



Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Sibulue

*Mutiara Mutiara^{1, a}, Sitti Nikmah Marzuki^{2, b}, Muhammad Fakhri Amir^{3, c}

^{1,2,3}) Institut Agama Islam Negeri Bone, Sulawesi Selatan, Indonesia

Email: ^amuthyathyara28@gmail.com; ^bnikmah.marzuki@gmail.com; ^cfakhriamir@iain-bone.ac.id

DOI:

<https://doi.org/10.46963/jam.v7i1.1896>

Cara Mensitasi Artikel ini:

Mutiara, M., Marzuki, S, N., & Amir, M, F. (2024). Implementasi etika bisnis Islam pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kuliner di Kecamatan Sibulue. *Al-Muqayyad*, 7(1), 73-83. <https://doi.org/10.46963/jam.v7i1.1896>

ABSTRACT

Keywords:

Implementation, Islamic Business Ethics, Culinary MSMEs

Kata Kunci:

Implementasi, Etika Bisnis Islam, UMKM Kuliner

The majority of MSMEs in Sibulue District are Muslim and many are interested in culinary businesses, which can trigger competition among business actors. Islamic business ethics are needed to create healthy competition in carrying out business activities. The aim of this research is to determine the application of Islamic business ethics principles and business patterns to culinary MSMEs in Sibulue District. This research is field research using qualitative methods, namely research based on non-numerical data, such as words and pictures. The data sources for this research are primary data and secondary data. In this research, Miles & Huberman's interactive model data analysis is directed at reducing data, presenting data, and verifying data to draw conclusions. The results of this research indicate that several business actors in Sibulue District have implemented the principles of business ethics. There is no evidence of irregularities committed by business actors in facing competition or in serving consumers. Likewise, in implementing business patterns, culinary business actors in Sibulue District do not apply business patterns that can harm other parties.

ABSTRAK

Informasi Artikel:

Diterima:

29/05/2024

Direvisi:

20/06/2024

Diterbitkan

30/06/2024

***Corresponding**

Author

muthyathyara28@gmail.com

©Authors (2024)

under license [CC BY SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

Mayoritas pelaku UMKM di Kecamatan Sibulue merupakan masyarakat muslim dan banyak yang tertarik pada usaha kuliner sehingga dapat memicu terjadinya persaingan diantara pelaku usaha. Etika bisnis Islam diperlukan untuk mewujudkan persaingan yang sehat dalam menjalankan aktivitas bisnis. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan prinsip etika bisnis Islam dan pola bisnis pada pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Sibulue. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field Research) menggunakan metode kualitatif yaitu penelitian yang berbasis pada data-data non angka, seperti kata-kata dan gambar-gambar. Adapun sumber data dari penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini, menggunakan analisis data model interaktif Miles & Huberman diarahkan pada mereduksi data, menyajikan data, dan memverifikasi data untuk menarik kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya penerapan prinsip etika bisnis yang dilakukan oleh beberapa pelaku usaha di Kecamatan Sibulue. Tidak terdapat bukti terjadinya penyimpangan-penyimpangan yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menghadapi persaingan maupun dalam melayani konsumen. Begitu pun dalam menerapkan pola bisnis pelaku usaha Kuliner di Kecamatan Sibulue tidak ada yang menerapkan pola bisnis yang dapat merugikan pihak lain.



PENDAHULUAN

Agama Islam dipahami sebagai agama yang komprehensif dan universal ajarannya. Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya untuk melaksanakan amalan. Pedoman tersebut adalah Al-Qur'an dan Sunnah Nabi. Hal ini tentunya dapat dipakai untuk pengembangan lebih lanjut atas suatu tatanan kehidupan tersebut, termasuk tatanan kehidupan bisnis (Agustin, 2017). Dan agama Islam menjelaskan bahwa segala sesuatu yang akan dikerjakan (halal), jelas cara mengerjakannya (tidak menghalalkan segala cara), dan jelas apa yang akan dihasilkan dan manfaatnya (benar dan adil) (Abdurrahman, 2013).

