



Madinah.JSI by IAI TABAH is licensed under a Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License

Naskah masuk	Diterima	Diterbitkan
01-Desember-2024	08-Desember-2024	10-Desember-2024
DOI : https://doi.org/10.58518/madinah.v11i2.3085		

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PRAKTIK USAHA MIKRO DI INDONESIA

Moh Abrori

Institut Agama Islam Negeri Madura, Pamekasan, Indonesia

E-mail: 21383031040@student.iainmadura.ac.id,

Sakinah

Institut Agama Islam Negeri Madura, Pamekasan, Indonesia

E-mail: sakinah@iainmadura.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan etika bisnis Islam dalam praktik usaha mikro di Indonesia. Dengan kontribusi signifikan terhadap perekonomian, usaha mikro menghadapi tantangan dalam menerapkan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap pelaku usaha mikro. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman pelaku usaha mengenai etika bisnis Islam masih terbatas pada aspek normatif, sementara penerapannya dalam praktik bisnis sehari-hari kerap terhambat oleh tekanan ekonomi dan kurangnya dukungan struktural. Namun, pelaku usaha yang konsisten menerapkan prinsip Islam cenderung memiliki kepercayaan pelanggan yang lebih tinggi dan hubungan bisnis yang lebih harmonis. Penelitian ini menggarisbawahi perlunya pelatihan dan kebijakan yang mendukung penerapan etika bisnis Islam secara berkelanjutan. Implikasinya, diperlukan strategi edukasi yang relevan serta penelitian lanjutan untuk mengkaji lebih dalam dampak penerapan etika bisnis Islam terhadap usaha mikro.

Kata Kunci: Etika bisnis Islam, usaha mikro, keadilan, tanggung jawab sosial, kepercayaan pelanggan.

Abstract: *This study aims to explore the application of Islamic business ethics in micro-enterprise practices in Indonesia. As significant contributors to the economy, micro-enterprises face challenges in implementing Islamic values such as honesty, justice, and social responsibility. This research employs a qualitative approach using phenomenological*



methods through in-depth interviews and participatory observations of micro-enterprise actors. The findings reveal that entrepreneurs' understanding of Islamic business ethics is often limited to normative aspects, while its application in daily business practices is hindered by economic pressures and a lack of structural support. However, entrepreneurs who consistently adhere to Islamic principles tend to achieve higher customer trust and more harmonious business relationships. This study underscores the need for training and policies that support the sustainable implementation of Islamic business ethics. The implications highlight the necessity for relevant educational strategies and further research to delve deeper into the impact of applying Islamic business ethics on micro-enterprises.

Keywords: Customer trust, Islamic business ethics, justice, Micro-enterprises, Social Responsibility,

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap mayoritas tenaga kerja di berbagai sektor. Namun, dalam menghadapi persaingan global dan dinamika pasar yang terus berubah, praktik etika bisnis sering kali terabaikan.¹ Padahal, penerapan etika bisnis yang berbasis nilai-nilai Islam berpotensi tidak hanya meningkatkan daya saing usaha, tetapi juga menciptakan keberkahan yang berdampak positif bagi masyarakat luas. Dalam konteks ini, penerapan etika bisnis Islam menjadi semakin relevan untuk diteliti sebagai alternatif solusi bagi tantangan yang dihadapi pelaku usaha mikro di Indonesia.²

Fenomena ketidakjujuran, praktik curang, dan eksploitasi tenaga kerja sering kali muncul dalam usaha mikro. Sebagai contoh, dalam beberapa tahun terakhir, kasus pelanggaran etik seperti pengurangan kualitas produk tanpa pemberitahuan atau manipulasi harga menjadi isu yang mencuat di kalangan pelaku usaha mikro.³ Fenomena ini tidak hanya menimbulkan kerugian bagi konsumen, tetapi juga merusak citra pelaku usaha mikro sebagai bagian penting dari perekonomian. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana prinsip etika bisnis Islam dapat diterapkan untuk mengatasi masalah ini.⁴

Etika bisnis Islam menekankan nilai-nilai utama seperti keadilan, kejujuran,

¹Sebayang, K. D. A., & Swaramarinda, D. R. (2020). Ethics and economics: Synthesis for business implementation in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 390–395.

