

**ANALISIS PENGEMBANGAN UMKM CHAKRII  
THAI TEA KOTA SEMARANG DALAM  
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S.1)  
Ilmu Ekonomi Islam



*Oleh:*

**ANWARUL AKHYAR**

**NIM: 122411063**

**EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2019**



**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka km. 2 Kampus III Ngaliyan Telp.  
(024) 7601291 Fax. 7624691 Semarang 50185

---

---

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lampiran : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

Kepada Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo Semarang  
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melalui proses bimbingan dan revisi, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : ANWARUL AKHYAR

NIM : 122411063

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : **ANALISIS PENGEMBANGAN UMKM CHAKRII THAI  
TEA KOTA SEMARANG DALAM PERSPEKTIF ETIKA  
BISNIS ISLAM**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi mahasiswa tersebut dapat segera di munaqosahkan. Atas perhatiannya disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 17 Juli 2019

Pembimbing I

**Dr. H. WAHAB, M.M.**  
NIP. 196909082000031001

Pembimbing II

**WARNO, SE., M.Si.**  
NIP. 198307212015031002



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Telp/ Fax (024) 7601291, 7624691  
Semarang Kode Pos 50185

**PENGESAHAN**

Skrripsi Saudara : ANWARUL AKHYAR  
NIM : 122411063  
Judul : ANALISIS PENGEMBANGAN UMKM CHAKRII THAI  
TEA KOTA SEMARANG DALAM PERSPEKTIF ETIKA  
BISNIS ISLAM

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat baik pada tanggal 24 Juli 2019 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2018/2019.

Semarang, 30 Juli 2019

Ketua Sidang

**M. Nadzir, M.Si.**

NIP. 19730923200312 1 002

Sekretaris Sidang

**Drs. H. Wahab, M.M.**

NIP. 19690908200003 1 001

Penguji Utama I

**A. Turmudi, S.H., M.Ag.**

NIP. 19690708200501 1 004

Penguji Utama II

**Drs. H. Hasvini Syarbani, M.M.**

NIP. 19570913198203 1 002

Pembimbing I

**Drs. H. Wahab, M.M.**

NIP. 19690908200003 1 001

Pembimbing II

**Warno, SE., M.Si**

NIP. 19830721201503 1 002

## **MOTTO**

Yakin adalah kunci jawaban dari semua permasalahan. Dengan bermodal yakin merupakan obat mujarab penumbuh semangat hidup

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, puji dan syukur kepada Allah SWT, diri ini tiada daya dan kekuatan tanpa nikmat dan rahmat dari-Mu, Shalawat serta salamku kepada suri tauladan Nabi Muhammad SAW yang mana kunantikan syafaatmu di penghujung hari nanti. Dengan ketulusan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Bapak Ahmadi yang tak henti-hentinya mengajarkan kebaikan untuk keluarga dan menjadi teladan yang mulia untuk anak-anaknya.
2. Ibu Nurhayati tercinta yang tak pernah berhenti menyayangi dan mendoakan yang terbaik untuk keluarganya.

## DEKLARASI

Dengan kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat di dalam referensi yang dijadikan sebagai rujukan.

Semarang, 24 Juli 2019

Deklarator



Anwarul Akhyar  
122411063

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini menggunakan pedoman transliterasi berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 tahun 1987 dan no. 0543b/U/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut :

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bāʾ	B	-
ت	Tāʾ	T	-
ث	Sāʾ	ś	S (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	-
ح	Hāʾ	H	H (dengan titik di bawah)
خ	Khāʾ	Kh	-
د	Dāl	D	-
ذ	Zāl	Ẓ	Z (dengan titik di atas)
ر	Rāʾ	R	-
ز	Zai	Z	-
س	Sīn	S	-
ش	Syīn	Sy	-
ص	Sād	S	S (dengan titik di bawah)
ض	Dād	D	D (dengan titik di bawah)
ط	Tāʾ	T	T (dengan titik di bawah)
ظ	Zāʾ	Z	Z (dengan titik di bawah)
ع	ʿAin	ʿ	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	-
ف	Fāʾ	F	-

ق	Qāf	Q	-
ك	Kāf	K	-
ل	Lām	L	-
م	Mīm	M	-
ن	Nūn	N	-
و	Wāwu	W	-
?	Hā'	H	-
ء	Hamzah	'	Apostrof (tetapi tidak dilambangkan apabila letak di awal kata)
ي	Yā'	Y	-

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat yang transliterasinya dapat diuraikan sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	fathah	a	a
◌ِ	kasrah	i	i
◌ُ	Dammah	u	u

contoh :

كتب	- <i>kataba</i>	يَذُ	- <i>yazhabu</i>
سئل	- <i>su'ila</i>	كُرِذ	- <i>zukira</i>

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ◌ْ	fathah dan ya'	ai	a dan i
◌َ◌◌ْ	fathah dan Wawu	au	a dan u

contoh :

كيف	- <i>Kaifa</i>	هول	- <i>haul</i>
-----	----------------	-----	---------------

## 3. Vokal Panjang (Maddah)

Vokal panjang atau maddah yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
ا	fathah dan Alif atau alif	ā	a dengan garis di atas
ى	kasrah dan yā'	ī	i dengan garis di atas
و	dammah dan wāwu	ū	u dengan garis di atas

#### 4. Tā' Marbūtah

Transliterasi untuk tā' marbūtah ada dua:

- a. Tā' Marbūtah hidup  
Tā' Marbūtah yang hidup atau yang mendapat harkat fathah, kasrah atau dammah, transliterasinya adalah (t).
- b. Tā' Marbūtah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h).  
Contoh: طلحة - talhah
- c. Kalau pada kata yang terakhir dengan Tā' Marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang "al" serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka Tā' Marbūtah itu ditransliterasikan dengan (h).  
Contoh: الجنة روضة - raudah al-jannah

#### 5. Huruf Ganda (*syaddah* atau *tasydid*)

Syaddah atau tasydid yang dalam system penulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah, transliterasi tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah tersebut.

Contoh: ربنا - *rabbana*  
نعمة - *nu'imma*

## ABSTRAK

Etika bisnis Islam merupakan norma etika berbasis Al-Qur'an dan al-Hadits yang harus dijadikan sebagai pedoman hidup bagi para pebisnis. Tetapi pada kenyataannya, banyak orang atau oknum pebisnis yang melakukan kecurangan sehingga keluar dari norma etika bisnis yang sesuai dengan Al-Qur'an. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Implementasi etika bisnis Islam pada UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang dan mengetahui cara mengembangkan UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang berdasarkan etika bisnis Islam.

Jenis penelitian ini dapat dikategorikan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan di kancah atau medan terjadinya gejala dengan mempelajari secara intensif latar belakang kasus terakhir, interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu unit sosial, individu, kelompok, dan lembaga masyarakat.

Penulis menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk pengumpulan data. Dalam proses analisis data, peneliti menggunakan analisis deskripsi dengan memaparkan data-data yang berhubungan terhadap strategi pengembangan bisnis Islam pada UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang.

Hasil penelitian yang dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Implementasi etika bisnis Islam pada UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang adalah tauhid, keseimbangan (keadilan), kebebasan dan tanggung jawab. (2) Dan cara mengembangkan UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang berdasarkan etika bisnis Islam adalah jujur dalam takaran (*quantity*), longgar dan bermurah hati (*tasamuh dan tarâhum*), membangun hubungan baik (*interrelationship/şilatal-raḥîm*), tertib Administrasi, dan menetapkan harga dengan transparan.

**Kata Kunci:** Etika bisnis Islam, UMKM

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam karena segala rahmat, hidayah, dan taufiq-Nya. Tak lupa shalawat dan salam kita haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **ANALISIS PENGEMBANGAN UMKM CHAKRII THAI TEA KOTA SEMARANG DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan S.1 pada Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dari pihak bimbingan dan dorongan serta perhatiannya. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. H. Ahmad Furqon, LC, MA., selaku Ketua Prodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Mohammad Nadzir, SHI, MSI, selaku Sekretaris Prodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

5. Bapak Drs. H. Wahab, M.M selaku Pembimbing I dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
6. Bapak Warno, SE, M.Si selaku Pembimbing II dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
7. Seluruh dosen pengajar Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis sebagai bekal untuk menyongsong masa depan.
8. Pemilik Chakrii Thai Tea Kota Semarang saudara Nurlatif
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih banyak atas semuanya.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN DEKLARASI .....	vi
HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI .....	vii
HALAMAN ABSTRAK .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI .....	xiii

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Tinjauan Pustaka .....	7
E. Metodologi Penelitian .....	.8
F. Sistematika Penulisan .....	13

### **BAB II ETIKA BISNIS ISLAM PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)**

A. ETIKA BISNIS ISLAM .....	16
1. Pengertian Etika .....	16
2. Aktivitas dan Etika Bisnis Islam.....	23
3. Indikator Etika Bisnis .....	34
4. Prinsip-prinsip Etika Bisnis dalam Islam .....	35
B. Pengelolaan Bisnis Islami.....	39
1. Definisi Bisnis Islami .....	39
2. Tujuan Bisnis Islam.....	40
C. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) .....	42

1. Pengertian UMKM .....	42
2. Kriteria UMKM Berdasarkan Perkembangan ...	44
3. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) .	45
4. Peranan dan Kontribusi UMKM di Indonesia ....	47
5. Karakteristik UMKM di Indonesia .....	48
6. Permasalahan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) .....	48
<b>BAB III</b>	<b>GAMBARAN UMUM UMKM CHAKRII THAI TEA KOTA SEMARANG</b>
A. Sejarah Berdirinya UMKM Chakrii Thai Tea Semarang .....	52
B. Visi dan Misi UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang .....	53
C. Lokasi UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang .....	42
D. Peralatan dan Bahan .....	54
E. Media Promosi .....	55
F. Waktu Operasional .....	55
G. Target Pelanggan .....	55
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>
A. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	57
B. Permasalahan UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang .....	74
C. Cara Mengembangkan UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang berdasarkan etika bisnis Islam .....	78
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>
A. Kesimpulan .....	82
B. Saran .....	83

**DAFTAR PUSTAKA**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan dan atau jual beli dan di dalamnya masuk juga bisnis. Hal ini tertera pada salah satu firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah: 275.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: .... dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”.

Ayat di atas dengan tegas memberikan seruan kepada kaum muslimin bahwa jual beli (bisnis) dihalalkan oleh Allah, baik dalam bentuk jual beli barang dagangan maupun jual beli di bidang jasa,<sup>3</sup> dengan pengertian bahwa jual beli terdapat penyerahan barang atau jasa dari si penjual dengan penggantian yang seimbang dari pihak pembeli. Tetapi, Allah mengharamkan riba. Sebab, di dalam riba tidak ada penyeimbang langsung, kecuali kesempatan pemanfaatan uang.<sup>1</sup>

Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh perorangan maupun organisasi yang melibatkan aktifitas produksi, penjualan pembelian, maupun pertukaran barang/jasa, dengan tujuan untuk mendapat laba. Bisnis juga merupakan kegiatan ekonomis yang

---

<sup>1</sup> Dwi Suwiknyo, *Ayat-ayat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, h. 128

meliputi tukar menukar, jual beli, memproduksi-memasarkan, bekerja-mempekerjakan, dan interaksi manusiawi lainnya dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan atau memaksimalkan keuntungan dan kemakmuran. Bisnis juga merupakan kegiatan antar manusia dalam upaya mencari keuntungan bisnis tidak bersifat sepihak, tetapi diadakan dalam interaksi dan sebagai komunikasi sosial yang saling menguntungkan kedua belah pihak yang terlibat di dalamnya.

Islam adalah agama yang mengatur segala kehidupan manusia. Bukan hanya mengatur urusan peribadahan saja, urusan sosial dan ekonomi juga diatur dalam Islam. Islam merupakan sistem hidup yang harus diimplementasikan secara komprehensif dalam seluruh kehidupannya.

Islam juga memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya dalam menjalankan bisnis tersebut, yaitu al-Qur'an dan Sunnah Nabi, sebagai sumber ajaran Islam, setidaknya dapat menawarkan prinsip-prinsip umum mengenai penerapan di dalam bisnis yang sesuai dengan perkembangan zaman.<sup>2</sup>

Hal ini terlihat di dalam salah satu ayat Al-Qur'an yaitu firman Allah dalam surat al-Jumuah: 10, sebagaimana berikut:

---

<sup>2</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004, h. 7

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ.