Sesungguhnya dalam kehidupan sehari-hari manusia telah diatur dalam pandangan ajaran Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam Islam setiap muslim diwajibkan untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan) dalam setiap kehidupan termasuk didalamnya aturan usaha dan bisnis yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan sejahtera. Secara substantif ajaran Islam yang diturunkan Allah SWT kepada para Rasulullah SAW terbagi menjadi tiga bagian yakni Aqidah, syariah dan akhlak (Nafis, 2019).

Era bisnis modern saat ini untuk menghadapi persaingan serta mewujudkan persaingan yang sehat dalam bisnis, etika bisnis digunakan untuk mengendalikan persaingan bisnis agar tidak menjauhi seluruh norma-norma bisnis yang ada. Etika bisnis juga dapat digunakan oleh para pelaku bisnis agar dapat berpikir, apakah dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya, mengganggu kegiatan bisnis pelaku bisnis yang lain atau tidak (Silviah, 2022). Dalam rangka mengimplementasikan syariat Islam dalam kehidupan ekonomi Islam, perlu dilakukan perubahan cara berpikir dari sistem ekonomi kapitalis ke sistem ekonomi syariah termasuk masalah bisnis. Karena dunia bisnis tidak terlepas dari etika bisnis.

Maka dari itu perlu adanya pengetahuan lebih terkait prinsip-prinsip ataupun etika dalam menjalankan usaha bisnis khususnya pada pelaku UMKM yang merupakan sektor perekonomian yang paling potensial dan banyak diminati di kalangan masyarakat agar tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan yang tidak diinginkan yang dapat memberikan dampak besar bukan hanya pada satu individu melainkan banyak orang yang tanpa sengaja terlibat di dalamnya.

Pelaku UMKM di Kecamatan Sibulue didominasi oleh masyarakat muslim hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat bahwa rata-rata penduduk kecamatan Sibulue adalah masyarakat muslim. Oleh karena itu, sebagai masyarakat muslim pelaku usaha harus lebih menerapkan nilai-nilai syariat Islam baik itu dalam praktik bisnis. Dalam melayani konsumen beberapa pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Sibulue sudah ada yang menerapkan bagian dari etika bisnis Islam dengan bersikap santun, ramah terhadap konsumen. Di samping memberikan pelayanan yang bagus sebagian dari pelaku UMKM kuliner di kecamatan sibulue selalu berhasil memuaskan para pelanggan dengan makanan

yang disajikan khususnya pada warung makan yang selalu mampu menarik banyak konsumen dengan cita rasa makanan yang membuat para konsumen selalu ingin kembali untuk mencoba.

Sejauh ini penelitian mengenai Implementasi Etika Bisnis Islam sudah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Sudarsono tahun 2022 yang berjudul "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kudus" (Sudarsono, 2022). Duratun Nafis tahun 2019 yang berjudul "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Kasus Usaha Rumah Makan Wong Solo Batoh, Kec. Lueng Bata Kota Banda Aceh)" (Nafis, 2019). Dwi Hardika Sari tahun 2019 yang berjudul "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Makanan dan Minuman di Kabupaten Tuban" (Sari, 2019).

Melihat di kecamatan Sibulue mayoritas pelaku usaha adalah masyarakat muslim dan banyak yang tertarik pada usaha kuliner sehingga dapat dilihat dengan jelas adanya persaingan yang ketat diantara pelaku usaha. Maka penelitian ini bertujuan mengetahui implementasi etika bisnis Islam pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Sibulue, karena meskipun terdapat persaingan yang ketat, namun para pelaku UMKM harus memiliki integritas yang baik dalam menjalankan aktivitas bisnisnya untuk menghindari adanya suatu tindakan –tindakan yang bersifat amoral dalam menjalankan bisnisnya.

METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field Research*) menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Sibulue, Kabupaten Bone. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan mengembangkan sebuah pemahaman tentang pengalaman manusia, interaksi, dan pola-pola perilaku. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku-buku, skripsi, maupun jurnal yang berkaitan tentang konsep etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data Miles & Huberman yang meliputi kegiatan mereduksi data dengan memilih dan menyaring data yang relevan dan tidak relevan dari data yang telah dikumpulkan, kemudian menyajikan informasi dari data yang telah dipilah, dan memverifikasi data untuk menarik kesimpulan agar dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal. (Haryoko, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Prinsip Etika Bisnis Islam Pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Sibulue

Ekonomi dan praktik bisnis Islami berkaitan sangat erat dengan akidah dan syariah Islam sehingga seseorang tidak akan memahami pandangan Islam tentang ekonomi dan bisnis tanpa memahami dengan baik akidah dan syariah Islam (Azizah, 2020). Etika merupakan nilai-nilai moral atau akhlak yang tertanam dalam diri pribadi

setiap makhluk ciptaan Allah SWT “manusia” (Aprianto, 2020). Etika bisnis berbasis syariah adalah perilaku dalam bisnis yang menyatukan nilai-nilai dan ajaran dari Al-Qur’an dan hadist menjadi satu kesatuan yang utuh dalam praktik bisnis sehari-hari (Maro’ah, 2019). Adapun pandangan Dr. Aksi Hamzah, S. E, M.Si. tentang etika bisnis Islam bahwa dalam Kaidah muamalah itu sepanjang tidak ada larangan maka itu dibolehkan begitu pun dengan etika. Setiap daerah memiliki etika atau budaya lokal masing-masing, sehingga seorang pebisnis harus paham tentang budaya lokal di suatu tempat, yang dalam bahasa agamanya dinamakan ‘urf. selain itu etika yang harus dikedepankan dalam berbisnis adalah kolaborasi untuk menciptakan kesan positif dan saling menguntungkan dengan pihak yang lain.

Secara umum ada lima prinsip etika bisnis Islam yang wajib diketahui dan diimplementasikan oleh pelaku usaha muslim. Kelima prinsip etika bisnis Islam tersebut diantaranya yaitu:

1. Penerapan prinsip kesatuan (*Tauhid*)

Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah swt telah menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya, dan hubungan horizontal dengan kehidupan sesama manusia dan alam secara keseluruhan untuk menuju tujuan akhir yang sama. Dan selalu menjunjung prinsip persamaan maupun prinsip persaudaraan (*ukhuwwah*) (Haryanti & Wijaya, 2019). Allah lah yang memiliki kerajaan langit dan bumi, semua berada dalam pengawasan-Nya. Sehingga mengantarkan seorang muslim untuk menyatakan sebagaimana Q.S. Al-An’am/6:162 bahwa:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Terjemahan: Sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidupku, dan matiku adalah semata-mata demi karena Allah. Tuhan seru sekalian alam.

Pada prinsip ini, pelaku usaha kuliner di Kecamatan Sibulue sudah menerapkan prinsip tauhid/kesatuan karena merasa bahwa dirinya selalu diawasi oleh Allah dan selalu meyakini bahwa terdapat campur tangan Allah di setiap aktivitas yang dijalankan, maka bisa dikatakan bahwa pelaku bisnis tersebut sudah bertawakal kepada Allah. Berkaitan dengan prinsip tauhid ini para pelaku usaha kuliner di Kecamatan Sibulue dalam menjalankan usahanya sudah menganggap aktivitas yang dikerjakan bagian dari ibadah karena dengan berbisnis dapat membantu orang lain. Selain itu, adanya sikap saling menghargai sesama pelaku bisnis sejenis sebagai bentuk keyakinan kepada Allah bahwa rezeki sudah diatur untuk setiap orang.

2. Penerapan prinsip keseimbangan/keadilan

Konsep keseimbangan dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan di akhirat harus diterapkan oleh seorang pebisnis muslim. Dalam beraktivitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak

disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, hak Allah dan Rasul-Nya berlaku sebagai stakeholder dari perilaku adil seseorang (Wati et al., 2021). Di dalam Q.S. Al-Mai'dah/5:8 Allah Swt. telah berfirman yang bunyinya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَىٰ آلَا
تَعْدِلُوا ۗ اعْدِلُوا ۗ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahan: Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu penegak keadilan karena Allah, (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adilah. Karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.

