

Jejak Artikel:

Unggah: 12 Januari 2023;
Revisi: 12 Januari 2023;
Diterima: 21 Februari 2023;
Tersedia Online: 10 April 2023

Peran Kewirausahaan dan *E-Commerce* Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Prespektif Ekonomi Syariah di Kabupaten Pringsewu

Dedi Irawan¹, Rahma Karlinda²

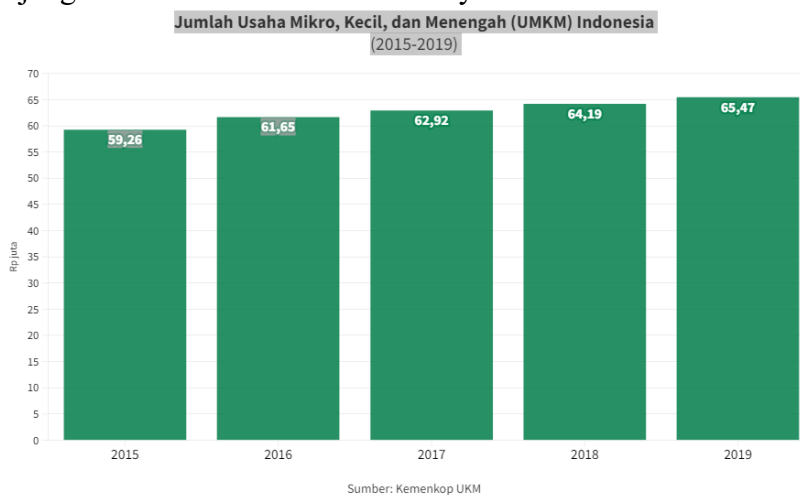
¹² STIT Pringsewu Lampung
dediirawanstitpringsewu@gmail.com

Studi ini bermaksud menilai bagaimana peranan kewirausahaan dalam etika bisnis dan perdagangan elektronik mempengaruhi pertumbuhan UMKM perspektif Islam di Kabupaten Pringsewu. Dipilih deskriptif kualitatif guna memahami kondisi subjek sesuai kenyataan di lapangan. Teknik *purposive sampling* untuk memperhitungkan penetapan sampel dari sumber data tertentu. Hasil studi memperlihatkan sebagian besar informan mengetahui peran etika bisnis Islam yaitu nilai-nilai Islam dalam konsep kewirausahaan dan ciri-ciri kewirausahaan, serta telah menerapkannya dalam bisnis mereka. Mayoritas informan telah memanfaatkan platform *e-commerce* seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, namun masih ada beberapa informan yang tidak memanfaatkannya karena lebih fokus pada sistem *offline*.

Kata Kunci : Wirausaha, *E-Commerce*, UMKM

Pendahuluan

Faktor penting yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi adalah UMK, yang berperan diberdayakan meliputi: Potensi SDM yang mencukupi; penggunaan bahan baku lokal; produk yang dihasilkan terjangkau dan dibutuhkan oleh masyarakat.



Gambar 1. Jumlah UMKM Indonesia Tahun 2015 - 2019

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah mencatat banyaknya UMKM yakni 65,47 juta pada 2019, meningkat 1,98 % dari 64,19 juta pada tahun sebelumnya. Angka ini

¹Coressponden: Carina Steffany, Universitas Putera Batam, Jalan R. Soeprapto Muka Kuning, Kibing, Kec. Batu Aji, Kota Batam, Kepulauan Riau 29434, carinasteffany0528@gmail.com

mencapai 99,99% dari total jumlah perusahaan Indonesia. Sementara itu, hanya terdapat 5.637 perusahaan besar atau setara dengan 0,01%. Diantaranya, skala usaha mikro mencapai 64,6 juta. Angka ini setara dengan 98,67% dari total jumlah UMKM di Indonesia. Sejumlah 798.679 unit ialah usaha kecil. Terhitung 1,22% dari total jumlah usaha kecil, menengah dan mikro di negara ini. Sedangkan usaha menengah hanya memiliki 65.465 unit. Angka ini mewakili 0,1% dari total UMKM di Indonesia

Jumlah UMKM di Kabupaten Pringsewu hingga saat ini tercatat lebih dari 24.000 UKM. Jumlah UMKM meningkat pada pandemi Covid-19. Sekarang ini jumlahnya sudah mencapai 24.779 operator. Hal itu terjadi karena kreativitas masyarakat meningkat di masa pandemi yang sedang berlangsung. Pelatihan penggunaan *e-Commerce* (pemasaran digital) PADI diselenggarakan di sektor industri Kabupaten Pringsewu bekerja sama dengan Telekom. “Selain itu, Pemerintah Kabupaten Pringsewu juga telah mempromosikan dan melatih UKM berbasis ekonomi syariah. Perkembangan UKM sudah merambah ke pelosok dan didukung oleh perkembangan teknologi yang menjadi inovasi industri kreatif. Oleh karena itu, dengan Eksistensi ekonomi kreatif, ekonomi digital hadir dan sebagai solusi atas pencanangan pemerintah bahwa ekonomi digital merupakan program pembangunan nasional. Program ini memungkinkan UKM berdaya saing di tingkat nasional bahkan global. Sampai sejumlah *platform e-commerce* muncul dan peluncuran *Go Online* untuk UMKM.

