



Implementation of Islamic Business Ethics in Sate Khas Madura SMEs

Zainur Ridho¹, Siti Aisyah² and Abdul Mannan³

¹ Badri Mashduqi Probolinggo College of Islamic Economics and Business, Probolinggo, East Java, Indonesia

² Badri Mashduqi Probolinggo College of Islamic Economics and Business, Probolinggo, East Java, Indonesia

³ Badri Mashduqi Probolinggo College of Islamic Economics and Business, Probolinggo, East Java, Indonesia

 : <https://doi.org/10.55120/iltizamāt.v2i2.1378>

Abstract

This study aims to find out and analyze how the concept and application of Islamic business ethics is carried out by Mr. Azez as the owner of a typical Madura satay stall in Randumerak Village, Paiton District, Probolinggo Regency. The purpose of this study is to find out how the concept of Islamic business ethics is and how it is implemented for micro, small and medium enterprises and small and medium enterprises so that later it is hoped that the results of the resume from this research can be used as a framework or model for other business actors. This study uses descriptive research and uses field studies and analyzes the concepts carried out by the typical Madura satay business actor, namely Azez's father. The results of this study indicate that the implementation strategy carried out by Mr. Azez in Islamic sharia business in the field of micro, small and medium enterprises, typical Madura satay. The results show that the typical Madura satay stall business owned by Mr. Azez in Randumerak Village applies good Islamic business ethics behavior from entrepreneurs to be applied in his business field. In implementing marketing activities, business actors have understood and implemented Islamic principles or values based on the sources of the Qur'an and Hadith.

Article Info

Keywords:

Islamic business, Ethics, Micro and small business,

* E-mail address: zainur13ridho@gmail.com¹, sitiaisyah@stebibama.ac.id², abdul.mannan@stebibama.com³

Articel Submitted :

Accepted :

Revised :

Published :



Implementasi Etika Bisnis Islam Pada UKM Sate Khas Madura

Zainur Ridho¹, Siti Aisyah² dan Abdul Mannan³

¹ Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Islam Badri Mashduqi Probolinggo, Jawa Timur, Indonesia

² Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Islam Badri Mashduqi Probolinggo, Jawa Timur, Indonesia

³ Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Islam Badri Mashduqi Probolinggo, Jawa Timur, Indonesia

 : <https://doi.org/10.55120/iltizamat.v2i2.1378>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis bagaimana konsep dan penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan oleh bapak Azez selaku pemilik warung sate khas madura yang berada di Desa Randumerak Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konsep etika bisnis Islam serta bagaimana implementasinya bagi para pelaku usaha kecil menengah dan usaha kecil menengah. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dan menggunakan studi lapangan dan menganalisis konsep yang dilakukan oleh pelaku usaha sate khas madura yaitu milik bapak Azez. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi penerapan yang dilakukan oleh bapak Azez dalam bisnis syariah Islam di bidang usaha kecil dan menengah sate khas madura. Hasilnya menunjukkan bahwa usaha warung sate khas madura milik bapak Azez yang berada di Desa Randumerak menerapkan perilaku etika bisnis Islam baik dari pengusaha untuk di terapkan di bidang bisnisnya. Dalam melakukan penerapan kegiatan pemasaran pelaku usaha telah memahami dan mengimplementasikan prinsip atau nilai-nilai Islam dengan berlandaskan kepada sumber Al-Qur'an dan Hadits.

Informasi Artikel

Kata kunci:

Etika bisnis islam,
Usaha mikro kecil.

* E-mail address: zainur13ridho@gmail.com¹, sitiaisyah@stebibama.ac.id²,
abdul.mannan@stebibama.com³

Artikel diserahkan : 15 Juni 2023

Direvisi :

Diterima :

Dipublikasi :

Pendahuluan

Perkembangan ilmu ekonomi semakin marak dengan penerapan sistem perekonomian yang berbeda pada setiap negara. Pada pelaksanaan dan penerapan perekonomian hendaknya memberikan tanggungjawab dan kewajiban yang seimbang pada kelestarian dan kesetaraan seluruh manusia. Penerapan etika dalam pelaksanaan perekonomian pun dirasakan perlu lebih ditingkatkan. Ini didasarkan pada kenyataan bahwa sejak awal tahun 1980'an, etika bisnis memasuki wacana Amerika Serikat sebelum akhirnya meluas ke seluruh dunia. Bisnis dipengaruhi bukan hanya oleh situasi dan kondisi ekonomi semata, namun juga oleh perubahan-perubahan sosial, politik, ekonomi dan teknologi serta pergeseran-pergeseran sikap dan cara pandang para *stakeholders*nya. Bahkan jika tujuan bisnis dipandang secara sempit, yakni sebagai maksimalisasi nilai (ekonomis) bagi pemiliknya, bisnis harus tetap mempertimbang akan segala sesuatu yang mempengaruhi pencapaian tujuan terbatas tersebut. Etika bisnis juga dapat dipergunakan oleh para pelaku bisnis sebagai sumber paradigma dalam menjalankan suatu bisnis yang baik (Rosyadi, 2012).

Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Prilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka/ ruang lingkup bisnis. Begitu pula halnya dalam perdagangan, tanpa mengikuti ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan dalam syariah, maka perdagangan tersebut akan berakhir dengan ke-chaos-an (Alie Yafie, dkk, 2003: 3).

Secara sederhana yang dimaksud dengan kata etika berasal dari kata *ethos* yang dalam bahasa Yunani berarti kebiasaan (*custom*). Dalam kamus *Webster* etika adalah *the distinguishing character, sentiment, moral nature, or guiding beliefs of a person, group, or institution* (karakter istimewa, sentimen, tabiat moral, atau keyakinan yang membimbing seseorang, kelompok atau institusi) (Saifullah, 2011). Di dalam era bisnis modern seperti pada saat ini, untuk menghadapi berbagai persaingan bisnis serta untuk mewujudkan persaingan yang sehat dalam bisnis, maka dikenal dengan istilah etika bisnis. Etika bisnis sendiri merupakan cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku, dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat. Etika bisnis juga merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. (Ratih,I.S,z,Ridho,s 2021)

Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Etika bisnis merupakan studi standar formal dan bagaimana standar itu diterapkan ke dalam system dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa dan diterapkan kepada orang-orang yang ada di dalam organisasi. Etika sendiri dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika bisnis Islam yang digunakan mengacu pada lima aksioma, yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, ihsan, dan tanggung jawab. Adapun dampaknya diukur berdasarkan enam parameter kemajuan

bisnis, yaitu aspek pemasaran, manajemen dan SDM, hukum, sosial, dampak lingkungan, dan finansial (Bekum, 2004).

Bersama dengan semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam bisnis. Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah di atur dalam pandangan ajaran Agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan). Islam di segala aspek kehidupan termasuk di dalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan.

Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (*syariah*) dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidak seimbangan yang berkepanjangan di masyarakat. Umumnya bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk memperoleh keuntungan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien (Muhammad, 2009).

Penerapan etika bisnis Islam tersebut juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk dalam penyelenggaraan produksi, konsumsi maupun distribusi. Hal inilah yang sudah dilakukan pada beberapa pelaku usaha kecil menengah dengan menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan mereka. Usaha kecil dan menengah (UKM) cukup dominan dalam kualitas usaha maupun penyerapan tenaga kerja, tetapi dilihat dari nilai outputnya ternyata sangat kecil dibandingkan dengan total nilai output sektor industri. Keberadaan UKM ini perlu kita kembangkan karena pengembangan ini akan berpengaruh penting terhadap peningkatan perekonomian masyarakat untuk mencapai kesejahteraan (Ramadhani dan Arifin, 2013).

Usaha kecil menengah (UKM) selain itu umumnya pengertian UKM ialah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan ataupun badan usaha dan sesuai dengan kriteria usaha dalam lingkup kecil atau juga mikro. Usaha kecil atau UKM merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Kelemahan-kelemahan UKM pada umumnya dialami oleh adanya keterbatasan modal, kesulitan dalam pemasaran dan menyediakan bahan baku, pengetahuan yang minim tentang dunia bisnis. Keterbatasan usaha teknologi, kualitas SDM (pendidikan formal) yang rendah, manajemen keuangan yang belum baik, tidak ada pembagian tugas yang jelas, serta sering mengandalkan anggota keluarga sebagai pekerja tidak di bayar (Tambunan, 2002:169).

UKM juga merupakan bentuk bisnis Syariah. Bisnis dalam Islam terdapat aturan-aturan yang harus dilakukan dalam menjalankan bisnis mebel yang harus sesuai dengan nilai-nilai bisnis Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnis yang diinginkan tidak terjadi kekhawatiran karena sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Etika bisnis Islam muncul kepermukaan dengan berlandaskan bahwa Islam adalah agama yang sempurna. Bahwa terdapat aturan-aturan aspek sosial, budaya, ekonomi, sipil, dan politik. Bahkan terdapat pada

semua pelaku usaha harus berlandaskan kepada sumber Al-qur'an dan Hadits. Hal ini juga dinyatakan oleh (Fauroni 2003:92) bahwa etika bisnis merupakan keharusan. Etika dapat menyatu dengan dunia bisnis. Tanpa etika, dunia bisnis akan menjadi sebuah struktur kehidupan yang tersendiri dan menjadi dunia yang (hitam). Bisnis Islam merupakan suatu istilah untuk menjelaskan segala aktivitas berbagai institusi dari yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari (Manullang, 2002 : 8). Selain itu usaha mikro kecil menengah (UMKM) dapat mengatasi masalah pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Sunariani, Suryadinatha, & Mahaputra, 2017).