² Ayyubi, S. El, & Anggraini, S. A. (2019). Peran etika bisnis Islam terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pangan di Kota Bogor. *Journal of Business & Banking*, 6(2). <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i2.1299>

³ Prentice, R. (2017). Microenterprise development, industrial labour and the seductions of precarity. *Critique of Anthropology*, 37(2), 201–222. <https://doi.org/10.1177/0308275X17694944>

⁴ Norvadewi, N. (2015). Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif). *Al-Tijary*. <https://doi.org/10.21093/AT.V1I1.420>



dan tanggung jawab sosial.⁵ Dalam Islam, bisnis tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai ibadah yang memerlukan integritas moral. Nilai-nilai ini, jika diterapkan secara konsisten, dapat memberikan solusi yang konkret untuk membangun usaha yang berkelanjutan dan berorientasi pada maslahat. Namun, implementasi nilai-nilai ini sering kali terkendala oleh minimnya pemahaman dan kurangnya dukungan struktural, terutama di kalangan pelaku usaha mikro yang terbatas dalam akses terhadap pendidikan dan pelatihan.⁶

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa konsep etika bisnis Islam memiliki potensi besar dalam meningkatkan kinerja usaha. Misalnya, beberapa studi menemukan bahwa pelaku usaha yang menerapkan prinsip keadilan dan transparansi cenderung memiliki hubungan yang lebih baik dengan pelanggan dan mitra bisnis.⁷ Namun, penelitian ini lebih banyak berfokus pada usaha skala besar atau menengah, sementara kajian mengenai usaha mikro masih terbatas.⁸ Hal ini menciptakan kesenjangan penelitian yang signifikan, mengingat usaha mikro memiliki karakteristik yang unik dan tantangan yang berbeda dibandingkan dengan jenis usaha lainnya.

Selain itu, penelitian sebelumnya sering kali terfokus pada teori dan konsep tanpa memberikan wawasan yang aplikatif untuk diterapkan di lapangan. Pendekatan yang lebih pragmatis dan berbasis fenomena lokal diperlukan untuk memberikan dampak yang nyata bagi pelaku usaha mikro di Indonesia.⁹ Misalnya, bagaimana pelaku usaha mikro dapat menerapkan prinsip syariah seperti larangan riba atau gharar dalam praktik sehari-hari, serta bagaimana mereka dapat menjaga keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan tanggung jawab sosial.¹⁰

Isu-isu terkini, seperti dampak pandemi COVID-19, juga memperkuat urgensi untuk meninjau penerapan etika bisnis Islam. Selama masa pandemi, banyak usaha mikro yang terpaksa menghadapi dilema antara menjaga

⁵ Rachmayanti, A., & Eprianti, N. (2022, July 23). Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Praktik Konsinyasi. Bandung Conference Series: Sharia Economic Law. <https://doi.org/10.29313/bcssel.v2i2.2863>

⁶ Amalia, F. (2014). Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*. <https://doi.org/10.15408/AIQ.V6I1.1373>

⁷ Nabila, R. (2019). Application of islamic business ethics in online selling and buying transaction. *Indonesian Journal of Islamic Economics Research*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.18326/ijier.v1i1.2550>

⁸ Putra, A. E., & Doho, Y. D. B. (2022). Prinsip Fairness dan Transparansi dalam Komunikasi Pemasaran sebagai Upaya Penguatan Pembangunan Ekonomi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(2), 298–306. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i2.190>

⁹ Tambunan, T. T. H. (2019). Indonesian Small Businesses and Their Access to Financing. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 2(03).

¹⁰ St Nur Rahma, & Siradjuddin, S. (2022). Inovasi Hijau sebagai Strategi Pengembangan Usaha Kecil Mikro Syariah. *NUKHBATUL 'ULUM: Jurnal Bidang Kajian Islam*, 8(1), 35–48. <https://doi.org/10.36701/nukhbah.v8i1.522>



keberlanjutan usaha dan tetap mematuhi prinsip-prinsip etika bisnis.¹¹ Hal ini memunculkan pertanyaan mendasar: sejauh mana etika bisnis Islam dapat menjadi pedoman bagi pelaku usaha mikro dalam menghadapi krisis dan dinamika pasar yang tidak menentu?

Melalui penelitian ini, penulis bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pelaku usaha mikro di Indonesia memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam praktik mereka.¹² Studi ini akan menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali pengalaman, tantangan, dan strategi yang digunakan oleh pelaku usaha mikro dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam aktivitas bisnis mereka.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi Islam. Dengan mengeksplorasi penerapan etika bisnis Islam dalam usaha mikro, penelitian ini tidak hanya mengisi kesenjangan yang ada dalam literatur, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha mikro, pembuat kebijakan, dan lembaga pendukung lainnya.

Lebih jauh, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi pelaku usaha mikro dalam membangun usaha yang lebih etis dan berkelanjutan. Dengan menanamkan nilai-nilai Islam dalam setiap aspek bisnis, diharapkan usaha mikro dapat menjadi pilar utama dalam membangun masyarakat yang adil, sejahtera, dan penuh keberkahan.