Maraknya perusahaan yang memanfaatkan jaringan digital yang disebut *e-commerce*. Perdagangan elektronik (*e-commerce*) ialah tahapan bisnis yang mengeksplorasi pemanfaatan teknologi digital dan Internet pada bisnis intinya. Belanja *online* melibatkan fungsi manajemen internal dan perpaduan dengan pemasok dan mitra bisnis lainnya (Laudon & Laudon, 2014). Kuswiratmo (2016:163) mengemukakan bahwa wujud usaha lain pun bisa dijalankan di seluruh dunia yaitu melalui internet. Saat ini, bisnis diharapkan mendapat manfaat dari kemajuan teknologi yang berkembang dengan baik dan banyak platform *e-commerce* baru. Dilihat dari manfaatnya, *e-commerce* membawa banyak keuntungan bagi pedagang, terutama pedagang yang tidak banyak mempunyai atau tidak ada modal untuk kampanye. Didukung oleh status masyarakat Indonesia yang digital *savvy*, ini merupakan kesempatan luas bagi pebisnis yang ingin memperluas bisnisnya dengan *e-commerce*.

Selain *e-commerce*, peran kewirausahaan dalam pengembangan UKM juga dinilai sangat penting sebab mengkondisikan kenaikan laju ekonomi. Namun sesungguhnya di industri tidak demikian, menurut Sukirman (2017), pedagang masih menghadapi permasalahan seperti organisasi yang tidak kuat, pemasaran yang tidak mudah, modal usaha yang kecil, jiwa wirausaha yang rendah, kurangnya kepedulian terhadap lingkungan dan pelayanan yang buruk. Minimnya pendidikan kewirausahaan di Indonesia, baik di dunia pendidikan maupun di masyarakat dan pemerintahan, menimbulkan beberapa persepsi bahwa mempersiapkan SDM yang kompeten lebih baik daripada seorang wirausahawan yang lebih berpeluang mencapai kedudukan sosial yang cukup tinggi dan lebih mampu. . dihormati didalam masyarakat. Dalam hal ini, pemerintah menjadi pendorong dan promotor, yang kemudian akan menjadi pelindung teknologi pemasaran dan kebutuhan sosial lainnya.

Seorang pengusaha selalu membutuhkan bantuan dari pengusaha lain dan pengusaha lain yang terkait dalam kehidupan bisnisnya, atau aktivitas bisnis juga mencakup aktivitas sosial yang perlu memelihara nilai kepada orang lain. Menjaga hubungan melalui etika bisnis menunjukkan bahwa pengusaha mengikuti moralitas dan mengutamakan kepercayaan konsumen, yang merupakan konsep etika bisnis Islam. Islam telah menarik garis atau batas antara halal dan haram, dan halal dan haram dalam setiap hubungan, termasuk kegiatan komersial. Keterbatasan Islam ini disebut etika, yang mendukung nilai-nilai moral atau nilai-nilai etika bisnis.

Kajian Literatur Kewirausahaan

Wirausahawan adalah orang dapat membuat identifikasi dan evaluasi kesempatan bisnis, mengkoordinasikan sumber daya pendukungnya, dan melakukan tindakan yang tepat guna meraih. Wirausaha atau *Entrepreneurship* dalam bahasa Inggris berasal dari kata *Entrepreneur*, Soeparman Soemahamidjaja didalam buku, Cantilon mempergunakan istilah tersebut didalam karyanya *Essai sur la nature du Commerce* untuk menyebut penjual yang membeli barang di tempat dan menawarkannya kembali dengan harga yang tidak menentu. (Yusnani, 2006). Wirausahawan sebagai konsep pemasaran kewirausahaan, yang pada hakekatnya merupakan disiplin ilmu yang mempelajari nilai-nilai, keterampilan dan perilaku wirausahawan didalam menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan perolehan berbagai peluang bisnis. Sementara itu, perilaku kewirausahaan dapat dicirikan sebagai perilaku yang lebih mewakili kegiatan informal dan tidak terencana yang bergantung pada energi dan intuisi individu untuk menjalankan bisnis (Day, John, Reynald, Pane, Lancaster, Geoff, 2006).

