

BAB V

PEMBAHASAN

Setelah melakukan penelitian mengenai penerapan etika bisnis Islam pada kedua pelaku usaha kerajinan bambu yang ada di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Trenggalek yaitu usaha Bambu Indah dan Bambu Kita diperoleh data hasil penelitian. Kemudian, hasil dari penelitian tersebut akan diintegrasikan dengan teori-teori yang dipaparkan pada bab sebelumnya. Adapun pembahasan dalam bab ini disajikan sesuai fokus penelitian dengan poin-poin sebagai berikut:

A. Penerapan etika bisnis Islam pada pelaku usaha kerajinan bambu di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek pada aspek shidiq

Etika bisnis adalah penerapan etika secara umum terhadap pelaku bisnis. Secara khusus etika bisnis ini menunjukkan perilaku etis maupun tidak etis yang dilakukan oleh manajer atau karyawan perusahaan.¹ Jadi, ketika berbicara tentang etika bisnis berarti mempelajari apa yang benar dan apa yang salah, sehingga hal ini akan menjadi acuan bagi pelaku bisnis untuk bertindak secara benar yang didasari oleh ilmu, kesadaran dan kondisi moralitas.

¹ Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktik...* hlm. 103

Bisnis yang tidak memperhatikan etika memang benar dalam jangka pendek, pelaku bisnis tetap bisa mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Namun, dalam jangka panjang bisnis tersebut biasanya akan bermasalah dan akan mendapat sanksi moral dari masyarakat. Dengan demikian, etika bisnis sangat penting untuk dilakukan oleh para pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

Sedangkan etika bisnis Islam Etika bisnis Islam adalah aplikasi pemahaman mengenai apa yang baik, buruk, benar, salah, halal, haram untuk berbagai aktivitas bisnis yang bersumber pada Al-Qur'an dan sunah rasul dalam dunia bisnis.² Dengan adanya etika bisnis Islam ini akan menjaga perilaku wirausaha muslim agar dalam menjalankan bisnisnya tidak menghalalkan segala cara untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya dan tidak membunuh pihak lain untuk memenangkan persaingan dengan tetap bertanggung jawab karena percaya kepada Allah SWT. Dengan demikian, seorang pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya bisa mencontoh sifat Nabi Muhammad SAW dalam bisnis.

Pertama ada sifat shidiq yang dapat dicontoh dari sifat beliau dalam menjalankan bisnis. Shidiq diartikan sebagai kejujuran dan kebenaran. Nilai dasarnya adalah integritas, nilai –nilai dalam bisnisnya berupa jujur, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional. Jika seorang *businessman* menerapkan sifat ini dalam kegiatan operasionalnya maka niscaya tujuan

² Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis...* hlm. 70

dari bisnis tersebut akan dicapai dengan mudah, efektif dan efisien.³ Kejujuran ini merupakan sikap utama yang perlu diterapkan dalam kegiatan bisnis, karena tanpa adanya sikap jujur dari masing-masing pelaku bisnis, hubungan bisnis tidak akan berjalan lama. Hal ini dikarenakan antar pelaku bisnis tidak saling percaya dengan rekan mereka. Oleh karena itu, kejujuran merupakan motivator seorang pebisnis muslim agar perilaku mereka dalam berbisnis berbudi pekerti yang baik. Bentuk penerapan etika bisnis Islam pada aspek ini dapat dilihat dari jujur dalam menawarkan produk tanpa menutupi kecacatan barang, tidak mengurangi timbangan, dan dalam iklan yang dilakukan tidak boleh berlebihan sehingga tidak sesuai dengan keadaan barang sebenarnya.

Dalam menjalankan usahanya, pelaku usaha kerajinan Bambu Indah dan Bambu Kita saat menjelaskan produk kepada calon konsumen dilakukan dengan konsumen melihat secara langsung contoh produk yang diinginkan serta ditunjukkan contoh produk yang ada. Karena dengan melihat secara langsung, konsumen dapat mengetahui dan menilai sendiri kualitas produk yang sebenarnya apakah baik ataupun buruk. Jika barang yang diminta konsumen tidak ada contoh jadinya, kondisi seperti ini bisa saja dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk menarik konsumen agar mereka mau membeli produk yang mereka hasilkan dengan cara melebih-lebihkan produknya atau dengan membanding-bandingkan dengan produk milik usaha lain. Selain itu, mereka juga bisa menyembunyikan kecacatan barang.

³ Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah...* hlm. 309

Namun berbeda yang dilakukan oleh pelaku usaha kerajinan Bambu Indah dan Bambu Kita, mereka mengizinkan konsumen untuk melihat-lihat terlebih dahulu barang yang lain sehingga mereka bisa menilai kualitas produk yang dihasilkan nanti. Jika konsumen kurang puas, maka bisa bertanya terlebih dahulu. Kedua pelaku usaha tersebut akan menjelaskan dengan apa adanya sesuai dengan keadaan barang karena kualitas dari kerajinan berbahan bambu ini sama. Selain itu mereka juga tidak menyembunyikan kecacatan barang, karena saat barang sudah jadi, konsumen bisa melihat sendiri apakah barang tersebut cacat atau tidak.

Sedangkan dalam hal promosi, kedua pelaku usaha tersebut melakukan promosi lewat media sosial seperti facebook dan *whatsapp* dengan cara mengupload gambar produk yang mereka hasilkan. Jadi dalam hal ini tidak ada produk yang dilebih-lebihkan. Selain melalui media sosial, usaha kerajinan Bambu Indah juga melakukan promosi lewat pameran-pameran.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajri Futuh Rachman, dkk yang bertujuan untuk mengidentifikasi apakah para pedagang fashion busana muslim di Pasar Baru Trade Center telah menerapkan etika bisnis Islam atau belum dalam menjalankan bisnisnya. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel shidiq dengan nilai indeks 89,9% (sangat tinggi) berarti para pedagang tersebut telah menerapkan prinsip shidiq dalam menjalankan bisnisnya.⁴

⁴ Fajri Futuh Rachman, Identifikasi Penerapan Etika Bisnis...hlm 41

Hal tersebut juga sesuai dalam buku Muhammad Djakfar bahwa kegiatan perdagangan harus dilakukan dengan transparan terutama dalam hal mutu dan juga dilarang menggunakan atau mengobra sumpah dengan tujuan untuk meyakinkan pembeli bahwa barang yang diperdagangkan benar-benar berkualitas agar calon konsumen dapat terdorong untuk membeli.⁵

B. Penerapan etika bisnis Islam pada pelaku usaha kerajinan bambu di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek pada aspek amanah

Amanah nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam bisnisnya adalah kepercayaan, bertanggung jawab, transparan, dan tepat waktu. Amanah merupakan bentuk perilaku seseorang yang dapat dipercaya dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang menjadi tugasnya.⁶ Dalam hal ini, pelaku bisnis dilarang untuk memakan riba, melakukan tindak kedzaliman, melakukan suap, memberikan hadiah haram (curang) serta memberi komisi yang haram.

Islam mewajibkan setiap pelaku bisnis untuk mempunyai sikap tanggung jawab, sehingga dapat mempertanggung jawabkan pilihannya baik di hadapan orang lain maupun dihadapan Allah kelak. Sikap tanggung jawab ini perlu diterapkan oleh pelaku usaha dalam kegiatan usahanya, karena berhubungan dengan pilihan-pilihan yang telah mereka ambil.

⁵ Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis, Dialektika Etika...* hlm. 75-79

⁶ Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah...* hlm. 309

Apapun yang telah mereka pilih harus dapat dipertanggungjawabkan.⁷ Dengan adanya sikap ini membuat pelaku usaha menjadi lebih kredibel. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surah Al Muddasir ayat 38:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Artinya: “Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya.”(QS. Al- Muddatsir: 38)⁸