Secara keseluruhan, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan wawasan baru tentang pentingnya etika bisnis Islam, tetapi juga untuk mendorong transformasi dalam praktik usaha mikro di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi yang tinggi bagi pengembangan teori, kebijakan, dan praktik di bidang ekonomi Islam.

Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam didasarkan pada ajaran-ajaran dalam Al-Qur'an dan Hadis yang menekankan nilai-nilai moral dan sosial dalam setiap aktivitas ekonomi. Dalam konteks bisnis, etika Islam tidak hanya berbicara tentang keuntungan finansial, tetapi juga mencakup prinsip keadilan, kejujuran, transparansi, serta tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sebagai contoh, prinsip halal dan thayyib dalam Islam mengatur bahwa segala transaksi bisnis harus bebas dari unsur yang merugikan, seperti riba (bunga) dan gharar (ketidakjelasan), yang

¹¹ Sofiana, R., & Rizky, D. A. (2021). Islamic Business Ethics As A Basic of Policies Facing The Impact of Covid-19 Pandemics. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 84-91. <https://doi.org/10.31942/akses.v16i1.4477>

¹² Srihiang, D., Nurfamiyati, & Riani, W. (2022). Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Regol Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Economics Studies*, 2(1), 154-164. <https://doi.org/10.29313/bcses.v2i1.2264>



dapat menyebabkan ketidakadilan bagi pihak yang terlibat.¹³

Dalam bisnis Islam, integritas dan transparansi menjadi kunci penting untuk menciptakan hubungan yang adil antara produsen dan konsumen. Bisnis tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah yang harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab dan niat baik.¹⁴ Prinsip-prinsip ini, jika diterapkan secara konsisten, diharapkan dapat menciptakan lingkungan bisnis yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga membawa keberkahan dan kesejahteraan bagi seluruh pihak yang terlibat.

Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mikro

Usaha Mikro di Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional, dengan kontribusi yang besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi. Namun, pelaku usaha mikro sering menghadapi tantangan dalam menerapkan etika bisnis Islam, mengingat keterbatasan sumber daya, pengetahuan, dan akses terhadap pelatihan atau pendampingan. Studi oleh (Suraiya, 2022) menemukan bahwa banyak usaha mikro di Indonesia yang masih terjebak dalam praktik bisnis yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip etika Islam, seperti penipuan produk, manipulasi harga, dan eksploitasi pekerja.

Di sisi lain, menunjukkan bahwa beberapa pelaku usaha mikro yang berhasil mengimplementasikan prinsip-prinsip etika Islam, seperti kejujuran dalam bertransaksi dan menghindari riba, mampu memperoleh loyalitas pelanggan yang tinggi. Masyarakat cenderung lebih mempercayai bisnis yang berpegang pada nilai-nilai agama, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tantangan besar dihadapi, ada potensi besar dalam penerapan etika bisnis Islam bagi keberlanjutan usaha mikro.¹⁵

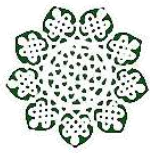
Studi Terkait Penerapan Etika Bisnis Islam

Penelitian terkait penerapan etika bisnis Islam dalam usaha mikro di Indonesia masih tergolong terbatas. Sebagian besar penelitian lebih banyak membahas aspek teoritis etika bisnis Islam atau fokus pada usaha besar dan menengah. Sebagai contoh, dalam studi oleh (Oktarina, Mu'alim, 2017), penerapan etika bisnis Islam pada perusahaan besar menunjukkan peningkatan kepercayaan pelanggan dan kredibilitas perusahaan. Namun, penelitian ini tidak mencakup usaha mikro yang memiliki karakteristik dan tantangan berbeda. Dengan demikian, penelitian ini berusaha mengisi gap yang ada dengan fokus pada pelaku

¹³ Fauziah, A., Suprihatin, T., & Eprianti, N. (2022, January 15). Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Tabungan Paket Lebaran Sembako. Bandung Conference Series: Sharia Economic Law. <https://doi.org/10.29313/bcssel.v2i1.241>

¹⁴ Iqbal, Z., & Mirakhor, A. (2017). Business Ethics in Islam. https://doi.org/10.1007/978-3-319-66390-6_4

¹⁵ Suraiya, N. (2022). Sharia Financial Management Alternative Sources In Encouraging Micro, Small And Medium Enterprises Expansion In Indonesia. El-Qish. <https://doi.org/10.33830/elqish.v2i2.3604.2022>



usaha mikro di Indonesia.¹⁶

Dalam penelitian penerapan etika bisnis Islam dalam usaha kecil di beberapa daerah, ditemukan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika Islam masih bersifat parsial dan tidak selalu konsisten. Meskipun ada kesadaran mengenai pentingnya etika bisnis Islam, pelaku usaha mikro cenderung lebih mengutamakan kelangsungan hidup usaha mereka daripada mempertimbangkan prinsip moral dalam setiap keputusan bisnis yang diambil.¹⁷

