IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAKU USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) MAKANAN DAN MINUMAN DI KABUPATEN TUBAN

JURNAL ILMIAH

Disusun Oleh:

Dwi Hardika Sari
155020501111002

JURUSAN ILMU EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2019

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Mkro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Makanan dan Minuman di Kabupaten Tuban

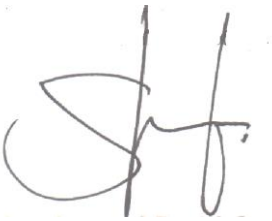
Yang disusun oleh :

Nama	:	Dwi Hardika Sari
NIM	:	155020501111002
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Jurusan	:	S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai ***persyaratan ujian skripsi*** yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 08 April 2019.

Malang, 08 April 2019

Dosen Pembimbing,



Shofwan, SE., M.Si.

NIP. 197305172003121002

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAKU USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN TUBAN

Dwi Hardika Sari
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya
Email: hardikasari.hs@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah praktik bisnis yang dilakukan oleh para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) muslim khususnya di bidang makanan dan minuman di Kabupaten Tuban telah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam serta apa saja kendala yang dihadapi. Penerapan etika bisnis Islam diukur melalui lima prinsip yaitu prinsip tauhid, kejujuran, kebermanfaatan, bertanggung jawab, dan keadilan. Para pelaku UMKM makanan dan minuman dikatakan telah menerapkan etika bisnis Islam apabila memenuhi kelima prinsip dalam praktk bisnis yang dijalankan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode interaksi simbolik. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan wawancara serta menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman. Terdapat lima pelaku UMKM yang dijadikan informan kunci dalam penelitian ini dan juga beberapa informan pendukung yaitu karyawan maupun konsumen dari informan kunci. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam belum diterapkan oleh para pelaku UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Tuban. Karena, dalam aktivitas bisnisnya belum menerapkan sepenuhnya kelima prinsip dari etika bisnis Islam. Tidak diterapkannya kelima prinsip dari etika bisnis Islam disebabkan terdapat beberapa kendala yang dihadapi. Kendala dalam penerapan prinsip tauhid adalah dalam proses produksi yang tidak bisa untuk ditinggalkan sehingga dalam pelaksanaan ibadah sholat tidak bisa dilakukan segera dan harus bergantian. Kejujuran belum diterapkan karena harga bahan baku yang terus mengalami kenaikan sehingga salah satu cara adalah melakukan penimbunan terhadap bahan baku untuk menekan biaya produksi. Kebermanfaatan belum diterapkan karena kurangnya kemampuan dalam mengelola limbah dengan baik sehingga dapat mencemari lingkungan dan mengganggu aktivitas masyarakat. Bertanggung jawab belum diterapkan karena jarak dan waktu, terbatasnya tenaga kerja dan mesin menyebabkan kurang tepatnya dalam memenuhi jangka waktu pemesanan kepada konsumen. Serta, prinsip keadilan belum diterapkan karena terdapat beberapa tindakan curang yang mampu merugikan pihak lain serta dalam aktivitas bisnisnya merugikan pihak lain yaitu masyarakat seperti adanya limbah.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Praktik Bisnis, UMKM

A. PENDAHULUAN

Ekonomi merupakan suatu aktivitas yang dijalankan oleh seorang individu untuk menentukan suatu pilihan dan bagaimana cara menentukan pilihan tersebut. Dalam Islam juga mengenal adanya suatu aktivitas ekonomi. Akan tetapi, tujuan dari ekonomi Islam dan ekonomi konvensional berbeda. Tujuan ekonomi konvensional adalah hanya untuk mencapai suatu *utility* dan profit, namun dalam ekonomi Islam mencapai tujuan akhir yaitu *falah* (kesejahteraan dunia dan akhirat). Oleh karena itu, dalam menjalankan aktivitas ekonomi yang dijalankan oleh setiap individu muslim harus berorientasi pada kemaslahahan. Serta, harus berpedoman pada prinsip-prinsip dari ekonomi Islam itu sendiri. Prinsip-prinsip ekonomi Islam diantaranya adalah kerja, efisiensi, kebebasan, keseimbangan, dan pemerataan kesempatan (Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, 2014: 65).

Salah satu bentuk prinsip utama dalam ekonomi Islam yaitu kerja ada pada aktivitas yang dilakukan oleh para pelaku UMKM. Di Indonesia pelaku UMKM memiliki kontribusi yang cukup

besar bagi perekonomian. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (Kemenkop) pada tahun 2017 bahwa sebesar 60% PDB Indonesia berasal dari UMKM, sedangkan sisanya berasal dari Usaha Besar. Pada tahun 2016, UMKM juga memiliki kontribusi cukup besar bagi PDRB Jatim yaitu sebesar 54.98% (Dinkop dan UKM Jatim, 2016). Sedangkan, sebesar 99.99% unit usaha di Indonesia adalah berskala mikro, kecil, dan menengah dan sebesar 0.01% berskala besar (Kemenkop, 2017). Data tersebut menunjukkan bahwa selain memiliki kontribusi yang cukup besar bagi PDB Indonesia, jumlah UMKM di Indonesia juga sangat besar yaitu sebesar 99.99%.

Sifat-sifat intrinsik usaha yang semi nonoformal menjadikan UMKM mampu memberikan peluang usaha kalangan industri skala rumah tangga yang banyak ditemui di setiap daerah (Budiarto.dkk, 2015: 4). Di Kabupaten Tuban sendiri jumlah pelaku UMKM juga cukup besar. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan (Diskoperindag Tuban) bahwa pada tahun 2017 terdapat 4.375 unit UMKM. Dari data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pelaku UMKM di Kabupaten Tuban cukup besar dan tentunya persaingan di antara mereka cukup ketat. Bahkan, Budiarto (2015: 9) juga menyebutkan bahwa adanya proses globalisasi menyebabkan pngusaha kecil berpotensi menjadi terpojok dan mengalami kehancuran. Hal ini dikarenakan, para pelaku UMKM tidak hanya besaing di dalam negeri akan tetapi juga dengan pelaku UMKM luar negeri. Sehingga, persaaingan para pelaku UMKM dalam negeri termasuk di Kabupaten Tuban akan semakin ketat.