Dalam ayat tersebut sudah jelas bahwa apapun yang telah kita perbuat, kita harus dapat mempertanggung jawabkannya. Hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh kedua pelaku usaha kerajinan bambu di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Trenggalek.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, pelaku usaha kerajinan Bambu Indah dan Bambu Kita juga menerapkan aspek tanggung jawab. Seperti yang dilakukan oleh Bapak Sukatno sebagai pemilik usaha kerajinan Bambu Indah dan karyawannya yang berusaha menyelesaikan pesanan tepat waktu sesuai dengan tanggal yang telah ditentukan konsumen meskipun hal tersebut belum dilakukan dengan maksimal. Hal itu dikarenakan dalam penyelesaian produk masih mengandalkan pekerjaan tangan manusia sehingga hasil yang didapatkan masih kurang maksimal. Selain itu, karena sikap gotong royong di desa yang masih sangat kuat membuat mereka lebih memilih meninggalkan terlebih dahulu pekerjaan tersebut jika ada tetangga yang mempunyai hajat. Sehingga hal tersebut membuat penyelesaian pesanan menjadi molor

⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit...* hlm. 26

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya...*, hlm. 851

hingga 1 atau 2 hari. Namun, sebenarnya mereka juga ingin dapat menyelesaikan pesanan tepat waktu, tetapi keadaan itu belum mendukungnya. Meskipun demikian, pelaku usaha kerajinan bambu Indah terus berusaha agar pesanan tersebut dapat selesai tepat waktu meskipun dalam penyelesaiannya harus bekerja lembur.

Kemudian, pelaku usaha kerajinan Bambu Kita juga sama mengedepankan aspek tanggung jawab dalam kegiatan usahanya. Setiap pesanan yang ada selalu diselesaikan dengan tepat waktu sesuai dengan tanggal yang telah ditetapkan pembeli. Hal tersebut bertujuan untuk membangun kepercayaan konsumen, sehingga tidak ada konsumen yang merasa kecewa. Sebelum menyanggupi pesanan yang ada, pemilik usaha melihat keadaan saat itu dengan berbagai pertimbangan. Jika dirasa keadaan saat itu tidak memungkinkan untuk menerima pesanan lagi karena barang yang belum diselesaikan masih banyak, dan waktu untuk menyelesaikannya tinggal sedikit dengan kondisi saat itu musim hujan, pemilik akan menolak pesanan yang datang atau menawarkan waktu lain yang sekiranya cukup untuk menyelesaikan pesanan tersebut. Hal tersebut dilakukan karena mereka takut jika pilihan yang diambilnya tidak dapat dipertanggung jawabkan.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajri Futuh Rachman, dkk yang bertujuan untuk mengidentifikasi apakah para pedagang fashion busana muslim di Pasar Baru Trade Center telah menerapkan etika bisnis Islam atau belum dalam menjalankan

bisnisnya. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel amanah dengan nilai indeks 84,2% (sangat tinggi) berarti para pedagang tersebut telah menerapkan prinsip amanah dengan memperhatikan dan menjaga kepercayaan konsumen, diantaranya dengan menepati janji dan tepat waktu dalam mengerjakan sesuatu yang berkaitan dengan konsumen.⁹

C. Penerapan etika bisnis Islam pada pelaku usaha kerajinan bambu di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek pada aspek *tabligh*

Sifat *tabligh* artinya komunikatif, sehingga orang yang memiliki sifat ini akan menyampaikan pesan dengan benar melalui tutur kata yang menyenangkan dan lemah lembut. Dalam dunia bisnis seorang pelaku usaha harus mampu menyampaikan visi dan misi dengan benar kepada *stakeholdernya*, mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk tanpa berbohong dan tidak menipu pelanggan. Selain itu seorang pengusaha juga harus mampu berdialog, berdiskusi dan berbicara dengan orang lain dengan bahasa yang mudah dipahami sehingga mudah diterima.¹⁰

Etika bisnis Islam pada aspek *tabligh* yang dilakukan oleh pelaku usaha kerajinan Bambu Indah dan Bambu Kita adalah dengan melayani konsumen dengan baik dan ramah. Meskipun konsumen tersebut banyak tanya dan produk yang ingin dipesan sesuai dengan keinginannya yang rumit, ataupun mereka hanya tanya-tanya saja tanpa jadi untuk membeli