Tantangan Dalam Penerapan Etika Bisnis Islam

Tantangan utama dalam penerapan etika bisnis Islam pada usaha mikro adalah tekanan pasar dan kompetisi yang ketat. Seiring dengan globalisasi dan modernisasi, pelaku usaha mikro sering kali terjebak dalam praktik yang tidak etis untuk mempertahankan daya saing. Studi oleh Ulfa & Nawawi, 2022, mengungkapkan bahwa pelaku usaha mikro yang beroperasi di pasar yang sangat kompetitif sering kali merasa tertekan untuk menurunkan kualitas produk atau menggunakan praktik manipulatif demi mempertahankan harga yang bersaing.

Selain itu, kurangnya pemahaman yang mendalam tentang etika bisnis Islam dan keterbatasan akses terhadap pelatihan menjadi faktor penghambat lainnya. Sebagaimana diungkapkan banyak pelaku usaha mikro yang hanya memiliki pemahaman terbatas mengenai apa yang dimaksud dengan etika bisnis Islam dan bagaimana cara implementasinya dalam kehidupan bisnis sehari-hari.

Meskipun banyak penelitian yang membahas etika bisnis Islam secara umum, sedikit yang mengkaji secara khusus penerapannya pada usaha mikro, terutama di Indonesia. Penelitian-penelitian yang ada lebih banyak berfokus pada usaha besar dan menengah, serta teori-teori ekonomi Islam yang belum terhubung langsung dengan praktik lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan melakukan penelitian kualitatif yang menggali pengalaman dan tantangan pelaku usaha mikro dalam menerapkan etika bisnis Islam.¹⁸

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam konteks usaha mikro di Indonesia. Dengan pendekatan fenomenologi, penelitian ini tidak hanya akan mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi pengembangan model bisnis yang berbasis pada etika Islam. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada

¹⁶ Juliana, J., Sulthan, M. A., & Fathir, M. (2019). Islamic Business Ethics: Case Study of Puspa Sharia Micro Business Actors in Bank Indonesia West Java Region in Bandung 2017. <https://doi.org/10.17509/RIEF.V2I1.17674>

¹⁷ Katmas, E., Faizah, N., & Wulandari, A. (2022). Pengaruh penerapan etika bisnis islam terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Asy-Syukriyyah*. <https://doi.org/10.36769/asy.v23i1.212>

¹⁸ Katmas, E., Faizah, N., & Wulandari, A. (2022). Pengaruh penerapan etika bisnis islam terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Asy-Syukriyyah*. <https://doi.org/10.36769/asy.v23i1.212>



pengembangan teori ekonomi Islam, khususnya dalam konteks usaha mikro yang merupakan bagian penting dari perekonomian Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi dipilih karena fokusnya untuk menggali pengalaman dan persepsi subjektif pelaku usaha mikro terkait penerapan etika bisnis Islam dalam praktik usaha mereka. Fenomenologi memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam bagaimana nilai-nilai Islam diterapkan dalam keputusan dan tindakan bisnis sehari-hari, serta tantangan yang mereka hadapi dalam proses tersebut.

Data utama akan diperoleh melalui wawancara mendalam (in-depth interviews) dengan pelaku usaha mikro yang memiliki latar belakang Muslim dan menjalankan bisnis dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip Islam. Selain itu, observasi partisipatif akan dilakukan untuk melihat langsung bagaimana praktik bisnis dijalankan dan sejauh mana nilai-nilai Islam diimplementasikan dalam aktivitas harian mereka. Dokumentasi, seperti catatan keuangan sederhana atau kode etik usaha, juga akan digunakan sebagai sumber data tambahan.

Penelitian ini akan menerapkan analisis fenomenologi dengan tahapan sebagai berikut: Deskripsi Awal: Mengidentifikasi pengalaman subjektif pelaku usaha berdasarkan data wawancara. Reduksi Data: Menyaring data untuk menemukan tema-tema utama yang relevan dengan penerapan etika bisnis Islam. Interpretasi: Menganalisis bagaimana pengalaman dan tindakan mereka mencerminkan nilai-nilai Islam, serta faktor-faktor yang mempengaruhi penerapannya. Sistematika Temuan: Menyusun pola-pola temuan untuk membangun pemahaman yang lebih komprehensif.