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”<sup>3</sup>

Ayat diatas, menjelaskan bahwa manusia diperintahkan untuk melakukan kegiatan usaha atau bisnis untuk mencapai tujuan kehidupan. Namun, tidak semata-mata mencari materi atau kekayaan sebagai tujuan utama, melainkan keseimbangan antara materi dan rohani. Bisnis merupakan segala aktivitas dari berbagai institusi yang menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan untuk kehidupan masyarakat sehari-hari.<sup>4</sup> Bisnis yang diperbolehkan oleh Islam adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah.<sup>5</sup>

UMKM pada saat ini mulai berkembang, salah satunya adalah dengan cara wirausaha, wirausaha merupakan salah satu potensi pembangunan, baik dengan jumlah maupun mutu seorang wirausaha itu sendiri. Dengan menumbuhkan niat maupun keinginan untuk berwirausaha akan menjadi sebuah harapan terwujudnya pemerataan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat.

---

<sup>3</sup> Departemen Agama, Al-Qur'an, h. 554

<sup>4</sup> M. Manullang, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Indeks, 2013, h. 2

<sup>5</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, h. 196

Belakangan ini, perkembangan bisnis mengalami persaingan yang sangat ketat, begitu juga dengan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Kondisi peningkatan persaingan ini tentunya mendorong adanya persaingan, sehingga membuat UMKM berada pada posisi yang mudah diserang. Siapapun yang mampu bersaing, dialah yang mampu bertahan.

Dewasa ini, perkembangan bisnis telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang, begitu juga dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Perkembangan ini ditandai dengan meningkatnya jumlah unit usaha yang bergerak diberbagai sektor.

Banyak kecurangan yang dilakukan hanya untuk mendapatkan keuntungan semata, mulai dari mengurangi atau menipu dalam bentuk timbangan untuk menjual barang dagangannya, berbohong mengenai kualitas barang yang dijual, melakukan penawaran atau permintaan palsu, persaingan yang tidak sehat dengan pedagang lain dan sebagainya. Keserakahan dan pola pikir yang negatif semakin mendominasi dalam berperilaku. Sebab itu masalah bisnis seringkali bertambah sedangkan keberkahan yang didapatkan semakin berkurang.

Dalam Islam segala kegiatan bisnis atau perdagangan tidak dapat dijauhkan dari etika atau nilai-nilai moralitas dalam budaya Jawa disebut dengan kata *unggah-ungguh* yang berarti sopan santun. Perdagangan memiliki peran yang penting dalam kehidupan bermuamalah bagi semua orang. Sejak awal, Islam

mengizinkan adanya perdagangan, karena Rasulullah SAW pada zaman dahulu juga melakukan kegiatan bisnis/perdagangan dalam jangka waktu lama. Etika dalam bekerja dan moralitas yang baik seharusnya sudah dimiliki oleh pebisnis atau pedagang.

Kondisi peningkatan persaingan ini tentunya mendorong adanya persaingan bisnis yang semakin ketat dan rumit, sehingga membuat UMKM berada pada posisi yang mudah diserang. 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 dalam kegiatan bisnis mereka, mengingat dunia bisnis sekuler (bebas nilai) sekarang banyak merambah di dunia usaha.

UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang merupakan salah satu unit usaha yang tergolong baru, namun memiliki potensi yang baik. Hal ini dikarenakan omzet penjualan UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang yang sudah mencapai puluhan juta per bulan dengan pangsa pasar yang baru ada di kota Semarang yang memiliki beberapa stan.

Pengembangan bisnis yang dilakukan oleh UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang tentunya tidak berjalan dengan sendirinya, melainkan dengan melakukan etika bisnis yang sesuai. Dengan adanya UMKM yang menjalankan etika bisnis yang seharusnya dapat menjadikan UMKM sebagai pemberdaya

ekonomi umat yang mandiri dengan menghasilkan produk-produk berkualitas yang tidak melanggar prinsip-prinsip syari'ah. Inilah yang menjadi salah satu landasan peneliti untuk meneliti bisnis UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang dengan mengusung tema yang berjudul: "*ANALISIS PENGEMBANGAN UMKM CHAKRII THAI TEA KOTA SEMARANG DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM*".

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, pokok masalah yang menjadi arah pembahasan peneliti dalam penelitian ini, adalah:

1. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang ?
2. Bagaimana cara mengembangkan UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang berdasarkan etika bisnis Islam?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Implementasi etika bisnis Islam pada UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang.
2. Cara mengembangkan UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang berdasarkan etika bisnis Islam.

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yang berupa :

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak terkait, khususnya pada UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan Islam di bidang ilmu ekonomi Islam pada khususnya.

2. Manfaat Praktis

Sedangkan manfaat praktis yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah dapat memberikan informasi dan referensi mengenai etika bisnis dalam pengembangan UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang.

#### **D. Tinjauan Pustaka**

1. Devi Chairiza Hadi, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif di Yogyakarta (Studi Kasus Hadi Sukirno Leather Work and Handycraft)*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017.
2. Khusnul Khotimah, *Implementasi Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017.
3. Umi Mursidah, *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017.

## E. Metodologi Penelitian

### 1. Ruang Lingkup dan Waktu Penelitian

Ruang lingkup penelitian difokuskan pada Chakrii Thai Tea Kota Semarang untuk mengumpulkan data guna menjawab permasalahan tentang strategi pengembangan bisnis Islam. Pengumpulan data dilaksanakan pada 23 Januari 2019 sampai penelitian dirasa cukup, yaitu mulai dari pembuatan proposal sampai penyerahan skripsi.

### 2. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini dapat dikategorikan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan di kancah atau medan terjadinya gejala<sup>6</sup> dengan mempelajari secara intensif latar belakang kasus terakhir, interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu unit sosial, individu, kelompok, dan lembaga masyarakat.<sup>7</sup> Dalam kaitannya dengan penelitian ini, maka yang menjadi fokus kajian adalah Chakrii Thai Tea Kota Semarang berdasarkan data-data yang diperoleh oleh Peneliti baik data primer maupun data sekunder.

Di dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk

---

<sup>6</sup> M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002, h.11.

<sup>7</sup> Suryani Subrata, *Metode Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 1995, h. 75.

mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas dan mendalam.<sup>8</sup> Sedangkan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang relevan untuk memahami fenomena sosial (tindakan manusia)<sup>9</sup> di mana data hasil penelitian tidak diolah melalui prosedur statistik melainkan analisis data dilakukan secara induktif. Pendeskripsian penelitian tersebut berdasarkan pada Chakrii Thai Tea Kota Semarang.

### 3. Sumber Data

Sumber data merupakan sumber dari mana data dapat diperoleh.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

#### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau objek penelitian.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data primer dari wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang.

---

<sup>8</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013, h. 209

<sup>9</sup> Burhan Bungin (ed), *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, h. 42

<sup>10</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010, h. 172.

<sup>11</sup> Suharyadi dan Purwantu, *Statistika; untuk Ekonomi Keuangan Modern*, edisi 2, Jakarta: Salemba Empat, 2011, h.14.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah diterbitkan atau digunakan oleh pihak lain.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data sekunder dari hasil dokumentasi, literatur dan *website* yang menunjang penelitian.

Dengan dua macam sumber data di atas, proses dan hasil penelitian ini diharapkan dapat mengungkap dan menjelaskan bagaimana penerapan strategi pengembangan bisnis Islam pada UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang tepat dan akurat dalam penelitian lapangan (*field research*) yang termasuk jenis penelitian deskriptif kualitatif ini, metode pengumpulan data yang akan dilakukan meliputi:

a. Observasi

Menurut Herdiansyah, observasi ialah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis.<sup>13</sup> Observasi yang peneliti lakukan adalah observasi non partisipatif, artinya peneliti mendatangi lokasi penelitian, tetapi tidak ikut terlibat dalam aktivitas yang dilakukan oleh UMKM

---

<sup>12</sup> *Ibid*

<sup>13</sup> Herdiansyah, *Metode . . .*, h. 131.

Chakrii Thai Tea Kota Semarang. Observasi dilakukan dengan mencatat kejadian-kejadian yang terkait dengan bisnis UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang dengan mengamati kondisi perusahaan.

b. Wawancara

Menurut Moleong (2005) dalam Haris Herdiansyah (2012), wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.<sup>14</sup>

Dalam kegiatan wawancara ini, peneliti melakukan wawancara langsung dengan pemilik dan karyawan UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang. Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur (*semi structure interview*) artinya peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan terlebih dahulu, akan tetapi pelaksanaannya lebih bebas, dalam arti tidak menutup kemungkinan untuk muncul pertanyaan baru yang masih relevan agar mendapatkan pendapat dan ide dari narasumber secara lebih luas.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta:

Salemba Empat, 2012, h. 118.

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode . . .*, h. 233.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dapat dilakukan dengan cara pengumpulan beberapa informasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian, baik dari sumber dokumen yang dipublikasikan, jurnal ilmiah, Koran, majalah, *website*, dan lain-lain.<sup>16</sup> Dalam penelitian ini, dokumentasi didapatkan dari *website*, Badan Pusat Statistik (BPS), dan lembaga-lembaga lain atau sumber-sumber lain yang terkait dengan data yang menunjang dalam penelitian.

**5. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang mudah untuk dibaca dan dipresentasikan.<sup>17</sup> Sementara itu, menurut Patton (1980) dalam Iqbal Hasan (2008) menyatakan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar.<sup>18</sup>

Dalam proses analisis data, peneliti menggunakan analisis deskripsi dengan memaparkan data-data yang

---

<sup>16</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo

Semarang, 2010, h. 26.

<sup>17</sup> Anas Sugiono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: Grafindo Persada, 1999, h. 10

<sup>18</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, h.29

berhubungan terhadap strategi pengembangan bisnis Islam pada UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang.

Data-data yang telah terkumpul, selanjutnya dianalisa secara kualitatif. Yang dimaksud kualitatif yaitu metode analisis data yang dikelompokkan dan menyeleksi data yang diperoleh dari penelitian lapangan menurut kualitas dan kebenarannya, kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang diperoleh dari studi kepustakaan, sehingga diperoleh jawaban atas permasalahan yang diajukan.

#### **F. Sistematika penulisan**

Sistematika penulisan bertujuan untuk memperjelas garis-garis besar dari masing-masing bab secara sistematis agar tidak terjadi kesalahan dalam penyusunannya. Untuk memudahkan dalam memahami dan mencerna masalah yang dibahas dalam penelitian ini, peneliti akan menyusun skripsi ini dengan sistematika sebagai berikut:

##### **Bab I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan masalah, Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

## Bab II ETIKA BISNIS ISLAM PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)

Pada bab II berisi tentang Etika Bisnis Islam yang membahas Pengertian Etika, Definisi Etika menurut Islam, Definisi Etika Bisnis, Definisi Etika Bisnis Islam, Aktivitas dan Etika Bisnis Islam, Aktivitas dan Etika Bisnis Islam, Kecurangan Bisnis dalam perspektif Islam, Konsep Al-Qur'an Bisnis yang Beretika, Indikator Etika Bisnis

Prinsip-Prinsip Etika Bisnis dalam Islam. Dan Pengelolaan Bisnis Islami yang berisi Definisi Bisnis Islami dan Tujuan Bisnis Islam. Serta membahas Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berisi Pengertian UMKM, Kriteria UMKM Berdasarkan Perkembangan, Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Peranan dan Kontribusi UMKM di Indonesia, Karakteristik UMKM di Indonesia, Permasalahan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

## Bab III GAMBARAN UMUM UMKM CHAKRII THAI TEA KOTA SEMARANG

Bagian ini akan menjelaskan Sejarah Berdirinya UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang, Visi dan Misi UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang, Lokasi UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang, Peralatan dan Bahan,

Media Promosi, Waktu Operasional serta Target Pelanggan.

#### Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil dan pembahasan penelitian terhadap analisis pengembangan bisnis Islam UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang.

#### Bab V PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, memberikan saran atau rekomendasi yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas untuk memperoleh solusi atas permasalahan tersebut dan berakhir dengan penutup.