Pada prinsip ini, pelaku usaha kuliner di Kecamatan Sibulue sudah menerapkan prinsip keseimbangan karena dalam proses transaksi kepada pembeli pelaku usaha tidak pernah memberikan harga yang berbeda-beda kepada konsumen melainkan memberikan harga sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Selain itu dalam melayani konsumen pelaku usaha tidak pernah memandang dari status sosial karena dalam prinsip keadilan dituntut untuk memperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional, objektif dan dapat dipertanggung jawabkan. Beberapa pelaku usaha kuliner di Kecamatan Sibulue juga biasanya menyeimbangkan antara ibadah dengan pekerjaan yang dilakukan.

3. Penerapan prinsip kehendak bebas

Etika bisnis dalam Islam mempunyai kehendak bebas dalam menjalani bisnis baik dari perjanjian yang dibuatnya, apakah akan ditepati atau mengingkarinya. Seorang muslim yang percaya terhadap tuhanNya maka ia akan menepati janji atau sumpah dalam menjalankan bisnisnya (Syafiq, 2019). Pada prinsip kehendak bebas, para pelaku usaha memberikan kebebasan bagi pelaku usaha lain untuk berjualan di dekatnya dan memberikan kebebasan bagi pelaku usaha untuk menetapkan harga barang jualannya. Sama halnya dalam menarik pelanggan terdapat kebebasan namun tidak harus dengan bebas memaksa kehendak pelanggan dengan menjelek-jelekkan usaha lainnya dan melarang para pembeli untuk membeli produk makanan/minuman di tempat lain (Haryanti & Wijaya, 2019). Seperti firman Allah dalam Q.S An-Nisa'/4:29 dijelaskan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahan: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah maha penyayang kepadamu.

Pada prinsip ini, pelaku usaha kuliner di Kecamatan Sibulue telah menerapkan prinsip kehendak bebas dengan tetap memberikan kebebasan pada konsumen untuk memilih sesuai keinginan yang dikehendaki dan tidak melarang konsumen tetap untuk berbelanja di tempat lain, melainkan tetap memberikan kebebasan kepada setiap konsumennya untuk memilih berbelanja di tempat mana pun. Selain itu, pelaku usaha kuliner di Kecamatan Sibulue sering kali mempergunakan kehendak bebas yang dimiliki untuk memberi kemaslahatan bagi orang lain dengan cara menyisihkan rezeki yang dimiliki untuk bersedekah.

4. Penerapan prinsip tanggung jawab

Dalam dunia bisnis tanggung jawab sangat berlaku. Setelah melakukan semua kegiatan bisnis dengan beragam bentuk kebebasan, namun bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendakinya berhasil, atau ketika sudah memperoleh laba. Semuanya perlu pertanggung jawaban terhadap apa yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut, baik pertanggung jawaban ketika memproduksi barang, melakukan transaksi jual beli dan melakukan perjanjian (Wati et al., 2021). Bisa saja, karena kelihaiannya, manusia mampu melepaskan tanggung jawab perbuatannya yang merugikan manusia, namun kelak ia tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab di hadapan Allah Yang Maha Mengetahui (Azizah, 2020). Di dalam Q.S. Al-Muddassir/74:38 Allah berfirman:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Terjemahan: Setiap orang bertanggungjawab atas apa yang telah dilakukannya. Pada prinsip ini, pelaku usaha kuliner di Kecamatan Sibulue menerapkan prinsip tanggung jawab karena pelaku usaha bisa menjamin sebagai penjual yang bertanggung jawab jika terjadi komplain dari konsumen penjual akan menerima dan menyikapinya dengan baik kemudian menjadikannya sebagai bahan evaluasi kedepannya. Selain itu, yang tak kalah penting pelaku usaha kuliner di Kecamatan Sibulue selalu bertanggung jawab menjaga kebersihan produk dan lingkungan di sekitarnya untuk membuat pelanggannya merasa nyaman saat berbelanja.