⁹ Fajri Futuh Rachman, Identifikasi Penerapan Etika Bisnis...hlm 41

¹⁰ Mustofa, Entrepreneurship Syariah...hlm. 43-44

produk mereka tetap menjawab pertanyaan tersebut dan menjelaskan apa yang belum dimengerti dengan ramah dan bahasa yang sopan sampai konsumen tersebut mengerti dengan apa yang telah dijelaskan meskipun dalam hati mereka tidak senang. Mereka menyadari bahwa untuk memperoleh kepercayaan dan kepuasan konsumen tentunya harus memberikan pelayanan yang terbaik, tidak boleh acuh tak acuh ataupun dengan marah/bahasa yang kasar.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajri Futuh Rachman, dkk yang bertujuan untuk mengidentifikasi apakah para pedagang fashion busana muslim di Pasar Baru Trade Center telah menerapkan etika bisnis Islam atau belum dalam menjalankan bisnisnya. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel tabligh dengan nilai indeks 79,2% (tinggi) berarti para pedagang telah menerapkan prinsip tabligh dalam kegiatan bisnisnya. Komunikasi menjadi sangat penting, terutama komunikasi dalam bentuk mempromosikan produk terhadap konsumen. Selain promosi, para pedagang juga harus membangun komunikasi yang baik dengan pedagang lainnya agar dapat tercipta iklim usaha yang nyaman yang berpengaruh terhadap kelancaran bisnis.

D. Penerapan etika bisnis Islam pada pelaku usaha kerajinan bambu di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek pada aspek fathanah

Fathanah berarti cakap atau cerdas, memiliki kemampuan intelektual cerdas, kreatif, berani, percaya diri, dan bijaksana. Seorang pelaku bisnis yang mempunyai sifat ini maka akan memahami dan mengerti tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan kewajiban dan tugasnya.¹¹ Implikasi ekonomi dan bisnis dari sifat ini adalah bahwa segala aktivitas harus dilakukan dengan ilmu, kecerdasan dan pengoptimalan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. Dengan memiliki sifat ini, pelaku bisnis akan menumbuhkan kreatifitasnya untuk melakukan berbagai inovasi yang bermanfaat untuk bisnisnya dan juga pelaku bisnis bisa dengan cepat menganalisis situasi persaingan yang sedang terjadi serta perubahan-perubahan saat itu atau yang mungkin terjadi di masa yang akan datang.

Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya pelaku usaha kerajinan Bambu Indah dan Bambu Kita juga menerapkan etika bisnis Islam pada aspek fathanah, yaitu melakukan pengembangan produk untuk mencapai target pemasaran dan membuka peluang untuk produknya. Selain itu, usaha tersebut dilakukan untuk mengembangkan usahanya, agar produk yang mereka hasilkan tetap diminati oleh konsumen. Pengembangan produk yang mereka lakukan berawal dari permintaan konsumen yang menginginkan untuk dibuatkan berbagai macam produk sesuai dengan keinginan mereka,

¹¹Ali Muhammad Taufiq, *Praktik Manajemen ...* hlm 176

karena di toko kerajinan bambu produk yang disediakan tidak lengkap. Sedangkan ide yang diperoleh oleh pelaku usaha kerajinan Bambu Indah untuk melakukan inovasi produk berasal dari ide pemilik usaha itu sendiri (ilmu dan pengalaman yang diperoleh melalui pelatihan yang diadakan oleh pemerintah) dengan dibantu karyawannya. Sehingga sampai saat ini, usaha ini sudah mampu untuk membuat berbagai macam kerajinan bambu yang terdiri dari perabotan rumah, alat makanan, berbagai souvenir, dan lain-lain. Hal tersebut berbeda dengan pelaku usaha kerajinan Bambu Kita.