Alasan Memilih Jenis dan Pendekatan Penelitian kontekstualisasi Masalah: Etika bisnis Islam dalam usaha mikro merupakan isu yang kompleks dan multidimensional, sehingga membutuhkan eksplorasi mendalam terhadap konteks sosial, budaya, dan agama pelaku usaha. Pengalaman Subjektif: Penerapan nilai-nilai Islam dalam bisnis sangat bergantung pada pengalaman pribadi dan pemahaman individu, yang sulit diukur secara kuantitatif. Kesenjangan Penelitian: Penelitian sebelumnya banyak berfokus pada teori atau model formal, sementara sedikit yang menggali pengalaman langsung dari pelaku usaha mikro sebagai aktor utama.

Jenis penelitian ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap tantangan, motivasi, dan strategi yang digunakan oleh pelaku usaha mikro dalam menerapkan etika bisnis Islam. Dengan memahami pengalaman mereka secara menyeluruh, penelitian ini dapat: Menyediakan Wawasan Baru: Menyumbangkan pengetahuan tentang bagaimana pelaku usaha mikro mempraktikkan nilai-nilai Islam dalam bisnis. Mengembangkan Kebijakan dan Praktek: Memberikan rekomendasi kepada pembuat kebijakan, pelaku usaha, dan lembaga pendukung untuk mempromosikan etika bisnis Islam dalam skala yang lebih luas. Kontribusi



terhadap Ilmu Pengetahuan: Memperkaya literatur dalam bidang ekonomi Islam, khususnya terkait dengan praktik usaha mikro.

Pendekatan ini akan membantu mengidentifikasi pola-pola praktik yang selama ini belum banyak dibahas dalam literatur ekonomi Islam. Selain itu, penelitian ini juga membuka peluang untuk menciptakan model aplikatif yang relevan dengan konteks usaha mikro di Indonesia, sehingga tidak hanya memberikan kontribusi teoritis tetapi juga manfaat praktis yang dapat diterapkan di masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkap beberapa temuan penting terkait penerapan etika bisnis Islam dalam praktik usaha mikro di Indonesia. Berdasarkan wawancara mendalam dengan pelaku usaha mikro serta observasi yang dilakukan, temuan utama penelitian ini dapat dirangkum dalam tujuh poin berikut.

Sebagian besar pelaku usaha mikro memahami etika bisnis Islam sebagai prinsip yang mengedepankan keadilan, kejujuran, dan larangan terhadap praktik yang merugikan seperti riba dan gharar. Namun, pemahaman ini lebih bersifat teoretis daripada praktis, dengan beberapa pelaku usaha mengaku kesulitan dalam mengimplementasikannya secara konsisten dalam kegiatan sehari-hari. Banyak yang menyadari pentingnya etika bisnis Islam, tetapi terbatasnya pengetahuan dan pelatihan menjadikan implementasi nilai-nilai tersebut tidak sepenuhnya efektif.

Pelaku usaha mikro menghadapi berbagai tantangan dalam menerapkan etika bisnis Islam. Salah satu kendala utama adalah tekanan pasar yang mengutamakan keuntungan jangka pendek. Beberapa pelaku usaha merasa terpaksa untuk melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan prinsip Islam, seperti menurunkan kualitas produk untuk meningkatkan keuntungan atau memanipulasi harga untuk bersaing dengan usaha lain. Selain itu, kurangnya dukungan struktur, seperti pelatihan etika bisnis atau bimbingan dari lembaga agama, turut memperburuk kesulitan dalam implementasi nilai-nilai Islam.

Beberapa pelaku usaha menerapkan strategi tertentu untuk tetap mempertahankan etika dalam bisnis mereka. Salah satunya adalah dengan memilih supplier yang juga mematuhi prinsip keadilan dan kejujuran, serta memastikan transaksi yang dilakukan bebas dari unsur riba. Beberapa usaha mikro juga mengedepankan transparansi dalam hubungan dengan konsumen, misalnya dengan memberikan informasi yang jelas tentang harga dan kualitas produk. Meskipun tidak sepenuhnya sempurna, strategi-strategi ini menunjukkan adanya upaya untuk mempraktikkan etika bisnis Islam meskipun menghadapi berbagai tantangan.

Banyak pelaku usaha mikro yang mengaitkan etika bisnis dengan nilai-nilai agama. Mereka percaya bahwa menjalankan bisnis dengan cara yang jujur dan adil tidak hanya akan mendatangkan keuntungan duniawi, tetapi juga keberkahan dan pahala di akhirat. Beberapa pelaku usaha bahkan menyebutkan bahwa praktik



bisnis yang tidak sesuai dengan nilai Islam akan menimbulkan kerugian dalam jangka panjang, baik dari segi ekonomi maupun spiritual. Hal ini menunjukkan bahwa agama berperan penting dalam menentukan keputusan bisnis mereka.