Bisnis usaha kecil menengah (UKM) khas sate madura cak Sohob memang mampu menghasilkan keuntungan yang begitu luar biasa. Berbisnis sate khas madura menjadi suatu pilihan cak sohob karena berbisnis kuliner sate khas madura sangat menjanjikan keuntungannya hingga banyak orang juga tertarik menekuni bisnis tersebut. Bisnis sate khas madura dapat dikatakan sangat cemerlang dan menguntungkan dimana, melalui bisnis sate khas madura dapat mendatangkan keuntungan bombastis yang cukup besar karena, berbisnis kuliner sate khas madura banyak di minati oleh banyak orang sehingga tidak ragu jika berbisnis sate khas madura.

Bisnis yang di geluti cak sohob dengan olahan khas sate madura memiliki prospek yang sangat bagus dalam jangka ke depan. Bisnis sate madura cak Sohob yang sejak dahulu tumbuh hingga sekarang masih berkembang juga tak pernah sepi akan konsumen. Adapun berbisnis sate khas madura cak sohob tidak lupa mengedepankan parameter penerapan etika bisnis Islam karena, parameter yang digunakan dapat mengukur kemajuan suatu bisnis yang digeluti. Parameter-parameter tersebut antara lain aspek pemasaran, manajemen dan SDM, hukum, sosial, dampak lingkungan, dan finansial. Dari keseluruhan parameter aspek yang digunakan untuk menilai perkembangan suatu bisnis, aspek finansial merupakan parameter yang umumnya digunakan sebagai standar untuk menilai tingkat kemajuan suatu usaha bisnis (Emawati, 2007). Tujuan penelitian ini adalah mengetahui serta menganalisis Penerapan Etika Bisnis Islam Studi Usaha Sate Khas Madura Di Desa Randumerak Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo.

Tinjauan Literatur

Etika bisnis Islam merupakan etika bisnis yang mengedepankan nilai-nilai al-Qur'an dan Hadits. Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai baik, buruk benar, salah dan haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah. Secara etimologi, Etika (ethics) yang berasal dari bahasa Yunani *ethikos* mempunyai beragam arti : pertama, sebagai analisis konsep-konsep terhadap apa yang lurus, mesti, tugas, aturan-aturan moral, benar, salah, wajib, tanggung jawab dan lain-lain. Etika merupakan studi standar moral yang tujuan eksplisitnya adalah menentukan standar yang benar atau didukung oleh penalaran yang baik. Etika bisnis Islami adalah menyangkut "*Bussines Form*" dan atau "*Business person*", yang mempunyai arti yang bervariasi. Jadi etika bisnis Islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Bahkan dalam Islam, pengertian bisnis itu sendiri tidak dibatasi urusan dunia, tetapi mencakup pula seluruh kegiatan kita di dunia yang "dibisniskan" (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat (Aziz, 2013).

Etika sendiri dalam Islam merupakan buah dari keimanan, keislaman, dan ketaqwaan yang didasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah SWT. Islam merupakan

sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia yang menyeluruh, termasuk dalam wacana bisnis. Bisnis yang Islami harus lahir untuk kepentingan beribadah kepada Allah SWT dengan niatan akan memenuhi aturan Ilahi (Harahap, 2010, p. 70). Islam memandang bisnis dalam operasionalnya terbagi menjadi dua area, yaitu pertama pada yaitu prinsip-prinsip dasar yang telah ditetapkan oleh Al-Quran dan Sunnah dan konsep ini tidak akan berubah sampai kapanpun, sedangkan yang kedua pada area perkembangan ilmu pengetahuan (Shihab, 2011, p. 9).

Etika bisnis merupakan sebagai pengendali perilaku persaingan bisnis agar sesuai dengan norma yang ada. Suatu persaingan bisnis dapat dinilai baik, apabila memenuhi seluruh norma yang ada. Etika bisnis juga dapat dipergunakan oleh para pelaku bisnis sebagai sumber paradigma dalam menjalankan suatu bisnis yang baik (Rosyadi, 2012). Umumnya bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk memperoleh keuntungan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien (Muhammad, 2009). Dalam kamus Webster etika adalah the distinguishing character, sentiment, moral nature, or guiding beliefs of a person, group, or institution (karakter istimewa, sentimen, tabiat moral, atau keyakinan yang membimbing seseorang, kelompok atau institusi) (Saifullah, 2011).

Etika bisnis Islam merupakan etika yang meliputi tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, ihsan, dan tanggung jawab (Djakfar, 2012, p. 22; Muhammad, 2004, p. 53; Naqvi, 1997). Di dalam tataran kehidupan manusia secara global etika bisnis Islam bukanlah satu-satunya dijadikan sebagai parameter, karena masih banyak parameter-parameter lain yang diciptakan oleh manusia di muka bumi ini (Djakfar, 2012, p. 42). Berdasarkan lima aksioma etik ini, maka sudah seharusnya seluruh kegiatan, proses, bahkan sistem pada suatu perusahaan bisnis mengacu kepadanya agar sesuai dengan etika bisnis Islam. Segala komponen yang terkait dengan perusahaan harus selalu diwujudkan secara baik dan optimal. Berlandaskan kelima aksioma etika bisnis Islam, perusahaan akan terminimalisir dari kegiatan-kegiatan yang tidak diperbolehkan atau kegiatan yang bertentangan dengan prinsip syariah. Dapat dikatakan bahwa penerapan etika bisnis Islam yang baik pada usaha bisnis juga ditemukan pada penelitian sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh (Setiadi & Kasmiruddin, 2014).

