

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam sebagai agama Allah (*Dien Allah*) yang mengatur seluruh kehidupan manusia baik di dunia maupun akhirat kelak. Perekonomian adalah salah satu bagian dari kehidupan manusia, maka tentulah hal ini ada didalam sumber yang mutlak yaitu Alquran, yang menjadi panduan dalam menjalani kehidupan.¹

Kewajiban umat Islam untuk bekerja dan mencari nafkah menegaskan bahwa aktivitas perekonomian yang dilakukan dengan baik merupakan perbuatan mulia dan menjadi bagian dari kesalehan. Islam juga tidak menghendaki setiap umatnya menganggur, melainkan memerintahkan mereka untuk membiasakan diri bekerja keras agar bisa mendapatkan harta kekayaan dengan cara-cara yang baik demi kebaikan diri, keluarga dan masyarakat, banyak ayat Alqu'ran yang menegaskan pesan untuk bekerja mencari rizki disandingkan dengan perintah untuk menunaikan ibadah lainnya.

¹Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoretis* (Jakarta, Kencana, 2009), hlm.3

Allah berfirman didalam Q.S. Aljumu‘ah/62:10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Jika Shalat Jumat sudah selesai ditunaikan maka segera bertebaranlah kalian di muka bumi dan carilah karunia (rizki) Allah dan perbanyaklah kalian mengingat Allah agar kalian mendapatkan keberhasilan.”²

Tuntutan untuk bekerja merupakan sebuah keniscayaan bagi setiap muslim agar kebutuhan hidupnya sehari-hari bisa terpenuhi. Salah satu jalan untuk memenuhi kebutuhan itu antara lain melalui aktivitas bisnis sebagaimana telah dicontohkan oleh baginda Rasulullah Saw sejak beliau masih usia muda. Hanya saja beliau dalam berbisnis benar-benar menerapkan standar moral yang digariskan dalam Alqur‘an.³

Oleh karena itu sebagai pelaku bisnis, terutama sebagai muslim, ia harus menyibukkan diri dengan masalah-masalah etis. Dengan kata lain, profesionalitas dalam bisnis dituntut juga adanya kompetensi yang memadai dalam memecahkan tantangan etika bisnis yang sekarang ditenggarai mulai longgar (*permissive*). Kemampuan untuk menentukan sikap etis yang tepat, termasuk kompetensi sebagai usahawan atau manager. Begitu pula sebuah perusahaan hanya akan berhasil dalam waktu panjang apabila berpegang pada standar-standar etis yang

²Departemen Agama RI, *op.cit.* hlm. 554

³Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam*, (Malang, UIN-Malang Press, 2007), hlm. 22

berlaku. Inilah profil perusahaan yang disebut *good business* yang berpijak pada *reliable ethic*.⁴

Islam sebagai agama *rahmatat lil 'alamin* yang bersumber pokok dari ajaran wahyu, sudah barang tentu menjadikan etika (akhlak) sebagai urat nadi dalam segala aspek kehidupan seorang muslim. Terlebih lagi Islam mengajarkan ketinggian nilai etika tidak saja secara teoritis yang bersifat abstrak, namun juga bersifat aplikatif.⁵ Secara sederhana mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah, terpuji/tercela, pantas/tidak pantas dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. Kemudian dalam kajian etika bisnis dalam Islam susunan *adjective* diatas ditambah dengan halal-haram (*degrees of lawful and lawful*), sebagaimana oleh Husein Sahatah, dimana beliau memaparkan sejumlah perilaku etis bisnis (*Akhlaq al Islamiyah*) yang dibungkus dengan *dhawabith syariah* (Batasan Syariah) atau *General Guideline*.⁶

Dewasa ini pemahaman, penghayatan, dan pengamalan atas pesan-pesan syariat mengenai pentingnya memajukan perekonomian umat perlu dikembangkan dengan sungguh-sungguh agar bisa membawa dampak perubahan pemikiran dikalangan masyarakat serta mendorong tumbuhnya kultur dan karakter kewirausahaan (*Entrepreneurship*).⁷ Kata “wirausaha” berkaitan dengan kegiatan