Kewirausahaan dapat diterjemahkan sebagai *entrepreneurship* yakni susunan saraf pusat perekonomian (*The Backbone Of The Economy*) atau pengendali perekonomian (*The End Of Economy*) (Wirakusumo, 1997:1 didalam Suherman 2010). Usaha (*Fase Fundamental*) atau proses melakukan hal unik (kreatif) dan berlainan (inovatif), menurut etimologinya, membutuhkan kewirausahaan untuk memulai dengan nilai. Hisrich (1985) kewirausahaan ialah tahapan menciptakan suatu hal yang bernilai tinggi dengan mengoptimalkan waktu dan energi dengan mengambil risiko keuangan, psikologis, dan sosial dan menerima kompensasi berupa uang dan kepuasan pribadi.

Kewirausahaan Dalam Islam

Radiniz (2007) mengklaim bahwa menurut ajaran Islam, kewirausahaan menganggap seseorang adalah orang yang religius jika orang tersebut menerapkan atau mengamalkan yang sudah dipelajari dan apa yang diketahuinya. Orang yang beragama tidak hanya mengamalkan apa yang dipelajarinya, tetapi juga orang yang ihsan dan bertawakal hanya kepada Yang Maha Kuasa, menjadikan kewajibannya sebagai bentuk ibadah, dan kemudian menjadi pemimpin yang bertanggung jawab. (Prastiyani, Dewi:2020).

Afif (2016) mengemukakan bahwa ekonomi Islam merupakan wujud penegakan aturan yang nilai-nilainya bersumber dari Al-Quran dan Hadits. Dalam ajaran Islam, kegiatan ekonomi berbeda dengan kegiatan ekonomi teoretis lainnya. Ekonomi Islam ialah acuan bagi para pelaku ekonomi Islam didalam menggerakkan usahanya, menekankan adanya nilai-nilai ketuhanan serta harapan dan tujuan untuk mendapatkan berkah dari Allah SWT. Kewirausahaan, didalam perspektif Islam yang sempit, adalah setiap bisnis yang legal atau diperbolehkan menurut hukum Islam dan sama sekali tidak melanggar aturan Syariah yang ada. Disamping itu, kewirausahaan dalam ajaran Islam juga dijabarkan pada ayat-ayat lain dalam Al-Qur'an dan sabda Nabi. Q.S. Al-Jumu'ah:10, Allah SWT berfirman, artinya: "Apabila shalat telah ditunaikan maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia (rizki) Allah". Didalam salah satu hadits riwayat Tabrani dan Baihaqi, Nabi Muhammad SAW juga menerangkan bahwa "Sesungguhnya bekerja mencari rizki yang halal itu ialah kewajiban setelah ibadah *fardlu*" (Aprijon, 2013) Pada perspektif ini bahwa kewirausahaan ialah aktivitas yang diperbolehkan yang dianjurkan untuk ditinggalkan oleh setiap Muslim di seluruh dunia..

Nilai-nilai Islam didalam konsep kewirausahaan bisa dirangkum menjadi empat bentuk nilai (Nurfaqih & Fahmi, 2018). Nilai pertama ialah tauhid atau kepercayaan kepada Allah SWT sebagai Tuhan Yang Maha Esa. Kedua ialah nilai keadilan, dimana tindakan didasari pada perasaan yang sama tanpa membeda-bedakan. Nilai ketiga ialah nilai aktivitas. Metode kerja harus memberikan hasil bagi mereka yang bekerja di dalamnya dan bertindak sesuai dengan proses kerja. Dan nilai

yang keempat ialah nilai discretionary (ikhlas). Nilai ini menitikberatkan bahwa setiap perbuatan yang dilandasi nilai keikhlasan dan ketaqwaan kepada Allah SWT akan membawa hasil yang baik. Ada juga nilai-nilai lain seperti kemandirian (biyadihi) dan semangat kerja keras. Hal ini sejalan dengan sabda Nabi yang diriwayatkan oleh Abu Dawud: “Sebaik-baik amal adalah pekerjaan yang dikerjakan dengan keringat sendiri” (Aprijon, 2013).

Karakteristik Kewirausahaan Islami

Agama Islam mengisyaratkan bahwa segala bentuk kegiatan harus berdasarkan pandangan atau kaidah hukum Syariah dan Al-Quran dan Al-Hadits. Ini adalah karakteristik yang paling penting dalam semua kegiatan berdasarkan agama Islam, termasuk kegiatan usaha. Kewirausahaan Islami terjadi ketika nilai-nilai Islam tertanam dalam bisnis sedemikian rupa sehingga perusahaan berupaya memberi manfaat bagi orang lain dan beribadah kepada Allah SWT.