**BAB II**  
**ETIKA BISNIS ISLAM**  
**PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)**

**A. Etika Bisnis Islam**

**1. Pengertian Etika**

**a. Definisi Etika menurut Islam**

Kata “*akhlak*” berasal dari bahasa Arab yang sudah diIndonesiakan yang juga diartikan sebagai perangai dan kesopanan, yang mencakup dengan watak, kesopanan, tingkah laku atau tabiat. Disamping istilah *akhlak*, juga dikenal dengan istilah etika dan moral. Ketiga istilah itu sama-sama menentukan nilai baik dan buruk sikap dan perbuatan manusia. Perbedaannya terletak pada standar masing-masing. Bagi *akhlak* standarnya adalah al-Qur’an dan al-Sunnah, bagi etika standarnya adalah pertimbangan akal dan fikiran, dan bagi moral standarnya adalah adat kebiasaan yang umum berlaku di lingkungan masyarakat.<sup>1</sup>

Secara umum, etika dapat didefinisikan sebagai satu usaha sistematis, dengan menggunakan akal untuk memaknai individu atau sosial kita, pengamalan moral, dimana dengan cara itu dapat menentukan peran yang akan mengatur tindakan manusia dan nilai yang

---

<sup>1</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta, 2013, h. 24

bermanfaat dalam kehidupan. Kadangkala etika disinonimkan dengan moralitas sebuah tindakan, yang secara moral dianggap benar, disebut tindakan yang etis. Kode moralitas disebut dengan kode etik. Etika bisnis juga didefinisikan sebagai moralitas bisnis. Moralitas sebagai suatu tindakan normatif dan model yang tercermin dalam tingkah laku kita. Etika normatif, berusaha menyuplai dan menilai sistem moral yang masuk akal. Sistem moral tersebut memberi tata-aturan yang mengatur perilaku individu dengan mendefinisikan tindakan-tindakan yang benar dan salah.<sup>2</sup>

Etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. Etika juga berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain.<sup>3</sup> Dalam makna yang lebih tegas etika merupakan studi sistematis tentang tabiat, konsep nilai, baik, buruk, benar, salah, dan lain sebagainya serta prinsip-prinsip umum

---

<sup>2</sup> Taha Jabir, *Bisnis Islam*, Yogyakarta: AK Group, 2005, h. 4

<sup>3</sup> Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, h. 5

yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja.

**b. Definisi Etika Bisnis**

Kata etika sendiri berasal dari kata *ethos* yang berasal dari bahasa Yunani, yang berarti adat istiadat atau kebiasaan. Etika sendiri diidentikkan dengan moral atau moralitas. Kata moral sendiri berasal dari bahasa Latin “*Mos*” yang dalam bentuk jamaknya “*Mores*” berarti adat istiadat atau kebiasaan. Jadi, secara umum etika dan moralitas sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup lebih baik sebagai manusia yang telah diinstitutionalisasi dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang konsisten dan berulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan.<sup>4</sup>

Etika bisnis diartikan sebagai pengetahuan tentang cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi/sosial, dan penerapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis. Dalam penerapan etika bisnis, bisnis mesti mempertimbangkan unsur-unsur norma dan moralitas yang berlaku di masyarakat.

---

<sup>4</sup> Taha Jabir, *Bisnis Islam*, Yogyakarta: AK Group, 2005, h. 4

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi agar tujuan bisnisnya selamat. Selain itu, etika bisnis juga dapat diartikan pemikiran tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis yaitu tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang berbisnis atau bekerja.

**c. Definisi Etika Bisnis Islam**

Secara sederhana, mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moralitas. Kajian etika bisnis terkadang merujuk kepada management ethics atau organizational ethics. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.<sup>5</sup>

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang wajar dan yang salah yang selanjutnya tentu melanjutkan melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, layanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan

---

<sup>5</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Press, t.th, h. 61

perusahaan. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standar untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggungjawab dan bermoral. Artinya etika bisnis Islami merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.<sup>6</sup>

Etika bisnis Islam adalah sejumlah perilaku etis dalam berbisnis yang dilapisi dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi yang dimaksud dengan perilaku etis dalam Islam yaitu dimana sebuah perilaku yang menjalankan perintah Allah dan menjauhi segala larangan-Nya.

Dalam Islam etika bisnis sudah banyak dibahas terutama dalam Al-Qur'an. Pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam menjalankan segala aktivitasnya, termasuk menegakkan keadilan dan kejujuran untuk mencapai sebuah kesuksesan dalam berbisnis di kemudian hari.

Islam telah memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk melakukan suatu usaha (berbisnis). Tetapi dalam Islam ada beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang harus ditaati ketika seorang Muslim hendak melakukan suatu usaha, diantaranya adalah :

---

<sup>6</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, h. 35

- 1) Mencari rizki bagi seorang Muslim merupakan suatu tugas yang diwajibkan
- 2) Rizki yang dimaksud adalah sebuah rizki yang halal
- 3) Bersikap jujur dalam menjalankan suatu usaha agar dalam melakukan suatu usaha bisa dengan lancar dan tanpa hambatan kebohongan
- 4) Semua proses untuk mencari rizki haruslah dijadikan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT
- 5) Bisnis yang dijalankan hendaklah jangan sampai menimbulkan kerusakan pada lingkungan sekitar
- 6) Persaingan dalam sebuah bisnis hendaklah dijadikan sebagai sarana untuk berlomba-lomba dalam mencari keberkahan atau bersaing secara sehat.
- 7) Jangan sampai berpuas diri terhadap hasil yang telah diperoleh.

Dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah, dan halal haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.

Oleh karena itu harus memenuhi karakteristik standar etika bisnis islami, yaitu sebagai berikut:

- 1) Harus memperhatikan tingkah laku dari konsekuensi serius untuk kesejahteraan manusia

2) Memperhatikan validitas yang cukup tinggi dari bantuan atau keadilan. Etika untuk berbisnis secara baik dan fair dengan menegakkan hukum dan keadilan secara konsisten dan konsekuen setia pada prinsip-prinsip kebenaran, keadaban, dan bermartabat. Hal ini dikarenakan beberapa hal berikut:

- a) Karena bisnis tidak hanya bertujuan untuk profit saja, namun perlu mempertimbangkan nilai-nilai manusiawi, apabila tidak maka akan mengorbankan hidup banyak orang, sehingga masyarakat pun berkepentingan agar bisnis dilaksanakan secara etis.
- b) Bisnis dilakukan diantara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya, sehingga membutuhkan etika sebagai pedoman dan orientasi bagi pengambilan keputusan, kegiatan dan tindak tanduk manusia dalam berhubungan (bisnis) satu dengan yang lainnya.
- c) Bisnis saat ini dilakukan dalam persaingan yang sangat ketat, maka dalam persaingan bisnis tersebut orang yang bersaing dengan tetap memperhatikan norma-norma etis pada iklim yang semakin profesional justru akan menang.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pengertian bisnis islami tersebut selanjutnya dijadikan

sebagai kerangka praktis yang secara fungsional akan membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan kegiatan ekonomi (*religiousness economy practical guidance*).

## **2. Aktivitas dan Etika Bisnis Islam**

Dalam melakukan segala aktivitas terutama dalam bentuk kegiatan usaha ada etika yang mengatur. Sehingga dalam kegiatan tersebut dapat menimbulkan keharmonisan dan keselarasan antar sesama. Begitu juga dalam dunia bisnis tidak lepas dari etika bisnis. Etika bisnis merupakan aturan yang mengatur tentang aktivitas bisnis.

### **a. Aktivitas dan Etika Bisnis Islam**

Bertaqwa adalah senantiasa bermuamalah dengan muamalah yang Islami atau berbisnis secara alami. Adapun aktivitas dan etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:<sup>7</sup>

#### **1) Jujur**

Jujur (*shiddiq*) adalah berkata benar. Jujur terhadap diri sendiri, makhluk lain dan sang Pencipta. Tanpa kejujuran semua hubungan termasuk hubungan bisnis tidak akan berjalan lama. Padahal dalam prinsip berbisnis interaksi yang memberikan keuntungan sedikit tetapi berlangsung berkali-kali lebih baik daripada untung banyak tetapi hanya sekali, dua kali,

---

<sup>7</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, h. 35

atau tiga kali. Jujur merupakan motivator yang abadi dalam budi pekerti dalam perilaku seorang pembisnis Muslim. Karena sebagai salah satu sarana untuk memperbaiki amalnya dan sarana untuk bisa masuk surga.

## 2) Amanah

Islam mewajibkan pebisnis untuk mempunyai sikap amanah terhadap dirinya sendiri dan orang lain apalagi tidak boleh meremehkan hak orang yang memberikan amanah. Karena amanah merupakan tanggungjawab yang besar yang berat.

## 3) Adil

Islam menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis dan malarang berbuat curang. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut karena kunci keberhasilan bisnis adalah keadilan. Bersikap adil dalam transaksi jual beli berdampak baik kepada hasil jualannya karena konsumen akan merasakan kenyamanan dan tidak ada yang dlebihikan serta dirugikan.

### **b. Kecurangan Bisnis dalam perspektif Islam**

Beberapa distorsi atau kecurangan bisnis dalam perspektif Islam diantaranya adalah:

1) Rekeyasa penawaran dan rekeyasa permintaan

Rekeyasa terjadi ketika pembeli menciptakan permintaan palsu seolah-olah terdapat banyak permintaan terhadap suatu produk sehingga harga jual beli produk itu akan naik. Hal ini bisa ditemukan misalnya dalam bursa valas dan yang lainnya.

Sedangkan rekeyasa penawaran (*flash demand*) atau lebih dikenal dengan ikhtiar. Ikhtiar disini adalah penimbunan barang yang akan dijual yang mana barang tersebut sedang dibutuhkan oleh masyarakat dari sirkulasi pasar dalam satu masa tertentu sampai kemudian barang tersebut akan semakin mahal. Ketika harga mahal, maka barang tersebut akan dijual.

2) Penipuan

Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak. Mereka harus mempunyai informasi tentang barang yang diperdagangkan, baik dari segi kualitas, kuantitas harga jual dan waktu serah terima. Sehingga tidak ada yang merasa dirugikan di dalam hal ini, dan tidak ada pihak yang merasa dicurangi. Karena Islam tidak memaksa seorang untuk menjual ataupun membeli suatu barang karena unsur pemaksaan adalah

suatu hal yang sangat dilarang, agar tidak merugikan pihak-pihak tertentu.

### 3) Kerancauan

Kerancauan atau yang biasa disebut *gharar* juga mengambil tempat bentuk yang menyangkut kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang. Jual beli *gharar* yaitu segala jenis jual beli dengan menipu pihak lain.

## c. Konsep Al-Qur'an Bisnis yang Beretika

Landasan hukum dalam bermuamalah adalah yang terdapat dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah: 282, An-Nisa: 29, dan At Taubah: 24.

### 1) Surah Al-Baqarah: 282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايْتُمْ بَدَيْنَ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ  
 وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ  
 اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسَ مِنْهُ  
 شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ  
 يُمْلَئَ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ  
 يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ  
 إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْب الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا  
 تَسْأَمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ  
 وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا  
 بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا

يُضَارَ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ  
وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu`amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berutang itu mengimlakan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikit pun daripada utangnya. Jika yang berutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakan, maka hendaklah walinya mengimlakan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki di antaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridai, supaya jika seorang lupa maka seorang lagi mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis utang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih dapat menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu, (Tulislah muamalahmu itu), kecuali jika muamalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit-menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada

*Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.”*

Dimana ketika bermuamalah (berbisnis, utang piutang, pinjam meminjam, dan sejenisnya) hendaklah selalu menuliskan (mencatat).

2) Surah An-Nisa: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*

Penjelasan ayat tersebut diatas adalah salah satu gambaran kecil dimana Islam menegaskan bahwasanya kita diajari oleh Allah SWT bagaimana berbisnis yang baik dan benar.

3) Surah At Taubah: 24

قُلْ إِنْ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ  
اقتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِينُ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِنْ  
اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرْتَصُّوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرِهِ وَاللَّهُ لَا  
يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ

*“Katakanlah: "Jika bapak-bapak, anak-anak, saudara-saudara, istri-istri, kaum keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perniagaan yang kamu khawatiri kerugiannya, dan rumah-rumah*

*tempat tinggal yang kamu sukai, adalah lebih kamu cintai daripada Allah dan Rasul-Nya dan (dari) berjihad di jalan-Nya, maka tunggulah sampai Allah mendatangkan keputusan-Nya." Dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang fasik."*

Terintegrasinya etika Islam dalam bisnis telah menciptakan suatu paradigma bisnis dalam sistem etika bisnis Islam. Paradigma bisnis adalah gugusan pikir atau cara pandang tertentu yang dijadikan sebagai landasan bisnis baik sebagai aktivitas maupun entitas. Paradigma bisnis Islam dibangun dan dilandasi oleh faktor-faktor berikut:<sup>8</sup>

1) Kesatuan

Konsep kesatuan disini adalah kesatuan sebagaimana dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan Muslim, baik dalam ekonomi, politik, sosial, maupun agama. Tauhid hanya dianggap sebagai keyakinan Tuhan hanya Esa. Tauhid adalah sistem yang harus dijalankan dalam mengelola kehidupan ini.

Berdasarkan konsep ini, maka pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak akan melakukan:

---

<sup>8</sup> Muhammad Fauroni dan Lukman, *Visi Al-Qur'an tentang Etika Bisnis*, Jakarta: Salmeha Diniyah, h. 10

- a) Diskriminasi antara pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama.
- b) Terpaksa dipaksa melakukan praktik mal bisnis karena hanya Allah lah yang semestinya ditakuti dan dicintai.
- c) Menimbun kekayaan atau serakah karena hakikatnya kekayaan adalah amanat Allah.