5. Penerapan prinsip kebenaran (*ihsan*)

Prinsip Ihsan atau kebaikan yang berhubungan dengan sikap pelaku usaha dalam melayani dan memperlakukan konsumen. Sikap sopan, ramah, murah hati dan sabar yang dimiliki pedagang terhadap konsumennya akan menjadikan daya tarik yang terkesan akan memberikan hal positif, tetapi jika sebaliknya sikap yang tidak sopan, tidak ramah, tidak sabar dan membedakan perlakuannya terhadap konsumen maka akan terlihat dan terkesan negatif bagi pedagang tersebut. Ihsan artinya melakukan

perbuatan terpuji dengan kata lain beribadah dan berbuat kebaikan seakan-akan melihat Allah, jika tidak sanggup, maka yakin bahwa Allah melihat (Wati et al., 2021). Sebagaimana yang disebutkan dalam Q.S Al-Qasas/28:77 Allah SWT berfirman:

وَأَبْغِ فِي مَا عَمِلْتَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ
وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ (٧٧)

Terjemahan: Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan.

Pada prinsip ini, pelaku usaha kuliner di Kecamatan Sibulue sudah menerapkan prinsip ihsan karena selalu menjamin kehalalan dari produk makanan/minuman yang ditawarkan untuk dapat lebih meyakinkan konsumen dengan cara lebih terbuka atau transparan dalam proses produksi. Kemudian, pelaku usaha kuliner sering kali membantu sesama pelaku usaha lainnya untuk menjual produk makanan/ minuman yang dimiliki. Selain itu, pelaku usaha kuliner di Kecamatan Sibulue selalu menjalin komunikasi yang baik kepada para pelanggan dan tidak lupa memberikan minuman/makanan gratis di waktu-waktu tertentu misalnya pada hari Jumat atau di bulan suci Ramadhan.

Pola Bisnis Pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Sibulue

Model atau pola bisnis adalah suatu metode dalam melakukan bisnis yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk dapat mempertahankan bisnisnya dan dapat menghasilkan pendapatan. Model bisnis menggambarkan bagaimana suatu perusahaan menghasilkan uang dengan menentukan di mana posisinya dalam rantai nilai begitu pun dalam pola bisnis usaha kuliner.

Pola bisnis mengacu pada strategi atau kerangka kerja yang digunakan oleh sebuah usaha untuk menghasilkan pendapatan, menciptakan nilai, dan mencapai tujuan bisnisnya. Ini melibatkan cara pelaku usaha dalam mengatur sumber daya, proses operasional, dan interaksi dengan pelanggan, mitra, dan sebagainya.

Adapun pola bisnis yang diterapkan oleh pelaku UMKM di Kecamatan Sibulue yaitu:

1. Berdasarkan proses produksinya
 - a) Distributor

Distributor produk makanan/minuman adalah pihak yang berperan menghubungkan produsen makanan atau bahan baku dengan para pengecer atau konsumen akhir. Dan Kebanyakan usaha yang berorientasi pada konsumen adalah *distributor* atautkah pengecer (Anggiani, 2018). *Distributor* kuliner memperoleh produk dari berbagai produsen makanan, baik itu bahan mentah

maupun makanan siap saji. Mereka bisa mendapatkan produk langsung dari produsen atau melalui rantai pasokan yang kompleks.

b) Retailer

Bisnis *retail* adalah salah satu bidang usaha yang membantu masyarakat. usaha retail menghadirkan produk yang siap untuk dikonsumsi. Penjualan di bisnis *retail* bisa dalam berbagai cara, mulai dari toko fisik, online, penjualan langsung, atau melalui layanan pos dan telepon. Banyak sekali bentuk toko retail yang bisa kita temukan, mulai dari toko kelontong di dekat perumahan penduduk hingga kafe atau warung makan (Bhinneka, 2024).

c) Franchise

Franchise adalah sistem pemasaran atau distribusi produk, di mana sebuah perusahaan induk (*franchisor*) memberikan kepada individu atau lain (*franchisee*) yang berskala kecil dan menengah, hak istimewa untuk melakukan suatu sistem usaha tertentu dengan cara tertentu, waktu tertentu, dan di suatu tempat tertentu yang memiliki jaminan dengan membayar sejumlah uang, memperoleh hak terhadap akses pasar yang dijalankan dengan standar operasi yang mapan di dalam pengawasan asistensi *franchisor*. Bisnis *franchise* atau *waralaba* merupakan salah satu usaha yang cukup digandrungi. Sebab, bisnis dengan skema kemitraan tersebut tergolong cukup mudah untuk dicoba. Apalagi, segala prosedurnya, mulai dari izin buka usaha, hingga penjualan sudah tersusun secara detail dan sistematis (Puspitasari, 2022).