⁴*Ibid*

⁵*Ibid*

⁶Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta, Kencana, 2006) hlm 71

⁷Miftahul Huda, *op.cit.* hlm.18

“usaha” atau kegiatan “bisnis” pada umumnya. Wirausahawan adalah seseorang yang memiliki kemampuan dalam menilai peluang-peluang usaha (bisnis) dan mengombinasikan dengan berbagai macam sumber daya (*resources*) yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat untuk meraih keuntungan dimasa depan.⁸ Rasulullah Saw bersabda :

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ
وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ ۝

“Dari rida’ah bin Rafi’ RA: Bahwa nabi Saw pernah ditanya, ‘pekerjaan apa yang paling baik?’ Rasulullah Saw menjawab, ‘Pekerjaan seseorang yang dilakukan dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang baik’ (HR. Al-Bazzar)⁹

Menurut Suryana, yang dikutip oleh Muh. Yunus didalam bukunya, kewirausahaan (*Enterpreneurship*) muncul apabila seseorang individu berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Proses kewirausahaan meliputi semua fungsi aktivitas dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi usaha.¹⁰

Seorang wirausaha juga harus kreatif dalam menjalankan usahanya. Sehubungan dengan ciri wirausaha yang selalu merespon lingkungan eksternal (*external focus*), maka penerapan *creative thinking* merupakan *necessary condition*; dan penerapan inovasi pemasaran merupakan *sufficient condition*

⁸Muh. Yunus, *Islam dan Kewirausahaan Inovatif*, (Malang, UIN-Malang Press, 2008), hlm 29

⁹Abdullah bin Abdurrahman Al Bassam, *Syarah Bulughul Maram*, terj. Thahirin Suparta, M. Faisal, Adis Aldizar (Jakarta: Pustaka Azzam, 2009), Jilid 4, hlm. 223.

¹⁰*Ibid*, hlm30

baginya. Tanpa inovasi perusahaan sulit untuk dapat berhasil ditengah persaingan pasar. Untuk itu, kebutuhan akan inovasi pemasaran merupakan suatu kebutuhan yang tak terelakan.¹¹

Kemajuan dibidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi *internet*. Dengan *internet* pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas bisnisnya.¹² Penggunaan internet dalam bisnis mengalami perkembangan, dari pertukaran informasi secara elektronik ke aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan.¹³ Keuntungan yang diperoleh dari berbisnis lewat internet antara lain dapat menghemat banyak biaya.¹⁴

Sebagaimana Kitchen Taiyaki yang merupakan suatu usaha yang terdapat di Kota Banjarmasin yang menjual dan memasarkan produknya hanya dengan internet atau sosial media (bisnis secara online) dan tanpa memiliki toko (bisnis secara *offline*), selain menghemat biaya karena tidak perlu menyewa tempat, juga penjualan di internet atau sosial media yang jauh lebih efektif dibandingkan dengan toko *offline*. Karenanya, mereka mengandalkan penjualan produknya secara online, yaitu melalui sosial media instagram, go food, line dan aplikasi perpesanan Whatsapp.

¹¹Muh. Yunus, *op.cit.* hlm234

¹² Oviliani Yenty Yuliana, *Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis*, Jurnal Akuntansi & Keuangan Vol. 2 No.1, Mei 2003, hal. 37

¹³ *Ibid*, hlm.40

¹⁴ *Ibid*, hlm. 42

Nama Kitchen Taiyaki diambil dari salah satu varian menu yang dijual yaitu Taiyaki yang kemudian dijadikan merk usaha Kitchen Taiyaki. Taiyaki sendiri merupakan kue khas Jepang yang berbentuk ikan, Taiyaki dibuat dari adonan tepung terigu yang diisi dengan *anko* (kacang azuki yang direbus, dihaluskan, dan dicampur gula) saat dipanggang. Oleh karena bentuknya yang menyerupai ikan kurisi (tai), maka disebut dengan "Taiyaki".¹⁵ Berdiri sejak kurang lebih 2 tahun lalu, yang beralamat di Jl. Sei Andai Komp Bumi Indah Lestari Perum Ervina Jalur 3 no 11. Deddy Setiadi (pemilik usaha Kitchen Taiyaki) bersama tantenya mengawali bisnis Kitchen Taiyaki secara online, mengandalkan penjualan melalui sosial media instagram, go food, line@, dan whatsapp.