Faktor sosial dan budaya juga mempengaruhi penerapan etika bisnis Islam. Di beberapa daerah, norma sosial yang mendukung keterbukaan dan kejujuran dalam berbisnis semakin diterima oleh masyarakat, namun di daerah lain, praktik-praktik yang tidak sesuai dengan etika Islam tetap berlangsung karena faktor budaya dan persaingan yang sangat ketat. Pelaku usaha mikro yang berasal dari daerah dengan budaya kuat ini sering kali merasa bahwa untuk bertahan dalam bisnis, mereka harus mengikuti cara-cara yang lebih pragmatis, meskipun terkadang bertentangan dengan ajaran agama.

Pandemi COVID-19 menjadi salah satu faktor yang memperburuk penerapan etika bisnis. Banyak pelaku usaha mikro yang mengalami kesulitan keuangan, sehingga terpaksa mengambil keputusan yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip etika Islam. Misalnya, beberapa usaha mikro meningkatkan harga produk tanpa memperhatikan kepentingan konsumen atau mengurangi kualitas produk untuk menekan biaya. Meskipun demikian, ada juga pelaku usaha yang berusaha untuk tetap menjaga kualitas dan harga yang wajar, meskipun menghadapi tekanan ekonomi yang besar.

Meskipun menghadapi banyak tantangan, sejumlah pelaku usaha mikro yang menerapkan etika bisnis Islam merasa bahwa pendekatan ini berkontribusi pada keberlanjutan usaha mereka. Kepercayaan dan loyalitas konsumen yang lebih tinggi, serta hubungan yang lebih baik dengan supplier dan mitra bisnis, merupakan hasil positif yang dirasakan oleh mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun penerapan etika bisnis Islam memerlukan usaha dan komitmen yang besar, keuntungan jangka panjang dari sisi keberlanjutan dan keberkahan lebih besar daripada praktik bisnis yang tidak etis.

Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa temuan signifikan terkait penerapan etika bisnis Islam pada pelaku usaha mikro di Indonesia. Temuan ini memperkuat teori-teori dan penelitian sebelumnya, sekaligus menawarkan wawasan baru yang relevan dengan konteks usaha mikro. Analisis ini dilakukan dengan menghubungkan hasil penelitian dengan teori dan studi sebelumnya, serta memberikan interpretasi terhadap temuan yang ada.

Temuan penelitian ini mendukung teori bahwa etika bisnis Islam menekankan pada keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Dalam wawancara dengan pelaku usaha mikro, terungkap bahwa nilai-nilai tersebut menjadi acuan dalam menjalankan bisnis mereka, meskipun tingkat pemahaman dan penerapannya bervariasi, bahwa usaha kecil yang menerapkan prinsip Islam cenderung mendapatkan kepercayaan konsumen lebih tinggi, menunjukkan relevansi universal dari prinsip-prinsip ini.

Namun, penelitian ini menemukan bahwa banyak pelaku usaha mikro mengadaptasi prinsip-prinsip ini sesuai dengan kondisi lapangan, menciptakan bentuk penerapan yang kontekstual dan pragmatis. Ini memperluas penelitian



sebelumnya dengan menyoroti bahwa penerapan etika Islam tidak selalu dilakukan secara ideal, melainkan dipengaruhi oleh dinamika lingkungan bisnis.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa tekanan pasar, persaingan yang ketat, dan keterbatasan sumber daya menjadi hambatan utama dalam penerapan etika bisnis Islam. Pelaku usaha mikro sering kali menghadapi dilema moral, di mana mereka harus memilih antara bertahan dalam bisnis atau tetap konsisten dengan nilai-nilai Islam.

Meskipun demikian, penelitian ini menambahkan dimensi baru dengan menunjukkan bahwa faktor budaya lokal dan norma sosial juga memainkan peran signifikan dalam menentukan keberhasilan penerapan etika Islam. Di daerah tertentu, budaya kolektif yang mendukung prinsip kejujuran membantu pelaku usaha untuk mempraktikkan nilai-nilai Islam secara lebih konsisten. Temuan ini menunjukkan bahwa konteks sosial dan budaya harus diperhitungkan dalam mengembangkan strategi untuk mendukung penerapan etika bisnis Islam.

Strategi ini tidak hanya membantu mereka bertahan dalam pasar yang kompetitif, tetapi juga menjaga integritas etika bisnis mereka. Dengan demikian, penelitian ini memperluas literatur yang ada dengan mengidentifikasi solusi yang lebih berkelanjutan dan berbasis komunitas.

