

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro Kecil dan Menengah mempunyai peran penting dalam meningkatkan perekonomian dalam suatu negara. Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat menjadi solusi untuk mengurangi pengangguran dan menciptakan lapangan pekerjaan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional sebesar 60,5 persen, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9 persen dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Begitu pula peran koperasi, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, jumlah koperasi aktif di Indonesia sebanyak 130.354 unit dengan volume usaha sebesar Rp197,88 triliun pada tahun 2022 (PMK 2023). Jadi, peran pemerintah sangat diperlukan dalam pemberdayaan UMKM yang bertujuan agar mengalami pengembangan.

Strategi yang dapat dilakukan pelaku UMKM agar usaha yang dijalankannya mengalami pengembangan adalah dengan meningkatkan loyalitas pelanggan. Tujuan dari loyalitas pelanggan adalah untuk mencegah pelanggan beralih ke rival yang menjual produk yang sama. Namun penerapannya tidak mudah karena diperlukan etika dalam menjalankan usaha agar tidak merugikan *stakeholder* yang bersangkutan. Etika yang dimaksud adalah etika bisnis

Etika bisnis diartikan sebagai suatu pengetahuan mengenai tata cara ideal dalam mengelola bisnis dengan memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal, ekonomi, dan sosial. Setiap pelaku bisnis harus memperhatikan dan menjalankan etika-etika yang berlaku. Etika bisnis berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktivitas ekonomi untuk menilai. Bisnis yang sesungguhnya adalah bisnis yang tidak mengabaikan etika, sehingga memberikan dampak positif bagi *stakeholder* yang bersangkutan. Hal ini sangat penting untuk keberlangsungan bisnis karena bisa jadi keberhasilan dapat bergantung pada kesadaran etika para pelaku bisnis.

Tentu sebagai muslim dalam menjalankan suatu bisnis hendaknya tidak hanya fokus pada nilai-nilai ekonomi saja, namun juga memikirkan nilai-nilai yang sesuai dengan syariat Islam agar dapat memperoleh ridho Allah SWT. dan kemaslahatan bersama. Sehingga, ketika menjalankan bisnis hendaknya sesuai perintah Allah SWT. dan menjauhi larangannya (Zamzam and Aravik 2020:10). Hal ini membuktikan bahwa penerapan etika bisnis dalam Islam tidak hanya mampu memberikan keuntungan sepihak namun juga memiliki tanggung jawab sosial dalam suatu bisnis.

Etika Bisnis Islam adalah seperangkat prinsip moral dan pedoman perilaku yang didasarkan pada ajaran agama Islam. Ini mencakup nilai-nilai, norma-norma, dan praktik-praktik yang mengatur bagaimana seorang Muslim menjalankan bisnisnya dengan cara yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Etika bisnis Islam menekankan pada pentingnya integritas, keadilan, kejujuran, tanggung jawab sosial, dan penghindaran dari praktik-praktik yang dianggap

haram dalam Islam. Salah satu UMKM yang berusaha untuk menerapkan etika bisnis Islam dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan adalah UMKM pengepul cabe Jawa Barokah Desa Jambearum.

UMKM pengepul Cabe Jawa Barokah Desa Jambearum merupakan usaha yang bergerak di bidang distribusi secara tidak langsung produk Cabe Jawa dalam skala usaha rumahan. Usaha ini dijalankan oleh Bapak Suyono mulai tahun 2008. Berlokasi di Jalan Nusa Indah Gang 01 RT.001/RW.002 Dusun Krajan Desa Jambearum Kecamatan Puger Kabupaten Jember (Observasi 2023). Pelaku UMKM pengepul Cabe Jawa Barokah Desa Jambearum merupakan pengepul Cabe Jawa satu-satunya di Dusun Krajan Desa Jambearum (Sugiyanto 2023). Pelanggan pemasoknya tidak hanya diruang lingkup Desa Jambearum saja. Akan tetapi, juga dari daerah Jember Selatan di antaranya Kecamatan Puger, Wuluhan, Gumukmas dan Kencong. Kemudian, hasil dari pengumpulan Cabe Jawa dalam satu bulannya tidak kurang dari 5 kwintal (Suyono 2023). Hal ini membuktikan bahwa telah terjadinya loyalitas pelanggan pada pemasok Cabe Jawa.