## 2) Keseimbangan

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai dengan aturan syariah). Karena orang yang adil lebih dekat dengan ketakwaan.

Bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diutamakan oleh para pebisnis Muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha Muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.

## 3) Kehendak bebas

Hal yang terkait dengan kemampuan manusia untuk bertindak tanpa paksaan dari luar. Kehendak

bebas juga tidak terlepas dari posisi manusia sebagai khalifah Allah di muka bumi. Manusia diberi kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya dengan tanpa mengabaikan kenyataan sepenuhnya dan dituntun memilih apa jalan hidup yang diinginkan dan yang paling penting untuk bertindak berdasarkan aturan apa yang dipilih. Seperti halnya dalam bermuamalah, kebebasan dalam menciptakan mekanisme pasar memang diharuskan dalam Islam dengan tidak ada pendzaliman, maysir, gharar, dan riba. Dengan demikian, kebebasan berhubungan erat dengan kesaturan dan keseimbangan.

#### 4) Pertanggungjawaban

Dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah SWT) dan sisi horizontalnya kepada sesama manusia. Seorang Muslim harus meyakini bahwa Allah selalu mengamati perilakunya dan akan harus dipertanggungjawabkan semua tingkah lakunya kepada Allah di hari kiamat nanti. Sisi horizontalnya kepada manusia atau kepada konsumen. Tanggung jawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan.

5) Kebenaran, kebajikan, dan kejujuran

Kebenaran adalah nilai yang dijadikan dasar dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap, dan perilaku yang benar. Kebijakan adalah sikap yang baik dan yang merupakan tindakan memberi keuntungan bagi orang lain. Sedangkan kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan.<sup>9</sup>

Dalam etika bisnis Islam terdapat sejumlah perbuatan yang dapat menunjang para pebisnis Muslim yaitu kemurahan hati, motif pelayanan yang baik, dan kesadaran akan adanya Allah SWT dan aturan yang menjadi prioritas. Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan dalam berbisnis. Dari sikap kebenaran, kebijakan, dan kejujuran, maka suatu bisnis secara otomatis akan melahirkan persaudaraan. Persaudaraan kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan tanpa adanya kegiatan dan penyesalan sedikitpun. Dengan demikian, kebenaran, kebijakan, dan kejujuran dalam semua proses bisnis akan dilakukan secara transparan. Al-Qur'an

---

<sup>9</sup> Muhammad Natadiwirya, *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Granada Press, 2007, h. 35

menegaskan agar dalam bisnis tidak dilakukan yang mengandung kebatilan, kerusakan, dan kedzaliman. Sebaliknya harus dilakukan dengan kesadaran dan sukarela.

6) Toleransi dan keramahtamahan

Dalam Islam berbisnis tidak sekedar memperoleh keuntungan materi semata, tetapi juga menjalin hubungan harmonis yang pada gilirannya menguntungkan kedua belah pihak, karena kedua belah pihak harus mengedepankan toleransi. Ramah merupakan sifat terpuji yang dianjurkan oleh agama Islam untuk siapa saja dan kepada siapa saja. Dengan ramah, maka banyak orang yang suka dan dengan ramah banyak pula orang yang senang. Karena ramah merupakan bentuk aplikasi dari kerendahan hati seseraong.

Bentuk-bentuk toleransi dan keramahtamahan yaitu tidak menaikkan keuntungan yang melampaui batas kewajaran menerima kembali dalam batas tertentu barang yang dijualnya jika pembeli merasa tidak puas dengannya. Oleh karena itu, dengan bersifat ramah dan toleransi dalam transaksi jual beli dapat membuat konsumen senang dan betah atah bahkan merasa tentram jika bertransaksi.

### 7) Keterbukaan dan kebebasan

Kesediaan pelaku bisnis untuk menerima pendapat lain yang lebih benar serta menghidupkan potensi dan inisiatif yang kreatif dan positif. Tidak hanya dengan keterbukaan, seorang pebisnis haruslah menjalin kerjasama dalam membagi beban dan memikul tanggung jawab tanpa ada diskriminasi diantara pelaku bisnis.

## 3. Indikator Etika Bisnis

Dari berbagai pandangan tentang etika bisnis, beberapa indikator yang dapat dipakai untuk menyatakan apakah seseorang dan suatu perusahaan telah melaksanakan etika bisnis dalam kegiatan usahanya antara lain adalah:

### a. Indikator etika bisnis menurut ekonomi

Apabila perusahaan atau pelaku bisnis telah melakukan pengelolaan sumber daya bisnis dan sumber daya alam secara efisien tanpa merugikan masyarakat lain.

### b. Indikator etika bisnis menurut peraturan khusus yang berlaku

Berdasarkan indikator ini seseorang pelaku bisnis dikatakan beretika dalam bisnisnya apabila masing-masing pelaku bisnis mematuhi aturan-aturan khusus yang telah disepakati sebelumnya.

c. Indikator etika bisnis menurut hukum

Berdasarkan indikator hukum seseorang atau suatu perusahaan dikatakan telah melaksanakan etika bisnis apabila seseorang pelaku bisnis atau suatu perusahaan telah mematuhi segala norma hukum yang berlaku dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

d. Indikator etika bisnis menurut ajaran agama

Pelaku bisnis dianggap beretika apabila dalam pelaksanaan bisnisnya senantiasa merujuk kepada nilai-nilai ajaran agama yang dianutnya.

e. Indikator etika bisnis berdasarkan nilai budaya

Setiap pelaku bisnis baik secara individu maupun kelembagaan telah menyelenggarakan bisnisnya dengan mengakomodasi nilai-nilai budaya dan adat istiadat yang ada di sekitar operasi suatu perusahaan, daerah, dan suatu bangsa.

f. Indikator etika bisnis menurut masing-masing individu

Apabila masing-masing pelaku bisnis bertindak jujur dan tidak mengorbankan integritas pribadinya.

#### **4. Prinsip-prinsip Etika Bisnis dalam Islam**

Prinsip adalah asas (kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak, dan sebagainya).<sup>10</sup> Prasyarat untuk meraih keberkahan atas nilai transenden seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa

---

<sup>10</sup> Departemen, *Kamus . . .*, h. 896

prinsip etika yang telah digariskan dalam Islam, antara lain :

1) Jujur dalam takaran (*quantity*). Ini sangat penting untuk diperhatikan karena Tuhan sendiri secara gamblang mengatakan dalam QS. Al- Muthaffifin ayat 1-3, sebagaimana berikut:<sup>11</sup>

a) Menjual barang yang baik mutunya (*quality*).

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkeimbangan (*balance*) antara memperoleh keuntungan (*profit*) dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum, maupun etika dan adat.<sup>12</sup>

b) Dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*).

Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan para pedagang kelas bawah apa yang dikenal dengan *obral sumpah*. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa barang

---

<sup>11</sup> *Ibid*, h. 34

<sup>12</sup> Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis*, Jakarta: Penebar Plus, 2012,

dagangannya benar-benar berkualitas, dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya. Dalam Islam perbuatan semacam itu tidak dibenarkan karena juga akan menghilangkan keberkahan sebagaimana sabda Rasulullah SAW: Dari Abu Hurairah r.a, Saya mendengar Rasulullah SAW bersabda: *“sumpah itu melariskan dagangan, tetapi menghapuskan keberkahan”*. (HR.Abu Dawud).<sup>13</sup>

- 2) Longgar dan bermurah hati (*tasamuh dan tarâhum*).

Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Rasulullah SAW bersabda:

*“Senyummu kepada saudaramu adalah sedekah bagimu”*. (HR. Al-Turmudhi)<sup>14</sup>

- 3) Membangun hubungan baik (*interrelationship/şilatal-rahîm*).

Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapa pun, inklud antarsesama pelaku dalam bisnis. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Al-Bukhari:

*“Bahwasannya Rasulullah SAW bersabda: barang siapa mengharap dimudahkan rezekinya dan dipanjangkan*

---

<sup>13</sup> Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis Dialektika Etika dengan Realitas*, Malang: UIN-Malang Press, 2009, h. 79

<sup>14</sup> Djakfar, *Etika . . .*, h. 38

*umurnya, maka hendaklah ia menjalin hubungan silaturraḥīm”.* (HR. Al-Bukhari).<sup>15</sup>

#### 4) Tertib Administrasi

Dalam dunia perdagangan wajar terjadi praktik pinjam meminjam. Dalam hubungan ini Al-Qur’an mengajarkan perlunya administrasi hutang piutang tersebut agar manusia terhindar dalam kesalahan yang mungkin terjadi<sup>16</sup>, sebagaimana firman-Nya :

*Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang Penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah Penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya”.*<sup>17</sup>

#### 5) Menetapkan harga dengan transparan.

Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba.<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup> *Ibid*, h. 39

<sup>16</sup> *Ibid*, h. 40

<sup>17</sup> Agama, *Al-Qur’an . . .*, (QS. Al-Baqarah : 282)

<sup>18</sup> Djakfar, *Etika. . .*, h. 40

## B. Pengelolaan Bisnis Islami

### 1. Definisi Bisnis Islami

Bisnis tidak hanya bermaksud memenuhi kebutuhan masyarakat konsumen. Lebih dari itu, bisnis juga harus mampu menyediakan sarana- sarana yang dapat menarik minat dan perilaku membeli konsumen.<sup>19</sup>

Kata bisnis dalam bahasa Indonesia diserap dari kata “*business*” dari bahasa Inggris yang berarti kesibukan.<sup>20</sup> Secara bahasa, bisnis mempunyai beberapa arti, yaitu usaha, perdagangan, toko, perusahaan, tugas, urusan, hak,<sup>21</sup> usaha komersial di dunia perdagangan; bidang usaha; dan usaha dagang.<sup>22</sup> Sedangkan secara terminologis bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang mengorganisasi untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapat keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>23</sup>

Dalam konteks Islam, Menurut Yusanto dan Widjajakusuma bisnis Islami merupakan serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa)

---

<sup>19</sup> Gugup Kismono, *Bisnis Pengantar*, Yogyakarta: BPFE, 2011, h.

<sup>20</sup> Arifin, *Etika . . .*, h. 20

<sup>21</sup> Lukman, *Visi . . .*, h. 60

<sup>22</sup> Departemen, *Kamus . . .*, h. 157

<sup>23</sup> Lukman, *Visi . . .*, h. 60

termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).<sup>24</sup>

Islam mendorong setiap amal perbuatan hendaknya menghasilkan produk atau jasa tertentu yang bermafaat bagi umat manusia atau yang memperindah kehidupan, mendatangkan kemakmuran dan kesejahteraan bersama. Terhadap usaha tersebut, Islam memberi nilai tambah, sebagai ibadah kepada Allah dan jihad di jalan-Nya.<sup>25</sup>

## 2. Tujuan Bisnis Islam

Dengan syariat sebagai kendali dalam menjalankan roda bisnis, tujuan bisnis diantaranya:

- a. Hasil (*profit*) baik materi dan non materi (manfaat), *ending* dari setiap usaha adalah:
  - 1) Mencari profit dalam bentuk materi yang sebanyak-banyaknya dengan cara yang halal, bukan dengan cara haram dan bukan pula dengan menghalalkan segala cara.
  - 2) Mencari manfaat non materi baik internal maupun eksternal, seperti persaudaraan, silaturahmi, kepedulian sosial Islam yaitu membuka kesempatan kerja dan bersedekah yang kesemuanya menjadi

---

<sup>24</sup> Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2000, h. 18

<sup>25</sup> Jusmaliani, et al., *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, h. 37

sarana secara bersama-sama untuk mendekatkan diri kepada Allah.<sup>26</sup>

- b. Pertumbuhan akan terus meningkat; ini bermaksud agar bisnis yang dijalankan tidak sekedar untuk mengembalikan modal, mencari keuntungan semata. Hal itu juga bertujuan agar ke depannya dapat mengembangkan bisnis Islami tersebut lebih maju dan berkembang.<sup>27</sup>
- c. Keberlangsungan; Belum sempurna orientasi manajemen suatu perusahaan bila hanya berhenti pada pencapaian target hasil dan pertumbuhan. Karena itu, perlu diupayakan terus agar pertumbuhan target hasil yang telah diraih dapat dijaga keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama. Sebagaimana upaya pertumbuhan, sebagai aktivitas untuk menjaga keberlangsungan tersebut juga dijalankan dalam koridor syariah.<sup>28</sup>
- d. Keberkahan; Faktor keberkahan atau orientasi untuk menggapai ridha Allah SWT merupakan puncak kebahagiaan hidup manusia Muslim. Bila ini tercapai, menandakan terpenuhinya dua syarat diterimanya amal manusia, yakni adanya elemen niat ikhlas dan cara yang

---

<sup>26</sup> Hasan, *Manajemen . . .*, h. 6

<sup>27</sup> Arifin, *Etika . . .*, h. 85

<sup>28</sup> Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggagas . . .*, h. 19

sesuai dengan tuntunan syariat. Karenanya, para pengelola bisnis perlu mematok orientasi keberkahan yang dimaksud agar pencapaian segala orientasi di atas senantiasa berada di dalam koridor syariat yang menjamin diraihnya keridhaan Allah SWT.<sup>29</sup>

## **C. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

### **1. Pengertian UMKM**

Berdasarkan literatur yang ada hingga kini terdapat beberapa pengertian yang didasarkan pada besar modal dan usaha serta jumlah kerja yang digunakan.<sup>30</sup> Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang berbeda pada setiap literatur menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

#### **a. Usaha Mikro**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), usaha mikro adalah usaha produktif milik

---

<sup>29</sup> *Ibid*, h. 21

<sup>30</sup> Tulus Tambunan, *UMKM di Indonesia*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009, h. 45

orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) paling banyak Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) dan hasil penjualan tahunan (omzet/tahun) paling banyak Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).

b. Usaha Kecil

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak dari Usaha Menengah atau Usaha Besar. Kriteria dari usaha kecil adalah memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) lebih dari Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) dan hasil penjualan tahunan (omzet/tahun) lebih dari Rp.300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Usaha Menengah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang

perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar. Kriteria dari usaha menengah adalah memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) lebih dari RP. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) dan hasil penjualan tahunan (omzet/tahun) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah).

dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, perbedaan antara UMI, UK, UM, dan UB umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap.<sup>31</sup>

## **2. Kriteria UMKM Berdasarkan Perkembangan**

### *a. Livelihood Activities*

Livelihood activities merupakan usaha mikro kecil menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja

---

<sup>31</sup> Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*, Jakarta: LP3ES, 2012, h. 11

untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal.