Meskipun terdapat persaingan yang ketat, namun para pelaku UMKM harus memiliki integritas yang baik dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Hal ini bertujuan untuk menghindari adanya suatu tindakan-tindakan yang bersifat amoral dalam menjalankan bisnisnya. Sehingga, dalam melakukan praktik bisnis harus sesuai dengan nilai-nilai etika. Dalam Islam sendiri juga memiliki suatu pedoman dalam bisnis atau sering disebut dengan etika bisnis Islam. Sehingga, para pelaku UMKM muslim harus menjalankan praktik bisnisnya sesuai dengan etika bisnis Islam. Terutama, bagi para pelaku UMKM muslim di Kabupaten Tuban. Hal ini dikarenakan, Kabupaten Tuban terkenal sebagai kota dngan julukan “Bumi Wali”, sehingga tentunya masyarakatnya dalam menjalankan aktivitas sehari-hari sesuai dengan nilai dan ajaran islam. Termasuk, para pelaku bisnis muslim seharusnya mereka telah faham bagaimana praktik bisnis yang sesuai dengan ajaran-ajaran Islam.

Namun, dalam praktiknya banyak para pelaku UMKM muslim di Kabupaten Tuban dalam menjalankan bisnisnya tidak sesuai dengan etika Islam. Seperti, melakukan tindakan curang dengan mengurangi takaran/kuantitas barang, *talaqqi rukban*, dan monopoli pasar. Tindakan-tindakan tersebut tidak sesuai dengan ajaran-ajaran dalam Islam. Serta, dalam menjalankan tindakan-tindakan tersebut mampu menyebabkan kerugian yang ditanggung oleh pihak lain seperti konsumen, mitra usaha, maupun pelaku UMKM lain. Kerugian yang dialami oleh pihak lain tersebut menunjukkan adanya tidak tercerminnya prinsip keadilan. Sedangkan, dalam Islam suatu prinsip keadilan sangat dijunjung tinggi. Semua, aktivitas yang dilakukan oleh seorang individu maupun negara harus mencerminkan suatu prinsip keadilan. Sehingga, dalam menjalankan suatu bisnis seorang pebisnis muslim harus menerapkan suatu etika bisnis Islam sebagai pedoman.

Etika bisnis Islam sendiri dapat diukur melalui lima prinsip pokok. Dimana, prinsip-prinsip dari etika bisnis Islam ini sendiri tercermin dari aksioma dari etika dalam Islam itu sendiri. Prinsip-prinsip tersebut terdiri dari tauhid, kejujuran, kebermanfaatan, bertanggung jawab, dan kemaslahatan. Dari kelima prinsip tersebut memiliki indikator-indikaor yang dijadikan sebagai ukuran penerapan prinsip etika bisni Islam itu sendiri. Sehingga, para pelaku bisnis muslim di Kabupaten Tuban harus menerapkan kelima prinsip tersebut dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Dengan tujuan untuk membatasi para pelaku bisnis muslim di Kabupaten Tuban dalam menjalankan aktivitas bisnisnya supaya tidak melakukan tindakan-tindakan amoral yang mampu merugikan pihak lain.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktik bisnis yang dilakukan oleh para pelaku UMKM khususnya kelompok usaha makanan dan minuman ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Alasan peneliti menjadikan pelaku UMKM makanan dan minuman sebagai subjek dalam penelitian ini adalah jumlah unit usahanya yang paling besar daripada kelompok usaha yang lainnya. Tujuan kedua, dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM makanan dan minuman dalam menerapkan etika bisnis Islam.

B. KAJIAN PUSTAKA

Etika

Etika berasal dari kata Yunani *ethos* (tunggal) yang berarti adat, kebiasaan, watak, akhlak, sikap, perasaan, dan cara berpikir. Sehingga, etika adalah suatu adat atau kebiasaan baik dari watak, sikap maupun perasaan individu atau kelompok individu (masyarakat. Sedangkan, ppengertian etika dalam islam adalah akhlak seorang muslim dalam melakukan semua kegiatan termasuk dalam bidang bisnis (Veithzal.dkk, 2013: 3). Dalam Al-Qur'an etika disebut sebagai *khuluq* yang berasal dari kata *kholuqokhun* yang memiliki arti tabiat, budi pekerti dan kebiasaan (Mustafa, 2013). Etika dalam Islam memiliki lima aksioma dasar yaitu kesatuan (*tauhid* / *unity*), keadilan (*al-Adl* / *equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebermanfaatan (*maslahah* / *benefit*).

Bisnis dalam Islam

Kees B (2000: 14) mendeskripsikan bisnis sebagai *to provide products or service for a profit* (menyediakan produk atau jasa untuk keuntungan). Sedangkan, bisnis dalam Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis baik produktif, distribusi maupun konsumsi dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan harta, barang dan jasa termasuk keuntungan yang diperoleh, tetapi dibatasi cara perolehan dan pendayagunaannya yang dikenal dengan istilah halal dan haram (Idri, 2012: 327).

Tujuan dalam bisnis Islam adalah target hasil: profit materi dan benefit non materi, pertumbuhan usaha, keberlangsungan, dan yang terakhir yaitu keeberkahan. Bisnis dalam Islam ini telah dicontohkan dari praktik bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. Praktik bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW adalah jujur, amanah, menghindari kecurangan, menjauhi kebohongan dan konflik, baik dengan ssama mitra maupun konsumen. Atau dalam praktik bisnisnya Rasulullah memiliki beberapa sifat bajik yaitu *shiddiq*, *amanah*, *fathanah*, *tabligh*, dan *syaja'ah* (Djakfar, 2008: 196).

Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis (Muslich dalam Edy, 2015: 186). Dalam penerapan etika bisnis memiliki lima prinip yaitu otonomi, kejujuran, tidak berniat jahat, keadilan, dan hormat pada diri sendiri. Sedangkan, etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasi Al-Qur'an dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis (Djakfar, 2010: 30).

