

Penerapan Etika Bisnis Syariah dalam Kinerja Pelaku UMKM pada Sektor Perdagangan

Novingky Ferdinand¹ (novingky@binamandiri.ac.id)

Destiana Kumala² (destiana.kumala@binamandiri.ac.id)*

Sawqi Saad El Hasan³ (sawqi@binamandiri.ac.id)

Destiana Utarindasari⁴ (destiana.utarindasari@binamandiri.ac.id)

Ermi Herawati⁵ (ermi@binamandiri.ac.id)

Usman⁶ (usman@binamandiri.ac.id)

^{1,2,3,4,5,6}Sekolah Tinggi Ekonomi Bisnis Islam Syariah Bina Mandiri, Bogor, Jawa Barat, Indonesia

*Penulis Korespondensi

Artikel Masuk: 28 Januari 2023 | Artikel Diterima: 7 Maret 2023

Abstract

Business ethics is responsible for determining the moral standards and behavior expected of players in the business world. In the context of MSMEs, business ethics plays an important role in creating a fair and honest business environment that can increase consumer confidence in the products and services offered. The purpose of this study was to determine the application of sharia business ethics to the performance of MSME actors in the Trade Sector in Bogor Regency. The methods used are qualitative and quantitative methods. The results of this study are that Business Ethics has a very strong influence on MSME performance.

Keywords: sharia business ethics; the performance of SMEs; trading sector

JEL Classification: M10; M11; M12

Abstrak

Etika bisnis bertanggung jawab untuk menentukan standar moral dan perilaku yang diharapkan dari para pemain dalam dunia bisnis. Dalam konteks UMKM, etika bisnis berperan penting dalam menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan jujur yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan etika bisnis syariah pada kinerja pelaku UMKM pada Sektor Perdagangan di Kabupaten Bogor. Adapun metode yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Adapun hasil dari penelitian ini adalah Etika Bisnis memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap Kinerja UMKM.

Kata Kunci: etika bisnis syariah; kinerja pelaku UMKM; sektor perdagangan

Klasifikasi JEL: M10; M11; M12

PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia telah mengambil berbagai langkah untuk meningkatkan perdagangan dengan negara lain, termasuk dengan menjalin kerja sama perdagangan dan meningkatkan infrastruktur perdagangan. Beberapa produk ekspor utama Indonesia termasuk minyak mentah, gas alam, kopi, teh, dan produk-produk pertanian lainnya (Alexander & Nadapdap, 2019). Sementara itu, beberapa produk impor utama termasuk bahan bakar, mesin, dan barang-barang konsumsi.

Sektor perdagangan nasional di Indonesia terdiri dari berbagai subsektor, seperti perdagangan ritel, grosir, dan *e-commerce* (Nurlinda, 2019). Dalam sektor perdagangan ritel ada berbagai jenis toko, mulai dari toko kelontong hingga toko besar yang menjual berbagai jenis produk. Dalam sektor perdagangan grosir terdapat berbagai jenis pasar tradisional dan modern yang menjual berbagai jenis produk dari berbagai negara. *E-commerce* juga menjadi sektor yang meningkat cepat di Indonesia dengan berbagai jenis toko *online* yang menjual berbagai jenis produk.

Selain itu, sektor perdagangan nasional juga meliputi perdagangan internasional, dengan negara-negara tetangga seperti Malaysia, Singapura, Australia, China, dan Jepang. Perdagangan ini mencakup ekspor dan impor produk dan jasa (Sidabutar, 2020). Pemerintah Indonesia telah mengambil berbagai langkah untuk meningkatkan perdagangan internasional, termasuk dengan meningkatkan infrastruktur perdagangan dan menjalin kerja sama perdagangan dengan negara-negara lain.

Menurut Agustin (2019) perdagangan syariah adalah perdagangan yang mengacu pada prinsip-prinsip syariah atau hukum Islam. Dalam perdagangan syariah transaksi harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti tidak mengandung unsur *riba* (bunga), *gharar* (ketidakpastian), *maysir* (judi), dan *haram* (dilarang). Perdagangan syariah juga mencakup perdagangan produk dan jasa yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti produk halal dan jasa yang tidak melanggar prinsip syariah.