Prinsip etika bisnis sangat berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik, sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia, hal ini disebabkan oleh prinsip-prinsip etika bisnis yang terkait erat dengan sistem nilai yang dianut oleh masing-masing masyarakat (Keraf, 1998 : 73). Dalam hal ini ternyata system yang berasal dari agama memberi pengaruh yang dominan terhadap prinsip-prinsip etika bisnis pemeluknya, seperti yang telah diajarkan oleh ajaran agama islam, yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW, yaitu: *Customer Oriented*, *Transparansi*, *Persaingan yang sehat*, *Fairness*. Adapun sifat yang Rasulullah SAW terapkan juga dalam berdagang yaitu *shiddiq*, *tabligh*, *amanah*, dan *fathonah*. Adanya pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti kekuatan suatu bisnis dengan mengutamakan Kejujuran, Amanah, Toleransi, Menepati janji. Menurut (Imaddudin 2007:156) ada lima dasar prinsip dalam etika bisnis, yaitu : kesatuan, berlaku adil, kebebasan, tanggungjawab, dan kejujuran. Etika bisnis hanya bisa berperan dalam suatu komunitas moral, tidak merupakan komitmen individual saja, tetapi tercantum dalam kerangka sosial. Tindakan terpuji tersebut dengan salihat dan tindakan yang tercela disebut sebagai sayyiat (Jakarta; Bumi Aksara, 2012).

Prinsip etika bisnis Islam juga merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntunan perusahaan. Dalam membicarakan etika bisnis islam adalah menyangkut "*Bussines Form*" dan atau "*Business Person*", yang mempunyai arti yang bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang menguntungkan. Jadi etika bisnis islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran islam. Menurut *Vincent Barry* dalam bukunya "*moral issue in business*", menyatakan bahwa *business ethics it the study of what constitutes good and bad human conduct, including related action and values, in a business context.* (Etika bisnis adalah ilmu tentang baik buruknya terhadap suatu manusia, termasuk tindakan-tindakan relasi dan nilai-nilai dalam kontak bisnis). Menurut *K. Bertens* (2000) dalam buku etika, merumuskan pengertian etika nilai-nilai dan norma atau kode etika dan ilmu baik buruk. Etika bisnis Islam merupakan etika bisnis yang mengedepankan nilai-nilai al-Qur'an. Oleh karena itu bapak Azez selaku pemilik warung sate khas madura mengambil beberapa nilai dasar etika bisnis Islam yang di ambil langsung dari inti ajaran Islam untuk diterapkan di usahanya (Azez, 2022).

Adapun usaha kecil menengah (UKM) juga merupakan bentuk bisnis yang mengedepankan etika bisnis islam karena, dibalik usaha tanpa etika bisnis yang mengedepankan prinsip islam. UKM sendiri merupakan usaha yang membantu perekonomian semua orang. Sebab melalui UKM akan membentuk lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha (Rudjito, 2003). Usaha kecil menengah merupakan hal yang baru dalam kegiatan atau aktivitas peniagaan. Usaha kecil menengah (UKM) sendiri merupakan suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan atau juga badan usaha yang dalam hal ini termasuk juga sebagai kriteria usaha dalam lingkup kecil atau juga mikro. Keberadaan usaha mikro kecil menengah sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu UKM juga dapat menciptakan tenaga kerja yang bisa mengangkat taraf kesejahteraan masyarakat. Usaha mikro kecil menengah menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional. Sejarah telah menunjukkan bahwa UKM di Indonesia tetap eksis dan berkembang meski terjadi krisis ekonomi (Alyas & Rakib, 2017). UMKM juga merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UM), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap (Tambunan, 2012).

Metode, Data, dan Analisis

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, deskriptif dan menggunakan jenis penelitian studi lapangan. Untuk mendukung sebuah penelitian di butuhkan data-data tambahan seperti dokumen dan sebagainya. Terdapat dua jenis data yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi sebuah studi kasus dalam penelitian kualitatif, yaitu terdapat sumber data primer dan sumber data sekunder yang berupa peraturan UKM dan etika dalam bisnis. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling stragis dalam penelitian ini karena, tujuan utama dalam penelitian ini adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data yang memenuhi standar data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Penulis mewawancari

pemilik usaha sate khas Madura di desa Randumerak. Dalam penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data triangulasi yang memanfaatkan sesuatu yang lainnya. Teknis analisis data menggunakan teknik eksplanasi yaitu, teks yang menjelaskan hubungan logis dari beberapa proses kejadian atau fenomena alam sosial. Dilihat dari segi sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi.