Etika bisnis Islam memiliki lima prinsip pokok yaitu kesatuan (*tauhid* / *unityi)*, kejujuran (*shiddiq* / *fairness*), kebermanfaatan (*maslahah* / *benefit*), bertanggung jawab (*amanah* / *responsibility*), dan keadilan (*al-adl* / *equilibrium*). Dari masing-masing prinsip memiliki indikator-indikator seperti tauhid (tidak mengganggu aktivitas ibadah wajib sholat dan membagikan sebagian keuntungan kepada orang yang membutuhkan), kejujuran (tidak melakukan sumpah palsu, tidak menjual produk yang memiliki aib, tidak melakukan praktik *ba'I najassyi,* jujur dalam takaran/ukuran/timbangan, tidak melakukan *ikhtikar*), kebermanfaatan (menjual barang yang baik dan halal, tidak melakukan bisnis yang terdapat unsur kemudharatan), bertanggung jawab (membayar upah pekerja segera mungkin, menepati janji kepada konsumen/mitra usaha, dan informasi simetri), dan keadilan (tidak memberikan kerugian kepada pihak yang terkait langsung dengan bisnis maupun pihak lain).

Urgensi Penerapan Etika Bisnis Islam

Urgensi penerapan etika bisnis Islam dapat ditinjau dari lima aspek yaitu teologis, watak manusia, sosiologis, teknologi, dan akademis (Djakfar, 2012). Teologis, sebagaimana dalam menjalankan kehidupan di dunia termasuk bisnis yang bersumber pada Al Qur'an dan Hadist. Watak manusia dan sosiologis, yang mana setiap individu yang memiliki sifat serakah dan cenderung amoral termasuk dalam bisnis maka harus dibatasi dengan etika bisnis Islam. Teknologi, dimana semakin berkembangnya pemanfaatan teknologi dalam bisnsi ditakutkan akan ada praktik penipuan. Serta, akademis dimana perlu adanya pengembangan ilmu tentang etika bisnis Islam sehingga generasi penerus dalam melaksanakan aktivitas ekonomi termasuk bisnis sesuai dengan moral untuk menghindari adanya tindakan amoral seperti praktik monopoli yang akan mengancurkan perekonomian di dunia.

C. METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode interaksi simbolik. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif adalah diperlukannya penjelasan dan pengamatan mengenai penerapan etika bisnis dari pelaku UMKM muslim makanan dan minuman di Kabupaten Tuban. Serta, metode interaksi simbolik diperlakan untuk mempermudah peneliti dalam menafsirkan setiap tindakan atau perilaku bisnis yang dilakukan oleh subjek penelitian apakah telah sesuai dengan etika bisnis Islam.

Unit Analisis dan Penentuan Informan

Unit analisis dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM muslim makanan dan minuman di Kabupaten Tuban. Serta, praktik bisnis yang dijalankan oleh pelaku UMKM muslim makanan dan minuman di Kabupaten Tuban.

Dalam penelitian ini memerlukan dua jenis informan yaitu informan kunci dan informan pendukung. Informan kunci dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM, dengan kriteria muslim, *home industry* makann dan minuman, lama usaha minimal 10 tahun, dan memiliki karyawan. Sedangkan informan pendukung adalah karyawan dan konsumen yang faham mengenai praktik bisnis yang dijalankan oleh informan kunci.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data diperoleh melalui dua jenis sumber data yaitu data primer berupa wawancara dan observasi, serta data sekunder berupa buku, internet, jurnal, dan dokumentasi. Metode pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan teknik analisis data interaktif *Miles and Huberman*. Terdiri dari empat tahap yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reducition*), penyajian data (*data display*), dan kesimpulan/verifikasi.

Pengecekan Kebasahan Temuan

Pengecekan kebasahan temuan menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Pertama, teknik triangulasi sumber peneliti mencari sumber dari beberapa informan terkait persoalan yang sama. Kedua, teknik triangulasi metode yaitu dalam mencari data tidak hanya dilakukan dengan metode wawancara akan tetapi juga melakukan metode observasi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktik Bisnis Informan Ditinjau dari Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Terdapat dua jenis informan yang dijadikan dalam penelitian ini. Informan kunci yang merupakan pemiliki atau pelaku UMKM khususnya yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Serta, informan pendukung yaitu para karyawan maupun konsumen yang memahami bagaimanan praktik bisnsis yang dilakukan oleh informan kunci. Pada penelitian ini terdapat 5 pelaku UMKM muslim makanan dan minuman di Kabupaten Tuban yang dijadikan informan kunci. Dimana, informan kunci 1 merupakan pemiliki usaha tahu uap yang sudah berjalan selama 30 tahun serta memiliki lima karyawan dan juga terkenal sebagai sesorang yang religius. Sehingga, peneliti ingin mengetahui apakah usaha yang telah dijalankan oleh informan telah sesuai syariat Islam, terutama informan terkenal religius. Selanjutnya, informan kunci 2 merupakan pemilik usaha kerupuk yang sudah berjalan selama 28 tahun serta telah memiliki sebelas orang karyawan. Usaha yang dijalankan oleh informan kunci 2 ini sangat berpengaruh bagi perekonomian masyarakat sekitar serta mampu memasarkan produknya sampai luar wilayah kabupaten Tuban. Dari latar belakang tersebut, peneliti ingin mengetahui apakah kesuksesan informan 2 dalam memasarkan produk telah menerapkan etika bisnis Islam dalam aktivitas bisnisnya selama ini.

