitem ekonomi saat ini yaitu Kapitalis menuju sitem ekonomi syariah islam termasuk di dalamnya perilaku bisnis. Karena bahwasannya dunia bisnis tidak dapat dipisahkan dari etika bisnis.

Saat ini banyak perilaku bisnis yang tidak beretika padahal hampir disemua negara para pelaku bisnis menggunakan etika dalam bisnisnya. Misalnya perusahaan jepang yang terlambat menarik produk TV-nya yang ternyata menyebabkan terlalu panas dan akhirnya kebakaran. Perusahaan Nike membayar upah pekerja yang rendah untuk mendapatkan harga yang tinggi. Tetapi dari beberapa perusahaan yang tidak menggunakan etika dalam berbisnis ada juga perusahaan yang melaksanakan etika bisnis dalam praktek bisnisnya (Tofiin, 2013). Misalnya, Nestle di india yang membantu para peternak sapi sehingga produksi susu per peternak meningkat 50 kali lipat dan taraf hidup para peternak pun secara otomatis juga meningkat. Selain itu, Arnotts, perusahaan biskuit Australia yang berani menarik seluruh produknya sekalipun ada orang yang mau memberitahu produk mana yang beracun asal diberi sejumlah uang. Perusahaan tersebut lebih suka menarik produknya demi keselamatan konsumennya dan dampaknya luar biasa, enam bulan kemudian pendapatan perusahaann naik tiga kali lipat. Fenomena ini menarik untuk dicermati dalam kajian etika bisnis Islam, karena merupakan bagian disiplin ilmu ekonomi Islam lebih khusus tentang perilaku ekonomi perusahaan (Syahbudi & Sari, 2017). Sekarang yang menjadi pertanyaan adalah pentingnya etika bisnis Islam dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM itu yang seperti apa (Nawatmi, 2010). Artikel ini berusaha menjelaskan secara sederhana perilaku perusahaan yang memenuhi standar ekonomi Islam.

METODE

Artikel ini menggunakan teknik analisis deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Suatu penelitian yang berusaha menjawab pertanyaan. Penelitian deskriptif ialah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun status kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ialah untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar-fenomena yang diselidiki (Nazir, 1988). Menurut Whitney (1960) penelitian deskriptif ialah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tatacara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.

HASIL DAN DISKUSI

Secara etimologi, etika berasal dari kata *ethos* yang berasal dari bahasa Yunani yang berarti sikap, cara berpikir, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan dan watak kesusilaan (Utomo, 2015). Istilah etika telah digunakan Aristoteles, filsuf Yunani untuk menunjukkan filsafat moral. Jadi etika merupakan prinsip, moral dan standar perilaku yang membedakan benar atau salah dalam setiap individu. Sedangkan etika bisnis berusaha melarang pelaku bisnis untuk tidak melakukan apa yang tidak seharusnya dilakukan. Etika bisnis juga memberikan pengaruh terhadap perusahaan dengan para pekerjanya, bagaimana hubungan pekerja dengan perusahaan dan bagaimana perusahaan berhubungan dengan agen atau pelaku ekonomi lain (Rusydah & Utomo, 2019). Penerapan etika dan kejujuran dalam bisnis sangat penting karena keduanya dapat meningkatkan nilai entitas bisnis itu sendiri. Seiring berjalannya waktu dan melihat persaingan bisnis yang semakin tinggi dan konsumen yang sangat kritis, maka jika sebuah perusahaan bisa menjaga kepuasan konsumen maka akan menyebabkan perusahaan sustainable (berkelanjutan) dan dapat dipercaya dalam jangka panjang. Di dalam perusahaan yang menerapkan etika akan memberikan dampak positif kepada para pekerja salah satunya meningkatkan motivasi, karena selain diuntut menghasilkan yang terbaik bekerja juga harus diperoleh dengan cara yang baik pula. Penerapan dalam etika bisnis juga akan melindungi kebebasan dan meningkatkan keunggulan bersaing, selain itu juga mencegah terkena sanksi pemerintah karena melanggar etika yang digolongkan melawan hukum (Mudofir, 2019). Jika perusahaan tidak menggunakan etika dalam berbisnis, maka perusahaan akan lepas kendali, menggunakan berbagai cara, mengorbankan apa saja demi mencapai tujuan dan bahkan melanggar hukum yang ditetapkan oleh pemerintah. Etika bisnis juga berhubungan dengan merk (*brand value*). Perilaku bisnis yang beretika berkontribusi terhadap citra perusahaan dengan cara memberikan pelatihan kepada para pekerja mengenai etika (Muhsinat, 2016).