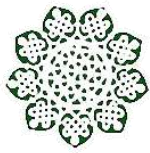
Penelitian ini juga mendukung pandangan bahwa agama memiliki pengaruh besar dalam pengambilan keputusan bisnis. Para pelaku usaha mikro mengaitkan penerapan etika bisnis Islam dengan konsep keberkahan, baik dalam bentuk hubungan yang baik dengan konsumen maupun keberlanjutan usaha.

Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa interpretasi agama dapat sangat bervariasi di antara pelaku usaha. Beberapa memandang keberkahan sebagai hasil akhir, sementara yang lain melihatnya sebagai proses yang harus dijaga. Interpretasi ini menunjukkan bahwa agama berfungsi tidak hanya sebagai pedoman normatif tetapi juga sebagai sumber motivasi psikologis dalam menghadapi tantangan bisnis.

Penelitian ini memperluas diskusi terkait pandemi COVID-19 yang telah memengaruhi dunia usaha secara signifikan. Selama pandemi, pelaku usaha mikro menghadapi tekanan keuangan yang besar, yang memaksa beberapa di antaranya untuk melanggar prinsip etika Islam, seperti menaikkan harga produk secara tidak wajar, tetapi penelitian ini juga menunjukkan bahwa ada pelaku usaha yang tetap konsisten dengan nilai-nilai Islam meskipun menghadapi tekanan berat.

Faktor yang membedakan adalah dukungan komunitas dan keyakinan religius yang kuat, yang membantu mereka untuk tetap bertahan secara etis selama masa sulit. Temuan ini memberikan wawasan baru tentang pentingnya dukungan kolektif dalam mempertahankan etika bisnis selama krisis.

Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa meskipun tantangan besar dihadapi, penerapan etika bisnis Islam dapat memberikan manfaat jangka panjang, seperti loyalitas konsumen dan keberlanjutan usaha, tetapi penelitian ini juga menambahkan bahwa manfaat ini tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga



mencakup dimensi spiritual dan sosial, seperti peningkatan hubungan antar pelaku usaha dan rasa tanggung jawab terhadap masyarakat.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di usaha mikro adalah proses yang kompleks dan dinamis, dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk tekanan pasar, budaya lokal, dan keyakinan religius. Temuan ini tidak hanya mendukung penelitian sebelumnya, tetapi juga memperluasnya dengan menyoroti pentingnya pendekatan kontekstual dan berbasis komunitas dalam mengatasi tantangan yang dihadapi.

Interpretasi utama dari penelitian ini adalah bahwa meskipun penerapan etika bisnis Islam dalam usaha mikro tidak selalu konsisten, keberhasilan dapat dicapai melalui kombinasi strategi individual, dukungan sosial, dan panduan normatif yang kuat. Penelitian ini menawarkan dasar yang kuat untuk pengembangan model bisnis berbasis etika Islam yang lebih relevan dengan kebutuhan pelaku usaha mikro di Indonesia.

KESIMPULAN

Sebagai kesimpulan, penerapan etika bisnis Islam dalam usaha mikro di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk menciptakan bisnis yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga berkelanjutan dan membawa manfaat sosial. Meski banyak pelaku usaha mikro yang sudah mulai mengimplementasikan prinsip-prinsip etika Islam, masih banyak tantangan yang harus dihadapi, seperti keterbatasan pengetahuan dan dukungan yang kurang dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penting untuk terus memperluas pemahaman tentang etika bisnis Islam dan mencari solusi praktis untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut.

Pemerintah, lembaga pendidikan, dan komunitas keagamaan perlu bekerja sama untuk menyediakan akses yang lebih luas bagi pelaku usaha mikro dalam memperoleh pengetahuan tentang etika bisnis Islam. Melalui program pelatihan, bimbingan, dan dukungan kebijakan yang berbasis syariah, pelaku usaha mikro dapat lebih mudah menerapkan nilai-nilai Islam dalam bisnis mereka. Dengan demikian, tidak hanya usaha mikro yang akan berkembang, tetapi juga perekonomian Indonesia secara keseluruhan akan menjadi lebih inklusif dan berkeadilan.

Selain itu, sebagai konsumen, kita juga memiliki peran penting dalam mendorong penerapan etika bisnis Islam. Dengan memilih untuk bertransaksi dengan usaha yang menerapkan prinsip-prinsip etika yang adil dan transparan, kita turut berpartisipasi dalam menciptakan ekonomi yang lebih berkelanjutan dan etis. Dukungan dari konsumen terhadap usaha mikro yang mengedepankan prinsip Islam akan memberikan dorongan besar bagi pelaku usaha untuk terus menjaga integritas dan kualitas bisnis mereka.

