


BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini telah maju sangat pesat. Berbagai bentuk bisnis dapat dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Berbisnis dapat pula dilihat sebagai suatu peluang untuk memperoleh kesejahteraan yang lebih baik lagi dan kegiatan berbisnis dapat dilakukan siapa saja. Rasulullah SAW juga berbisnis sebelum menjadi nabi dan rasul dan merupakan seorang pebisnis yang sukses. Begitupun dengan para sahabat yang berbisnis dan bisa memperoleh kesuksesan atas bisnis mereka tersebut. Bisnis terbentuk dari adanya niat dan usaha yang dimiliki seseorang ketika melihat peluang yang bisa menambah kesejahteraan materi baginya. Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.¹ Pada era sekarang ini jika seseorang mampu melihat peluang untuk dijadikan prospek bisnis maka dia bisa saja menjadi sukses karena bisnis yang ditekuninya. Bisnis atau usaha yang dikembangkan bisa berbentuk perorangan atau kelompok dengan banyak bidang usaha yang bisa menjadi peluang usaha. Zaman modern saat ini terlihat semua sektor memiliki peluang bisnisnya sendiri, mulai dari sektor makanan, minuman, oleh-oleh, pakaian, mainan, hingga teknologi.

Al-Qur'an merupakan petunjuk yang tidak diragukan lagi kebenarannya bagi umat Islam, Al-Qur'an mengatur kehidupan di dunia termasuk dalam bidang ekonomi, utamanya yang terkait perdagangan dan jual beli yang didalamnya membahas berbisnis, sebagaimana firman Allah SWT. dalam QS al-Baqarah/ 2:2:

 ذَٰلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ

Dzalikal-kitabu laa raiba fihi, hudal lil-muttaqin

Artinya: “Kitab (Al Qur'an) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk bagi mereka yang bertaqwa”²

¹ Alma, Buchari. *Pengantar Bisnis*, h.21

² Kementerian Agama RI, Laznah Pentashihan Mushaf al-Qur'an. Al-Qur'an Terjemah, Tajwid, dan Tafsir Per Kata, Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir, Jalalain, Ath Thabari, al-Qurthubi, Riyadhus Shalihin, Bulughul Maram, dan Asbabun

Al-Qur'an pun menjelaskan bahwa tidak ada lagi yang dapat diragukan apabila sudah dicatatkan dalam Al-Qur'an. Oleh karena itu, manusia diwajibkan mempercayai Al-Qur'an dan berusaha semaksimal mungkin dalam beraktivitas jual beli agar Allah SWT senantiasa membantu hambanya.

Kesuksesan Rasulullah SAW harusnya menjadi contoh para pebisnis dalam menjalankan bisnisnya. Rasulullah SAW dikenal memiliki gelar al amin. Arti gelar al-amin adalah dapat dipercaya, karena beliau memiliki sifat jujur dan berakhlak mulia. Sehingga Rasulullah SAW patut dijadikan sebagai contoh dalam kehidupan sekarang. Selain itu Rasulullah SAW dikenal memiliki sifat fathanah, amanah, shiddiq dan tabligh dalam menjalankan bisnisnya. Kesuksesan Rasulullah SAW dalam berbisnis harusnya dijadikan *role model* (panutan) bagi para pebisnis dalam menjalankan bisnis yang dijalankan. Pondasi ekonomi yang kuat terutama dalam berbisnis yaitu suatu bisnis yang bisa menerapkan 4 sifat nabi yaitu fathanah, amanah, shiddiq dan tabligh. Sekarang ini banyak juga dari para pebisnis yang meneladani praktik berbisnis seperti Rasulullah SAW, yaitu melibatkan Allah SWT dalam melakukan segala aktivitasnya. Para pelaku bisnis tersebut percaya bahwa jika ia melibatkan Allah SWT dalam segala aktivitasnya maka Allah SWT pun tidak akan ragu untuk membantu dan melancarkan usaha bisnis yang dijalankan. Seperti dijelaskan dalam riwayat Ath Thobroni:

« إِنَّ أَفْضَلَ الْإِيْمَانِ أَنْ تَعْلَمَ أَنَّ اللَّهَ مَعَكَ حَيْثُمَا كُنْتَ »

Inna afdholalimani anna taqlama annallaha maakahaytsumma kunta

Artinya: “Iman yang paling utama adalah engkau mengetahui bahwa Allah bersamamu di mana saja engkau berada.” (HR. Ath Thobroni dalam Al Awsath. Hadits ini didho'ifkan oleh Syaikh Al Albani sebagaimana disebutkan dalam Dho'iful Jami' no. 1002)