Hasil dan Diskusi

Manajemen Operasional Usaha Sate Khas Madura

Usaha sate khas madura milik bapak Azez menjual sate khas madura pememesan sate khas madura harus diambil sendiri ke warung cak Sohib yang berada di timur jembatan Desa Randumerak. Dalam pemesanan sate terima jadi di warung cak Sohib lewat telfon atau Whatsapp yang pertama harus mempunyai kontak nomor telfonnya agar ketika ingin memesan mudah untuk menghubungi si penjual sate khas madura, untuk mendapatkan nomor telfon atau Whatsapp cak Sohib hanya ada di banner depan warungnya. Dalam bentuk pemesanan sate khas madura maupun langsung datang ke warung dan via pemesanan online, cak Sohib disana menyediakan tiga menu sate khas madura yaitu sate Ayam, Kambing dan Sapi.

Untuk sementara ini sate Sapi tidak *ready* karena adanya penyakit sapi yaitu penyakit mulut dan kuku (PMK) jadi, hanya *ready* dua menu yaitu sate Ayam dan Kambing. Adapun jam buka warung cak Sohib dari jam 16:00 sore samapai jam 23:00 malam, buka setiap hari hanya libur ketika ada acara keluarga (Azez, 2022).

Manajemen Keuangan Usaha Sate Khas Madura

Manajemen keuangan di bidang usaha sate khas madura modal utama dalam membangun warung sate khas madura, bapak Azez mengatakan bahwa awal modal pertama sedikit cukup besar kurang lebih 8-10 JT. Adanya membangun tempat usaha sate khas madura dan harga peralatan alat-alat yang dibutuhkan seperti gerobak, piring, baskom, sendok, panggangan sate, kipas angin dll, juga cukup mahal di situlah awal modal sedikit harus banyak agar tercapai dalam membangun usaha sate khas madura. Dari segi hasil keuangan menjual sate khas madura istri bapak Azez Yaitu Ibu Rodiah setiap harinya langsung menghitung atau mencatat hasil pendapatan menjual sate khas madura dari jam 16:00-23:00 malam, tidak lupa setiap pengeluaran untuk belanja ke pasar dan kebutuhan yang lain juga di catat oleh istri bapak Azez yaitu Ibu Rodiah dengan tujuan pada saat bapak Azez dan Ibu Rodiah ingin mengeluarkan zakat setiap tahunnya tidak lupa jadi bisa melihat catatan yang sudah dicatat sebelumnya. Setiap akhir bulan ibu Rodiah menotal hasil pendapatannya selama menjual sate khas madura karena, untuk memberikan gaji kepada karyawannya (Rodiah, 2022).

Pendapatan bapak Azez selama satu bulan menjual sate khas madura hasil pendapatan kotor mencapai 4,5 jt itupun pada saat pembeli dan pemesanan sate khas madura sangat sepi jika, pemesanan cukup banyak maka pendapatan bapak Azez menjual sate khas madura bisa mendapatkan keuntungan kurang lebih mencapai 5 jt. Pendapatan yang diperoleh setiap perbulannya hal tersebut. Jadi pendapatan bapak Azez setiap bulannya tergantung banyaknya pembeli dan pemesanan *online* di setiap malamnya. Bapak Azez tidak pernah rugi dalam berbisnis sate khas madura karena setiap harinya ada saja pembeli dan pesanan *online* dari masyarakat (Azez, 2022).

Bahwa sudah kita ketahui dalam segi penerapan operasional dan manajemen keuangan warung sate khas madura milik bapak Azez yang sudah dijelaskan sebelumnya. Oleh karena itu bapak Azez selaku pemilik warung sate khas madura mengambil beberapa nilai dasar etika bisnis Islam dan mengikuti sunnah Nabi SAW yang di ambil langsung dari inti ajaran Islam untuk diterapkan di usahanya (Azez, 2022).

Pemilik warung usaha sate khas madura bapak Azez dan Ibu Rodiah menerapkan memberikan waktu istirahat kepada karyawannya. Pada saat pembeli tidak ada karyawanpun boleh istirahat untuk di pergunakan makan malam dan menunaikan sholat Magrib dan Isya' setelah sholat bisa kembali lagi untuk bekerja menunggu pembeli sate khas madura. Memberikan waktu istirahat makan dan sholat kepada karyawannya bentuk tersebut juga merupakan bentuk etika bisnis dalam mempekerjakan seseorang meskipun yang menjadi karyawannya. Memberikan waktu sholat 5 waktu kepada karyawan merupakan kebiasaan bagi bapak Azez sebab dengan memberikan waktu sholat kepada karyawannya, karyawanpun bisa mendekatkan dirinya dan bisa beribadah kepada penciptanya" (Azez, 2022).