Etika didalam berwirausaha menurut ajaran Islam dan diatur dalam Kitab Suci Al Quran (Nurfaqih & Fahmi, 2018). Prinsip etika tersebut yakni:

1. Islam memprioritaskan kejujuran. Islam selalu menyarankan setiap muslim agar bertingkah laku jujur pada segala aktivitasnya. Kejujuran menumbuhkan hal positif, sehingga eksistensinya sangat penting.
2. Tidak di bolehkan berbuat ingkar, contohnya berbohong, menipu, atau kegiatan penipuan lainnya. Islam meletakkan aturan bahwa segala sesuatu yang berasal dari perbuatan atau bentuk yang tidak baik tidak akan memperoleh ridha Allah SWT.
3. Memprioritaskan kehalalan dan kemurnian barang/jasa yang akan dijual. Kegiatan bisnis Islam harus mencakup informasi tentang kegiatan yang diizinkan (halal) berdasarkan hukum Syariah. Islam mengajarkan agar memelihara kesucian seluruh aspek kewirausahaan.
4. Adanya persetujuan dari semua pihak terkait jika ada kendala atau masalah lainnya. Islam mengajarkan umat Islam agar terus berlaku adil terhadap sesama.
5. Lindungi diri Anda dari riba.

Semua kegiatan riba dilarang dalam hukum Islam. Segala aktivitas bisnis yang dilandasi nilai-nilai Islam harus dapat melindungi diri dan menjauhi hal-hal yang berbau riba. Memerangi riba berarti mengikuti hukum Islam, melawan riba berarti memenuhi *syari'at* Islam

E-Commerce (Electronic Commerce)

E-commerce (Electronic Commerce) adalah cabang dari perdagangan elektronik (*electronic commerce*) yang berkaitan dengan jual beli barang/jasa lewat internet. Belanja *online* juga mencakup fungsi-fungsi yang mendukung acara tersebut, seperti periklanan, pemasaran, dukungan konsumen, keamanan, pengiriman, dan pembayaran (Laudon & Laudon, 2014).

Tiga kelompok utama *e-commerce* sesuai sifat dari partisipan (Laudon & Laudon, 2014). Pertama, *e-commerce business-to-costumer (B2C)*. Mediasi bisnis-ke-konsumen dijalankan oleh bisnis dan konsumen. *E-commerce* terjadi dengan cara yang sama seperti jualbeli reguler, yang melibatkan penjualan eceran produk dan layanan bagi pembeli individu. Konsumen memperoleh penawaran produk dan berbelanja *online*. Kedua, *e-commerce business-to-business (B2B)*. Bisnis komersial ini meliputi penjualan barang dan jasa antar bisnis. Aktivitas dijalankan oleh dua pihak yang saling berkepentingan bisnis. Kedua pihak ini saling memahami dan mengetahui masalah yang dihadapi. Pada umumnya bisnis elektronik dalam pembelian barang dan jasa ini dijalankan dengan EDI (*Electronic Data Interchange*) dan *email*. Kategori ketiga, *costumer to costumer (C2C)*. Dalam format C2C, *e-commerce* meliputi konsumen yang memasarkan langsung ke konsumen. Umumnya aktivitas tersebut dijalankan secara *online* lewat pihak ketiga yang mempersiapkan *platform* atau *marketplace online* guna menjalankan transaksi tersebut. Dengan cara ini, C2C menjadi perantara antara penjual dan pembeli. (Ayu & Lahmi)

E-Commerce dalam Perspektif Islam

Islam ialah agama yang mengatur seluruh aspek kehidupan, mencakup aktivitas jual beli (muamalah). Didalam Islam, beberapa akad transaksi penjualan, seperti: *bai'as-salam*, *bai'al-istisna* dan *bai'muajjal*:

a. *Bai' as-salam*

Bai' as-salam ialah akad jual beli dimana barang dikirim sesudah ada pembayaran uang muka. Haris (2014) mengklaim bahwa *As-salam* atau juga *As-salaf* adalah jual beli dimana cara pelunasan dipercepat sedangkan penyerahan barang di tangguhkan, bisa dikatakan bahwa *As-salam* adalah jual beli dipercepat, selanjutnya diterangkan bahwa *as-salam* mempunyai arti penyerahan

b. *Bai' al-istisna*

Bai' al-istisna adalah akad dimana pembeli melakukan order atau pemesanan kepada pembeli dan membayarkan upah atau harga barang pada saat pesanan sudah disepakati. Mengenai kecukupan barang dalam perdagangan, bentuk *bai' al-istisna* mempunyai kesamaan dengan *bai' as-salam*, yakni barang tidak tersedia secara konkret. Namun didalam hal pelunasan ada ketidaksamaan antara kedua akad tersebut, *bai' as-salam* mensyaratkan pelunasan segera sedangkan *bai' al-istisna* bisa ditunda atau dipercepat merujuk pada perjanjian penjual dan pembeli.

c. *Bai' muajjal*

Bai' Muajjal adalah akad dimana pembeli dan penjual setuju menunda pembayaran.