Pebisnis kapitalis beranggapan bahwa bubungan antara bisnis dan etika pasti bertentangan karena adanya konflik antara kedua hal tersebut dalam mengejar keuntungan yang maksimal (Ningsih, 2018; Prabangkara, 2019). Ketika etika berlawanan dengan keuntungan sebuah perusahaan maka para bisnis kapitalis akan lebih memilih keuntungan dan meninggalkan etika serta menghalalkan segala cara. Berbeda halnya dengan pengusaha yang memperhatikan etika serta cara meraih keuntungan tentunya perusahaan tersebut akan tetap hidup dengan pertumbuhan tinggi serta terbebas dari hal yang diharamkan. Perusahaan yang mementingkan keuntungan financial semata dalam usahanya mereka akan menyampingkan peran etika bisnis karena menganggap hal tersebut tidak cocok dengan perusahaannya serta tidak memiliki empati terhadap sosial karena beranggapan bisnis adalah bisnis bukan lembaga sosial masyarakat. Adapun jika dihadapkan dengan persaingan bisnis maka perusahaan akan melakukan segala cara agar jauh dari kata rugi sekalipun mengorbankan yang lain (Raditya, 2016). Misalnya untuk menekan biaya operasional perusahaan akan memberikan upah di bawah standar, memanipulasi laporan keuangan dan tidak menjaga keselamatan pekerja ataupun melanggar hukum yang berlaku.

Hubungan antara etika bisnis dan kinerja financial telah menjadi isu penting dalam dunia bisnis, oleh karenanya agar perusahaan bisa eksis dan terus berkembang dalam jangka Panjang, maka perusahaan tersebut harus menerapkan etika bisnis di dalam bisnisnya. Karena jika menerapkan etika bisnis maka para pelanggan akan lebih nyaman juga percaya kepada perusahaan. Perusahaan yang menerapkan etika dalam bisnis akan memiliki keunggulan dibandingkan perusahaan yang tidak menerapkan etika bisnisnya. Misalnya perusahaan yang memiliki etika di dalam bisnis akan terlihat dalam hal budaya perusahaan, tata kelola perusahaan, manual kode etik perilaku corporate dan tanggung jawab sosial pada perubahan masyarakat. Kaplan dan Norton (1996) merumuskan ukuran untuk mengukur kinerja perusahaan ke dalam empat perspektif yaitu: (1) perspektif finansial yaitu menggambarkan tujuan keuangan yang perlu dicapai UMKM sebagai visi utamanya; (2) perspektif pelanggan yaitu menggambarkan sasaran pasar yang perlu dicapai UMKM agar mendorong tercapainya tujuan keuangan; (3) perspektif bisnis internal yaitu menggambarkan strategi pengelolaan bisnis yang perlu diterapkan UMKM untuk memperoleh sasaran pelanggan dan keuangan; dan (4) perspektif pertumbuhan dan pembelajaran yaitu menggambarkan strategi perbaikan sistem, personel, lingkungan UMKM yang perlu ditetapkan untuk mencapai sasaran pengelolaan bisnis yang baik, pelanggan, dan keuangan.