Selain itu, terdapat informan kunci 3 yaitu pemilik usaha *murni bakery* yang baru berjalan sekitar 10 tahun serta memiliki delapan karyawan. Usaha yang dimiliki oleh informan kunci 3 ini telah memiliki empat cabang di beberapa kecamatan, sehingga peneliti ingin mengetahui tentang

praktik bisnis yang dijalankan apakah telah sesuai dengan etika bisnis Islam terutama informan terkenal sangat dermawan dan juga religius. Informan kunci 4 yaitu pemilik usaha keripik tempe melati dan telah berjalan selama 20 tahun serta memiliki dua orang karyawan. Peneliti ingin mengetahui apakah praktik bisnis yang dilakukan telah sesuai dengan etika bisnis Islam terutama informan merupakan satu-satunya produsen keripik tempe yang ada di desanya. Terakhir, informan kunci 5 merupakan pemilki usaha kerupuk yang telah berjalan selama 37 tahun dan juga memiliki lima karyawan. Dalam usaha yang dijalankan oleh informan pernah mengalami kemacetan usaha selama dua tahun, sehingga peneliti ingin mengetahui apakah dalam mempertahankan usahanya informan menjalankan praktik bisnis sesuai dengan etika bisnis Islam. Serta, informan pendukung adalah konsumen dan karyawan dari informan kunci dan akan diperlukan apabila informasi yang diberikan oleh infoman kunci dianggap kurang oleh peneliti.

Pertama, informan 1 belum menerapkan etika bisnis Islam dalam aktivitas bisnis yang dijalankan. Hal ini dikarenakan, dari kelima prinsip etika bisnis Islam hanya menerapkan satu prinsip yaitu kejujuran. Sedangkan, keempat prinsip lainnya yaitu prinsip tauhid, kebermanfaatan, tanggung jawab, dan keadilan belum diterapkan sepenuhnya oleh informan. Prinsip tauhid belum diterapkan, karena dalam aktivitas bisnis yang dijalankan oleh informan 1 mengganggu aktivitas ibadah wajib yaitu sholat, meskipun selalu membagikan sebagian keuntungan yang dimiliki untuk orang yang membutuhkan. Selanjutnya, prinsip kejujuran telah diterapkan oleh informan karena dalam menjalankan bisnisnya tidak pernah bertindak curang seperti menghindari penjualan produk yang memiliki aib, tidak pernah melakukan sumpah palsu, *ba'I najassy*, maupun melakukan *ikhtikar*. Salah satu hal yang mendasari informan tidak melakukan penipuan kepada konsumen terkait kualitas produk karena mereka akan menentukan pilihannya sesuai dengan kualitas produk. Seperti pernyataan informan bahwa "*nggak – nggak sekarang orang lak pintar-pintar toh mbak.. orang sekarang sudah pintar, sudah pintar memilih lah*".

Selain itu, prinsip kebermanfaatan belum diterapkan sepenuhnya oleh informan 1. Hal ini dikarenakan, dalam aktivitas bisnis yang dijalankannya memberikan dampak kepada masyarakat sekitarnya. Dalam proses produksi yang dilakukan informan menghasilkan suatu limbah yang mana apabila tidak dikelola dengan baik tentunya akan berdampak pada pencemaran lingkungan dan mengganggu aktivitas masyarakat sekitarnya. Informan 1 juga belum menerapkan prinsip bertanggung jawab dalam aktivitas bisnisnya. Informan kurang bertanggung jawab dalam menangani limbah yang dihasilkan dalam aktivitas produksinya karena mampu memberikan dampak kepada masyarakat sekitar. Meskipun informan selalu menepati janji waktu kepada konsumen dan mita usaha serta membayar upah peekerja tepat waktu, namun prinsip bertanggung jawab belum diterapkan sepenuhnya. Terakhir, yaitu informan 1 belum menerapkan prinsip keadilan karena dalam aktivitas bisnis yang dijalankan menyebabkan kerugian kepada pihak lain yaitu masyarakat.

Kedua, etika bisnis Islam belum diterapkan sepenuhnya oleh informan 2 dalam aktivitas bisnis yang dijalankan. Hal ini dikarenakan, informan belum menerapkan sepenuhnya prinsip-prinsip dari etika bisnis Islam itu sendiri. Prinsip tauhid belum diterapkan sepenuhnya oleh informan, karena dalam aktivitas produksinya tidak ada kelonggaran waktu bagi karyawan untuk menjalankan aktivitas ibadah sholat. Pelaksanaan ibadah sholat khususnya *dzuhur* bagi para karyawan adalah pada saat sepulang dari kerja. Seperti pernyataan dari salah satu karyawan bahwa "*Ya niku (itu).. Kan selesainya jam setengah dua jadi mengejar waktu kangge dzuhur*". Selanjutnya, prinsip kejujuran ini juga belum diterapkan oleh informan 2 karena dalam aktivitas bisnisnya melakukan suatu tindakan curang yaitu penimbunan terhadap produk maupun bahan baku. Prinsip kebermanfaatan sudah diterapkan oleh informan 2, karena produk yang dihasilkan termasuk dalam kebutuhan *dharuriyat* serta tidak ada ke*mudharat*an dalam aktivitas bisnisnya kepada pihak lain. Selain itu, prinsip bertanggung jawab telah diterapkan sepenuhnya oleh informan 2 karena dalam pembayaran upah pekerja selalu tepat waktu, selalu menepati janji waktu kepada konsumen dan mitra usaha, serta selalu transparan atau memberikan informasi sedetail mungkin terkait produk kepada konsumen. Namun, dalam aktivitas bisnisnya belum mencerminkan prinsip keadilan. Dimana, aktivitas bisnisnya memberikan dampak kerugian bagi pihak lain yaitu pelaku bisnis, yang mana disebabkan adanya praktik penimbunan bahan baku.