Marilah kita semua, baik pelaku usaha maupun konsumen, berpikir lebih jauh tentang dampak yang bisa kita ciptakan melalui keputusan-keputusan bisnis yang lebih beretika. Penerapan etika bisnis Islam bukan hanya sekadar mengikuti prinsip agama, tetapi juga merupakan langkah menuju ekonomi yang lebih adil dan bermartabat. Dengan bekerja bersama-sama, kita dapat membangun masa depan



yang lebih baik untuk usaha mikro dan perekonomian Indonesia secara keseluruhan.

BIBLIOGRAFI

- Amalia, F. (2014). Etika Bisnis Islam : Konsep Dan. *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, 6(1), 116–125. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/30987>
- Ayyubi, S. El, & Anggraini, S. A. (2019). Peran etika bisnis Islam terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pangan di Kota Bogor. *Journal of Business & Banking*, 6(2). <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i2.1299>
- Nabila, R. (2019). Application of islamic business ethics in online selling and buying transaction. *Indonesian Journal of Islamic Economics Research*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.18326/ijier.v1i1.2550>
- Prentice, R. (2017). Microenterprise development, industrial labour and the seductions of precarity. *Critique of Anthropology*, 37(2), 201–222. <https://doi.org/10.1177/0308275X17694944>
- Putra, A. E., & Doho, Y. D. B. (2022). Prinsip Fairness dan Transparansi dalam Komunikasi Pemasaran sebagai Upaya Penguatan Pembangunan Ekonomi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(2), 298–306. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i2.190>
- Sebayang, K. D. A., & Swaramarinda, D. R. (2020). Ethics and economics: Synthesis for business implementation in indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 390–395.
- Sofiana, R., & Rizky, D. A. (2021). Islamic Business Ethics As A Basic of Policies Facing The Impact of Covid-19 Pandemics. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 84–91. <https://doi.org/10.31942/akses.v16i1.4477>
- Srihiang, D., Nurfamiyati, & Riani, W. (2022). Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Regol Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Economics Studies*, 2(1), 154–164. <https://doi.org/10.29313/bcses.v2i1.2264>
- St Nur Rahma, & Siradjuddin, S. (2022). Inovasi Hijau sebagai Strategi Pengembangan Usaha Kecil Mikro Syariah. *NUKHBATUL 'ULUM: Jurnal Bidang Kajian Islam*, 8(1), 35–48. <https://doi.org/10.36701/nukhbah.v8i1.522>
- Tambunan, T. T. H. (2019). Indonesian Small Businesses and Their Access to Financing. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 2(03).
- Norvadewi, N. (2015). Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif). *Al-Tijary*. <https://doi.org/10.21093/AT.V1I1.420>
- Rachmayanti, A., & Eprianti, N. (2022, July 23). Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Praktik Konsinyasi. Bandung Conference Series: Sharia Economic Law. <https://doi.org/10.29313/bcssel.v2i2.2863>
- Amalia, F. (2014). Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha



- Kecil. Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah. <https://doi.org/10.15408/AIQ.V6I1.1373>
- Fauziah, A., Suprihatin, T., & Eprianti, N. (2022, January 15). Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Tabungan Paket Lebaran Sembako. Bandung Conference Series: Sharia Economic Law. <https://doi.org/10.29313/bcssel.v2i1.241>
- Iqbal, Z., & Mirakhor, A. (2017). Business Ethics in Islam. https://doi.org/10.1007/978-3-319-66390-6_4
- Suraiya, N. (2022). Sharia Financial Management Alternative Sources In Encouraging Micro, Small And Medium Enterprises Expansion In Indonesia. El-Qish. <https://doi.org/10.33830/elqish.v2i2.3604.2022>
- Oktarina, A., & Mu'alim, A. (2017). IMPLEMENTATION OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS ON SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES (SMEs): CASE STUDY OF SMEs XYZ. <https://doi.org/10.18196/JESP.18.2.4042>
- Juliana, J., Sulthan, M. A., & Fathir, M. (2019). Islamic Business Ethics: Case Study of Puspa Sharia Micro Business Actors in Bank Indonesia West Java Region in Bandung 2017. <https://doi.org/10.17509/RIEF.V2I1.17674>
- Katmas, E., Faizah, N., & Wulandari, A. (2022). Pengaruh penerapan etika bisnis islam terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah. Jurnal Asy-Syukriyyah. <https://doi.org/10.36769/asy.v23i1.212>
- Ulfa, N., & Nawawi, Z. M. (2022). Islamic Business Ethics in Entrepreneurship in Promoting MSME Actors. <https://doi.org/10.53697/emba.v2i1.716>
- Melati, P. H., Mahudin, N. D. M., & Janon, N. S. (2018). Factors Influencing the Implementation of Islamic Work Ethics in Banks: A Qualitative Study. https://doi.org/10.1007/978-981-10-6926-0_5