Seperti yang telah dijelaskan di atas, *e-commerce* pada umumnya memiliki kemiripan dengan *bai' as-salam* dalam hal pelunasan yang dipercepat dan penyerahan barang yang tertunda. Dalam toko *online*, pembeli membayar sejumlah nilai nominal barang yang telah disepakati setelah penjual dan pembeli mencapai kesepakatan. Setelah bukti pembayaran lunas, penjual akan mengirim barang yang diminta oleh pembeli. Padahal Islam adalah agama yang memberikan kemudahan bagi pemeluknya untuk melakukan transaksi jual beli, namun Islam memiliki beberapa aturan mengenai transaksi jual beli. Islam tidak memperbolehkan transaksi jual beli yang melibatkan *riba*, *gharar*, *penipuan*, pemaksaan dan *maisir* dan hukumnya haram.

Dalam transaksi biasa, ada tiga unsur *e-commerce* dan *bai' as-salam* yang mendorong adanya aktivitas, yakni:

a. Pihak-pihak yang bertransaksi

Pihak-pihak yang terlibat dalam suatu kesepakatan bisnis adalah penjual dan pembeli. Dalam *e-commerce*, penjual ialah perusahaan yang mempromosikan produk lewat Internet, sedangkan pembeli ialah perusahaan yang membeli produk yang ditawarkan oleh penjual. Islam menganjurkan penjual agar terus dapat dipercaya dalam aktivitas jual beli, selain kewajiban yang adil, penjual juga berhak mendapatkan pelunasan ketika pembeli menerima barang yang disepakati antara kedua pihak.

b. *Sighat* transaksi

Sighat ialah ungkapan yang diharuskan ada dalam aktivitas jual beli karena merupakan kesepakatan yang menjelaskan kerelaan antara dua pihak. Dalam *Bai' as-Salam* hal ini boleh dengan tertulis atau lisan ketika kedua belah pihak bertemu, namun dalam *e-commerce* dengan media internet. Penjual mempromosikan produk lewat *website*, yang kemudian diketahui pembeli, dan kemudian pembeli menghubungi penjual dan membuat perjanjian tentang produknya.

c. Obyek transaksi

Ialah hal utama pada aktivitas jual beli, bisa berbentuk barang atau jasa yang didapatkan pembeli sesuai dengan akad. Sudah dijelaskan bahwa penerimaan barang atau jasa dengan pembayaran di muka atau dengan perjanjian, di toko online transaksi pembayaran melalui

transfer bank, *cash on delivery*, atau dengan opsi kartu kredit. Namun, penggunaan kartu kredit tidak dianjurkan didalam Islam karena terkait dengan riba.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Manufaktur dikelompokkan menurut ukuran tenaga kerja yang yang di miliki, yakni:

Tabel 1 Jenis Industri

| Jenis Industri | Jumlah Tenaga Kerja |
|------------------|---------------------|
| Industri Besar | >100 orang |
| Industri Sedang | Antara 20-29 orang |
| Industri Kecil | Antara 5-19 orang |
| Industri Rumahan | Antara 1-4 orang |

Sumber : Badan Pusat Statistik 2020

Definisi UMKM merujuk pada Undang - Undang Nomor : 20 Tahun 2008 UMKM ialah :

- a. Usaha Mikro ialah usaha produktif milik swasta dan/atau perseorangan sesuai kriteria usaha mikro yang ditetapkan didalam UU ini.
- b. Usaha Kecil ialah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dapat dijalankan oleh orang perseorangan atau unit usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau afiliasi dari korporasi yang memiliki, menguasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah Korporasi besar. Sesuai kereteria usaha kecil sebagai mana yang di tentukan didalam UU ini.
- c. Usaha Kecil dan Menengah ialah usaha yang skalanya tidak terlalu besar, pengelolaannya masih sangat sederhana, modal yang tersedia terbatas dan pasar yang dapat dijangkau juga tidak terlalu besar.
- d. Dunia Usaha meliputi usaha mikro, kecil, menengah dan besar yang menjalankan usaha di Indonesia dan berbadan hukum Indonesia. (UU No. 20 Tahun 2008, Pasal 1 tentang UMKM).

Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Undang-undang mendefinisikan kriteria untuk UKM pada 6 yang aset atau aset bersihnya tidak mengikutsertakan tanah dan gedung perkantoran atau penjualan tahunan.

1) Usaha Mikro

- a) Kekayaan bersihnya adalah Rp. 50.000.000,00 tidak mengikutsertakan tanah dan bangunan untuk tempat usaha atau
- b) Pendapatan penjualan tahunan maksimum adalah Rp. 300.000.000,00

2) Usaha Kecil

- a) Kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000, sampai dengan Rp500.000.000, tidak mengikutsertakan tanah dan bangunan komersial; atau
- b) Hasil penjualan tahunan di atas Rp. 300.000.000,00 menjadi Rp. 2.500.000.000,00

3) Usaha Menengah

- a) Kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 sampai dengan Rp500.000.000,00 tidak mengikutsertakan tanah dan bangunan komersial; atau
- b) Hasil penjualan tahunan di atas Rp. 300.000.000,00 menjadi Rp. 2.500.000.000,00.