Ketiga, dalam aktivitas bisnis yang diterapkan oleh informan 3 belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam. Prinsip tauhid, belum diterapkan sepenuhnya oleh informan 3 karena dalam proses produksi mengganggu aktivitas ibadah sholat. Dimana, dalam pelaksanaan sholat dilakukan secara bergantian. Sedangkan, dalam Islam pelaksanaan sholat sendiri harus disegerakan seperti yang telah disebutkan dala Q.S Al Jumu'ah ayat 9. Dalam aktivitas bisnis yang

dijalankannya informan 3 selalu menerapkan prinsip kejujuran. Informan selalu menghindari tindakan-tindakan curang seperti menjual produk yang memiliki aib atau rusak, melakukan sumpah palsu, praktik *ba'I najassy*, maupun *ikhtikar*. Seperti pernyataan informan bahwa "*Curang itu selain Allah membenci lama kelamaan orang juga tahu.. Tidak bisa tindakan jelek disembunyikan mbak.. Enggak bisa..*". Sehingga, salah satu alasan informan tidak melakukan tindakan curang adalah selain perbuatan tersebut dibenci oleh Allah juga akan diketahui oleh konsumen maupun masyarakat sekitarnya. Selain prinsip kejujuran, informan juga menerapkan prinsip kebermanfaatan dalam aktivitas bisnis yang dijalankan. Hal ini dikarenakan, informan selalu menghindari bahan-bahan yang mampu memberikan dampak buruk pada kesehatan konsumen dalam proses produksi produk. Jadi, produk yang dihasilkan maupun dijual oleh informan memberikan manfaat kepada konsumen maupun masyarakat.

Selain prinsip tauhid, informan 3 juga tidak menerapkan prinsip bertanggung jawab. Meskipun informan bertanggung jawab kepada konsumen dengan selalu memberikan informasi sedetail mungkin terkait produk yang dijualnya, namun disisi lain informan kurang menepati janji kepada konsumen dalam jangka waktu pemesan dan membayar upah pekerja kurang tepat waktu. Serta, tentunya prinsip keadilan pun belum diterapkan sepenuhnya oleh informan 3 karena dalam aktivitas bisnisnya merugikan pihak lain yaitu konsumen dan karyawan. Hal ini dikarenakan, informan belum memenuhi sepenuhnya hak konsumen dan karyawan dalam janji yang telah disepakati. Dimana, kurang menepati janji waktu yang telah disepakti dalam perjanjian sehingga dalam pemenuhan hak ini kurang baik dan tentunya merugikan pihak konsumen maupun karyawan.

Keempat, dalam aktivitas bisnis yang dijalankan informan 4 belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam. Prinsip tauhid telah diterapkan sepenuhnya oleh informan karena dalam aktivitas bisnsinya tidak mengganggu aktivitas ibadah wajib yaitu sholat serta membagikan sebagian keuntungannya kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk infaq. Selain itu, informan juga menerapkan prinsip kejujuran karena dalam aktivitas bisnisnya tidak pernah melakukan tindakan curang seperti menjual produk yang memiliki aib, melakukan sumpah palsu, melakukan praktik *ba'I najassy* maupun *ikhtikar*. serta jujur dalam takaran / timbangan. Namun, belum menerapkan pinisip kebermanfaatan karena dalam proses produksi produk menghasilkan limbah yang dapat mencemari lingkungan dan mengganggu aktivitas masyarakat sekitarnya. Serta, tentunya prinsip bertanggung jawab belum diterapkan sepenuhnya karena kurang bertanggung jawab dalam pengelolaan limbah yang mana hanya mengandalkan pihak lain dan juga kurang tepat waktu dalam pembayaran upah pekerja. Sehingga, tentunya prinsip keadilan kurang tercermin dalam aktivitas bisnis yang dilakukan oleh informan karena mampu merugikan pihak lain yaitu masyarakat akibat dampak limbah dan juga karyawan karena dalam pemenuhan hak kurang tepat waktu.

Kelima, etika bisnis Islam juga belum diterapkan sepenuhnya oleh informan 5 dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Prinsip tauhid telah diterapkan oleh informan karena dalam aktivitas produksi memberikan jam waktu istirahat kepada karyawan untuk melakukan ibadah sholat *dzuhur* dan juga membagikan sebagian keuntungan kepada orang lain dalam bentuk sedekah. Selain itu, juga menerapkan prinsip kejujuran karena dalam menjalankan aktivitas bisnisnya selalu menghindari tindakan-tindakan curang seperti melakukan sumpah palsu, penimbunan, mengurangi takaran, maupun praktik *ba'I najassy*. Meskipun informan menjual produk rusak kepada konsumen akan tetapi selalu memberikan informasi sedetail mungkin kepada konsumen tanpa menutup-nutupi kecacatan produk. Produk yang dihasilkan pun memberikan maslahat atau kebermanfaatan kepada konsumen dan juga tidak ada suatu kemudharatan yang disebabkan akibat proses produksi maupun dari produk itu sendiri. Namun, prinsip bertanggung jawab belum diterapkan sepenuhnya oleh informan. Hal ini dikarenakan, dalam pembayaran upah pekerja kurang tepat waktu, meskipun informan selalu memberikan informasi sedetail mungkin kepada konsumen terkait produk dan juga menepati janji waktu kepada konsumen. Tentunya, prinsip keadilan pun belum diterapkan sepenuhnya oleh informan karena belum mampu menepati hak kepada karyawan dengan tepat waktu. Sehingga, terdapat kerugian yang dialami oleh karyawan dalam perjanjian kerja yang telah disepakati oleh kedua pihak.

Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam belum diterapkan oleh pelaku UMKM muslim khususnya bidang makanan dan minuman di Kabupaten Tuban. Hal ini dikarenakan, prinsip-prinsip dari etika bisnis Islam belum diterapkan sepenuhnya dalam aktivitas

bisnisnya. Pertama, prinsip tauhid belum diterapkan sepenuhnya oleh para pelaku UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Tuban karena aktivitas bisnis yang dijalankan mengganggu ibadah wajib yaitu sholat, meskipun rata-rata dari mereka membagikan sebagian keuntungan kepada masyarakat yang meembutuhkan atau sering disebut dengan zakat perniagaan. Tujuan dari adanya konsep tauhid adalah untuk menyadarkan manusia sebagai makhluk ilahiyah, sosok makhluk yang bertuhan (Veithzal, 2012: 38). Sehingga, segala bentuk ibadah mahdah (berhubungan langsung kepada Allah SWT) tidak boleh ditinggalkan. Sedangkan, dalam praktiknya banyak pelaku bisnis (UMKM) melalaikan ibadah mahdah dalam aktivitas bisnis yang dijalankannya. Dimana, dalam proses produksi produk beberapa pelaku UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Tuban tidak memberikan kelonggaran waktu untuk istirahat. Sehingga, para karyawannya tidak tepat waktu dalam pelaksanaan ibadah sholat. Jadi, prinsip tauhid ini belum diterapkan sepenuhnya oleh beberapa pelaku UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Tuban.