*b. Micro Enterprise*

Micro enterprise merupakan usaha mikro kecil menengah yang memiliki sifat pengrajin, tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

*c. Small Dynamic Enterprise*

Small dynamic enterprise merupakan usaha mikro kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.

*d. Fast Moving Enterprise*

Fast moving enterprise merupakan usaha mikro kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

### **3. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Usaha mikro dan kecil bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.<sup>32</sup> Dapat dikatakan UMKM memiliki peran dalam pembangunan perekonomian nasional melalui kontribusi terhadap PDB, menciptakan lapangan pekerjaan, dan penyerapan tenaga kerja.

---

<sup>32</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 3, tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Kemampuan UMKM dalam menghadapi krisis dan pembangunan perekonomian nasional disebabkan oleh :<sup>33</sup>

- a. Sektor mikro dapat dikembangkan hampir di semua sektor usaha dan tersebar di seluruh wilayah Indonesia.
- b. Karena sifat penyebaran yang sangat luas (baik sektor usaha dan wilayahnya) sektor mikro sangat berperan dalam pemerataan kesempatan kerja.
- c. UMKM termasuk usaha-usaha anggota koperasi yang pada umumnya fleksibel. UMKM dengan skala usaha yang tidak besar, kesederhaan spesifikasi dan teknologi yang digunakan dapat lebih mudah menyesuaikan dengan perubahan atau perkembangan yang terjadi.
- d. UMKM merupakan industri padat modal. Dalam struktur biaya produksinya, komponen tersebar adalah biaya variabel yang mudah menyesuaikan dengan perubahan atau perkembangan yang terjadi.
- e. Produk-produk yang dihasilkan sebagian besar merupakan produk yang berkaitan langsung dengan kebutuhan primer masyarakat.
- f. UMKM lebih sesuai dan dekat dengan kehidupan pada tingkat bawah sehingga mengentaskan masyarakat dari keterbelakangan akan lebih efektif.

---

<sup>33</sup>Glen Glenardi, *Peran Perbankan dalam Pengembangan Keuangan Mikro*, Jakarta: Diskusi Kelompok C2 Temu Nasional Bazar Pengembangan Mikro, 2002, h. 290

#### **4. Peranan dan Kontribusi UMKM di Indonesia**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peranan dalam perekonomian nasional, terutama dalam kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Mengingat pentingnya peranan UMKM di bidang ekonomi, sosial dan politik, maka saat ini perkembangan UMKM diberi perhatian cukup besar di berbagai belahan dunia.

##### **a. Peranan UMKM di Bidang Ekonomi**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. UMKM diharapkan mampu memanfaatkan sumber daya nasional, termasuk pemanfaatan tenaga kerja yang sesuai dengan kepentingan rakyat dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang maksimum.

##### **b. Peranan UMKM di Bidang Sosial**

UMKM juga mampu memberikan manfaat sosial yaitu mereduksi ketimpangan pendapatan, terutama di negara-negara berkembang. Peranan usaha kecil tidak hanya menyediakan barang-barang dan jasa bagi konsumen yang berdaya beli rendah, tetapi juga bagi konsumen perkotaan lain yang berdaya beli lebih tinggi. selain itu, usaha kecil

juga menyediakan bahan baku atau jasa bagi usaha menengah dan besar, termasuk pemerintah lokal. Tujuan sosial dari UMKM adalah untuk mencapai tingkat kesejahteraan minimum, yaitu menjamin kebutuhan dasar rakyat.

## **5. Karakteristik UMKM di Indonesia**

Ada empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia. *Pertama*, UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar. *Kedua*, tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formal tertentu. *Ketiga*, sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar. *Keempat*, UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

## **6. Permasalahan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

Perkembangan UMKM di Indonesia tidak terlepas dari berbagai masalah. Beberapa masalah umum yang dihadapi UMKM yaitu keterbatasan modal, kesulitan bahan baku dengan harga terjangkau dan kualitas yang baik, keterbatasan teknologi, sumber daya manusia yang dengan kualitas baik, informasi pasar dan kesulitan pemasaran. Tingkat intensitas dan sifat dari masalah-masalah tersebut bisa berada tidak hanya menurut jenis produk, atau pasar yang dilayani, tetapi juga berbeda antar lokasi atau wilayah, sektor

atau antar subsektor, antar jenis kegiatan, dan antar unit usaha dalam kegiatan yang sama.<sup>34</sup>

Permasalahan umum yang biasanya terjadi pada UMKM adalah sebagai berikut:<sup>35</sup>

a. Kesulitan Pemasaran

Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan UMKM, UMKM tidak melakukan perbaikan yang cukup di semua aspek yang terkait dengan pemasaran seperti peningkatan kualitas produk dan kegiatan promosi, cukup sulit bagi UMKM untuk dapat turut berpartisipasi dalam era perdagangan bebas.

b. Keterbatasan Finansial

Pada umumnya modal awal bersumber dari modal (tabungan) sendiri atau sumber-sumber informal, namun sumber-sumber permodalan ini tidak memadai dalam bentuk kegiatan produksi maupun investasi. Walaupun begitu banyak skim-skim kredit maupun pembiayaan dari perbankan atau lembaga keuangan lainnya, sumber pendanaan dari sektor informal masih tetap dominan dalam pembiayaan kegiatan UMKM.

---

<sup>34</sup> Tulus T.H Tambunan, *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia Beberapa Isu Penting*, Jakarta: Salemba Empat, 2002, h. 73

<sup>35</sup> Musa Hubeis, *Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009, h. 4-6

c. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Salah satu kendala serius bagi banyak UMKM di Indonesia adalah keterbatasan SDM dalam aspek manajemen, teknik produksi, pengembangan produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar barang.

d. Masalah Bahan Baku

Keterbatasan bahan baku serta kesulitan dalam memperolehnya dapat menjadi salah satu kendala yang serius bagi UMKM di Indonesia. Hal ini dapat menyebabkan harga yang relatif mahal. Banyak pengusaha yang terpaksa berhenti dari usaha dan berpindah profesi ke kegiatan ekonomi lainnya akibat masalah keterbatasan bahan baku.

e. Keterbatasan Teknologi

UMKM di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi yang tradisional, seperti mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang bersifat manual. Hal ini membuat produksi menjadi rendah, efisiensi menjadi kurang maksimal, dan kualitas produk relatif rendah.

f. Kemampuan Manajemen

Keterbatasan pengusaha kecil untuk menentukan pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan dan tahap pengembangan usahanya membuat pengelolaan usaha menjadi terbatas.

g. Kemitraan

Kemitraan mengacu pada pengertian bekerja sama antara pengusaha tg tingkatan yang berbeda yaitu antara pengusaha kecil dan pengusaha besar. Istilah kemitraan sendiri mengandung arti walaupun tingkatannya berbeda, hubungan yang terjadi adalah hubungan yang setara (sebagai mitra kerja).

**BAB III**  
**GAMBARAN UMUM UMKM CHAKRII THAI TEA**  
**KOTA SEMARANG**

**A. Sejarah Berdirinya UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang**

Thai Tea adalah salah satu minuman yang berasal dari negeri gajah putih Thailand yang telah dikenal di masyarakatnya sejak tahun 80-an. Meski secara historikal Thailand tidak pernah menjadi minuman umum dan banyak digemari warganya. Thai tea merupakan salah satu teh dari Thailand yang saat ini sedang tren di kalangan masyarakat. Dengan rasanya yang khas dan nikmat, sangat cocok di tenggorokan apabila cuaca sedang terik maupun sebagai pelengkap saat santai bercengkrama dengan orang terdekat. Maka dari itu bisnis ini dinilai cukup menarik untuk dipilih karena masyarakat sudah tak asing dengan cita rasanya.

Peluang bisnis minuman manis dan dingin di Indonesia masih terbuka lebar, salah satunya adalah Chakrii Thai Tea Kota Semarang. Sebagai salah satu negara iklim tropis, minuman dingin dan menyegarkan banyak menjadi pilihan masyarakat Tanah Air untuk melepas dahaga, Chakrii Thai Tea salah satunya. Minuman yang terinspirasi dari teh berasal dari negeri gajah putih ini sangat pas dinikmati saat cuaca panas atau sedang terik.

Usaha ini dipilih karena untuk memulai bisnis sebagai pemula dinilai tidak terlalu sulit dan modal yang disiapkan pun

tidak terlalu besar. Dengan begitu pendiri bisa menyajikan thai tea dengan kualitas terbaik dengan harga terjangkau dan bersaing.

Thai Tea terbuat dari teh hitam, pewarna makanan, kadang dicampur dengan rempah-rempah dan susu kental manis. Dan bisa dinikmati secara panas atau dingin.

Ada banyak varian Thai Tea yang ada di Indonesia, salah satunya adalah Chakrii Thai Tea. UMKM Chakrii Thai Tea berdiri sejak 2 April 2018 berlokasi di Jatisari tepatnya di deretan ruko sebelah lapangan Jatisari Semarang Barat yang dirintis oleh Nur Latif yang berasal dari Demak.

## **B. Visi dan Misi UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang**

### 1. Visi

Menjadi brand lokal untuk produk thai tea

### 2. Misi

Menciptakan thai tea yang berkualitas dan nikmat dengan harga terjangkau dan pelayanan yang ramah dan memuaskan

## **C. Lokasi UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang**

Dalam kurun waktu 1 tahun, Chakrii Thai Tea sudah membuka beberapa cabang. Yaitu:

1. Cabang 1 sekaligus kantor dan juga untuk gudang stock bahan baku berada di ruko Jatisari yang dijaga oleh 2 orang, 1 orang berugas sebagai bagian stock barang atas nama Muhammad Asmuni dan Jeri Setiawan bertugas sebagai penjaga stan untuk melayani pembeli.

2. Cabang 2 berada di Beringin, tepatnya di sebelah kampus UNNES PGSD, yang dijaga oleh Fajar.
3. Cabang 3 berada di halaman Aneka Jaya Ngaliyan, yang dijaga oleh Eni dan Siva.
4. Cabang 4 berada di halaman Superindo Ngaliyan, yang jaga oleh Azzah.

#### **D. Peralatan dan Bahan**

Untuk menunjang proses bisnis Chakrii Thai Tea Kota Semarang, tentunya diperlukan adanya peralatan dan media. Diantara media yang dimiliki Chakrii Thai Tea Kota Semarang adalah sebagai berikut:

1. Gerobak
2. Lampu
3. Teko 3 pcs
4. Kompor + gas
5. Saringan teh 2
6. Mixer manual 1pcs
7. Jepit 1 pcs
8. Sendok takar 1 set
9. Sendok stainless 2
10. Toples 2 pcs (kremer+ gula)
11. Pembuka kaleng
12. Sendok es serut
13. Gelas 4 pcs
14. Gelas ukur 1pcs

15. Box es 1pcs
16. Ember 2pcs
17. Kursi 3pcs

Sedangkan bahan dan perlengkapan untuk membuat Chakrii Thai Tea Kota Semarang adalah sebagai berikut:

1. Gelas cup besar 100pcs
2. Gelas cup sedang 100pcs
3. Sedotan 1 pack
4. Plastik cup 1 pack
5. Thai tea coffee 1 pack
6. Thai tea original 1 pack
7. Green tea 1 pack

#### **E. Media Promosi**

1. Daftat menu
2. Seragam
3. X- banner
4. Media social

#### **F. Waktu Operasional**

Waktu operasional usaha ini adalah setiap hari dari pukul 09.00 sampai dengan 20.00.