Usaha Mikro, UKM dan UKM juga memiliki karakteristik didalam penentuan jenis usaha yang dikelola dengan menggunakan nonkriteria. Fitur-fiturnya adalah:

1. Ciri- ciri Usaha Mikro

- a. Jenis barang yang diperjualkan tidak selalu sama, bisa berganti.
- b. Tempat usaha berpindah, dapat berubah dari waktu ke waktu.
- c. Manajemen & pengaturan dijalankan dengan sederhana.
- d. Tidak sensitif terhadap suku bunga.

- e. Pengusaha cenderung jujur dan gigih, serta mudah memimpin dengan pendekatan yang tepat.
 - f. Sulit mendapatkan dukungan kredit dari bank karena perusahaan relatif kecil.
 - g. Jumlah karyawan tidak banyak sekitar 1-5 orang mencakup anggota keluarganya.
 - h. Tidak jauh dari lingkungan rumah tempat perusahaan berada.
 - i. Hampir tidak pernah ikut serta didalam aktivitas ekspor-impor.
2. Ciri-ciri Usaha Kecil
- a. Tidak ada sistem pembukuan sehingga sulit memperoleh pinjaman dari bank.
 - b. Sulit memperluas skala usaha.
 - c. Jika ada fungsi/fungsi ekspor-impor, tidak selalu disertakan.
 - d. Jumlah modal terbatas.
 - e. Tidak mampu membayarkan upah pekerja yang tinggi.
 - f. Biaya produksi yang tinggi karena perusahaan kecil tidak mendapatkan potongan pembelian seperti perusahaan besar.

Metode

Didalam studi ini dipergunakan metode deskriptif kualitatif guna menilai kesesuaian apa subjek sesuai dengan realita di lapangan. Subyek dengan penggunaan teknik purposive sampling untuk memperhitungkan pengambilan sampel dari sumber data tertentu. Mempergunakan subjek yang terbatas dikarenakan ketidakleluasaan waktu dan biaya serta keadaan saat ini tidak mendukung kebutuhan dan kelengkapan informasi yang peneliti butuhkan. Peneliti memilih 30 UMKM dari 9 kecamatan di Kabupaten Pringsewu yang dinilai bisa menyediakan data yang diperlukan sesuai persyaratan dan fokus pada dimensi kajian. Lokasi pengamatan ialah daerah Pringsewu.

Hasil

Analisa data kualitatif dijalankan secara interaktif dan berkesinambungan hingga akhir agar datanya jenuh. Analisis ini terdiri dari tiga poin utama: Reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Jika ketiga aktivitas tersebut ialah kegiatan yang berhubungan secara paralel sebelum, selama dan setelah pengumpulan data untuk menghasilkan wawasan umum disebut analisis (Miles and Huberman: 1992). Metode ini dapat digunakan untuk menggambarkan bagaimana interpretasi asli kemudian dapat digunakan untuk menarik kesimpulan konkrit tentang peran UMKM didalam menaikkan kesejahteraan masyarakat.

1. Pelaksanaan peran kewirausahaan dalam beretika bisnis secara Islam

a. Pelaksanaan Nilai-nilai islam dalam konsep kewirausahaan

1. Nilai tauhid. Prinsip tauhid ialah dasar dari semua bentuk kehidupan manusia. Quraish Shihab (2009 : 410) mengemukakan bahwa tauhid menggiring manusia pada aktivitas ekonomi guna memastikan bahwa semua harta adalah milik Tuhan. Keyakinan seperti itu membuat seorang Muslim menyatakan

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam (Q.S. Al-An am : 162).

Hasil penelitian pada informan mengungkapkan bahwa informan sebagai pengusaha dalam usahanya tidak hanya mencari keuntungan, tetapi memiliki nilai-nilai ibadah

yang diterapkan dalam usahanya, seperti mengeluarkan zakat atas keuntungan usahanya 2,5%.

2. Nilai keadilan

Berdasarkan penelitian yang di lakukan pada informan sebagai pelaku UMKM menerapkan nilai keadilan dengan tidak pernah menipu atau berlaku tidak adil kepada konsumennya karena tidak pernah mengurangi takaran dan bobotnya. Islam sangat menganjurkan praktik bisnis yang adil dan melarang penipuan atau ketidakadilan. Allah mengutus Rasulullah untuk menegakkan keadilan. Malapetaka besar bagi orang yang curang, yaitu orang yang ketika menimbang untuk diri meminta pemenuhan, sedangkan ketika menakar atau menimbang untuk orang lain selalu di kurangi,. Penipuan dalam bisnis merupakan tanda kehancuran bisnis karena kunci sukses bisnis adalah kepercayaan. Al-Qur'an memerintahkan umat Islam untuk menimbang dan menakar dengan benar dan tidak menjalankan penipuan dengan mengurangi takaran dan timbangan.