Hal ini sesuai dalam buku Eka Ardianto bahwa dalam hal kaitannya dengan manajemen operasi (*operations management*), yaitu terutama dengan pengembangan produk baru. Keberadaan komunitas karyawan perusahaan bermanfaat untuk menapatkan ide-ide kreatif bagi pengembangan produk baru.¹²

Sedangkan pelaku usaha kerajinan Bambu Kita dalam hal pengembangan produk belum mampu mengembangkan dan menciptakan inovasi produknya menjadi lebih beragam. Hal ini karena adanya keterbatasan modal dan jumlah karyawan yang bersedia bekerja di tempat dan pengalaman yang dimiliki dari pelatihan yang diikuti masih sedikit. Selain itu, permintaan konsumen juga jarang yang memesan dengan bentuk produk berbeda, kebanyakan hanya ukuran produk yang berbeda dari produk yang telah disediakan.

¹² Eka Ardianto, Agus W. Soehadi, *Consumunity Marketing*, (Tangerang: Prasetya Mulya Publishing. 2013), hlm. 61

Kemudian untuk menghadapi persaingan antar sesama usaha kerajinan bambu, Bambu Indah dan Bambu Kita tetap melakukan bisnis dengan adil dan kompetitif yang dapat dilihat dari penetapan harga produk yang wajar atau sesuai dengan harga di pasar tidak terlalu rendah ataupun terlalu tinggi dari harga pasaran dan tetap mengutamakan kualitas produknya. Karena jika penetapan harga tidak sesuai dengan harga pasaran, hal tersebut tidak akan membuat usaha tetap bertahan atau bahkan bisa berkembang, namun akan membuat usaha menjadi mengalami kerugian. Dan juga untuk harga produk pesanan yang mendadak yaitu sama seperti harga produk semula dan tidak ada tambahan apapun. Tetapi kadang ada konsumen yang memberi uang lebih meskipun mereka tidak meminta, karena pada dasarnya mereka tidak menetapkan adanya uang lebih tersebut. Untuk jumlah produk yang dipesan mendadak usaha kerajinan Bambu Indah hanya mau menerima jika jumlahnya kurang dari 100 buah, sedangkan untuk usaha Bambu Kita tidak lebih dari 50 buah.

Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Firman Menne dalam bukunya yang berjudul “Nilai-Nilai Spiritual Dalam Entitas Bisnis Syariah” bahwa dalam transaksi syariah menjunjung tinggi nilai kebersamaan dalam memperoleh manfaat sehingga seseorang tidak boleh mendapat keuntungan di atas kerugian orang lain. Selain itu implementasi dari keadilan dalam kegiatan usaha berupa aturan atau prinsip muamalah yang melarang adanya unsur riba, kezaliman, maysir, gharar, dan haram. Dan juga dalam prinsip keseimbangan, transaksi syariah tidak hanya menekankan pada

maksimalisasi keuntungan perusahaan untuk kepentingan pemilik perusahaan semata, tetapi juga semua pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut.¹³

Sesuai dalam buku Muhammad Djakfar bahwa penentuan harga harus transparan, yaitu harga ditetapkan dengan terbuka dan wajar agar tidak terjerumus dalam riba.¹⁴ Dan juga sesuai dengan buku Rafik Issa Beekun, bahwa dalam berbisnis harus dilakukan dengan adil dan tidak terlibat dalam kecurangan. Keadilan ini dilakukan pada semua bentuk transaksi seperti takaran timbangan dan penentuan harga dan juga dalam menghadapi persaingan bisnis, seorang pengusaha harus menghindari kecurangan seperti monopoli yang dapat mengakibatkan kerugian pihak lain dan bisa mendorong persaingan tidak sehat.¹⁵

¹³ Firman Menne, *Nilai-Nilai Spiritual dalam Entitas Bisnis Syariah*, (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2017), hlm. 65-65

¹⁴ Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis, Dialektika Etika...*hlm.83-84

¹⁵ Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islami...*hlm.105

Setelah itu diperlukan triangulasi untuk memeriksa keabsahan data yang diperoleh dengan cara membandingkan beberapa hasil wawancara dari pelaku usaha kerajinan yang ada di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Trenggalek, yaitu Bambu Indah dan Bambu Kita. Adapun perbandingan hasil wawancara tersebut sebagai berikut:

1. Penerapan etika bisnis Islam pada pelaku usaha kerajinan bambu di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Trenggalek pada aspek shidiq
 - a. Penerapan etika bisnis Islam aspek shidiq pada pelaku usaha kerajinan Bambu Indah

Tabel 5.1

Bapak Sukatno (Pemilik Usaha)	Ibu Bibit (Karyawan)	Ibu Purwati (Konsumen)
Bapak Sukatno mengatakan bahwa aturan bisnis ya tetap dilakukan utamanya saat melayani konsumen, misalnya dengan berperilaku baik saat melayaninya agar konsumen tersebut senang dan membeli lagi atau menyebarkan ke orang lain. Kemudian untuk menjelaskan produk biasanya konsumen	Ibu Bibit juga menyampaikan bahwa ketika bersama konsumen harus diperlakukan dengan baik agar konsumen tersebut puas dengan pelayanan kami dan akhirnya kembali lagi saat ingi memesan. Jika pelayanan kita jelek konsumen bisa kecewa dan beralih ke pihak lain. Kemudian, untuk menjelaskan	Ibu Purwati juga mengatakan, saya di sana cepat dilayani dengan baik dan ramah dan saya merasa senang. Kemudian saat saya mau pesan produk, di sana saya dijelaskan tentang produknya sambil ditunjukkan contohnya. Setahu saya, mereka mempromosikan produknya lewat

<p>melihat langsung contoh produk yang ada sehingga bisa menilai sendiri apakah baik atau buruk. Jika produk yang ingin dipesan tidak ada konsumen bisa melihat-lihat barang yang lainnya karena kualitasnya sama saja. Dan jika masih belum jelas bisa tanya-tanya terlebih dahulu. Sedangkan untuk kekurangan atau kecacatan barang tidak disembunyikan karena konsumen bisa melihat sendiri saat produk itu sudah jadi. Sedangkan promosi, kita sering melakukan lewat <i>whatsapp</i> dengan cara mengupload produk yang sudah jadi dan melalui pameran.</p>	<p>kualitas produk, ya bilang bahwa produk yang kita hasilkan sudah bagus, sudah diobat dulu bambunya untuk mebel. Selain itu, untuk penebangan bambunya juga hanya pada bulan Mei, Juni, Juli, dan Agustus agar bagus untuk mebel. Sedangkan untuk kerajinan anyaman bisa sewaktu-waktu karena tidak terlalu beresiko kerusakan yang disebabkan oleh bakteri. Kita juga sambil menjelaskan juga ditunjukkan produknya. Dan juga promosi biasanya dilakukan lewat <i>whatsapp</i> daripada lewat facebook, karena tidak ada yang mengurus facebook. Selain itu juga mengikuti pameran agar produk yang kami hasilkan semakin</p>	<p><i>whatsapp</i> dengan mengupload gambar-gambar produknya itu, karena kebetulan saya juga memiliki nomernya jadi saya bisa melihat barang diposting.</p>
--	--	---

	dikenal.	
--	----------	--

b. Penerapan etika bisnis Islam aspek shidiq pada pelaku usaha kerajinan
Bambu Kita

Tabel 5.2

Bapak Wandu (Pemilik Usaha)	Ibu Mukarti (Karyawan)	Mbak Ayu (Konsumen)
Bapak Wandu mengatakan, saat ada pembeli yang datang mau memesan produk, biasanya saya menunjukkan langsung contoh produk tersebut agar mereka percaya terhadap kualitas produk yang kami hasilkan. Tetapi saat produk yang diinginkan menurut kriterianya, biasanya mereka melihat-lihat dulu produk yang ada. Ketika pembeli bertanya tentang produk yang dilihat tersebut, saya memberitahu sesuai keadaan nyata produk.	Ibu Ti mengatakan, biasanya jika ada pembeli yang datang, saya serahkan langsung kepada pemilik agar ditunjukkan langsung untuk melihat produk yang sudah ada, sehingga mereka bisa melihat keadaan produk sebenarnya.	Mbak Ayu juga mengatakan, dulu saat saya mau pesan produk souvenir, saya langsung ditanya mau souvenir yang seperti apa dan kebetulan souvenir yang saya inginkan saat itu tidak ada contohnya di situ, jadi saya lihat-lihat sambil tanya-tanya kemudian saya minta untuk dibuatkan souvenir dengan kriteria yang saya inginkan.