Cabe Jawa atau (*Piper retrofractum Vahl*) adalah salah satu tanaman penghasil rempah dan fitofarmaka yang memiliki peran penting dalam pemenuhan kebutuhan bumbu dan obat tradisional bagi masyarakat maupun dalam industri makanan, minuman, jamu, obat, dan lainnya. Cabe Jawa merupakan tanaman yang mendukung berdirinya industri. Wilayah Jawa Timur menjadi sentra, salah satunya wilayah Madura penghasil terbanyak, serta diekspor ke negara tujuan seperti Singapura, Malaysia, Hongkong dan India

yang permintaannya sejak tahun 1997 terus meningkat. Penyebaran tanaman Cabe Jawa tersebar di beberapa wilayah di Jawa Timur diantaranya Madura, Lamongan, Banyuwangi, Jember, dan beberapa kabupaten lainnya (Melani et al. 2022:270). Berdasarkan data yang diperoleh dari Ditjenbun (2020) jumlah ekspor perkebunan semakin meningkat seperti yang tercatat pada bulan Januari sampai Oktober 2020 sebesar 359,5 triliun, atau naik 11,6% dibandingkan pada periode yang sama di tahun 2019 sebesar 322,1 triliun. Permintaan dari industri jamu sekitar 5.920 ton per tahun, dan salah satu bahan yang digunakan dalam jamu adalah tanaman Cabe Jawa. Hal ini membuat tanaman Cabe Jawa banyak diminati di pasar internasional (Anisa and Hayati 2017:112). Sedangkan pada pasar global setiap tahunnya mencapai sekitar 6 juta ton (Melani et al. 2022:270). Beberapa dari pabrik jamu, seperti yang diproduksi oleh pabrik-pabrik jamu terkemuka diantaranya Jamu Jago, Air Mancur, Sidomuncul dan pabrik lainnya menjadikan cabe jamu sebagai bahan dasar dalam kemasan jamu tradisional kurang lebih 77 kemasan (Melani et al. 2022:270). Dengan adanya banyak peminat Cabe Jawa baik di pasar internasional maupun pasar global, tanaman Cabe Jawa menjadi penting untuk dibudidayakan dan menjadi peluang usaha bagi pelaku UMKM pengepul Cabe Jawa. Jember sebagai salah satu kota dengan potensi pertumbuhan cabe Jawa yang besar, maka ini adalah peluang.

Setelah melakukan observasi sementara, peneliti menemukan pelaku UMKM pengepul cabe Jawa barokah mengimplementasikan prinsip tanggungjawab (*responsibility*) pada pelanggan pemasok ada yang melakukan

negoisasi harga cabe jawa. Kemudian saat terdapat pelanggan pemasok melakukan negoisasi harga, pelaku UMKM pengepul cabe jawa memberikan informasi yang jelas dan jujur mengenai harga pasaran yang berlaku, hal ini bertujuan agar pelanggan pemasok mengetahui alasan harga yang diterapkan agar keputusan yang diambil tidak merugikan salah satu pihak. Setelah itu, pelaku UMKM cabe jawa barokah juga menerapkan prinsip kehendak bebas (*free will*) yaitu mengembalikan keputusan pada pelanggan pemasok dan memberikan kebebasan memilih tetap ingin menjual dengan harga yang ditentukan oleh pengepul atau tidak. Hal ini bertujuan untuk memperkuat kepuasan pelanggan pemasok dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan pemasok tanpa merugikan salah satu pihak antara pelanggan pemasok dan pelaku UMKM pengepul cabe Jawa Barokah desa Jambearum. Dengan adanya observasi sementara tersebut, peneliti tertarik ingin mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis Islam yang diterapkan oleh UMKM pengepul cabe Jawa Barokah dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pemasok.