Pada saat bapak Azez mendapatkan penghasilan lebih bapak Azez tidak lupa memberikan bonus atau gaji tambahan kepada karyawannya, selain itu bapak Azez dan istrinya Ibu Rodiah selalu aktif dalam bersedekah kepada orang yang tidak mampu dan memberikan makanan atau uang kepada anak yatim setiap satu bulan atau dua bulan satu kali. Anak bapak Azez yaitu Sohib yang menjadi karyawan di warung sate khas madura tidak pernah dipaksa untuk masuk bekerja karena sudah ada jadwal libur yang sudah di tentukan selama satu bulan libur dua atau empat kali, boleh masuk terus selama satu bulan full dan bisa mengambil jatah libur sebanyak yang sudah ditentukan, bapak Azez memberikan kelonggaran tidak masuk bekerja dengan tujuan untuk kepentingan karyawannya. Akan tetapi dengan catatan pada saat karyawan yaitu Sohib tidak bisa untuk masuk bekerja wajib memberitahu kepada bapak Azez, meskipun karyawannya adalah anak dari bapak Azez sendiri, dengan tujuan agar bapak Azez tau karyawan yaitu Sohib tidak bisa bekerja pada malam hari karna ada kepentingan pribadi (Azez, 2022).

Bapak Azez selaku pemilik warung sate khas madura selalu berlaku adil kepada karyawannya yaitu Sohib hal tersebut dapat dilihat dari karyawan yang bekerja di warung milik bapak Azez, karyawan bapak Azez digaji tepat waktu yaitu satu bulan satu kali, selain itu karyawannya juga bisa *cashbon* kepada bapak Azez pada saat membutuhkan uang mendadak untuk keperluan pribadinya. Menepati waktu dalam segi memberikan gaji kepada karyawan adalah hal wajib maka, dari dampak tersebut karyawanpun merasakan kepuasan dalam bekerja kepada bapak Azez. Hal ini dijelaskan dalam hasil sebagai berikut. Memberi gaji tepat waktu kepada karyawan adalah sebuah kewajiban dalam mempekerjakan manusia meskipun, karyawannya adalah anaknya sendiri dengan memberi gaji kepada karyawan tepat waktu, karyawanpun senang dan semangat dalam bekerja di warung sate khas madura milik bapak Azez. Sebelum karyawannya bekerja di warung milik bapak Azez. Bapak Azez menawarkan gaji perbulannya yaitu sebesar 600 RB, apabila karyawan tersebut setuju dengan gaji yang sudah di tetapkan, maka karyawan tersebut bisa langsung bekerja di warung bapak Azez. Menurut bapak Azez gaji karyawan sudah sesuai dengan pekerjaan yang di lakukan para karyawannya, karena selain gaji karyawan 600 RB, karyawan juga di berikan bonus ketika pendapatan dari menjual sate cukup banyak. Dengan adanya bonus tersebut pekerja akan merasa senang atas pemberian dari bapak Azez (Azez, 2022).

Setiap pembeli atau konsumen yang sudah berlangganan membeli sate khas madura di warung milik bapak Azez, pembeli diberikan kebebasan dalam memilih menu sate ayam atau kambing yang di inginkan. Selain itu Sohob sebagai karyawan melayani pembeli dengan baik dan tidak memaksa konsumen untuk membeli dan memesan sate khas madura. Jadi, karyawan hanya melayani dengan baik para pembeli atau pemesanan konsumen yang diinginkan. Dengan Adanya banyaknya pembeli maka pendapatan setiap bulannya bapak Azez dan istrinya tidak pernah lupa untuk bersedekah dan Infak kepada yang membutuhkan seperti fakir miski, santunan anak yatim, dan lain-lain. Adapun dampak bersedekah, infak dan zakat kepada yang membutuhkan. Dengan bersedekah secara rutin satu bulan atau dua bulan satu kali, bapak Azez dan istrinya merasakan perubahan dibidang usahanya, yaitu bisnisnya semakin berkembang dan pendapatan setiap bulannya semakin bertambah konsumenpun semakain banyak, saran dari bapak Azez bersedekah tidak akan membuat kita semakin miskin tetapi sebaliknya reziki akan terus mengalir karena bersedekah merupakan cara terbaik dan bisa merubah hidup kita dan bisa saja dampak bersedekahn bisa membuat kita seakin kaya. Maka adanya pendapatan yang sudah diperoleh setiap tahunnya, bapak Azez dan Ibu Rodiah tidak pernah lupa untuk berzakat. Dari segi total yang di dapat setiap tahunnya bapak Azez mengeluarkan zakat sebanyak 2,5% dan sedekah atau infaknya sebanyak 10% dari total yang di dapatkan setiap tahunnya (Azez & Rodiah, 2022).