#### **G. Target Pelanggan**

Target pelanggan Chakrii Thai Tea Kota Semarang ini adalah anak sekolahan dan mahasiswa sekitar lokasi usaha,

karyawan perkantoran, dan masyarakat yang datang untuk hangout di lokasi usaha.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Islam menempatkan pasar sebagai tempat perniagaan yang sah, halal, dan ideal. Meskipun terdapat persaingan, UMKM Chakrii thai tea dalam berbisnis selalu menjaga nilai-nilai syariah seperti keadilan, keterbukaan, kejujuran, dan persaingan sehat, dimana persaingan sehat tersebut tetap menempatkan nilai dan moralitas Islam. Disebutkan bahwa ada beberapa karakteristik atau ciri pasar yang islami yang diikui oleh pelaku usaha Chakrii thai tea antara lain: adanya kebebasan bagi setiap orang untuk keluar masuk pasar, tidak ada monopoli, adanya informasi yang cukup, tidak ada sumpah palsu, kecurangan dalam takaran dan tidak adanya penjualan barang yang diharamkan. Ajaran Islam menjunjung tinggi kebebasan individu, tetapi yang dibatasi oleh nilai syariah dan mengarah pada kerjasama dan bukan pada persaingan yang mematikan.

Bisnis adalah kegiatan muamalah, seperti yang dilakukan oleh Chakrii thai tea, karyawan diberi kesempatan untuk tetap menjalankan shalat lima waktu. Pemilik menyakini bahwa manusia disuruh mencari kelebihan karunia Allah dengan berbisnis tetapi tidak lupa untuk mengutamakan shalat.

Dalam melakukan bisnis atau usaha tentulah seseorang perlu bekerja. Bekerja adalah sebuah aktivitas yang menggunakan

daya yang dimiliki oleh manusia yang merupakan pemberian Allah.

Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku etis itu adalah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya. Dalam Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam mengenai literatur dalam sumber utamanya dalam Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya bisnis di kemudian hari.

Etika bisnis ini menjadi penting karena tanpa etika dalam berbisnis, maka bisnis dapat merugikan orang lain seperti mitra bisnis dan konsumen pada umumnya. Etika bisnis menjadi penting karena tidak hanya difokuskan untuk pemenuhan profit semata bagi perusahaan tapi juga pemenuhan hak-hak atas konsumen dan lingkungan lainnya. Islam mengajarkan tentang etika bisnis sebagaimana dalam Al-Qur'an.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa bisnis itu memang sangat dekat dengan keseharian manusia. Tanggung jawab dalam berbisnis tidak hanya dipikul para pelaku bisnis di dunia saja, namun juga dipertanggung jawabkan di akhirat kelak.

Dalam transaksi etika bisnis Islam menjelaskan keharusan etika dalam berbisnis diperlukan karena pertama,

terjadinya kerusakan moral yang semakin meluas pada perusahaan akhir-akhir ini. Kedua, studi lapangan menunjukkan bahwa kuatnya pemberdaan etika yang unggul dapat membawa nama baik perusahaan. Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam Islam. Bahkan Rasulullah sendiri pun telah menyatakan, bahwa sembilan dari sepuluh pintu rezeki adalah melalui pintu perdagangan (hadits). Artinya, melalui jalan perdagangan inilah, pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka, sehingga akan memperoleh nikmat dan karunia Allah SWT.

Rasulullah SAW memberikan banyak petunjuk mengenai etika bisnis diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam penerapannya UMKM Chakrii thai tea selalu menerapkan kejujuran, sebagai contoh pada proses pembuatan minuman bahan yang digunakan tidak ada yang kadaluarsa dan untuk takaran bahan pembuatan seperti gula teh dan susu tidak ada yang dikurangi untuk menjaga cita rasa supaya tidak berubah. Rasulullah SAW beliau pernah bersabda “Pedagang yang senantiasa jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang selalu jujur dan orang yang mati syahid.” (HR. Tirmidzi). Rasulullah SAW sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk disebelah bawah dan baru di bagian atas.
2. Kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pemilik UMKM Chakrii thai tea, Nurlatif sadar tanpa kerja keras

dari karyawan usahanya tidak akan berkembang seperti sekarang, jadi selain dari gaji pokok sebesar 60.000 rupiah per hari, karyawan akan mendapat bonus sebesar 40.000 rupiah ketika penjualan dalam sehari mencapai target yaitu sebesar 1000.000 rupiah. Mas Nurlatif sebagai pemilik Chakrii thai tea dalam berbisnis tidak hanya semata mencari keuntungan sendiri, tetapi juga berorientasi kepada sikap ta'awun (saling tolong menolong) sebagai implikasi kegiatan bisnis.

3. Tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad SAW sangat intens melarang para pelaku bisnis untuk melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis. Praktik sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, UMKM Charii thai tea selalu memegang pedoman kejujuran, sehingga praktik ini tidak dilakukan karena mas Nurlatif sebagai pemilik yakin dengan menjunjung kejujuran pelanggan akan setia terhadap produknya tanpa perlu melakukan praktik sumpah palsu. Rasulullah SAW pernah bersabda: *“Dengan melakukan sumpah palsu, barang-barang memang terjual, tetapi hasilnya tidak berkah.”* (HR. Bukhari).
4. Ramah-tamah. Dalam praktiknya UMKM Chakrii thai tea berusaha seramah mungkin dalam melayani pembeli. Mas nurlatif selalu berpesan kepada semua karyawan apabila ada

pelanggan yang datang sebelum pembeli bertanya diusahakan kita sebagai penjual bertanya terlebih dahulu ke konsumen.

5. Tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga yang tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut. UMKM Chakrii thai tea tidak pernah menerapkan hal ini, karena sama saja dengan menipu pelanggan. Sabda Nabi Muhammad SAW, *“Janganlah kalian melakukan bisnis najsyia (seseorang pembeli tertentu, berkolusi dengan penjual untuk menaikkan harga, bukan dengan niat untuk membeli, tetapi agar menarik orang lain untuk membeli).”*
6. Tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, agar orang-orang membeli kepadanya. UMKM Chakrii thai tea sadar bahwa penggelut usaha teh thailand sudah banyak yang menjalani, bahkan di sekitar outlet chakrii thai tea Jatisari juga ada penjual thai tea dengan merk lain, tapi mas Nurlatif sebagai pemilik tidak merasa tersaingi ataupun menjelekkkan produk disekitar jualannya. Belia bercerita pembeli biasanya kalau sudah cocok beli disini enggan untuk beli teh thailand di tempat lain. Nabi Muhammad SAW bersabda, *“Janganlah seseorang diantara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkkan apa yang dijual oleh orang lain”* (HR. Muttafaq’alaih).
7. Tidak melakukan ikhtikar. Ikhtikar ialah (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besar pun

diperoleh). Dalam penerapannya, UMKM Chakrii thai tea tidak pernah melakukan hal tersebut. Selain karena merupakan kecurangan, produk dari chakrii thai tea hanya akan dibuat ketika ada pembeli, jadi rasa dan kualitas minuman akan selalu terjaga.

8. Takaran, ukuran, dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, UMKM Chakrii thai tea selalu menjaga kualitas produk, jadi untuk takaran bahan setiap satu porsi penyajian tidak ada takaran bahan yang dikurangi, hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas rasa dari Chakrii thai tea tersebut.
9. Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah SWT. Dalam penerapannya, mas Nurlatif sebagai pemilik UMKM Chakrii thai tea memberi kelonggaran kepada karyawan untuk menjalankan ibadah sholat di sela kegiatan melayani pembeli.
10. Membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Mas nurlatif sebagai pemilik UMKM Chakrii thai tea sadar akan kebutuhan karyawan, beliau memberi pilihan kepada karyawan untuk pengambilan gaji bisa mingguan bisa bulanan, gaji yang diberikan sejumlah 60.000 ribu rupiah perhari dan apabila dalam sehari penjualan mencapai target dengan nominal 1000.000 rupiah, karyawan akan mendapat bonus sebesar 40.000. Nabi Muhammad SAW bersabda, *“Berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya”*. Hadits ini mengindikasikan bahwa

pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan kerja yang dilakukan.

11. Tidak monopoli, dalam praktiknya UMKM Chakrii thai tea tidak melakukan monopoli atas produknya. Persaingan secara sehat sangat dijunjung tinggi oleh pemilik, karena pelaku bisnis thai tea sudah banyak.
12. Tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (mudharat) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial. Mas nurlatif sebagai pemilik Chakrii thai tea sadar bahwa dalam bisnis makanan pemilihan bahan baku yang berkualitas mutlak dilakukan untuk menjaga kesehatan dari konsumennya.
13. Komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal. Dari hasil wawancara dengan mas Nurlatif dapat diketahui bahwa yang dijual adalah minuman teh thailand dan tidak mengandung bahan yang haram dan berbahaya, seperti dicampur dengan minuman keras. Dalam praktiknya bahan yang digunakan adalah bahan yang halal dan aman seperti gula pasir, susu kental manis, es kristal yang tentunya aman untuk dikonsumsi.
14. Bisnis dilakukan dengan sukarela, tanpa paksaan. Dalam praktiknya mas Nurlatif sebagai pemilik Chakrii thai tea tidak pernah menekan karyawan untuk selalu mencapai target, beliau berpendapat bahwa rezeki sudah ada yang mengatur.

15. Segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya. Dari hasil obrolan dengan pemilik UMKM Chakrii Thai Tea, penulis mendapat informasi bahwa Mas Nurlatif pernah mengambil hutang ke bank untuk modal, seiring berjalannya waktu beliau sadar hutang ke bank merupakan kegiatan riba, sehingga beliau memutuskan untuk segera melunasi hutang tersebut dan berusaha untuk tidak berhutang lagi ke bank.
16. Memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditur) belum mampu membayar. Dari pernyataan Mas Nurlatif sebagai pemilik UMKM Chakrii Thai Tea, beliau bercerita ada beberapa karyawan yang meminjam uang untuk kebutuhan yang mendesak, dalam kasus seperti ini Mas Nurlatif berusaha memahami kebutuhan karyawannya. Jadi untuk proses pengembalian hutang bisa dilakukan dengan memotong sebagian kecil dari gaji yang diterima supaya tidak memberatkan karyawan.

Selain itu Islam juga menempatkan nilai etika di tempat yang lebih tinggi. Pada dasarnya, Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia, seperti disebutkan dalam hadits. *“Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak mulia”*. Terminologi paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam adalah akhlak. Dalam Islam, etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (iman). Etika Islam memberi sanksi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika.

Jadi, Islam menjadi sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk dalam dunia bisnis. Al-Qur'an memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha, tidak ada unsur eksploitasi dan bebas dari kecurangan atau penipuan, seperti keharusan membuat administrasi dalam transaksi kredit. Sebagaimana dijelaskan oleh Syed Nawab Haidar Naqvi dalam bukunya "Etika dan Ilmu Ekonomi: Suatu Sintesis Islami", memaparkan empat poin etika ekonomi, yaitu tauhid, keseimbangan (keadilan), kebebasan dan tanggung jawab.

Tauhid merupakan wacana teologis yang mendasari segala aktivitas manusia, termasuk dalam berbisnis. Tauhid menyadarkan manusia sebagai makhluk ilahiyah atau makhluk yang bertuhan. Dengan demikian, dalam berbisnis manusia tidak lepas dari pengawasan Tuhan dan dalam rangka melakukan perintah Tuhan (QS. 62: 10).

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا

اللَّهُ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

*"Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung."*

Keseimbangan dan keadilan, berarti bahwa perilaku bisnis harus seimbang dan adil. Keseimbangan berarti tidak berlebihan (*ekstrem*) dalam mengejar ekonomi. Kepemilikan individu yang

tidak terbatas, sebagaimana dalam sistem kapitalis, tidak dibenarkan.

Kebebasan, berarti manusia sebagai individu dan kolektivitas, mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam. Karena masalah ekonomi termasuk aspek muamalah, bukan ibadah, maka berlaku padanya kaidah umum, “semua boleh kecuali yang dilarang”. Yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba. Dalam tataran ini kebebasan manusia sesungguhnya tidak mutlak, tetapi merupakan kebebasan yang bertanggung jawab dan berkeadilan.

Pertanggung jawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis mempunyai tanggung jawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis. Harta sebagai komoditi bisnis dalam Islam, adalah amanah Tuhan yang harus dipertanggungjawabkan di hadapan Tuhan kelak.