Urgensi pada penelitian ini, dilihat dari permasalahan yang ditemukan oleh peneliti. Dimana Permasalahannya, dalam dunia bisnis kerap sekali dapat ditemui adanya penyimpangan dalam persaingan bisnis yang tidak sesuai syariat Islam. Adanya permasalahan tersebut, penelitian ini penting untuk diteliti agar dapat membantu memahami bagaimana bisnis dapat dilakukan dengan integritas. Khususnya oleh pelaku bisnis muslim, agar usaha yang dijalankan sesuai ajaran syariat islam dengan berpegang teguh pada prinsip

etika bisnis Islam karena bisnis yang sehat adalah bisnis yang beretika. Tujuan adanya aspek etika bisnis Islam ini, diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha muslim dalam menentukan prinsip yang akan digunakan dalam menjalankan usaha. Prinsip etika bisnis Islam terdiri dari tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab dan kebenaran : kebajikan dan kejujuran (Fauziah et al. 2019:9).

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti terinspirasi penelitian ini dengan judul “**Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pemasok Pada UMKM Pengepul Cabe Jawa Barokah Kabupaten Jember**”.

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka masalah penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana implementasi Etika Bisnis Islam pada UMKM Pengepul Cabe Jawa Barokah Desa Jambearum ?
2. Bagaimana dampak implementasi Etika Bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pemasok pada UMKM Pengepul Cabe Jawa Barokah Desa Jambearum ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini merupakan gambaran tentang arah yang di tujukan dalam melakukan penelitian ini.

1. Untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam pada UMKM Pengepul Cabe Jawa Barokah Desa Jambearum

2. Untuk mengetahui dampak implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pemasok pada UMKM Pengepul Cabe Jawa Barokah Desa Jambearum

1.4 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah batasan pengertian yang menjadi pedoman dalam melakukan suatu kegiatan atau tugas, misalnya penelitian (Hs 2007:120). Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti.

1. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dapat dibatasi jumlah kepemilikan harta (barang atau jasa) termasuk *profit*, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena ada aturan halal dan haram (Mustaq 2003:38).

2. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan perilaku seorang yang memiliki kebiasaan membeli suatu produk atau jasa yang diberikan dan berinteraksi (pembelian) secara teratur untuk jangka waktu tertentu dengan tetap setia segala tawaran yang diberikan (Rifai'i 2019:51).

3. Pemasok

Pemasok merupakan pihak yang menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya (Nurmala and Setiawan 2023:91).

4. UMKM Pengepul Cabe Jawa Barokah

UMKM pengepul Cabe Jawa Barokah merupakan usaha yang bergerak di bidang distribusi secara tidak langsung produk Cabe Jawa dalam skala usaha rumahan yang berlokasi di Jalan Nusa Indah Gang 01 RT.001/RW.002 Dusun Krajan Desa Jambearum Kecamatan Puger Kabupaten Jember.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan sebuah kontribusi yang diberikan setelah melakukan sebuah penelitian Adapun manfaat yang diambil dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Pustakatis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan sebagai rujukan dalam menambah khazanah keilmuan dalam bidang etika bisnis Islam. Khususnya etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada UMKM Pengepul Cabe Jawa Barokah Desa Jambearum

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti Menambah pengetahuan dan pengalaman terkait implementasi etika bisnis Islam pada UMKM, serta menambah potensi peneliti yang bertujuan agar lebih baik saat akan melakukan penelitian selanjutnya.

b) Bagi Instansi

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi sumbangan bacaan pengetahuan dan informasi tambahan mengenai etika bisnis Islam.

c) Bagi Masyarakat

Menambah pengetahuan etika bisnis Islam dan menjadi pertimbangan saat akan menjalankan sebuah usaha.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini pada bidang distribusi produk Cabe Jawa, yang menfokuskan pada implementasi etika bisnis Islam dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pemasok. Peneliti akan berfokus menjawab dua masalah penelitian yang timbul pada UMKM pengepul Cabe Jawa Barokah Desa Jambearum. Penelitian ini akan dilakukan dengan cara mengamati atau mengikuti proses pengumpulan Cabe Jawa, kemudian mencatat yang dianggap penting dalam penelitian. Peneliti juga akan mewawancarai subjek yang bersangkutan saat pengumpulan Cabe Jawa.