Dewasa ini, perkembangan bisnis telah diwarnai dengan berbagai macam bidang, salah satunya dengan adanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM berkontribusi besar bagi perekonomian Indonesia maupun

ASEAN. Lebih dari 90 persen bentuk usaha di ASEAN adalah UMKM. Dengan berdirinya banyak UMKM, tenaga kerja di wilayah ASEAN terserap hampir 100 persen. Perkembangan ini ditandai dengan meningkatnya jumlah unit usaha yang bergerak diberbagai sektor. Untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi, Indonesia sangat mendukung adanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pemerintah Indonesia juga mendukung UMKM melalui kemudahan akses permodalan melalui kredit usaha kecil.³ Pesatnya pertumbuhan ekonomi kreatif turut berperan dalam membuka peluang bagi UMKM untuk dapat berkompetisi dan melakukan inovasi produk dan market. Partisipasi masyarakat dalam mengembangkan bisnis dikatakan dapat membangun dinamika baru pada perekonomian daerah

Pada tahun 2012 jumlah unit usaha mencapai 56.539.560-unit usaha, lebih besar jika dibandingkan dengan tahun 2011 yang baru berjumlah 55.211.396-unit usaha.⁴ Perkembangan ini terjadi disemua skala usaha, baik pada usaha mikro, kecil, menengah, dan besar. Kondisi peningkatan persaingan ini tentunya mendorong adanya persaingan bisnis yang semakin ketat dan rumit, sehingga membuat UMKM berada pada posisi yang mudah diserang.⁵ Siapapun yang mampu bersaing, dialah yang akan memenangkan persaingan itu. Apalagi dalam kategori bisnis yang Islami. Karena selain bersaing dalam dunia bisnis secara umum, para pebisnis muslim juga harus lebih cermat dalam mengkaji aspek-aspek syari'at Islam dalam kegiatan bisnis mereka, mengingat dunia bisnis sekuler (bebas nilai) sekarang banyak merambah di dunia usaha.

Salah satu bisnis yang terus meningkat hingga saat ini adalah bisnis di bidang makanan. Usaha makanan saat ini memang sedang marak diperbincangkan oleh banyak masyarakat, khususnya makanan khas suatu daerah yang bisa dijadikan buah tangan oleh masyarakat yang sedang melakukan perjalanan ke daerah tersebut. Sebagai contoh Kabupaten Gresik mempunyai berbagai macam bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Salah satu produk unggulannya ialah Puduk. Puduk merupakan makanan atau kue khas Kabupaten Gresik. Puduk

³ Direktorat Jendral Kerja Sama ASEAN, "Mewujudkan Masyarakat ASEAN yang Dinamis", dalam *Majalah Masyarakat ASEAN* ed. 11/Maret 2016, h. 7.

⁴ Indarti, Nurul. *Entrepreneurship dan Usaha Kecil Menengah di Indonesia*, h. 78.

⁵ Ibid

terbuat dari bahan utama yaitu tepung beras, gula pasir atau gula jawa dan santan kelapa yang dibungkus dengan "Ope" yaitu pelepah daun pinang. Oleh-oleh tersebut merupakan ikon kuliner dan menjadi ciri khas Kota Gresik yang terkenal sebagai Kota Santri. Maka tidak heran jika banyak toko dipinggir jalan yang memanfaatkannya untuk dijadikan sebagai peluang bisnis.

Salah satu UMKM pembuat pudak yang ada di Gresik adalah Sari Kelapa Group Gresik. Usaha ini didirikan oleh H. Mutaalim dan istrinya Hj. Mukhayatun pada tahun 60-an. Sari Kelapa Group Gresik terletak di Kota Gresik di daerah Sindujoyo tepatnya di Jalan Sindujoyo No. 2 Gresik Jawa Timur. Toko ini menyediakan banyak oleh-oleh khas Kota Gresik mulai dari pudak, jubung, ayas, aneka olahan bandeng hingga keripik. Dari sekian banyak oleh-oleh yang tersedia di Sari Kelapa Group Gresik, tentu saja yang paling banyak diminati ialah pudak.

Brand image yang dimiliki Sari Kelapa Group Gresik dapat menarik perhatian bagi para wisatawan yang berkunjung ke Gresik. Para wisatawan yang ingin membeli oleh-oleh pudak khas Gresik tidak sedikit yang sudah mengetahui toko ini. Bahkan sebagian dari mereka ketika ingin membeli oleh-oleh langsung memiliki tujuan Sari Kelapa Group Gresik. Bisa dikatakan bahwa Sari Kelapa Group Gresik ini adalah juara dalam hal oleh-oleh pudak.