Di Indonesia, perdagangan syariah telah berkembang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai regulasi yang mengatur perdagangan syariah, seperti undang-undang nomor 21 Tahun 2008 tentang perdagangan berjangka komoditi (Rohman, 2021). Beberapa bank di Indonesia juga menyediakan produk dan layanan perdagangan syariah, seperti rekening tabungan, deposito, dan kredit.

Etika bisnis adalah kode moral yang mengatur perilaku individu atau perusahaan dalam dunia bisnis. Etika bisnis mencakup berbagai aspek, seperti integritas, profesionalisme, transparansi, tanggung jawab sosial, dan keadilan (Sudarso et al., 2021). Etika bisnis juga mencakup prinsip-prinsip yang harus diikuti dalam melakukan bisnis, seperti menghormati hak asasi manusia, lingkungan, dan komunitas. Etika bisnis sangat penting bagi kesuksesan jangka panjang perusahaan, karena dapat memperkuat kepercayaan konsumen, investor, dan masyarakat umum terhadap perusahaan. Etika bisnis juga dapat membantu perusahaan untuk menghindari masalah hukum dan reputasi yang merugikan. Etika bisnis juga merupakan bagian dari keseluruhan sistem nilai yang diakui di

dalam masyarakat dan diharapkan diterapkan dalam segala jenis bisnis agar dapat menciptakan kesejahteraan masyarakat.

Bisnis syariah adalah bisnis yang mengacu pada prinsip-prinsip syariah atau hukum Islam (Supriadi & Ismawati, 2020). Dalam bisnis syariah, transaksi harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti tidak mengandung unsur *riba* (bunga), *gharar* (ketidakpastian), *maysir* (judi), dan *haram* (dilarang). Bisnis syariah juga mencakup produk dan jasa yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti produk halal dan jasa yang tidak melanggar prinsip syariah.

Etika bisnis syariah adalah prinsip-prinsip moral dan etika yang digunakan dalam bisnis yang mengikuti aturan-aturan syariah atau hukum Islam (Muthmainnah & Nursyamsu, 2017). Ini termasuk prinsip-prinsip seperti kejujuran, transparansi, dan kesederhanaan dalam bisnis, serta menghindari *riba* (bunga) dan praktik-praktik yang tidak etis seperti penipuan dan penggelembungan harga. Etika bisnis syariah juga menekankan keseimbangan antara keuntungan dan sosial kemanusiaan dalam bisnis.

Beberapa contoh bisnis syariah adalah bank syariah, reksa dana syariah, asuransi syariah, dan perdagangan syariah (Setiawan, 2006). Bank syariah menghindari praktik riba dan menyediakan produk perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah. Reksa dana syariah menghindari investasi dalam perusahaan yang melakukan kegiatan haram, seperti perusahaan yang mengolah alkohol atau produk hewani yang tidak halal. Asuransi syariah menghindari unsur riba dalam produk asuransi. Perdagangan syariah menghindari transaksi yang melanggar prinsip syariah. Bisnis syariah di Indonesia sangat berkembang, dengan regulasi yang diterbitkan pemerintah dan perusahaan-perusahaan yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah.

Kinerja UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) merujuk pada kinerja dari usaha-usaha yang termasuk dalam kategori UMKM dalam hal keuntungan, pemasaran, produktivitas, dan inovasi. UMKM di Indonesia memiliki peran penting dalam perekonomian negara karena menyumbang hingga 60% dari PDB dan menyediakan lapangan kerja bagi hampir 110 juta penduduk. Namun, kinerja UMKM di Indonesia sering kali masih rendah dibandingkan dengan negara-negara lain. Beberapa faktor yang dapat memengaruhi kinerja UMKM di Indonesia diantaranya adalah keterbatasan akses modal, keterbatasan akses informasi dan teknologi, serta keterbatasan akses pasar. Hal ini dapat menyebabkan rendahnya produktivitas dan inovasi dari UMKM.

Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai program untuk meningkatkan kinerja UMKM, seperti program dana usaha mikro, program pemberian kredit tanpa agunan, serta program pelatihan dan pendampingan usaha. Namun masih diperlukan dukungan yang lebih besar dari pemerintah, perbankan dan perusahaan besar agar dapat meningkatkan kinerja UMKM dalam jangka panjang. Selain itu, pelaku UMKM juga dapat meningkatkan kinerja usahanya dengan cara meningkatkan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan, mengembangkan pasar yang lebih luas, serta melakukan inovasi dan diversifikasi produk untuk meningkatkan daya saing usaha.

Kinerja UMKM dapat diukur dengan beberapa indikator, diantaranya: 1.) pertumbuhan pendapatan. Indikator ini mengukur tingkat pertumbuhan pendapatan UMKM dari periode ke periode; 2.) profitabilitas. Indikator ini mengukur tingkat keuntungan yang diperoleh UMKM; 3.) efisiensi. Indikator ini mengukur tingkat efisiensi UMKM dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya; 4.) *leverage*. Indikator ini mengukur tingkat *leverage* (utang) UMKM dibandingkan dengan ekuitasnya; 5.) likuiditas. Indikator ini mengukur kemampuan UMKM dalam menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya; 6.) rentabilitas. Indikator ini mengukur tingkat keuntungan UMKM dibandingkan dengan modal yang digunakan; 7.) kepuasan pelanggan. Indikator ini mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan UMKM; 8.) reputasi. Indikator ini mengukur tingkat reputasi UMKM di masyarakat dan pasar; 9.) diversifikasi produk. Indikator ini mengukur seberapa banyak jenis produk atau jasa yang ditawarkan oleh UMKM; dan 10.) pertumbuhan jumlah karyawan. Indikator ini mengukur tingkat pertumbuhan jumlah karyawan UMKM dari periode ke periode.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yakni metode deskriptif kuantitatif. Untuk uji kuantitatif menggunakan uji-t yang berfungsi untuk melihat pengaruh dari variabel etika bisnis terhadap kinerja UMKM pada sektor perdagangan sedangkan untuk metode kualitatif adalah untuk menjabarkan konsep etika bisnis sehingga bisa terdefinisi dengan baik. Data terkumpul secara deskriptif kuantitatif digunakan untuk memberikan gambaran terhadap keadaan yang sebenarnya, juga untuk menjawab pertanyaan yang berhubungan dengan status subjek dari penelitian. Sedangkan data kualitatif digunakan untuk memperkuat dan melengkapi data secara kuantitatif mengenai masalah yang diteliti. Lokasi penelitian dilaksanakan di Kabupaten Bogor pada pelaku usaha UMKM. Data terkumpul melalui hasil wawancara dan observasi yang dianalisis menggunakan analisis kualitatif yang termasuk dalam kategori data kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Etika Bisnis Syariah

Etika bisnis bertanggung jawab untuk menentukan standar moral dan perilaku yang diharapkan dari para pemain dalam dunia bisnis. Dalam konteks UMKM, etika bisnis berperan penting dalam menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan jujur yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Etika bisnis juga dapat membantu UMKM dalam memenuhi kewajiban sosial dan lingkungannya, serta dalam menjaga integritas dan reputasi UMKM. Dengan mengimplementasikan praktik bisnis yang etis, UMKM dapat meningkatkan keberlangsungan usahanya dan menjadi lebih kompetitif dalam pasar UMKM.