Selain itu, juga lewat promosi di media sosial seperti facebook dan <i>whatsapp</i> .		
---	--	--

2. Penerapan etika bisnis Islam pada pelaku usaha kerajinan bambu di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Trenggalek pada aspek amanah
- a. Penerapan etika bisnis Islam aspek amanah pada pelaku usaha kerajinan Bambu Indah

Tabel 5.3

Bapak Sukatno (Pemilik Usaha)	Ibu Bibit (Karyawan)	Ibu Purwati (Konsumen)
Bapak Sukatno mengatakan, kalau masalah pesanan, kami berusaha menyelesaikan sesuai tanggal yang telah ditentukan oleh konsumen. Karena biasanya, untuk konsumen yang memesan untuk acara temanten seperti souvenir, harus selesai sebelum acara dilakukan, dan	Ibu Bibit juga mengatakan, ya kalau pesanan kami berusaha menyelesaikan dengan tepat waktu. Tapi karena ini pekerjaan tangan, ya sebagian besar masih tidak tepat waktu. Selain itu, karena sikap gotong royong di desa masih sangat kuat, meskipun waktunya sudah mepet tetapi ada tetangga atau saudara yang	Hal yang sama juga dikatakan oleh ibu Purwati, ya, produk yang saya pesan selesai tepat waktu sesuai tanggal yang saya tentukan. Tapi kadang molor karena ada suatu hal yang tidak bisa ditinggal. Pernah saat itu saya memesan produk tapi saat saya mau ngambil pesanan ternyata pesanan saya

<p>konsumen biasanya memesan jauh hari sebelumnya. Tapi, saat jumlah pesanan banyak, dan waktu untuk menyelesaikan tinggal sedikit kita biasanya lembur.</p>	<p>punya hajat ya ditinggal dulu buat rewang. Apalagi saat musim panen, ya jadinya molor 1 atau 2 hari. Sebenarnya kami juga ingin melayani konsumen dengan selalu tepat waktu, tetapi ya begitulah keadaanya, keterbatasan situasi dan kondisi kita. Kadang, kita juga sampai lembur jika pesanan banyak dan waktunya sudah mepet.</p>	<p>belum jadi.</p>
--	---	--------------------

b. Penerapan etika bisnis Islam aspek amanah pada pelaku usaha kerajinan Bambu Kita

Tabel 5.4

Bapak Wandu (Pemilik Usaha)	Ibu Mukarti (Karyawan)	Mbak Ayu (Konsumen)
<p>Bapak Wandu mengatakansetiap pesanan kami selesaikan dengan tepat waktu sesuai dengan</p>	<p>Ibu Ti juga mengatakan, barang yang dipesan pembeli selalu kami selesaikan sesuai dengan waktu</p>	<p>Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan mbak Ayu, barang yang saya pesan kemarin</p>

<p>waktu yang telah ditetapkan pembeli agar pembeli tersebut dapat mempercayai kami. Tapi jika waktu memesannya itu sudah agak mepet dan segera digunakan, sedangkan pesanan lain juga masih ada yang belum selesai dan waktu menyelesaikannya tinggal sedikit, biasanya saya menolak pesanan tersebut. karena dalam membuat produk kerajinan ini juga butuh waktu, apalagi saat musin hujan seperti ini.</p>	<p>yang telah ditentukan. Karena kalau tidak bisa dapat omelan yang buruk dari pembeli dan dianggap tidak bisa dipercaya. Akhirnya pembeli jadi kecewa dan kapok memesan barang di sini.</p>	<p>selesai tepat waktu sesuai dengan waktu yang saya tetapkan, karena barang itu akan saya gunakan untuk acara penting.</p>
---	--	---

3. Penerapan etika bisnis Islam pada pelaku usaha kerajinan bambu di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Trenggalek pada aspek tabligh
- a. Penerapan etika bisnis Islam aspek tabligh pada pelaku usaha kerajinan Bambu Indah