Dalam melakukan pemesanan atau membeli sate khas madura di warung milik bapak Azez, bapak Azez selalu memberikan jaminan tanggungjawab jika, pada saat pembeli sate khas madura mengkonsumsi atau memakan langsung di tempat warung milik bapak Azez dan kebetulan pada saat memakan sate khas madura langsung kecaracunan dan di periksa kerumah sakit karena faktor keracunannya memakan sate punya bapak Azez maka, bapak Azez selalu siap untuk bertanggungjawab dan begitu juga untuk pembeli sate khas madura yang dikonsumsi dirumahnya apabila dari salah satu pembeli sate khas madura membeli dan dikonsumsi dirumahnya dan kebetulan faktor keracunannya karena faktor memakan sate khas madura milik bapak Azez maka, bapak Azez siap untuk bertanggungjawab. Akan tetapi untuk sejauh ini para pembeli yang mengkonsumsi sate milik bapak Azez belum pernah ada yang keracunan, dalam memberikan jaminan kepada pembeli. Memberikan jaminan atau tanggungjawab kepada pembeli atau konsumen merupakan kebiasaan yang selalu diterapkan oleh bapak Azez, sebab dengan adanya jaminan para pembeli tidak khawatir jika adayang keracunan dan pembeli tidak merasakan dirugikan dalam transaksi jual beli. Dengan adanya jual beli memberikan jaminan dan tanggung jawab kepada pembeli maka pembeli merasa tidak dirugikan (Rodiah & Azez, 2022).

Dalam melakukan transaksi jual beli sate khas madura bapak Azez dan Ibu Rodiah selalu konsisten dalam menjual sate khas madura bapak Azez tidak pernah semena-mena menjual saja kepada pembeli atau pemesan melainkan, mengecek barang yang dijual apakah sudah layak di perjual belikan atau tidak jika, sate yang ingi dijual sudah siap untuk diperjual belikan maka secara langsung bapak Azez menjual dagangannya ke semua masyarakat yang ingin membelinya. Daging sate yang di perjual belikan oleh bapak Azez yaitu daging asli bukan daging campuran hewan lainnya, contohnya jika pemesan atau pembeli meminta sate ayam berarti semuanya adalah sate ayam begitu juga dengan pemesanan sate kambing jika, pembeli memesan sate kambing semua adalah sate kambing tanpa sedikitpun tidak ada daging campuran. Menjual sate khas madura dengan konteks kebenaran dan kejujuran. Bapak Azez menjual sate khas madura dengan menggunakan sistem jujur banyak para pembeli yang

selalu percaya dan memesan di warung milik bapak Azez sebab selain jujur dapat bertanggungjawab dalam segi keracunan pada saat pembeli memakan sate di tempat tetapi, sejauh ini pembeli belum pernah mengalami keracunan memakan sate yang dijual oleh bapak Azez (Azez, 2022).

Sistem penjualan sate khas madura milik bapak Azez yang sudah jadi tapi belum di bakar untuk diperjual belikan ke semua masyarakat bagi para konsumen atau pembeli yang ingin memesan sate lewat Telefon, bapak Azez atau Ibu Rodiah menyarankan untuk langsung memesan langsung ketempat warung milik bapak Azez agar terhindar dari transaksi jual beli penipuan akan tetapi sejauh ini bapak Azez dari segi pemesanan lewat telfon tidak pernah ditipu oleh pembeli karena, pembeli atau yang memesan di *Whatsapp* rata-rata orang randumerak dan Ibu Rodiah mengenalnya. Maka di dalam jual beli perlu adanya transaksi langsung karena, dapat melihat kebenaran dan kejujuran dari bapak Azez atau Ibu Rodiah pada saat menjual sate ayam atau sate kambing dan untuk harganya tidak terlalu mahal, harga yang diperjual belikan sudah termasuk harga pasaran atau harga umumnya (Rodiah, 2022).

Bapak Azez dan Ibu Rodiah dalam melakukan transaksi jual beli sudah berlandaskan kepada sumber ajaran Al-Qur'an dan hadits dan tidak pernah melakukan kecurangan dalam melakukan takaran sate yang di perjual belikan karena, menurut bapak Azez dan Ibu Rodiah kejujuran dalam berbisnis sangatlah penting sebab tanpa kebenaran dan kejujuran usaha kita tidak akan sempurna (Azez & Rodiah, 2022). Adapun yang sudah dijelaskan dalam penerapan etika bisnis Islam diatas dari segi pemasaran sate khas madura milik bapak Azez yang sudah menerapkan jual beli yang secara syariah Islam maka, kita dapat mengambil hikmah tentang segi penerapan dan pemasaran Islam yang selalu menjadi landasan utama dalam berbisnis sate khas madura yang berada di desa Randumerak.