Lingkungan bisnis merupakan faktor eksternal yang memengaruhi kegiatan perusahaan, termasuk UMKM. Lingkungan bisnis dapat memengaruhi strategi, produk, pasar, dan kinerja UMKM. Peran lingkungan bisnis dalam UMKM dapat dibagi menjadi dua kategori: positif dan negatif. Pada saat lingkungan bisnis positif, UMKM dapat mengejar peluang bisnis dan meningkatkan kinerja. Misalnya, saat ekonomi tumbuh, permintaan akan produk dan jasa UMKM akan meningkat, sehingga memungkinkan UMKM untuk tumbuh dan berkembang. Namun, saat lingkungan bisnis negatif, UMKM dapat menghadapi tantangan dan risiko. Misalnya, saat ekonomi lesu, permintaan akan produk dan jasa UMKM akan menurun, sehingga memungkinkan UMKM untuk mengalami penurunan kinerja dan bahkan bangkrut.

Karenanya, UMKM harus memahami lingkungan bisnisnya dan menyesuaikan strategi dan kegiatannya sesuai dengan kondisi lingkungan bisnis. UMKM juga harus senantiasa memantau perubahan-perubahan dalam lingkungan bisnis dan beradaptasi dengan cepat untuk menghadapi perubahan tersebut.

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan UMKM untuk meningkatkan kepercayaan konsumen: 1.) menjaga kualitas produk dan jasa yang ditawarkan. UMKM harus memastikan bahwa produk dan jasa yang ditawarkan sesuai dengan standar kualitas yang ditentukan dan memenuhi harapan konsumen; 2.) menjaga transparansi. UMKM harus menyediakan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk dan jasa yang ditawarkan, termasuk harga, kualitas, dan cara pembayaran; 3.) menjaga komunikasi yang baik dengan konsumen. UMKM harus bersedia untuk menjawab pertanyaan konsumen dan memberikan dukungan purna jual yang baik; 4.) menjaga profesionalisme. UMKM harus memperlihatkan profesionalisme dalam segala aspek bisnis, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan, pemasaran, dan pengembangan produk; 5.) memenuhi kewajiban sosial dan lingkungan. UMKM harus memenuhi kewajiban sosial dan lingkungan yang berlaku, seperti standar lingkungan dan sosial, serta memberikan dampak positif bagi masyarakat; 6.) menjaga reputasi. UMKM harus menjaga reputasinya dengan cara melakukan praktik bisnis yang etis dan jujur, serta menjaga komunikasi yang baik dengan *stakeholder*; dan 7.) melakukan akreditasi atau sertifikasi. UMKM dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dengan melakukan akreditasi atau sertifikasi dari lembaga yang berwenang.

Etika bisnis syariah adalah seperangkat aturan dan norma moral yang diterapkan dalam bisnis yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah. Peran etika bisnis syariah adalah untuk menjamin bahwa bisnis yang dilakukan sesuai dengan hukum syariah dan tidak melanggar nilai-nilai moral yang ditentukan oleh agama.

Beberapa peran utama etika bisnis syariah dalam UMKM adalah sebagai berikut: 1.) mencegah riba. Etika bisnis syariah melarang penerapan bunga dalam transaksi ekonomi, sehingga mencegah praktik riba yang merugikan pihak yang lemah; 2.) mendorong keadilan. Etika bisnis syariah mengutamakan keadilan dalam setiap transaksi ekonomi, sehingga mendorong pengembangan usaha yang sehat dan adil; 3.) mendorong kesejahteraan sosial. Etika bisnis syariah mengutamakan kesejahteraan sosial dalam setiap transaksi ekonomi, sehingga mendorong pengembangan usaha yang sehat dan memberikan manfaat bagi

masyarakat; 4.) mendorong tanggung jawab sosial. Etika bisnis syariah mendorong tanggung jawab sosial perusahaan dalam mengelola lingkungan dan pemberdayaan masyarakat sekitar; 5.) mendorong transparansi dan akuntabilitas. Etika bisnis syariah mendorong transparansi dan akuntabilitas dalam setiap transaksi ekonomi, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen dan investor; dan 6.) mendorong pengembangan bisnis yang berkelanjutan. Etika bisnis syariah mendorong pengembangan bisnis yang berkelanjutan dengan cara mengutamakan pemanfaatan sumber daya yang berkelanjutan dan menjaga lingkungan.