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”. (Q.S. al-Isra: 35)

3. Nilai hasil kegiatan. Suatu aktivitas harus membuahkan hasil bagi mereka yang bekerja di dalamnya, yang sudah bertindak sesuai dengan proses kegiatan yang di lakukan. Menurut penelitian yang diperoleh dari informan, perusahaan mereka yang menjual melalui *e-commerce* seperti *Facebook*, *Instagram* dan *WhatsApp* dengan pendapatan sekitar Rp 5.000.000,00/bulan. Diakuinya, berjualan lewat toko online sangat menguntungkan karena selain praktis dan fleksibel, memungkinkan mereka untuk mempresentasikan produknya ke jangkauan yang lebih luas, namun ia juga sering kesulitan selama memakai *e-commerce* sebab tidak mayoritas pelanggan tidak memahami cara memakai *e-commerce* tersebut.

4. Nilai sukarela (ikhlas). Dari hasil survei yang dilakukan terhadap para informan mendapatkan bahwa transaksi jual beli tersebut dijalankan atas dasar suka rela dan sukarela tanpa paksaan. Sebagaimana Allah berfirman:

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

Artinya : “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” (QS. An Nisa: 29)

b. Pelaksanaan peran kewirausahaan dalam beretika bisnis secara Islam berdasarkan karakteristik wirausaha

Hasil survei yang dilakukan peneliti terhadap informan pelaku UMKM muslim di kabupaten Pringsewu menunjukkan bahwa mayoritas sudah mengetahui apa saja etika berwirausaha menurut ajaran agama Islam yang disyariatkan dalam Alquran.

- a. Kejujuran
Kejujuran membuahakan hal positif, karenanya sangat dibutuhkan. Pelaku usaha selalu menerapkan sikap jujur dalam menjalankan usahanya, karena sikap jujur selalu menimbulkan kepercayaan pada orang lain, dan kepercayaan ini pada akhirnya mengarah pada loyalitas terhadap produk Pelaku Ekonomi dan keuntungan yang diperoleh Pelaku usaha.
- b. Tidak diperbolehkan ingkar, seperti halnya tidak juju, menipu atau perbuatan curang lainnya. Setiap orang diajarkan untuk terus melakukan kebaikan dan menghindari keinginan mengingkari atau menipu. Perbuatan buruk tersebut tidak memperoleh manfaat dunia dan akhirat dari hasil wawancara dengan informan selaku pelaku UMKM selalu menghindari berbuat ingkar seperti berbohong dan menipu konsumen dalam melakukan aktivitas usahanya.
- c. Memprioritaskan kehalalan dan kesucian barang/jasa yang akan dijual. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap informan, informan sebagai pelaku bisnis selalu mengutamakan kehalalan dan kesucian produk yang dijualnya sesuai dengan syariah. Islam mengajarkan memelihara kesucian seluruh aspek kewirausahaan.
- d. Adanya persetujuan kedua belah pihak dalam transaksi, dari studi pada informan, di peroleh hasil bahwa informan dalam melakukan transaksi jual beli diawali dengan akad jual beli yaitu antara konsumen dan pelaku usaha
- e. Menjaga diri dari aktifitas Riba, dimana para pelaku UMKM selalu menghindari riba dalam bertransaksi. Studi pada informan di peroleh bahwa para pelaku usaha selalu menghindari riba dalam melaksanakan aktivitasnya selalu menghindari riba. Seluruh aktivitas kewirausahaan yang sesuai nilai-nilai Islam, dan bisa memelihara diri serta terbebas hal-hal yang berbau riba sehingga perilaku tersebut mendapat ridho dari Allah SWT.

2. Pelaksanaan *E-Commerce* secara Islam

Muamalah, atau jual beli, diatur didalam Islam, terbukti melalui adanya akad yang dipergunakan didalam transaksi. Ada 3 akad, yaitu: *Bai' as-salam*, *Bai' al-istisna* dan *Bai' muajjal*. Ketiga akad tersebut di atas, yang lebih mirip dengan *e-commerce*, ialah akad *bai'-as-salam* yang mengatur tentang cara pembayaran yang datang pada awal transaksi dan dengan penyerahan atau pengiriman barang yang tertunda. Islam mempermudah menjalankan aktivitas jual beli, namun tetap mensyaratkan didalam batasan yang sudah ditentukan oleh agama Islam. Pembatasan tersebut merupakan larangan-larangan yang mungkin tidak berlaku untuk transaksi jual beli yang melibatkan riba, gharar, penipuan, pemaksaan, maisir dan haram. Studi pada informan *e-commerce* yang dipergunakan para informan dalam kegiatan usahanya, hal ini terlihat pada sistem platform yang mereka pakai yakni *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*. *E-platform* bisa merambah konsumen secara luas, sehingga bisa mempresentasikan produknya dengan tanpa kendala dan menarik lebih banyak konsumen, karena itulah ia memutuskan untuk menjadi pengusaha dan mempergunakan *e-commerce*. Namun, ia sering ada permasalahan dalam mempergunakan *e-commerce*, karena banyak pelanggannya yang tidak memahami cara menggunakan *e-commerce*.

