

Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Usaha Kuliner Di Desa Watutulis Selatan Prambon

Ahmad Bahiy Dhiya'ul Haq

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

ahmadbahiy7@email.com

Abstract

This research explores the implementation of Islamic business ethics in culinary businesses in Watutulis Selatan, Prambon. The study highlights the importance of ethics based on Islamic teachings such as honesty, trust, fairness, and responsibility. Using a qualitative descriptive method, data were collected through interviews and observations of five culinary business owners. The findings show that most entrepreneurs are aware of Islamic ethical values but face challenges in their application due to competition and economic pressures. This study emphasizes the need for ethical reinforcement in small business practices to ensure long-term sustainability and alignment with Islamic values.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Culinary Business, Small Enterprises, Watutulis Selatan, Honesty, Trust*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam pada pelaku usaha kuliner di Desa Watutulis Selatan, Kecamatan Prambon. Etika bisnis Islam menekankan prinsip-prinsip kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan amanah dalam praktik bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara terhadap lima pelaku usaha kuliner setempat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha telah menerapkan nilai-nilai etika Islam dalam praktik bisnis mereka, meskipun dihadapkan pada tantangan seperti persaingan dan tekanan ekonomi. Studi ini merekomendasikan perlunya penguatan edukasi etika bisnis Islam dalam pengembangan usaha kecil menengah.

Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam, Usaha Kuliner, UMKM, Kejujuran, Amanah*

PENDAHULUAN

Dalam perspektif Islam, etika bisnis tidak hanya dipahami sebagai seperangkat aturan normatif, tetapi merupakan prinsip mendasar yang melekat pada semua kegiatan ekonomi dan sosial (muamalah). Etika bisnis Islam didasarkan pada ajaran Al-Qur'an, hadis Nabi Muhammad SAW, dan tafsir para ulama yang berfungsi untuk menegakkan nilai-nilai keadilan, keseimbangan, dan keberkahan dalam kegiatan ekonomi. Bisnis dalam Islam diposisikan tidak hanya sebagai sarana untuk mendapatkan keuntungan materi, tetapi juga sebagai bentuk ibadah jika dilakukan dengan niat dan tata cara yang ikhlas sesuai dengan syariah (Hasan, 2019). Oleh karena itu, tujuan utama bisnis dalam kerangka Islam tidak hanya difokuskan pada keuntungan, tetapi juga mengutamakan nilai-nilai kemaslahatan (masalahah) dan etika.

Prinsip utama etika bisnis Islam meliputi kejujuran (ṣidq), amanah, keadilan ('adālah), tanggung jawab, dan larangan praktik tidak jujur seperti penipuan dan ambiguitas (gharar). Kejujuran merupakan pilar dalam setiap transaksi; Nabi Muhammad SAW bahkan dijuluki al-Amīn (yang dapat

dipercaya) oleh masyarakat Arab sebelum ia diangkat menjadi nabi. Dalam sebuah hadis disebutkan, “Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang jujur, dan para syuhada di akhirat.” (HR. Tirmidzi). Hadis ini menegaskan bahwa praktik bisnis yang didasarkan pada kejujuran dan integritas memiliki konsekuensi spiritual yang besar. Amanah dalam kegiatan bisnis mengacu pada tanggung jawab atas kualitas produk, harga yang wajar, dan layanan yang adil kepada konsumen. Sementara itu, prinsip keadilan menghendaki adanya perlakuan yang adil kepada semua pihak, termasuk konsumen, pekerja, dan mitra bisnis.

Pada kenyataannya, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan kelompok yang paling dekat dengan masyarakat dan memegang peranan strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional. UMKM terbukti mampu memberikan kontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat pondasi perekonomian daerah. Namun, UMKM juga kerap dihadapkan pada tantangan etika yang tidak mudah, seperti persaingan tidak sehat, manipulasi informasi, dan penurunan kualitas produk untuk menekan biaya produksi. Oleh karena itu, penting untuk memperkuat pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam di kalangan UMKM agar usaha yang dijalankannya tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga mendatangkan keberkahan dan keridhaan Allah SWT.