Pada pola bisnis berdasarkan proses produksinya, pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Sibulue kebanyakan menerapkan sistem pola bisnis *retailer*, di mana para pelaku usaha bertemu atau melayani konsumen akhir dalam pembelian untuk dikonsumsi dan dijual ke konsumen dalam bentuk satuan, tidak harus dijual dalam jumlah banyak untuk dijadikan stok seperti halnya *distributor*. Itulah yang membedakan antara pola bisnis *retailer* dan distributor walaupun sama-sama perantara dari produsen ke konsumen akhir namun *retailer* target utamanya lebih kepada pelanggan yang langsung ingin mengonsumsi sedangkan *distributor* lebih menargetkan *retailer* sebagai konsumen akhir sebagai perantara kepada pelanggan.

Di kecamatan Sibulue rata-rata pelaku usahanya lebih tertarik sebagai *retailer*, akan tetapi terdapat salah satu usaha kuliner minuman yang termasuk dalam usaha *franchise* yang mana sudah terkenal dan digandrungi oleh banyak orang terutama anak muda, kita sebut saja UTTON. Bisnis tersebut disebut sebagai bisnis *franchise* karena usaha yang dijalankan menggunakan merek perusahaan atau usaha induk yang disebut *franchisor*.

2. Berdasarkan jenis fisik

a) *E-Commerce*

E-commerce memiliki pengertian berupa pada proses jual beli produk dan layanan yang dilakukan menggunakan internet atau platform digital lainnya. Transaksi dalam *e-commerce* dilakukan secara elektronik, termasuk kegiatan seperti pembelian, penjualan, pembayaran, pengiriman, dan pelayanan pelanggan. Perkembangan *e-commerce* mengubah cara berbelanja dan berbisnis dengan memberikan kemudahan akses, penghematan waktu, dan fleksibilitas yang lebih besar dalam melakukan transaksi. *E-commerce* memudahkan seseorang dalam membeli atau menjual sebuah produk atau layanan hanya dengan perangkat yang terhubung dengan Internet (Budianto, 2023).

b) Dropship

Dropshipping merupakan penjualan produk yang memungkinkan *Dropshipper* menjual barang ke pelanggan dengan bermodalkan foto dari *supplier* (tanpa harus menyetok barang) dan menjual dengan harga yang ditentukan oleh *Dropshipper* atau kesepakatan harga bersama antara *supplier* dengan *Dropshipper* (Hadi, 2019). Dalam Bisnis *dropship* kuliner Penjual memilih produk kuliner yang ingin mereka jual. Ini bisa berupa makanan siap saji seperti kue, camilan, atau makanan ringan lainnya, atau bahkan produk makanan kering atau bahan makanan tertentu.

Jika ditinjau lebih jauh menurut fikih muamalah, jual beli *Dropship* ini tidak sesuai dalam hukum Islam yakni produk yang diperjual belikan adalah “barang tersebut harus milik pribadi”. Sedangkan dalam jual beli sistem *Dropship* barang yang dijual oleh penjual bukanlah barang milik pribadinya melainkan hanya memasarkan produk milik *supplier*. Selain itu jual beli ini dinilai berisiko karena hanya memperlihatkan produk dari gambar saja tanpa melihat langsung (Hadi, 2019).

c) *Direct Selling* (Penjualan langsung)

Penjualan secara langsung berarti suatu kegiatan interaksi secara langsung atau tatap muka antara penjual dengan pembeli. Penjualan secara langsung biasanya dilakukan dengan metode demonstrasi kepada pembeli untuk menggambarkan barang atau jasa yang dimiliki sebuah pelaku usaha. Demonstrasi ini dilakukan sebagai media promosi untuk menarik minat pembeli dan meyakinkan pembeli tentang kualitas produk yang ditawarkan (Kustiyahningsih, 2023). Produk yang dijual melalui *direct selling* dalam bisnis kuliner dapat beragam, mulai dari makanan siap saji, camilan, kue, makanan organik, hingga bahan makanan kering atau produk-produk spesifik seperti saus atau bumbu. Penjualan secara langsung dapat memberikan kesempatan bisnis bagi individu untuk memulai usaha sendiri dengan modal yang relatif kecil.