Istilah etika secara umum merujuk pada baik buruknya perilaku manusia. Etika merupakan dasar baik dan buruk yang menjadi referensi pengambilan keputusan individu sebelum melakukan serangkaian kegiatan. Etika bukan hanya larangan-larangan normatif, tetapi lebih merupakan puncak akumulasi kemampuan operasionalisasi intelegensi manusia. Karena melibatkan kemampuan operasionalisasi intelegensi manusia, etika juga disebut dengan sistem filsafat, atau filsafat yang mempertanyakan praksis manusia berkaitan dengan tanggung jawab dan kewajibannya. Islam sangat mengutamakan kegiatan berbisnis yang beretika. Firman Allah

SWT: *“Dan kepada penduduk Madyan, kami (utus) Syuaib, saudara mereka sendiri. Dia berkata, Wahai kaumku! Sembahlah Allah. Tidak ada tuhan bagimu selain Dia. Sesungguhnya telah datang padamu bukti nyata dari Tuhanmu. Sempurnakanlah takaran dan timbangan, dan jangan kamu merugikan orang sedikitpun. Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Itulah yang lebih baik bagimu jika kamu orang yang beriman”* (Q.S. Al-A'raf: 85). Ayat tersebut menunjukkan bahwa perintah untuk menyempurnakan takaran dan timbangan disetarakan dengan perintah menyembah Allah SWT.

Dalam perspektif ajaran etika (akhlak) islam pada prinsipnya manusia dituntut untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, disamping kepada sesama manusia, alam semesta dan kepada pencipta manusia (Allah SWT). Untuk itu di dalam berbisnis pun perlu memperhatikan bagaimana etika bisnis di dalam islam tidak semata-mata mengesampingkan hal tersebut. Fenomena yang sering terjadi dikalangan umat Islam saat ini adalah terdapat realitas bahwa umat Islam relative tertinggal secara ekonomi dari pada masyarakat nonmuslim sehingga melahirkan pemikiran bahwa perlu adanya cita-cita untuk membangun tatanan ekonomi yang didasari etika ekonomi islam. Dimana etika bisnis islam ini diperlukan untuk memandu segala tangkai laku pelaku ekonomi dikalangan masyarakat umum khususnya masyarakat muslim (Nordin et al., 2022).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang mempunyai peran penting terhadap perekonomian negara baik dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan maupun dari sisi jumlah usahanya yang beragam. Pelaku UMKM memberikan para pengangguran pekerjaan yang secara langsung dapat membantu negara dalam mengurangi jumlah pengangguran terutama terhadap orang-orang yang memiliki kreativitas dalam melakukan usahanya namun kesulitan dalam hal permodalan. Potensi UMKM yang besar dalam menyerap tenaga kerja mengakibatkan UMKM harus terus didukung dalam menerapkan peraturan yang tidak memberatkan pelaku UMKM (Fataron, 2022). Pengaturan dan pengurusan UMKM yang kurang mendukung tersebut menjadi hal yang disayangkan, maka untuk itu perlu adanya alternatif salah satunya dari segi permodalan untuk para pelaku UMKM. Salah satu alternatif yang di tawarkan adalah dengan mengajukan pembiayaan melalui Lembaga Keuangan Syariah (LKS). LKS mengajukan permodal secara administrasi lebih sederhana dan mudah dibandingkan lewat Bank. Maka akan menjadikan salah satu peluang bagi pelaku UMKM untuk mengajukan permodalan melalui LKS. Dalam usaha baik itu usaha yang kecil maupun yang besar tidak lepas dari peran etika bisnis terutama untuk pengusaha muslim yang berusaha bukan semata-mata untuk mencari keuntungan dalam segi materi saja namun untuk mendapat ridho illahi, karena peran etika dalam kegiatan usaha sangatlah diperlukan dan keberhasilan sebuah usaha juga diperlukan melalui kinerja yang baik dan halal serta mempunyai etika. Seberapapun perusahaan itu berkembang tanpa dibarengi dengan etika bisnis tentu tidak akan menghasilkan keberhasilan yang besar bagi perusahaan tersebut.