Hal ini jelas menunjukkan bahwa masalah etika merupakan masalah serius bagi terciptanya kehidupan yang harmonis. Dalam tataran yang lebih luas, permasalahan etika juga menjadi suatu hal sangat penting bagi dunia bisnis. Karena perilaku setiap individu dalam dunia bisnis ternyata merupakan salah satu indikator penentu maju dan mundurnya suatu perjalanan bisnis. Semakin beretika seseorang dalam berbisnis, maka dengan sendirinya dia akan menemui kesuksesan. Sebaliknya bila pelaku bisnis sudah

jauh ari nilai-nilai etika dalam menjalankan roda bisnisnya, sudah pasti dalam waktu dekat kemunduruan akan dia peroleh.

Oleh karena itulah saat ini perilaku manusia dalam sebuah perusahaan yang bergerak dalam dunia bisnis menjadi sangat urgent. Satu bentuk pentingnya perilaku bisnis tersebut dianggap sebagai salah satu masalah jika yang bersangkutan mempunyai perilaku yang kurang baik, dan dianggap bisa membawa kerugian dalam suatu perusahaan. Akhirnya hal tersebut dianggap sebagai salah satu problematika bagi kemajuan bisnis, bahkan kadang dianggap sebagai sebuah anomali yang harus segera dicarikan jalan keluarnya. Tak salah jika kemudian perusahaan-perusahaan berlomba-lomba untuk mencari satu solusi dalam mengatasi hal itu. Kemudian muncullah satu bentuk tata nilai yang bisa dipegang dan dijadikan pijakan oleh setiap pelaku bisnis dalam mengelola perusahaan. Dan hal itu yang kemudian disebut sebagai kode etik berbisnis, atau bisa juga disebut dengan etika bisnis.

Islam memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk melakukan usaha (bisnis), seperti yang dilakukan oleh UMKM Chakrii thai tea dalam berbisnis memiliki prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang ditaati dalam menjalankan ushaa, diantaranya:

1. Proses mencari rezeki bagi seorang muslim merupakan suatu tugas wajib. Bagi mas Nurlatif sebagai pemilik UMKM Chakrii thai tea mencari rizki sudah menjadi kewajiban untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya.

2. Rezeki yang dicari haruslah rezeki yang halal. Disini mas Nurlatif bercerita, mencari rizki yang halal adalah sebuah keharusan, supaya menjadi berkah untuk keluarganya.
3. Bersikap jujur dalam menjalankan usaha. Jujur dalam takaran, jujur dalam penentuan harga, jujur dalam penggunaan bahan baku merupakan bentuk kejujuran yang di terapkan oleh UMKM Chakrii thai tea dalam berbisnis. Dengan memegang prinsip kejujuran, UMKM Chakrii thai tea yakin usahanya akan semakin berkembang, karena kejujuran adalah modal menuju kesuksesan.
4. Semua proses yang dilakukan dalam rangka mencari rezeki haruslah dijadikan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Begitu pula apa yang telah dilakukan oleh UMKM Chakrii thai tea, bukan hanya sekedar mencari keuntungan diri sendiri, tetapi juga untuk orang lain, seperti yang diutarakan mas Nurlatif, beliau berceita selalu menyisihkan sebagian dari pendapatannya untuk bersedekah. Dan juga mendajikan mas Nurlatif sekamin mendekatkan diri kepada allah atas limpahan rezeki yang di peroleh.
5. Bisnis yang akan dan sedang dijalankan jangan sampai menimbulkan kerusakan lingkungan hidup. Dalam menyikapi hal ini UMKM Chakrii thai tea selalu menjual produk dengan bahan yang terbaik, supaya tidak ada permasalahan yang ditimbul dari mengkonsumsi minuman dari Chakrii thai tea, seperti keracunan. Begitupun masalah sampah dan kebersihan

di sekitar stand selalu dijaga, supaya tidak mengganggu masyarakat disekitar.

6. Persaingan dalam bisnis dijadikan sebagai sarana untuk berprestasi secara *fair* dan sehat (*fastabiqulkhairat*). Mas Nurlatif paham, usaha yang digelutinya bukan merupakan usaha yang baru. Banyak merek-merek teh thailand sudah berdiri sebelum Chakrii thai tea hadir, dengan demikian persaingan secara sehat mutlak dilakukan supaya antar merk teh thailand tidak terjadi perselisihan.
7. Tidak boleh berpuas diri dengan apa yang sudah di dapatkan. Dalam perbincangan antara penulis dan pemilik UMKM Chakrii thai tea, beliau bercerita selalu bersyukur atas apa yang sudah di capai selama ini, tetapi beliau berkeinginan untuk bisa lebih mengembangkan usahanya tersebut, dengan cara menambah stand, mengikuti pameran, dan lain sebagainya
8. Menyerahkan setiap amanah kepada ahlinya, bukan kepada sembarang orang, sekalipun keluarga sendiri. Upaya yang dilakukan UMKM Chakrii thai tea dalam menjalankan amanah tersebut, seperti apa yang di ceritakan mas Nurlatif adalah menyerahkan pekerjaan pembuatan teh thailand hanya kepada karyawan yang sudah paham dengan bahan dan takaran yang sudah ditentukan, apabila sembarangan dalam proses buatan akan mempengaruhi rasa yang dihasilkan.

Dan dalam bertransaksi secara syari'ah, ada beberapa prinsip yang harus dipegang, yakni: saling ridha (*'An taradhin*),

bebas manipulasi (*Ghoror*), aman/ tidak membahayakan (*mudharat*), tidak spekulasi (*maysir*), tidak ada monopoli dan menimbun (*ihthikar*), bebas riba, dan halalan thayyiban.

Para pelaku bisnis atau disebut juga sebagai pelaku usaha ataupun wirausaha merupakan orang ataupun sekelompok orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Cara berpikir seorang wirausaha adalah selalu berusaha mencari, memanfaatkan peluang usaha yang dapat memberi keuntungan.

Islam menempatkan nilai etika di tempat yang paling tinggi. pada dasarnya, Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia, seperti yang disebutkan dalam hadits: “Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia”. Terminologi paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam adalah akhlak. Dalam Islam, etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (iman). Etika Islam memberi sanksi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika.

Konsep etika dalam Islam tidak utilitarian dan relatif, akan tetapi mutlak dan abadi. Jadi, Islam menjadi sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk dalam dunia bisnis. Al-Qur'an memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha, tidak ada unsur eksploitasi dan bebas dari kecurigaan ataupun penipuan, seperti keharusan membuat administrasi dalam transaksi kredit.

Rafik Issa Beekuun “Etika Bisnis Islam”, memaparkan lima aksioma etika ekonomi, yaitu: tauhid, keseimbangan (keadilan), kebebasan, tanggung jawab, dan kebenaran.

Adapun poin dasar etika Islam itu ada lima yaitu:

1. *Unity* (Kesatuan)

Alam semesta, termasuk manusia adalah milik Allah yang memiliki ke-Mahakuasaan (kedaulatan) atas makhluk-makhluk-Nya. Konsep tauhid ini berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat, pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.

Bedasarkan konsep ini, UMKM Chakrii thai tea dalam berbisnis tidak akan melakukan diskriminasi kepada karyawan, begitupun kepada pembeli akan dilayani dengan ramah tanpa ada pembedaan.

2. *Equilibrium* (Keseimbangan)

Dalam aktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak sosial, dan hak alam semesta berlaku sebagai stakeholder dari perilaku seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya. Dalam hal ini UMKM Chakrii thai tea menegaskan keseimbangan mutlak dilakukan, sebagai contoh dalam bekerja mencari keuntungan itu perlu, tapi jangan sampai melupakan kewajiban kepada

Allah. Yaitu dengan menjalankan ibadah sholat lima waktu, dan bersedekah kepada yang membutuhkan.

### 3. *Free Will* (Kebebasan Berkehendak)

Kebebasan di sini adalah bebas memilih atau bertindak sesuai etika atau sebaliknya: *“Dan katakanlah (Muhammad) kebenaran itu datangnya dari Tuhanmu, barang siapa yang menghendaki (beriman) hendaklah ia beriman dan barang siapa yang menghendaki (kafir) biarlah ia kafir.”* (QS. 18: 29). Jadi, jika seseorang menjadi muslim maka ia harus menyerahkan kehendaknya kepada Allah. Berdasarkan prinsip ini, UMKM Chakrii thai tea mempunyai kebebasan untuk membuat perjanjian dengan pihak manapun, seperti membuat perjanjian dengan pemilik lahan untuk berdagang.

### 4. *Responsibility* (Tanggung jawab)

Secara logis, prinsip ini berhubungan erat dengan prinsip kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya. Al-Qur'an menegaskan bahwa: *“Barang siapa memberikan hasil yang baik, niscaya ia akan memperoleh bagian pahala. Dan barang siapa menimbulkan akibat yang buruk, niscaya ia akan memikul konsekuensinya”*. (QS. An-Nisa (4): 85).

Dalam penerapannya, UMKM Chakrii thai tea bertanggung jawab atas apa yang mereka jual, menjual produk dengan bahan yang layak dan berkualitas akan memberikan

keyakinan kepada konsumen untuk membeli produk dari Chakrii thai tea dan bentuk tanggung jawab pemilik kepada karyawan berupa pemberian gaji tepat waktu tanpa ada alasan untuk menunda pembayaran.

Begitu pula dengan bentuk tanggung jawab karyawan kepada Chakrii thai tea, bekerja sepenuh hati merupakan bentuk tanggung jawab mereka kepada Chakrii thai tea.

5. *Benevolence* (Kebenaran)

Kebenaran di sini juga meliputi kebajikan dan kejujuran. Maksud dari kebenaran adalah niat, sikap, dan perilaku benar dalam melakukan berbagai proses, baik itu proses transaksi, proses memperoleh komoditas, proses pengembangan produk maupun proses perolehan keuntungan.

Kebijakan artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, seperti halnya dilakukan oleh UMKM Chakrii thai tea selalu berusaha berbuat baik terhadap sesama dengan cara menghargai pendapat karyawan, mendengarkan masukan dari karyawan. Begitupun dalam melayani pembeli, selalu berusaha melayani pembeli dengan ramah dan sabar.

Hal lain yang tak kalah penting adalah spirit persaudaraan antara sesama pedagang, hal ini sudah dijalankan oleh UMKM Chakrii thai tea dengan membangun hubungan baik antara pemilik dan karyawan dan juga dengan pedagang disekitar tempat jualan Chakrii thai tea, agar Allah SWT selalu

membukakan pintu keberkahan kepada umat dalam setiap aktivitas dan transaksi yang dijalankan.

## **B. Permasalahan UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang**

Perkembangan UMKM di Indonesia tidak terlepas dari berbagai masalah. Beberapa masalah umum yang dihadapi UMKM tak terkecuali pada UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang yaitu keterbatasan modal, kesulitan bahan baku dengan harga terjangkau dan kualitas yang baik, keterbatasan teknologi, sumber daya manusia dengan kualitas yang baik, informasi pasar dan kesulitan pemasaran.

### **1. Keterbatasan modal/finansial**

Pada umumnya modal awal bersumber dari modal (tabungan) sendiri atau sumber-sumber informal, namun sumber-sumber permodalan ini sering tidak memadai dalam bentuk kegiatan produksi maupun investas. Walaupun begitu banyak skim-skim kredit maupun pembiayaan dari perbankan atau lembaga keuangan lainnya, sumber pendanaan dari sektor informal masih tetap dominan dalam pembiayaan kegiatan UMKM.

Sebagaimana yang telah dilakukan oleh penulis melalui observasi dan wawancara dengan pihak Chakrii Thai Tea Kota Semarang. Penulis dapat mengetahui bahwa modal awal dari bisnis Chakrii Thai Tea Kota Semarang memang bisa dikatakan terbatas. Perintis dan pemilik bisnis Chakrii

Thai Tea Kota Semarang, Mas Nurlatif mengemukakan bahwa pada awal memulai bisnis ini hanya bermodalkan sekitar empat jutaan ribu rupiah yang berasal dari tabungan pribadi. Tetapi dengan niat tekad dan ketekunan, berawal dari satu stand yang sangat sederhana akhirnya bisa memiliki beberapa stand seperti sekarang.

## 2. Kesulitan Pemasaran

Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan UMKM. UMKM tidak melakukan perbaikan yang cukup di semua aspek yang terkait pemasaran seperti peningkatan kualitas produk dan kegiatan promosi, cukup sulit bagi UMKM untuk dapat turut berpartisipasi dalam era perdagangan bebas.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan penulis melalui observasi di lapangan, diketahui bahwa persaingan yang cukup ketat antar pemilik usaha atau bisnis minuman segar yang berasal dari negara gajah putih Tailand (thai tea). Diketahui bahwa bisnis Chakrii Thai Tea Kota Semarang merupakan bisnis baru ( $\pm 1$  tahunan), dan sebelumnya ada berbagai macam minuman khas negara gajah putih (thai tea) di kota Semarang, seperti thai tea Bon-bon, thai tea Khab Khun, thai tea Can can, thai tea Khwam in, dan thai tea Chai.