Kedua, prinsip kejujuran merupakan suatu prinsip yang esensial dalam bisnis yang dilakukan oleh pelaku bisnis muslim. Dimana, dalam sebuah H.R Bukhari Muslim menyebutkan bahwa "*Dari Ibn Mas'ud r.a dari Nabi SAW bersabda, sesungguhhnya kejujuran membawa pada kebajikan dan kebajikan membawa pada surga dan sesungguhnya seseorang benar-benar jujur sehingga ditulis di sisi Allah sebagai orang yang jujur. Sesungguhnya kebohongan membawa pada keburukan dan keburukan itu membawa pada neraka dan sesungguhnya seseorang benar-benar dusta sehingga dicatat oleh Allah sebagai pendusta*". Sedangkan, dalam praktik bisnis yang dilakukan oleh pelaku UMKM makanan dan minuman belum menerapkan prinsip kejujuran sepenuhnya. Hal ini dikarenakan, beberapa di antara mereka melakukan suatu tindakan curang yang mampu menyebabkan kerugian bagi pihak lain. Tindakan curang tersebut adalah melakukan suatu penimbunan baik bahan baku maupun produk. Terutama, penimbunan terhadap bahan baku dapat mengakibatkan kerugian kepada pelaku bisnis lainnya serta dilarang dalam islam.

Ketiga, prinsip kebermanfaatan merupakan suatu prinsip yang harus diterapkan oleh seorang pebisnis muslim. Dimana, setiap aktivitas bisnis yang dilakukan oleh setiap pebisnis muslim harus memberikan kebermanfaatan (*maslahah*) dan menghindari adanya suatu ke*mudharat*an (bahaya) bagi dirinya sendiri maupun pihak lain. Maslahat adalah upaya mewujudkan dan memelihara lima kebutuhan dasar yakni agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta (Imam Ghazali dalam Veithzal, 2012: 58). Produk yang dihasilkan maupun dijual oleh para pelaku UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Tuban rata-rata adalah suatu kebutuhan pokok. Sehingga, mampu menunjang kemaslahatan masyarakat karena memenuhi kebutuhan dari masyarakat. Namun, beberapa di antaranya dalam proses produksi menyebabkan suatu ke*mudharat*an bagi masyarakat sekitar karena menghasilkan limbah. Beberapa pelaku UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Tuban kurang mampu mengolah limbah dengan baik dan tepat sehingga mencemari lingkungan dan mengganggu aktivitas masyarakat sekitar. Sedangkan, dalam sebuah H.R Ibnu Majah menyebutkan bahwa "*tidak boleh memberi dampak buruk (mudhorot) pada orang lain, begitu pula membalasnya*".

Keempat, setiap aktivitas yang dilakukan oleh setiap individu muslim apabila memiliki suatu resiko maka harus dipertanggung jawabkan dalam hal ini adalah menerapkan prinsip bertanggung jawab. Terutama bagi para pebisnis, dimana dalam memanfaatkan setiap sumberdaya yang ada harus mempertanggung jawabkannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM muslim makanan dan minuman dalam pengolahan limbah kurang bertangggung jawab karena mengandalkan orang lain dalam melakukan penanganan limbah tersebut. Selain, itu juga kurang bertanggung jawab dalam pemenuhan janji kepada pihak-pihak lain seperti konsumen dan karyawan. Sedangkan, dalam Islam telah disebutkan dalam Q.S Al-Isra' ayat 34 bahwa "*Dan penuhilah janji, sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggungan jawabnya*". Dalam surat tersebut memiliki makna bahwa setiap individu muslim harus memenuhi setiap janjinya karena akan dipertanggung jawabkan. Termasuk, para pelaku bisnis muslim harus bertanggun jawab atas segala janji yang ia buat dengan pihak-pihak yang bersangkutan.

Kelima, dalam aktivitas bisnis yang dilakukan oleh pebisnis muslim harus menciptakan suatu keadilan bagi pihak yang terkait langsung dalam bisnis maupun pihak lain. Namun, dalam aktivitas bisnis yang dilakukan oleh beberapa pelaku UMKM muslim makanan dan minuman di Kabupaten Tuban belum sepenuhnya menerapkan prinsip keadilan. Hal ini dikarenakan dalam praktik bisnis yang dilakukannya terdapat kerugian bagi pihak lain seperti konsumen, karyawan, maupun pihak lain seperti masyarakat dan pelaku bisnis lain. Sedangkan, suatu perbuatan tidak adil atau zalim dilarang dalam Islam seperti dalam Q.S Hud ayat 18 bahwa "*Dan siapakah yang*

lebih zalim daripada orang-orang yang membuat dusta terhadap Allah? Mereka itu akan dihadapkan kepada Tuhan mereka, dan para saksi berkata, "Orang-orang inilah yang telah berdusta terhadap Tuhan mereka." Ingatlah, kutukan Allah (ditimpakan) atas orang-orang yang zalim".

Sehngga, dapat disimpulkan bahwa dalam praktik bisnis yang dijalankan oleh para pelaku UMKM muslim khususnya bidang makanan dan minuman di Kabupaten Tuban, belum menerapkan etika bisnis Islam. Tidak diterapkannya etika bisnis Islam oleh para pelaku UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Tuban menunjukkan bahwa dalam praktik bisnis yang dijalankan tidak sesuai dengan syariat-syariat Islam. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM muslim di Kabupaten Tuban khsusnya di bidang makanan dan minuman belum mencapai suatu tujuan akhir dalam bisnis yaitu keberkahan. Hal ini dikarenakan, dalam menjalankan bisnisnya hanya berfokus pada keuntungan materi dan cara yang dilakukannya belum sepenuhnya karena ridhlo Allah SWT. Serta, tujuan akhir dari ekonomi yaitu falah belum dicapai oleh para UMKM muslim makanan dan minuman di Kabupaten Tuban.