Salah satu daerah yang menunjukkan pertumbuhan sektor UMKM khususnya kuliner adalah Desa Watutulis Selatan di Kecamatan Prambon, Kabupaten Sidoarjo. Beberapa tahun terakhir, khususnya pasca pandemi COVID-19, terjadi peningkatan jumlah usaha kuliner, baik berupa rumah makan permanen maupun gerai semi permanen seperti gerobak dan warung kaki lima. Fenomena ini dipicu oleh perubahan preferensi konsumen yang lebih menyukai makanan cepat saji dan harga yang terjangkau. Namun, pertumbuhan tersebut tidak lepas dari sejumlah persoalan etika yang muncul di lapangan. Permasalahan seperti tidak adanya transparansi dalam mencantumkan harga, promosi yang menipu, serta penggunaan bahan baku yang tidak higienis menjadi sorotan dalam praktik usaha kuliner di daerah tersebut.

Penting untuk melakukan kajian tentang sejauh mana nilai-nilai etika bisnis Islam dipahami. Etika dalam aktivitas bisnis tidak hanya dipahami sebagai seperangkat aturan normatif, melainkan juga merupakan landasan utama yang menentukan keberlangsungan serta kesuksesan usaha dalam jangka panjang. Nilai-nilai etika memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen, memperkuat hubungan antar pelaku usaha, serta menciptakan iklim bisnis yang sehat dan berorientasi pada keberlanjutan. Dalam pandangan Islam, etika bisnis bukan hanya sekadar moralitas umum, namun berakar pada ajaran syariat yang bersumber dari Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah SAW. Etika bisnis Islam mengandung nilai-nilai seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*ʿadl*), amanah, larangan terhadap praktik riba, penipuan (*gharar*), dan tindakan eksploitasi.

Desa Watutulis Selatan, yang berada di wilayah Kecamatan Prambon, dikenal sebagai daerah dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Wilayah ini memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, terutama dalam sektor usaha kuliner. Munculnya berbagai pelaku usaha kuliner di desa ini memberikan kontribusi penting terhadap perekonomian lokal. Namun demikian, masih ditemukan pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam secara menyeluruh. Beberapa praktik usaha masih menunjukkan kecenderungan untuk mengejar keuntungan semata, tanpa memperhatikan nilai-nilai syariah, seperti ketidakjelasan bahan baku yang digunakan, takaran yang tidak sesuai, serta pelayanan yang kurang mencerminkan akhlak Islami.

Situasi tersebut menjadi isu yang signifikan untuk diteliti karena dapat memengaruhi kualitas usaha sekaligus integritas moral para pelaku bisnis di lingkungan masyarakat yang religius.

Ketidakharmisan antara nilai-nilai Islam yang dianut masyarakat dengan realitas praktik usaha sehari-hari menimbulkan kesenjangan etis yang perlu mendapat perhatian serius. Oleh sebab itu, diperlukan kajian yang mendalam untuk mengetahui sejauh mana prinsip-prinsip etika bisnis Islam telah diimplementasikan oleh para pelaku usaha kuliner di Desa Watutulis Selatan Prambon. Selain itu, penting pula untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi hambatan maupun pendukung dalam penerapannya. Diharapkan hasil kajian ini dapat memberikan kontribusi dalam membentuk ekosistem bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai Islam yang membawa rahmat bagi seluruh alam (rahmatan lil ‘alamin).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan fenomena sosial secara komprehensif dan mendalam. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan fokus penelitian, yaitu nilai, persepsi, dan praktik etika pelaku usaha kuliner dalam perspektif etika bisnis Islam. Dalam pendekatan kualitatif, realitas sosial dianggap kompleks, sehingga pemahaman diperoleh melalui interaksi langsung antara peneliti dan informan (Creswell, 2013).