Pada pola bisnis berdasarkan jenis fisiknya, pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Sibulue rata-rata lebih menerapkan sistem pola bisnis dengan penjualan secara langsung (*direct Selling*). Para pelaku UMKM kuliner di Sibulue lebih memilih bertemu atau menawarkan makanan/minuman kepada pelanggan atau konsumen secara tatap muka, dengan begitu pelaku usaha kuliner dapat membangun hubungan langsung dengan pelanggan dan lebih mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan. Dalam penjualan langsung pelaku usaha kuliner di Sibulue terkadang menggunakan *E-commerce* (aplikasi media sosial). Selain digunakan sebagai media promosi, media sosial juga sering dipakai untuk menerima pesanan *online* dari pelanggan.

SIMPULAN

Beberapa pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Sibulue telah menerapkan prinsip etika bisnis menurut syariat Islam. Dapat dilihat dalam penerapan lima prinsip etika bisnis Islam diantaranya yaitu prinsip kesatuan, keseimbangan/keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Pelaku usaha kuliner di Kecamatan Sibulue telah menerapkan kelima prinsip etika bisnis tersebut dengan menganggap aktivitas bisnis yang dikerjakan termasuk bagian dari ibadah, dengan selalu bersikap adil dalam memberi upah kepada karyawan dan melayani konsumen, memberikan kebebasan pada konsumen untuk memilih sesuai keinginan yang dikehendaki, serta selalu menjamin kehalalan dari produk makanan/minuman yang ditawarkan.

Sedangkan pola Bisnis yang biasanya banyak diterapkan para pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Sibulue berdasarkan proses produksinya yaitu sistem pola bisnis *retailer*. akan tetapi terdapat salah satu usaha kuliner minuman yang termasuk dalam usaha *franchise* yang mana sudah terkenal dan digandrungi oleh banyak orang terutama anak muda. Adapun pola bisnis berdasarkan jenis fisiknya, pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Sibulue rata-rata lebih menerapkan sistem pola bisnis dengan penjualan secara langsung (*direct Selling*) dan terkadang menggunakan *E-commerce* sebagai media promosi.

REFERENSI

- Abdurrahman, N. H. (2013). *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*. CV Pustaka Setia.
- Agustin, H. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. RajaGrafindo Persada.
- Anggiani, S. (2018). *Kewirausahaan Pola Pikir Pengetahuan Keterampilan*. Prenamedia Group.
- Aprianto, I. dkk. (2020). *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Deepublish.
- Azizah, M. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 10(1), 89–90. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.344>
- Bhinneka. (2024). *Peran Bisnis Retail untuk Perekonomian*.

<https://www.bhinneka.com/blog/bisnis-retail-adalah/>

- Budianto, A. (2023). *E-Bisnis Konsep dan Implementasi Praktis*. Deepublish.
- Hadi, R. (2019). Analisis Praktik Jual Beli Dropshipping dalam Perspektif Ekonomi Islam. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2), 235.
- Haryanti, N., & Wijaya, T. (2019). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 122–129. <https://doi.org/10.37058/jes.v4i2.1156>
- Haryoko, S. B. dan F. A. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. UNM.
- Kustiyahningsih, Y. D. (2023). *Peningkatan Penjualan Melalui Aplikasi Penjualan*. Media Nusa Creative.
- Maro'ah, S. (2019). *Etika dalam Berbisnis Berbasis Syariah*.
- Nafis, D. (2019). *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Rumah Makan*". *Makan (Studi Kasus Usaha Rumah Makan Wong Solo Batoh, Kec. Lueng Bata Kota Banda Aceh)*.
- Puspitasari, A. D. & A. S. M. (2022). Perkembangan Bisnis Franchise. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(10), 986.
- Sari, D. H. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Makanan dan Minuman di Kabupaten Tuban. *Jurnal Ilmiah*.
- Silviyah, N. M. dan N. D. L. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM. *AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 96.
- Sudarsono. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kudus. *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, 5(2).
- Syafiq, A. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam. *El-Faqih: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1), 104. <https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54>
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2021). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141–154. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>