Kendala Implementasi Etika Bisnis Islam

Tidak diterapkannya prinsip-prinsip etika bisnis Islam ini dikarenakan terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh pebisnis termasuk pelaku UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Tuban dalam menerapkannya. Pertama, tidak diterapkannya prinsip tauhid adalah dikarenakan dalam proses produksi yang tidak bisa ditinggalkan. Sehingga, dalam menjalankan aktivitas ibadah sholat harus dilaksanakan secara bergantian. Kedua, kendala yang dihadapi dalam penerapan prinsip kejujuran adalah harga bahan baku yang mengalami kenaikan sehingga salah satu hal yang dilakukan adalah melakukan penimbunan dengan tujuan untuk berjaga-jaga. Ketiga, belum diterapkannya prinsip kebermanfaatan dikarenakan kurangnya kemampuan para pelaku bisnis untuk mengelola limbah yang dihasilkan dalam proses produksi, sehingga dalam limbah yang dihasilkan mampu mencemari lingkungan dan mengganggu aktivitas masyarakat.

Keempat, kendala dalam penerapan prinsip bertanggung jawab adalah jarak dan waktu, terbatasnya tenaga dan mesin sehingga kurang mampu memenuhi janji waktu pemesanan kepada konsumen. Serta, kurangnya komunikasi antara pemilik (pelaku UMKM) dan karyawan menyebabkan tidak tepatnya pembayaran upah. Kelima, belum diterapkannya prinsip keadilan dikarenakan terdapat tindakan curang yang dilakukan oleh pelaku UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Tuban sehingga merugikan pihak lain serta kurangnya pemenuhan hak-hak kepada pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian yang disepakati antara kedua pihak. Selain itu, dalam aktivitas bisnisnya memberikan kemudharatan bagi pihak lain yaitu masyarakat.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

a. Pelaku UMKM muslim makanan dan minuman di Kabupaten Tuban belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam. Hal ini dapat digambarkan dari praktik bisnis yang dijalankan oleh kelima informan, yang mana hanya menerapkan satu sampai tiga prinsip dari etika bisnis Islam.
b. Prinsip tauhid belum sepenuhnya diterapkan oleh para pelaku UMKM muslim makanan dan minuman di Kabupaten Tuban. Hal ini dikarenakan, dalam aktivitas bisnis yang dijalankan mengganggu ibadah wajib yaitu sholat. Salah satu kendala yang dihadapi adalah dalam proses produksi yang tidak dapat ditinggalkan, sehingga dalam pelaksanaan aktivitas ibadah sholat harus bergantian.
c. Prinsip kejujuran belum diterapkan sepenuhnya oleh para pelaku UMKM muslim makanan dan minuman di Kabupaten Tuban. Hal ini dikarenakan, beberapa di antara mereka melakukan suatu tindakan curang yaitu penimbunan bahan baku. Alasan melakukan penimbunan adalah untuk berjaga-jaga karena harga bahan baku yang terus mengalami kenaikan.
d. Prinsip kebermanfaatan belum diterapkan sepenuhnya oleh para pelaku UMKM muslim makanan dan minuman di Kabupaten Tuban. Hal ini dikarenakan dalam proses produksi produk menghasilkan suatu limbah. Kendala yang dihadapi adalah keterbatasan kemampuan

para pelaku UMKM dalam mengolah limbah sendiri sehingga mampu mencemari lingkungan dan mengganggu aktivitas masyarakat.

e. Prinsip bertanggung jawab belum diterapkan sepenuhnya oleh para pelaku UMKM muslim makanan dan minuman di Kabupaten Tuban. Hal ini dikarenakan, kurangnya komunikasi antara mereka dan karyawan, serta jarak antara tempat produksi dan karyawan toko yang sangat jauh menyebabkan sering terjadinya keterlambatan dalam membayar upah. Selain itu, keterbatasan tenaga, waktu, tempat produksi, dan jarak tempuh ke tempat konsumen menyebabkan keterlambatan dalam pengiriman pesanan produk kepada konsumen.

f. Prinsip keadilan belum diterapkan sepenuhnya oleh para pelaku UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Tuban. Hal ini dikarenakan, dalam aktivitas bisnis yang dijalankan menyebabkan kerugian bagi beberapa pihak yaitu konsumen, karyawan, pelaku bisnis lain, dan masyarakat. Dimana, ketidakadilan bagi para konsumen dan karyawan adalah kurangnya pemenuhan hak bagi kedua pihak dalam perjanjian yang telah disepakti dengan para pelaku UMKM. Ketidakadilan bagi pelaku bisnis dikarenakan adanya suatu tindakan curang yang dilakukan oleh para pelaku UMKM yaitu praktik penimbunan sehingga mampu merugikan mereka. Terakhir, ketidakadilan bagi masyarakat karena dalam proses produksi menghasilkan suatu limbah sedangkan ketidakmampuan dalam mengelola limbah mengakibatkan pembuangan limbah liar di sungai, sehingga mampu mengganggu aktivitas masyarakat.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka berikut ini beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada pihak-pihak terkait:

a. Untuk meningkatkan motivasi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah di Kabupaten Tuban dalam menjalankan aktivitas bisnisnya sesuai dengan ajaran Islam maka perlu adanya sosialisasi tentang etika bisnis Islam. Sosialisasi dapat dilakukan oleh Lembaga Kegamaan Non Pemerintahan yang bekerjasama dengan Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tuban supaya mampu meningkatkan pengetahuan dan motivasi para pelaku UMKM untuk melaksanakan praktik bisnis sesuai dengan etika bisnis Islam.

b. Tokoh-tokoh agama seperti ulama dan kyai sebaiknya lebih mengintesifkan dakwah tentang etika bisnis Islam. Melalui dakwah tersebut dapat menambah pengetahuan bagi masyarakat mengenai etika bisnis islam. Dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat khususnya pebisnis tentang etika bisnis Islam diharapkan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya sesuai dengan etika bisnis Islam. Sehingga, para pebisnis muslim telah mengetahui batasan-batasan dalam menjalankan bisnis dan tidak akan bertindak curang yang nantinya dapat merugikan pihak lain.

c. Bagi para praktisi, akademisi, maupun mahasiswa yang konsen di bidang ekonomi Islam khususnya bisnis Islam ataupun yang tertarik dalam bidang tersebut dapat menyumbangkan pemikiran dan ide-idenya tentang etika bisnis Islam melalui sebuah karya tulis baik buku, jurnal, maupun artikel ilmiah lainnya. Melalui buku ataupun artikel ilmiah tersebut diharapkan mampu menambah pengetahuan khususnya tentang etika bisnis Islam bagi pembaca.