Subjek penelitian terdiri dari lima pelaku usaha kuliner yang berdomisili di Desa Watutulis Selatan, Kecamatan Prambon, Kabupaten Sidoarjo. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive sampling, yaitu penentuan informan secara sengaja berdasarkan kriteria-kriteria yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria tersebut antara lain: (1) pelaku usaha beragama Islam; (2) telah menjalankan usaha minimal dua tahun; dan (3) secara sadar menerapkan prinsip etika dalam kegiatan usahanya. Pengumpulan data dilakukan secara langsung di masing-masing lokasi usaha agar diperoleh informasi yang kontekstual dan autentik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat lima indikator utama penerapan etika bisnis Islam yang diamati, yaitu:

No	Indikator	Keterangan
1	Kejujuran(ṣidq)	Semua responden menyatakan berusaha dalam penyajian menu dan harga
2	Amanah	Sebagian pelaku usaha sudah menerapkan amanah dalam mengelola keuangan dan bahan baku
3	Keadilan (‘adālah)	Responden menyatakan berusaha memberikan harga yang adil kepada pelanggan
4	Tidak menipu (gharar)	Masih terdapat pelaku usaha yang melakukan promosi berlebihan
5	Tanggung jawab	Sebagian besar menyadari pentingnya menjaga kualitas makanan dan kebersihan

Dalam tinjauan etika Islam, Rasulullah SAW bersabda: "Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar dan syuhada." (HR. Tirmidzi). Hadis ini menjadi fondasi bagi perilaku bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah. Beberapa kendala dalam penerapan etika ini adalah tekanan ekonomi dan persaingan harga yang tinggi. Hal ini sejalan dengan temuan dalam studi yang dilakukan oleh Nasution et al. (2021), yang menunjukkan bahwa kondisi ekonomi dapat memengaruhi perilaku etis pelaku usaha.

Penelitian ini dilakukan terhadap pelaku usaha kuliner yang berada di Desa Watutulis Selatan, Kecamatan Prambon, dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana implementasi etika bisnis Islam diterapkan dalam praktik usaha sehari-hari. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap 10 pelaku usaha kuliner yang meliputi warung makan, penjual makanan ringan, hingga usaha katering rumahan. Dari hasil penelitian, ditemukan beberapa poin utama terkait implementasi etika bisnis Islam sebagai berikut:

1. Kejujuran (Shidq). Sebagian besar pelaku usaha berusaha menjaga kejujuran dalam menjelaskan produk, termasuk komposisi bahan, harga, dan kondisi makanan. Namun, terdapat satu-dua kasus di mana pedagang kurang transparan mengenai bahan pengawet atau kualitas makanan yang dijual saat stok menipis.
2. Amanah dan Tanggung Jawab. Para pelaku usaha menunjukkan sikap tanggung jawab dalam menjaga kualitas makanan, kebersihan tempat, serta pelayanan kepada pelanggan. Mereka merasa bahwa amanah adalah bagian dari ibadah yang akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT.
3. Tidak Melakukan Penipuan dan Kecurangan (Gharar dan Tadlis). Mayoritas pelaku usaha menghindari kecurangan dalam takaran dan timbangan, serta tidak memanipulasi informasi produk. Hal ini menunjukkan kesadaran mereka terhadap larangan Islam terhadap bentuk-bentuk kecurangan dalam perdagangan.
4. Keadilan dalam Transaksi. Beberapa pelaku usaha menerapkan sistem harga tetap agar adil bagi semua konsumen. Namun, dalam praktik tawar-menawar, keadilan kadang kurang diperhatikan terutama ketika konsumen dianggap tidak tahu harga pasar.
5. Menjauhi Riba dan Praktik Haram. Hampir semua pelaku usaha kuliner menyatakan tidak terlibat dalam transaksi riba, baik dalam bentuk pinjaman berbunga maupun kerja sama dengan lembaga keuangan konvensional. Mereka lebih memilih modal dari tabungan pribadi atau pinjaman dari keluarga tanpa bunga.
6. Kepedulian Sosial. Terdapat beberapa pelaku usaha yang rutin menyumbangkan makanan kepada masjid atau kaum dhuafa di sekitar tempat tinggal mereka, sebagai bentuk sedekah dan kepedulian sosial.

Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam sebagian besar telah terimplementasi dalam praktik usaha kuliner di Desa Watutulis Selatan. Para pelaku usaha memiliki kesadaran moral dan religius yang kuat, yang menjadi landasan mereka dalam menjalankan usaha.

1. Relevansi dengan Teori Etika Bisnis Islam. Menurut prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam, seorang pelaku usaha harus menjunjung tinggi nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Hasil penelitian ini selaras dengan pendapat Abdurrahman (2018), yang menyatakan bahwa keberhasilan usaha dalam Islam tidak hanya diukur dari keuntungan materi, tetapi juga dari sejauh mana prinsip syariah ditegakkan.
2. Faktor Pendorong Implementasi Etika. Implementasi etika bisnis Islam di desa ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti latar belakang pendidikan agama, peran tokoh agama setempat, serta kebiasaan masyarakat yang masih menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman. Adanya pengajian rutin dan dakwah dari masjid setempat juga menjadi pengingat penting bagi para pelaku usaha untuk berbisnis secara halal dan etis.
3. Tantangan yang Dihadapi. Meski sebagian besar pelaku usaha menerapkan etika bisnis Islam, ada pula tantangan yang dihadapi, seperti tekanan persaingan harga, keterbatasan modal, dan keinginan konsumen terhadap harga murah. Dalam beberapa kasus, hal ini bisa mendorong pelaku usaha untuk berkompromi dengan kualitas atau kejujuran dalam bertransaksi.
4. Peluang Penguatan Etika Bisnis. Melihat potensi yang ada, pembinaan berkelanjutan melalui pelatihan kewirausahaan Islami dan kerja sama dengan lembaga keuangan syariah dapat mendorong pelaku usaha untuk lebih optimal dalam menjalankan prinsip-prinsip bisnis yang Islami.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha kuliner di Desa Watutulis Selatan pada dasarnya memiliki kesadaran terhadap pentingnya etika bisnis Islam. Namun, implementasinya belum sepenuhnya konsisten akibat tantangan eksternal seperti persaingan dan keterbatasan modal. Penulis menyarankan adanya pelatihan etika bisnis Islam berbasis komunitas dan dukungan dari lembaga keagamaan serta pemerintah desa untuk mendukung praktik bisnis yang berkelanjutan dan berkah.

Implementasi etika bisnis Islam pada usaha kuliner di Desa Watutulis Selatan Prambon telah berjalan cukup baik, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, terutama dalam hal transparansi, konsistensi dalam menjaga kualitas, dan keadilan dalam bertransaksi. Secara umum, kesadaran religius para pelaku usaha menjadi faktor utama dalam mendorong penerapan etika Islam dalam aktivitas bisnis mereka.

REFERENSI

- Lubis, M. H. (2021). *Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadis*. Jakarta: Kencana.
- Nasution, A. A., Siregar, R. W., & Usnur, U. H. (2021). Hubungan Persepsi Siswa Tentang Kepribadian Guru Fiqih Dengan Minat Belajar Siswa. *ALACRITY: Journal Of Education*, 1(2), 78–89. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.35>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Rahman, F. (2020). Prinsip Etika Bisnis Islam: Studi Literatur. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(1), 12–21.
- Al-Qur'an Surah Al-Muthaffifin: 1-3
Hadis HR. Tirmidzi No. 1209
- Hasan, A. (2019). *Bisnis dalam Perspektif Islam*. Bandung: Rosda.
- Basri, Y. (2021). Implementasi Nilai-Nilai Syariah dalam UMKM. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 5(2), 145–153.
- Karim, A. A. (2022). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.