Kitchen taiyaki juga pernah membuka kedai pada tahun lalu, namun setelah beberapa bulan kedai Kithen Taiyaki kembali ditutup mengingat dengan adanya kedai juga tidak menghasilkan peningkatan penjualan yang signifikan, penjualan secara online masih jauh lebih tinggi dibandingkan penjualan melalui kedai, keuntungan yang pemilik dapat dari berjualan online antara lain pemilik tidak perlu menyewa tempat dan menggaji pegawai untuk menjaga kedai sehingga dapat menghemat biaya operasional, secara otomatis juga dapat meningkatkan laba. Selain itu pemasaran yang dilakukan secara online juga dapat menjangkau pelanggan lebih luas jika dibandingkan dengan toko *offline*. Meski hanya mengandalkan penjualan secara online, berdasarkan data yang penulis dapat dari

¹⁵ Dila, "Mari Makan "Taiyaki"! Kue Khas Jepang yang Berbentuk Ikan!", <https://matcha-jp.com/id/870>, pada tanggal 11 April 2018

pemilik, omset yang didapatkan perharinya antara Rp.100.000,- sampai Rp.500.000;- di hari kerja, dan bisa sampai Rp. 800.000;- pada hari libur.

Sebagaimana telah dipaparkan diatas, berbisnis juga tidak bisa terlepas dari etika bisnis, karena etika bisnis merupakan salah satu hal yang penting dalam berusaha. Terlebih mengingat dalam jual beli online sangat rentan sekali terjadi penyelewengan etika seperti barang yang dikirim tidak sesuai yang dipesan, atau barang tidak dikirim padahal pembayaran sudah dilakukan dan sebagainya. Namun berdasarkan observasi awal yang penulis lakukan, bahwa menurut pemilik usaha Kitchen Taiyaki menerapkan etika sangatlah penting dalam menjalankan usaha, hal ini akan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan yang menjadi salah satu aspek penting agar usaha yang dijalankan mampu bertahan ditengah persaingan bisnis. Sebagai muslim kita juga wajib tunduk pada aturan-aturan yang telah Allah tetapkan didalam menjalankan usaha, untuk itu selain menerapkan etika, Kitchen Taiyaki selalu berupaya agar usaha yang dilakukan tidak bertentangan dengan aturan-aturan Islam.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis memandang penting untuk meneliti lebih dalam tentang upaya pengembangan produk online yang dilakukan oleh Kitchen Taiyaki, dan penerapan etika bisnis Islam dalam usahanya. Kemudian penulis tuangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul. **“Upaya Pengembangan Produk Online Kitchen Taiyaki di Kota Banjarmasin (Tinjauan Etika Bisnis Islam)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apa upaya pengembangan produk online yang dilakukan oleh Kitchen Taiyaki ?
2. Apakah usaha Kitchen Taiyaki dalam mengembangkan produknya menerapkan etika bisnis Islam ?

C. Tujuan Penulisan

1. Untuk mengetahui apa upaya yang dilakukan Kitchen Taiyaki untuk mengembangkan produk online.
2. Untuk mengetahui apakah dalam menjalankan usahanya, Kitchen Taiyaki menerapkan etika bisnis Islam.

D. Signifikansi Penelitian

1. Secara Teori

Sebagai kontribusi pengetahuan dalam memperkaya khazanah ilmu pengetahuan di perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin pada umumnya dan di Perpustakaan Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam khususnya.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Penulis

- 1) Sebagai sarana untuk menerapkan teori-teori yang didapatkan di bangku perkuliahan.

2) Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di UIN
Antasari Banjarmasin

b. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi kalangan sivitas akademik guna menambah wawasan keilmuan bagi peneliti selanjutnya, terhadap masalah-masalah yang terkait dengan penelitian ini atau meneliti dari aspek yang lain.

E. Definisi Operasional

Menghindari kesalah pahaman dan kekeliruan dalam menginterpestasikan judul serta permasalahan yang akan penulis teliti dan sebagai pegangan agar lebih terfokusnya kajian selanjutnya, maka penulis membuat defenisi Operasional sebagai berikut:

1. Upaya

Upaya menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah usaha (syarat) untuk menyampaikan suatu maksud.¹⁶ Yang dimaksud upaya disini adalah usaha (berupa strategi-strategi dalam mengembangkan produk dan bisnis) yang dilakukan Kitchen Taiyaki untuk mengembangkan produknya dengan cara online.

¹⁶ W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta, PN Balai Pustaka, 1982) hlm.1132

2. Pengembangan

Pengembangan menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan.¹⁷ Sedangkan maksud pengembangan dalam penelitian ini adalah cara mengembangkan usaha online yang dilakukan oleh Kitchen Taiyaki.

3. Usaha Online

Usaha dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah kegiatan dibidang perdagangan (dengan maksud mencari untung).¹⁸ Sedangkan *Online* merupakan istilah bahasa inggris yang terdiri dari dua kata, yaitu “*On*” dan “*Line*”. *Online* adalah istilah yang digunakan untuk memaknai sesuatu yang sedang berlangsung atau terjadi dalam satu jaringan/saluran yang dikenal sebagai *Internet*.¹⁹ Usaha Online yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Kitchen Taiyaki yang menjual produknya melalui internet.

4. Kitchen Taiyaki

Kitchen merupakan kata bahasa inggris yang berarti dapur.²⁰ Sedangkan Taiyaki yaitu kue khas Jepang yang berbentuk ikan.²¹ Kitchen Taiyaki

¹⁷ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta, Balai Pustaka., 1990) hlm. 414

¹⁸ *Ibid*, hlm. 997

¹⁹ Fitra Rahim, “*Pengertian dan Contohnya*”, www.homefage.ga, pada tanggal 5 April 2018, pukul 12:08.

²⁰ M. Echols john, Hassan shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta, PT Gramedia Jakarta, 1997), hlm. 343.

²¹ Dila, *op.cit.*

yang dimaksud dalam penelitian kali ini adalah sebuah usaha online yang menjual produk berbagai olahan makanan, salah satunya Taiyaki.

F. Kajian Pustaka

Untuk membantu menyelesaikan penelitian ini, penulis mengkaji beberapa skripsi terdahulu yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti, namun demikian ada beberapa substansi yang berbeda dengan persoalan yang penulis angkat, skripsi tersebut antara lain :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rahimah (NIM. 1001150155) dengan judul “Perilaku Pengusaha Jasa Penyeberangan Feri di Kecamatan Tamban Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Kesimpulan pada penelitian ini yaitu bahwa pemilik dan pengelola ferri memiliki perilaku yang baik, hal ini dilihat dari sifat mereka yang santun kepada para penumpang. Namun begitu, ada beberapa hal yang mereka lakukan dalam bisnis tidak sesuai dengan etika bisnis Islam, karena diantara mereka masih ada yang berlaku curang, tidak jujur, curiga dan lain sebagainya yang tidak sesuai dengan etika bisnis yang diatur dalam Islam. Hanya ada beberapa pengelola yang etika bisnisnya sesuai dengan etika bisnis Islam. Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Rahimah dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu dari segi subjek maupun objek yang diteliti, subjek penelitian Rahimah yaitu pemilik usaha jasa penyeberangan Feri di Kecamatan Tamban Kabupaten Barito Kuala, sedangkan subjek penulis

adalah pemilik usaha Kitchen Taiyaki di Kota Banjarmasin, sedangkan Objeknya, penelitian Rahimah yaitu “perilaku pengusaha jasa penyeberangan Feri di Kecamatan Tamban dalam perspektif Islam”, sedangkan yang menjadi objek pada penelitian penulis yaitu, “Upaya pengembangan produk online kitchen Taiyaki di Kota Banjarmasin”.