F. DAFAR PUSTAKA

Abdurrahman Alfaqiih. 2017. “Prinsip-prinsip Praktik Bisnis dalam Islam bagi Pelaku Usaha Muslim”. *Jurnal Hukum Ius Qula Iustum*. Vol. 24: Issues 3.

Afrizal. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajawali Pers.

Ahmad, Hulaimi, dkk. 2017. “Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 2: No. 1.

Amin, M. 2015. *Tafsir Ayat Ekonomi Teks. Terjemahan dan Tafsir*. Jakarta: Amzah.

Amimah, dan Amir. 2017. “Implementation of Islamic Business Ethics on Small and Medium Sized Enterprises (SMEs): Case Study of SMEs XYZ”. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*. Vol. 18: No. 2.

Aravik Havis. 2017. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*. Jakarta: Kencana.

Bertens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Kansius.

Biro Administrasi Perekonomian Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Timur. 2016. *Data Dinamis Perekonomian Jawa Timur*. http://jatimprov.go.id/read/data-ppid/data-dinamis -. diakses pada 22 Oktober 2018.

BPS. 2017. *Hasil Pendaftaran (Listing) Usaha/Perusahaan Sensus Ekonomi 2016*. https://www.bps.go.id/pressrelease/2017/04/27/1404/hasil-pendaftaran--listing--usaha-perusahaan-sensus-ekonomi-2016.html. diakses pada 22 Oktober 2018.

Budiarto, Rachmawan, dkk. 2015. *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Darmawati. 2012. “Perilaku Jual Beli di Kalangan Pedagang Kaki Lima dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. *Jurnal Fenomena*. Vol. 4: No 2.

Dinkop dan UKM Jatim. *Laporan Kinerja Tahun 2016*. http://diskopukm.jatimprov.go.id. diakses pada 22 Oktober 2018.

Diskoperindag Tuban. 2017. *Data UMKM Kabupaten Tuban Per Kecamatan Tahun 2017*. Tuban: Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tuban.

Djakfar M. 2012. *Etika Bisnis (Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi)*. Jakarta: Penebar Plus.

Djakfar M. 2008. *Etika Bisnis Islam: Tataran Teoritis dan Praksis*. Malang: UIN Malang Press.

Dwi Edy. 2015. *Kewirausahaan Industri*. CV Budi Utama: Deepbulish.

Dwi, Santoso. 2017. “Implementasi Etika Bisnis Islam di Industri Pengecoran Logam Batur, Ceper, Klaten”. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 8: No. 2.

Fajri, dkk. 2018. “Identifikasi Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Fashion Busana Muslim di Pasar Baru Trade Center”. *Prosiding Ilmu Ekonomi*. Vol. 4: No. 1.

Hayfa A. 2015. “How Islamic Business Ethics Impact Women Entrepreneurs: Insight From Four Arab Middle Eastern Countries”. *Jurnal Business Ethics*. 129: 859-877.

Heri Irawan. 2017. “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai”. Tesis. Makassar: Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassarr.

Idri. 2015. *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prenademedia Group.

Ilhamie, Abdul. 2014. “The Implementation of Islamic Business Practices of Women Traders: A Study in An Islamic State in a Developing Country. *Global Journal Al-Thaqafah*. Vol 4: No 2.

Ismail dan Karebet. 2002. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.

Jubaedi, dkk. 2018. “Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkata 2014 Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 9: No. 2.

Kamal Mustafa. 2013. *Bisnis Ala Nabi*. Yogyakarta: Bunyan.

Kemenkop dan UKM. *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2012-2013*. http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/data-umkm/. diakses pada 22 Oktober 2018.

Kemenkop dan UKM. 2017. *Langkah Nyata Membangun Koperasi dan UKM, Edisi 08*. http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/e-magazine/. diakses pada 22 Oktober 2018.

Khusnul Khotimah. “Implementasi Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta”. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Laila, dan Shah. 2016. “Islamic Ethical Business Practices among Muslim Entrepreneurs A Case Study in Syarikat FAIZA Sdn. Bhd. (SFSB)”. *International Journal of Business and Management Invention*. Vol. 2: Issues 12.

Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia. 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Publikasi.

Manzilati, Asfi. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode dan Aplikasi*. Malang: Universitas Brawijaya Pers.

Mulayana Dedy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.

Paulus dan Made. 2015. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKis Yogyakarta.

Pemerintah Kabupaten Tuban. *Profi Tuban*. diakses pada 24 Januari 2019. https://tubankab.go.id.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam UII. 2014. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.

Raco. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Gramedia Widiasaran Indonesia.

Rofiaty. 2012. *Inovasi dan Kinerja: Knowledge Sharing Behaviour Pada UKM*. Malang: Universitas Brawijaya Press.

Siwi, Tiri. 2015. *Kewirausahaan Teori dan Penerapan pada Wirausaha dan UKM di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Sinour Yoseph. 2010. *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral Terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Sofyan. 2011. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat.

Undang-undang Republik Indonesia. 2008. *Undang-undang Repuublik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.

Umar, Husein. 2003. *Business an Introduction (Sebuah buku yang akanmenuntun anda untuk memahami dan memasuki dunia bisnis dengan segala aspek, kegiatan, permasalahan, pengelolaan, dan pengembangannya)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Veithzal, dkk. 2012. *Islamic Business and Economics Ethics (Mengacu pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi*). Jakarta: PT. Bumi Aksara.