Bisnis yang baik dalam Islam adalah bisnis yang tidak mengabaikan etika, sehingga memberikan dampak yang positif bagi konsumen. Hal ini sangat penting bagi keberlangsungan bisnis karena bisa jadi keberhasilan suatu bisnis tergantung pada etika pelaku bisnis, dimana pelaksanaan etika bisnis pada masyarakat sangat didambakan oleh semua orang. Berbisnis pada hakekatnya adalah profesi luhur yang melayani masyarakat banyak, karena usaha-usaha bisnis berada di tengah-tengah masyarakat haruslah menjaga kelangsungan bisnisnya dengan cara menerapkan etika bisnis Islam.

Pengembangan bisnis yang dilakukan oleh Sari Kelapa Group Gresik tentunya tidak berjalan dengan sendirinya. Peneliti memperkirakan bahwa ada sesuatu nilai Islami yang diangkat dari UMKM satu ini. Sehingga menjadikan Sari Kelapa Group Gresik menjadi pilihan oleh para wisatawan yang mencari buah tangan, sedangkan di sekitar toko terdapat juga toko oleh-oleh yang menjual produk serupa dan sudah ada sejak lama. Dengan adanya UMKM yang

menerapkan strategi pengembangan bisnis secara efektif dan efisien, hal ini dapat menjadikan UMKM sebagai pemberdaya ekonomi umat yang mandiri dengan menghasilkan produk- produk berkualitas yang tidak melanggar prinsip-prinsip syari'ah Islam.

Bertitik tolak dari hal di atas, maka penerapan etika bisnis Islam dalam berdagang sangatlah penting, karena dalam suatu unit usaha khususnya bisnis pastilah memerlukan etika pelaku bisnis yang jujur, adil, objektif, tidak curang, tidak khianat serta dapat menghindari sifat-sifat tercela lainnya. Sehingga keberadaan bisnis bisa saling menguntungkan, bukan keberuntungan sepihak melainkan keduanya dalam hal ini yaitu antara penjual dan pembeli. Selain itu keberlangsungan dan keberhasilan bisnis dipengaruhi oleh pelaku bisnis dalam beretika.⁶

Inilah yang menjadi salah satu landasan peneliti untuk meneliti bisnis oleh-oleh Sari Kelapa Group Gresik dengan judul penelitian **Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam dan Sifat Rasulullah SAW (FAST) pada UMKM di Gresik (Studi pada Toko Oleh-Oleh Sari Kelapa Group Gresik)**

1.2 Rumusan Masalah

Setelah menguraikan latar belakang masalah untuk penelitian ini, adapun rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan etika bisnis Islami pada Sari Kelapa Group Gresik dalam menjalankan usahanya?
2. Bagaimana Sari Kelapa Group Gresik menerapkan sifat Rasulullah SAW (FAST) dalam menjalankan usahanya?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan di atas, tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana penerapan etika bisnis Islam yang dijalankan pada Sari Kelapa Group Gresik.
2. Untuk mengetahui apakah Sari Kelapa Group Gresik telah menerapkan 4

⁶ Aedy, Hasan. Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam, h. 7.

sifat Rasulullah SAW yaitu fathonah, amanah, shiddiq dan tabligh dalam menjalankan bisnis.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Sebagai usaha untuk memperoleh pengalaman dan pengetahuan yang lebih luas mengenai masalah yang berkaitan dengan implementasi etika bisnis Islam dalam berjalannya sebuah bisnis.

2. Bagi UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan akan berguna sebagai acuan Implementasi etika bisnis Islam dan sebagai penilaian UMKM apakah sudah menjalankan bisnis tersebut sesuai kaidah Islam.

3. Bagi Akademik

Sebagai perwujudan tridarma perguruan tinggi di Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) khususnya jurusan Ekonomi Syariah dan sebagai sumbangan pikiran bagi ilmu pengetahuan yang diharapkan dapat menambah wawasan tentang Implementasi Etika Bisnis Islam.

1.5 Batasan Penelitian

Mengingat begitu luasnya permasalahan yang terdapat pada etika bisnis Islam, peneliti membatasi masalah penelitian ini sesuai dengan objek yang ditentukan oleh peneliti. Supaya penelitian ini terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dibahas. Batasan penelitian disini menyangkup tentang perilaku karyawan dan juga pihak manajemen Sari Kelapa Group Gresik dalam memahami konsep berbisnis dalam Islam. Setelah itu peneliti membatasi lingkup penelitian pada bisnis yang dijalankan pada beberapa aspek etika bisnis Islam.