Kesimpulan

Ajaran etika bisnis Islam merupakan satu kesatuan utuh yang tidak bisa dipisahkan antara satu dengan lainnya. Hal ini dikarenakan ajaran Islam yang bersifat (syumul) yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, hubungan bisnis dengan etika dalam Islam tak merubah kesatuan antara urat dan daging. Adapun hasil penelitian yang dapat diketahui bahwa dalam berbisnis sate khas madura merupakan suatu bisnis yang sangat menjanjikan di karenakan dalam berbisnis sate khas madura banyak sekali peminatnya dan keuntungannyapun cukup banyak maka, dapat dikatakan bisnis tersebut cukup layak untuk di geluti bagi peminatnya. Tidak lupa penerapan yang diterapkan oleh bapak Azez dibidang usahanya cukup baik dari segi berlaku adil, kebebasan, tanggungjawab dan kejujuran. Tidak lupa penerapannya berlandaskan kepada sumber nilai-nilai ajaran agama Islam. Karena, Islam sendiri sangat mendukung bisnis dan persaingan namun, tetap bersikap tegas dalam hal yang dianggap haram. Islam memberikan rambu dan batasan bagaimana seseorang menjalankan aktivitas bisnis atau usahanya. Dalam berbisnis diperlukan suatu cara pandangan baru dalam melakukan kajian-kajian keilmuan tentang bisnsi dan ekonomi yang lebih dan mengedepankan nilai-nilai Al-Qur'an dan Hadits agar dapat mengatasi perubahan dan pergeseran zaman yang semakin cepat.

Referensi

- Ali Yafie, Ahmad Sukaraja, Muhammad Amin Suma, dkk. (2008). *Ensiklopedia Hukum Pidana Islam*. Jakarta: Karisma Ilmu.
- Wahid, Aziz Ansori dkk. (2013). *Instrumentasi Laboratorium Klinik*. Bandung: Anggunmeka Luhur.
- Alyas, Rakib Muhammad. (2017). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatanekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros*. Jurnal ekonomi Universitas Negeri Makassar.
- Bekum, Rafik Isa. (2004). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bertens, Rollad. (2000). *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Djakfar, M. (2012). *Etika bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta : Penebar Plus.
- Emawati. (2007). *Analisis Kelayakan Finansial Industri Tahu (Studi Kasus: Usaha Dagang Tahu Bintaro, Kabupaten Tangerang, Propinsi Banten)*. Jakarta: Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah.
- Fauroni, Lukman. (2003). Rekonstruksi Etika Bisnis: Persepektif Al-Qur'an. *IQTISAD Journal of Islamic Economics*. 4 (1).
- Harahap, Sofyan Syafari. (2013). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Persada, Jakarta.
- Keraf. (1998). *Etika Bisnis (Tuntutan dan Relevansinya)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Naqvi, S. N. H. (1997). The Dimensions of an Islamic Economic Model. *Islamic Economic Studies*. 4 (2). Retrieved from <http://www.irti.org/English/Research/Documents/IES/128.pdf>
- Muhammad. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Manulang. (2002). *Manajemen Personalia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Muhammad. (2004). *Etika bisnis Islam*. Yogyakarta, Indonesia: UPP AMP YKPN.
- Ratih, I. S., Ridho, Z., & Aisyah, S. (2020). Etika Bisnis Islam Dalam Manajemen Bisnis Kuliner. *Ar-Ribhu : Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 173–187. <https://doi.org/10.55210/arrribhu.v1i2.494>
- Ramadhani, F., & Arifin, Y. (2013). *Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Berbasis E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing Dalam Menghadapi MasyarakatEkonomi Asean 2015*. *Economics Development Analysis Journal*, 2(2). <https://doi.org/10.15294/edaj.v2i2.1401>
- Rosyadi, M. F. (2012). *Pengaruh etika bisnis Islam terhadap customer retention (Studi kasus pada Bank BPD DIY cabang syariah)*. UIN Sunan Kali Jaga (Undergraduate Thesis). Retrieved from <http://digilib.uin-suka.ac.id/10594/>

- Rudjito. (2003). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Strategi Bisnis, Makalah yang Disampaikan Pada Seminar Peran Perbankan Dalam Memperkokoh Nasional Kerjasama Lemhanas RI Dengan BRI.
- Saifullah, M. (2011). Etika bisnis Islami dalam praktik bisnis Rasulullah. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*. 19 (1). 127–156. <https://doi.org/10.21580/ws.19.1.215>.
- Setiadi, F., & Kasmiruddin. (2014). Analisis penerapan etika pada bisnis jasa akomodasi sebagai suatu strategi mempertahankan pelanggan (Kasus pada Surya Hotel Duri). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*. 1 (1). 1–12. Retrieved from <http://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/2144>
- Sunariani, Ni Nyoman, A A N Oka Suryadinatha Gorda, and Ida IDM Rai Mahaputra. (2017). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Program Binaan di Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 2 (1) : 221-36. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/149>.
- Shihab, M. Q. (2011). *Bisnis Sukses Dunia Akhirat*. Ciputat: Indonesia Lentera Hati.
- Tambunan, T. T. H. (2002). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : Beberapa Isu Penting*. Jakarta : PT. Salemba Empat Patria.