Kesimpulan

Berdasarkan nilai-nilai Islami konsep kewirausahaan informan sudah mengetahui nilai-nilai Islami dalam konsep kewirausahaan dan mengimplementasikannya di perusahaannya; Berdasarkan karakteristik wirausaha, semua informan sudah mengetahuinya dan menerapkannya dalam kegiatannya; Sesuai etika bisnis Islam atau sikap pengusaha muslim menurut syariat Islam,

memperlihatkan bahwa sebagian besar pelapor sudah mengetahuinya dan sudah mulai menerapkannya; Berdasarkan penggunaan *platform e-commerce*, sebagian besar pelapor sudah menggunakannya dengan baik, namun sebagian pelapor masih belum menggunakannya karena lebih fokus pada sistem *offline*.

Daftar Pustaka

- Adinugraha, Hendri Hermawan, "Norma dan Nilai dalam Ilmu Ekonomi Islam", Jurnal Media Ekonomi dan Teknologi Informasi, Vol.21, No.1, 2013
- Agus, Bustanuddin, (2006).Islam dan Ekonomi, Padang: Andalas University Press;
- Annisa, D.K, "Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam", El Barka: Journal of Islamic Economic and Business, Vol 02, No. 01 Januari – Juni 2019.
- Badroen, Faisal, dkk., Etika Bisnis dalam Islam, Jakarta: Kencana, 2007
- Faulidi, Haris. Transaksi Bisnis Ecommerce, Yogyakarta : MagistraInsani, 2004
- Kartika D.S dan Firiyani "Peran Kewirausahaan dan E-Commerce Terhadap Perkembagnan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Prespektif Islam". EMA - Ekonomi Manajemen Akuntansi/. Vol5 No 2 Desember 2020.
- Kokom K. "Peran Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan". Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam,Vol. 8, No. 03 2022.
- Laudon, Kenneth C. & Laudon, Jane P. (2014). Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital. Edisi 13. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- , (2004) Tafsir al-Mishdah: Pesan, Kesan dan Keseraian Al-Qur'an, cet. 2, Jakarta: Lentera Hati, vol.11
- Mahmudah M, M. "Social Entrepreneurship Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat Berdasarkan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah", "El-Iqtishady " Vol 2, No 2, Desember 2020
- Mardani, (2012). Fiqh Ekonomi Syariah, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- M.Hizbullah, H, dan Juharinal M, "Kewirausahaan Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam" AS-Syirkah: Islamic EconomiCS & Finacial JoURnal, Vol. 1 No. 2. 2022
- Miftachul J, Nur Imi F dan Nur Lailatul M. "Kewirausahaan Dalam Presepektif Syariah" . Jurnal Hukum Bisnis Islam, Vol 8, No 1, Juni 2018
- Mursal. "Implementasi Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah : Alternatif Mewujudkan Kesejahteraan Berkeadilan". Jurnal Prespektif Ekonomi Darusassalam. Vol. 1. No.1, Maret 2015.
- Prasetyani, Dwi (2020) Kewirasuahaan Islami, Surakarta : Djiwa Amarta Press.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), (2014).Ekonomi Islam, Jakarta: Rajawali Press
- RidHa, Muhammad Rasyid, (1928).Tafsir al-Quran al-Karim, Mesir: Maktabat al-Manar,, Juz 10
- Rina D dan Noni A. "Landasan Etika Dalam Ekonomi Islam". Al-Intaz". Vol. 3, No.1, Maret 2017
- Sandra. A. dan Ahmad. L, "Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19" Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, Vol. 9 (2) 2020
- Shihab, M. Quraish, (2009).Wawasan al-Quran, cet. 13, Bandung, Mizan.
- Syahidah, R. "Prinsip-Prinsip Dasar Ekonomi Islam Dalam Bisnis", Ar-Ribh: Jurnal Ekonomi Islam, Vol.3 No. 2 Oktober 2020
- Undang-Undang Republik Indonesia No.20, Definisi UMKM. 2008.
- Zainul, Norazlina dkk. "E-Commerce from an Islamic Perpective." dalam Electronic Commerce Reasearch and Application. 2004: 283-290.