2. Penelitian dari Rofika Ulfah (NIM. 0701158014) dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Dagang Bakso Batuan Martapura”. Penelitian ini meneliti tentang bagaimana strategi yang dilakukan oleh pemilik usaha Bakso Batuah hingga penjualan bisa mencapai seribu porsi perhari, dengan karyawan sebanyak 95 orang, strategi yang dilakukan oleh pemilik usaha ini untuk memasarkan usahanya cukup sederhana, menurut H. Narto (pemilik usaha) tidak ada strategi khusus untuk mengembangkan usahanya sampai bisa besar seperti sekarang, yang terpenting konsumen dapat terlayani dengan baik dan merasa puas dengan produk yang dia dapatkan. Dari penelitian tersebut juga tidak ditemukan sesuatu yang bertentangan dengan aturan Islam. Perbedaan antara penelitian diatas dengan yang penulis teliti yaitu dari segi objek dan subjeknya, penelitian diatas meneliti tentang pengembangan usaha Bakso Batuah yang berlokasi di Martapura, sedangkan penulis meneliti tentang etika bisnis dalam upaya pengembangan produk online kitchen taiyaki.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Juwita Amalia (NIM. 1201150113), dengan judul “Bisnis Online Pakaian Muslimah di Kalangan Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin (Perspektif Etika Bisnis Islam). Di dalam

penelitian tersebut dijelaskan bagaimana proses jual beli online pakaian terjadi, dimulai dari proses pemasaran, pemesanan oleh pelanggan, pembayaran, hingga proses pengiriman kepada pelanggan. Peneliti juga menemukan bahwa bisnis online yang dilakukan juga terdapat banyak ketidaksesuaian dengan etika bisnis Islam. Perbedaan mendasar antara penelitian diatas yaitu penelitian diatas yaitu dari segi subjeknya, penelitian diatas meneliti pelaku bisnis online pakaian muslimah yang ada di IAIN Antasari Banjarmasin, atau yang sekarang menjadi UIN Antasari Banjarmasin., sedangkan penulis meneliti tentang Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Upaya pengembangan produk online Kitchen Taiyaki di Kota Banjarmasin.

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika sebagai berikut :

Bab I merupakan Pendahuluan yang menguraikan mengenai latar belakang masalah dari masalah yang ditemukan penulis di lapangan, sehingga menjadikan alasan penulis untuk memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang sudah tergambarakan dirumuskan dan dituangkan dalam rumusan masalah, setelah itu disusun tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Signifikansi penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum atau luas. Kajian pustaka ditampilkan sebagai

informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain. Adapun sistematika penulisan, yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II merupakan Landasan Teori yang menjadi acuan untuk menganalisis data yang diperoleh, berisikan tentang teori pertumbuhan usaha dan etika bisnis islam.

Bab III merupakan Metode Penelitian, cara untuk mempermudah dalam melakukan penelitian maka perlu dibuat jenis, sifat dan lokasi penelitian. Dalam melakukan penelitian agar tepat sasaran apa yang ingin dicapai maka perlu adanya subjek dan objek penelitian. Dalam mengumpulkan data harus ada suatu cara agar dapat terkumpul dengan akurat dan efektif, maka perlu adanya teknik pengumpulan data dan agar data yang terkumpul nantinya lengkap dan jelas maka dibuatlah analisis data. Kemudian dalam melakukan penelitian ini ada tahapan-tahapan yang dimasukkan dalam prosedur penelitian

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian yang berisi tentang pemaparan mengenai gambaran umum usaha online Kitchen Taiyaki, upaya pengembangan usaha Kitchen Taiyaki dan penerapan etika bisnis islam dalam pengembangan usaha tersebut.

Bab V merupakan penutup dari penelitian yang berisikan kesimpulan dan Saran