Etika Bisnis Syariah terhadap Kinerja Pelaku UMKM pada Sektor Perdagangan

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas dan mendapatkan hasil yang baik. Maka kuesioner dinyatakan valid dan reliabel. Selanjutnya dilakukan uji-t dan uji koefisien determinasi untuk melihat pengaruh dari variabel-variabel penelitian.

Tabel 1. Hasil Uji-t dan Koefisien Determinasi

	<i>Std. Error</i>	Koefisien	Signifikansi	<i>R-squared</i>
Etika Bisnis terhadap Kinerja UMKM	0.073	0.521	0.000	0.272

Tabel 1 di atas menunjukkan hasil uji-t dan koefisien determinasi. Dengan melihat hasil perhitungan hasil yang didapatkan untuk koefisien korelasi adalah sebesar 0.521 dan termasuk dalam kategori sedang. Jadi Etika Bisnis memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap Kinerja Umkm.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi di atas dapat diketahui bahwa besarnya kontribusi pengaruh Etika Bisnis terhadap Kinerja UMKM adalah 27.2% dan sisanya 72.8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah berdasarkan hasil perhitungan statistik dapat diketahui bahwa besarnya kontribusi pengaruh etika bisnis terhadap kinerja UMKM sebagian besar dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan oleh penelitian ini, sedangkan etika bisnis hanya berkontribusi di bawah 50%. Sedangkan hasil perhitungan hasil yang didapatkan untuk koefisien korelasi termasuk dalam kategori sedang sehingga etika bisnis memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap kinerja UMKM.

Dari hasil penelitian di atas bisa dikembangkan lagi penelitian lanjutan karena masih ada faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap kinerja pelaku UMKM karena dari hasil uji statistik didapat bahwa masih ada faktor lain yang menjadi variabel berpengaruh dalam kinerja pelaku UMKM dalam sektor perdagangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, I. W. (2019). Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Pada Sharia Online Trading System Menurut Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No. 80/Dsn-Mui/Iii/2011. *AHKAM: Jurnal Hukum Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.21274/ahkam.2019.7.2.%25p>
- Alexander, I., & Nadapdap, H. J. (2019). Analisis daya saing ekspor biji kopi Indonesia di pasar global tahun 2002-2017. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian (J-SEP)*, 12(2), 1-16. <https://doi.org/10.19184/jsep.v12i2.11271>
- Muthmainnah, M., & Nursyamsu, N. (2017). LANDASAN HUKUM ISLAM: ETIKA BISNIS SYARIAH DAN FAKTOR PENGEMBANGANNYA. *Syariah*, 5(1). <https://doi.org/10.32520/.v5i1.138>
- Nurlinda, V. F. (2019). Determinan adopsi e-commerce dan dampaknya pada kinerja usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3). <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i3.18105>
- Rohman, M. N. (2021). Tinjauan Yuridis Normatif Terhadap Regulasi Mata Uang Kripto (Crypto Currency) Di Indonesia. *Jurnal Supremasi*, 11(2), 1-10. <https://doi.org/10.35457/supremasi.v11i2.1284>
- Setiawan, A. B. (2006). Perbankan Syariah; Challenges dan Opportunity Untuk Pengembangan di Indonesia. *Jurnal Kordinat*, 8(1), 1-42.
- Sidabutar, V. T. P. (2020). Pemanfaatan Surat Keterangan Asal Indonesia Dalam Peningkatan Investasi Berorientasi Ekspor Australia Ke Indonesia. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 14(2), 97-104. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v14i2.152>
- Sudarso, A., Chandra, E., Manullang, S. O., Purba, B., Simarmata, H. M. P., Butarbutar, M., Hasibuan, M., Krisnawati, A., Simanjuntak, M., & Rengganis, A. (2021). *Etika Bisnis: Prinsip dan Relevansinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Supriadi, S., & Ismawati, I. (2020). Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 41-50. <https://doi.org/10.30595/jhes.v0i0.7002>