## 3. Keterbatasan Teknologi

UMKM di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi yang tradisional, seperti mesin-mesin tua atau alat-

alat produksi yang bersifat manual. Hal ini membuat produksi menjadi rendah, efisiensi menjadi kurang maksimal, dan kualitas produk relatif rendah.

Sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, bahwa bisnis UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang hanya memiliki perlengkapan yang bisa dibilang terbatas, meskipun sudah mampu memenuhi aktivitas bisnis tersebut. Namun kuantitasnya dirasa masih kurang, adapun alat yang perlu ditambah seperti mixer, alat pres cup, dan alat lainnya.

#### 4. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Salah satu kendala serius bagi banyak UMKM Chakrii Thai Tea adalah keterbatasan SDM dalam aspek manajemen, teknik, produksi, pengembangan produk, organisasi bisnis, akuntansi data, teknik pemasaran, dan lain sebagainya. Semua keahlian sangat dibutuhkan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar barang.

Sebagaimana diketahui melalui hasil penelitian bahwa ada beberapa orang karyawan yang membantu bisnis Chakrii Thai Tea Kota Semarang mayoritas adalah mahasiswa sekitar tempat bisnis tersebut.

## 5. Masalah Bahan Baku

Keterbatasan bahan baku serta kesulitan dalam memperolehnya dapat menjadi salah satu kendala yang serius bagi UMKM Chakrii thai tea, Hal ini dapat menyebabkan jumlah penjualan setiap outlet dibatasi karena karena terbatasnya jumlah bahan baku.

Bahan baku untuk pembuatan Chakrii Thai Tea adalah teh hitam thailand, susu kental manis, creamer, air, esbatu dan gula. Untuk mendapataka bahan-bahan tersebut ada yang gampang ada yang susah. Untuk kendala masalah bahan baku yang paling susah adalah terbatasnya stock teh thailand dipasaran, hal ini tentunya dapat menghambat kelancaran bisnis Chakrii thai tea.

## 6. Kemampuan Manajemen

Keterbatasan pengusaha kecil untuk menentukan pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan dan tahap pengembangan usahanya, membuat pengelolaan usaha menjadi terbatas.

Sebagaimana diketahui oleh penulis melalui wawancara dengan pemilik dan beberapa karyawan Chakrii thai tea bahwa mereka bukanlah berasal dari latar belakang manajemen dan bisnis. Mereka cuma memiliki tekad dan ketekunan dalam bekerja dan berwira usaha. Tentunya diperlukan pola manajemen yang lebih dalam mengembangkan bisnis.

## 7. Kemitraan

Kemitraan mengacu pengertian bekerja sama antara pengusaha dengan tingkatan yang berbeda yaitu antara pengusaha kecil dan pengusaha besar. Istilah kemitraan sendiri mengandung arti walaupun tingkatannya berbeda, hubungan yang terjadi adalah hubungan yang setara (sebagai mitra kerja).

Sebagaimana kita ketahui bersama bahwa jaman sekarang adalah jaman yang instan dan cepat. Chakrii Thai Tea Kota Semarang pun kalau ingin bisa lebih maju dan bertambah, tidak salahnya bermitra dengan pihak ketiga seperti Go-food atau Grab-food untuk para pecinta thai tea yang tidak usah repot-repot datang ke stand, bisa dilakukan pemesanan dengan cara pesan lewat aplikasi online seperti gojek atau Grab.

### **C. Cara Mengembangkan UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang berdasarkan etika bisnis Islam**

Prinsip adalah asas (kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak, dan sebagainya). Prasyarat untuk meraih keberkahan atas nilai transenden seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam Islam, antara lain :

1. Jujur dalam takaran (*quantity*). Dengan cara menjual barang yang baik mutunya dan tidak menggunakan sumpah palsu

untuk menyakinkan pembeli supaya mau membeli barang dagangannya.

Dalam Islam, kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Rasulullah SAW sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis, tidak menipu. Bisnis apapun harus dilandasi dengan sikap jujur. Tidak boleh menipu, membohongi atau sumpah palsu. Katakan kualitas dan kuantitas apa adanya.

Demikian juga dengan Chakrii Thai Tea Kota Semarang. Apabila bisnis ini ingin maju dan berkembang, harusnya pemilik dan karyawannya bersikap jujur, tidak menipu, tidak berbohong, dan tidak melakukan sumpah palsu. Apabila ini semua dilakukan, niscaya bisnis Chakrii Thai Tea Kota Semarang akan maju dan berkembang dengan cepat dan berkah.

2. Longgar dan bermurah hati (*tasamuh dan tarâhum*). Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli.

Sebagaimana kita ketahui bahwa penjual diharapkan bersikap ramah dengan senyum, salam, sapa kepada konsumennya. Agar pembeli merasa nyaman dan senang, akhirnya bisa menjadi pelanggan setia.

Sikap ini sudah dipraktikkan oleh pemilik dan karyawan di Chakrii Thai Tea Kota Semarang, ketika ada pembeli, pelayan dengan sigap tersenyum dan menyapa.

3. Membangun hubungan baik (*interrelationship/ṣilatal-rahîm*). Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapa pun, inklud antarsesama pelaku dalam bisnis.

Sikap ini tentunya juga sudah diterapkan Chakrii thai tea dengan cara menjalin hubungan baik dengan karyawan, dengan pedagang disekitar stand Chakrii thai tea bahkan dengan sesama pelaku bisnis teh thailand lainnya.

Dengang membangun hubungan yang baik, dalam menjalankan bisnis akan terasa aman dan tentram, tidak ada yang merasa ditindas atau tersaingi.

4. Tertib Administrasi. Dalam dunia perdagangan wajar terjadi praktik pinjam meminjam. Dalam hubungan ini Al-Qur'an mengajarkan perlunya administrasi hutang piutang tersebut agar manusia terhindar dalam kesalahan yang mungkin terjadi. Lakukan manajemen administrasi dalam segala hal dalam bisnis ini, seperti modal, pembelian bahan baku, pembelian perlengkapan, pemasukan, omzet, dan lain sebagainya.

Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an bahwa pedagang perlu mencatat transaksi yang dilakukan dengan tidak tunai atau tertib administrasi agar manusia terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi, dan mendidik pada pelaku

bisnis agar bersikap jujur sehingga terhindar dari penipuan dan kekhilafan yang mungkin terjadi.

Chakrii Thai Tea Kota Semarang sudah tertib administasi, penjual selalu mencatat pemasukan dan pengeluaran agar tidak terjadi kesalahan. Begitu juga Chakrii Thai Tea Kota Semarang membangun hubungan dengan pebisnis lain terutama yang berkaitan dengan bisnis thai tea ini, seperti bisnis Khab Khun thai tea, Bon Bon, dan beberapa franchise (waralaba) lainnya.

Begitu juga pemilik dan karyawan Chakrii Thai Tea Kota Semarang tidak menjelek-jelekan bisnis orang lain yang sejenis dan merayu konsumen untuk membeli produk-produknya.

5. Menetapkan harga dengan transparan. Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba.

Harga sebaiknya ditulis dalam lembar kertas yang ditaruh dimeja atau ditempel digerobak supaya pembeli atau calon pembeli mengetahui harga dari setiap jenis barang yang dijual, seperti thai tea coffee, original, dan greentea.

Chakrii Thai Tea Kota Semarang sudah melakukan hal ini, dimana daftar harga sudah ditempel di gerobak secara rinci dan jelas, mau yang original, green tea maupun rasa yang lain sudah ada harganya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dari bab-bab sebelumnya penulis dapat menyimpulkan beberapa hal mengenai implementasi etika bisnis Islam pada UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang dan cara mengembangkan UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang berdasarkan observasi dan wawancara adalah sebagai berikut:

1. Implementasi etika bisnis Islam pada UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang adalah tauhid (unity), keseimbangan (keadilan), kebebasan dan tanggung jawab.
2. Cara mengembangkan UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang berdasarkan etika bisnis Islam adalah bersikap jujur kepada para pembeli jujur dalam kualitas dan takaran, bermurah hati (*tasamuh dan tarâhum*) kepada para kastamer tanpa membeda-bedakan, membangun hubungan baik (*interrelationship/şilatal-rahîm*) dengan sesama pebisnis yang sejenis dan lainnya, tertib Administrasi, dan menetapkan harga dengan transparan dan jelas yang ditempelkan di gerobak atau meja.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan diatas, untuk pengembangan UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang
  - a. UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang agar tetap istiqomah dalam menjalankan etika bisnis Islam tersebut, supaya bisnis yang dijalankan dapat berkembang dan dapat beroperasi dengan lancar dengan jangka waktu yang lama.
  - b. Memenuhi kelengkapan produk untuk menarik minat konsumen dengan tetap mengutamakan kehalalan suatu produk untuk dijual.
  - c. Lebih meningkatkan promosi ke beberapa wilayah di kota Semarang untuk menarik masyarakat membeli produk-produk yang dijual.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
  - a. Penelitian ini hanya meneliti beberapa aspek variabel yang telah ditentukan oleh penulis dan diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar bisa menambah terkait aspek variabel yang sekiranya memiliki pengaruh yang lebih signifikan dari penelitian sebelumnya.
  - b. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat sebagai landasan bagi peneliti selanjutnya. Karena banyak sekali inspirasi yang di dapatkan pada saat penelitian di UMKM Chaakrii Thai Tea Kota Semarang. Semoga pada saat peneliti selanjutnya melakukan penelitian pada objek penelitian yang sama, sistem manajemen sudah lebih baik dan profesional supaya peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih dalam dan lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Anas Sugiono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: Grafindo Persada, 1999.
- Burhan Bungin (ed), *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis*, Jakarta: Penebar Plus, 2012.
- Dwi Suwiknyo, *Ayat-ayat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Press, t.th
- Glen Glenardi, *Peran Perbankan dalam Pengembangan Keuangan Mikro*, Jakarta: Diskusi Kelompok C2 Temu Nasional Bazar Pengembangan Mikro, 2002, h. 290
- Gugup Kismono, *Bisnis Pengantar*, Yogyakarta: BPFE, 2011.
- Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Jusmaliani, et al., *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- M. Manullang, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Indeks, 2013.
- Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis Dialektika Etika dengan Realitas*, Malang: UIN-Malang Press, 2009.

- Muhammad Fauoni dan Lukman, *Visi Al-Qur'an tentang Etika Bisnis*, Jakarta: Salmeba Diniyah.
- Muhammad Natadiwirya, *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Granada Press, 2007.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004.
- Musa Hubeis, *Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Suryani Subrata, *Metode Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 1995.
- Taha Jabir, *Bisnis Islam*, Yogyakarta: AK Group, 2005.
- Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang, 2010.
- Tulus T.H Tambunan, *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia Beberapa Isu Penting*, Jakarta: Salemba Empat, 2002.
- Tulus Tambunan, *UMKM di Indonesia*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*, Jakarta: LP3ES, 2012.
- Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2000.

## **RIWAYAT HIDUP**

Nama : Anwarul Akhyar  
NIM : 122411063  
TTL : Jepara, 11 September 1993  
Alamat : Ds. Pekalongan RT 01/02, Kec. Batealit, Kab. Jepara

### **Pendidikan:**

1. MI Asy-Syafi'iyah lulus tahun 2006
2. MTsN Bawu Jepara lulus tahun 2009
3. MAN Bawu Jepara lulus tahun 2012
4. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri  
Walisongo Semarang lulus tahun 2019

**PERTANYAAN**  
**WAWANCARA CHAKRII THAI TEA KOTA SEMARANG**

Pemilik Chakrii Thai Tea Kota Semarang

Nama : Nurlatif

Asal : Demak

Pembukaan

1. Sejak kapan Chakrii Thai Tea Kota Semarang ini berdiri?
2. Bagaimana sejarah berdirinya Chakrii Thai Tea Kota Semarang ?
3. Apa visi dan misi dari Chakrii Thai Tea Kota Semarang ?
4. Apa alasan memilih lokasi usaha disini?
5. Apa saja bahan, peralatan, dan fasilitas yang ada di Chakrii Thai Tea Kota Semarang ?
6. Ada berapa cabang Chakrii Thai Tea Kota Semarang dan berlokasi dimana saja?
7. Berapa karyawan yang membantu pelaksanaan bisnis ini?
8. Berapa omset yang dihasilkan perbulannya?

## DOKUMENTASI



Peneliti melakukan wawancara dengan pemilik Chakrii Thai Tea Kota Semarang



Salah satu stand Chakrii Thai Tea Kota Semarang



Suasana melayani customer