PENUTUP

Islam mengajarkan umatnya untuk selalu berpegang teguh di dalam ajaran melalui Al-quran dan Sunnahnya. Tidak ada satupun sisi yang luput dari peraturan Islam termasuk di dalam hal muamalah / berbisnis. Namun demikian masih banyaknya perusahaan dan pengusaha yang belum menerapkan etika di dalam bisnis usahanya sehingga menyebabkan persaingan yang tidak sehat dan seimbang antara pemodal yang kuat dan tidak pandang bulu dengan pemodal yang lemah dan mengharapkan ridho illahi. Peran etika dalam UMKM sangatlah penting karena dengan etika baik itu usaha yang kecil maupun yang besar akan memberikan hasil yang baik kepada pelaku UMKM dan masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Fataron, Z. A. (2022). Elaborasi Green Marketing dan Islamic Marketing Ethics (Studi Kasus UMKM di Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 80. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4250>
- Masykuroh, N. (2020). *Sistem Ekonomi Dunia* (2020th ed.). Media Karya. <https://www.kelaspintar.id/blog/tips-pintar/macam-macam-sistem-ekonomi-di-dunia-apa-saja-1913/#:~:text=Setidaknya%2C diketahui ada empat sistem,%2C komando%2C pasar dan campuran.>
- Mubyarto, D. (2014). *Ekonomi Kerakyatan* (M. Ridwan (ed.)). Lembaga Suluh Nusantara.
- Mudofir. (2019). Menegaskan Fikih Anti-Korupsi untuk Pembangunan Bangsa : Perspektif Filsafat Hukum Islam. *Ejournal.Fiaiunisi*, 6 (1), 1–23.
- Muhsinat, D. (2016). *Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi*.
- Ningsih, A. (2018). Relasi Konflik antara Petugas Keamanan dengan Pedagang Pagi di Kompleks Pasar Raya Kota Salatiga. *Ecodunamika*, 1–6.
- Nordin, N., Samsuddin, N. A. A., Embong, R., Ahmad, A. A., Usop, R., Ismail, S. K., & Ismail, S. (2022). Developing Business Model Based on Islamic Classical Economic Thoughts. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 11(4), 150–161. <https://doi.org/10.36941/ajis-2022-0105>
- Prabangkara, H. S. (2019). *Politik Kuliner “ Indonesia Indah ” : Kontestasi Wacana Keistimewaan Yogyakarta dalam Produk Kuliner Jogja Scrummy Politik Kuliner “ Indonesia Indah ” : Kontestasi Wacana Keistimewaan Yogyakarta Dalam Produk Kuliner Jogja Scrummy Disusun oleh :*
- Raditya, M. H. B. (2016). Kontestasi Kekuasaan dan Keteladanan Semu di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 19(1), 1–15. <https://doi.org/10.22146/jsp.10853>
- Rusydah, M., & Utomo, Y. T. (2019). Analisis Manajemen Pengendalian Mutu Produksi pada Bakpia-pia Djogja Tahun 2016 Berdasar Perencanaan Standar Produksi. *Jurnal Ekonomi Islam*, 18(1).
- Syahbudi, M., & Sari, L. P. (2017). Pemikiran Ekonomi Islam: Analisis Pemikiran M. Yasir Nasution Tentang Etika Dalam Bisnis Perbankan Islam. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 2(2), 107–124. <https://doi.org/10.24815/jped.v2i2.6688>
- Tofiin. (2013). Whistle Blower Dalam Penanggulangan Tindak Pidana Korupsi Di Indonesia Perspektif Fikih Jinayah. *IN RIGHT: Jurnal Agama Dan Hak Azazi Manusia*, 2(2), 433–450. <https://digilib.uin->

suka.ac.id/id/eprint/11306/

Utomo, Y. T. (2015). Etika Bisnis: Sebuah Perspektif dengan Pendekatan Fundamental RAdikal STEI Hamfara. *Jurnal Studi Islam: Mukaddimah*, 21(2), 341–370.

Wahab, A. (2016). Keberpihakan Kebijakan Pemerintah pada Sektor Usaha Rakyat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Keberlangsungan Pasar Tradisional). *Tsaqafah*, 12(1), 167.
<https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v12i1.373>