Tabel 5.5

Bapak Sukatno (Pemilik Usaha)	Ibu Bibit (Karyawan)	Ibu Purwati (Konsumen)
Bapak Sukatno mengatakan bahwa konsumen yang datang kami layani dengan baik dan rendah hati, karena kalau kita tidak ramah dalam melayani konsumen, pastinya konsumen tidak akan membeli lagi produk kita. Kita tidak boleh marah karena permintaan konsumen yang aneh-aneh dan jika konsumen banyak tanya kita juga ahrus tetap menjawabnya dengan baik dan sopan.	Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ibu Bibit, dalam melayani konsumen, kita selalu melayani dengan baik dan ramah. Dulu kita juga pernah didakan pelatihan untuk menghadapi konsumen, agar trik yang digunakan untuk menghadapi konsumen dan alhamdulillah itu sudah saya terapkan. Jadi, saat ada konsumen yang bertanya banyak hal dan permintaannya rumit kita tetap berusaha melayani dengan sopan dan	Pernyataan tersebut diperkuat oleh Ibu Purwati, selama saya memesan produk di Bambu Indah, saya selalu dilayani dengan ramah, meskipun produk yang saya pesan kadang menurut keinginan saya sendiri.

	<p>tidak boleh marah ataupun cuek.</p> <p>Namanya juga untuk memperoleh kepercayaan dari konsumen, tentunya kita harus memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen tidak kecewa.</p>	
--	--	--

b. Penerapan etika bisnis Islam aspek tabligh pada pelaku usaha kerajinan Bambu Kita

Tabel 5.6

Bapak Wandu (Pemilik Usaha)	Ibu Mukarti (Karyawan)	Mbak Ayu (Konsumen)
<p>Bapak Wandu mengatakan, saat ada pembeli yang datang baik mau memesan atau tanya-tanya dulu, kami menyambut dengan ramah agar mereka senang dan akhirnya jadi memesan produk.</p> <p>Kadang ada konsumen yang banyak tanya tapi belum tentu jadi</p>	<p>Hal tersebut didukung oleh pernyataan ibu Mukarti, saat ada orang yang datang, kami menyambut dengan baik, meskipun saya tidak tau orang itu mau beli atau masih tanya-tanya. Jika mereka senang dengan yang kita lakukan, dan menemukan produk</p>	<p>Pernyataan mbak Ayu untuk memperkuat hal tersebut adalah dulu pas saya datang segera ditanya-tanya dengan baik seperti dipersilahkan dan ditanya mau pesan apa mbak ? dan lain-lain. Karena pesanan saya sesuai dengan kriteria yang saya inginkan mereka tetap melayani</p>

membeli kita harus tetap bersikap ramah meskipun dalam hati tidak senang.	yang sesuai dengan keinginannya, pasti orang tersebut akan kembali untuk memesan. Untuk konsumen yang tanya-tanya kebanyakan pemilik sendiri yang menjelaskan.	dengan ramah dan menjelaskan yang saya tidak mengerti.
---	--	--

4. Penerapan etika bisnis Islam pada pelaku usaha kerajinan bambu di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Trenggalek pada aspek fathanah
- a. Penerapan etika bisnis Islam aspek fathanah pada pelaku usaha kerajinan Bambu Indah

Tabel 5.7

Bapak Sukatno (Pemilik Usaha)	Ibu Bibit (Karyawan)	Ibu Purwati (Konsumen)
Bapak Sukatno mengatakan bahwa pengembangan produk kerajinan bambu di sini dimulai dari adanya permintaan konsumen yang menginginkan untuk dibuatkan produk sesuai dengan keinginan mereka.	Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ibu Bibit, selama ini di UD Bambu Indah sudah melakukan pengembangan produk yang dimulai dari adanya permintaan konsumen yang ingin dibuatkan produk sesuai dengan	Pernyataan tersebut diperkuat oleh Ibu Purwati, mereka sudah melakukan pengembangan produk karena saya juga pernah bekerja di sana dulu. Dengan mereka menerima berbagai macam permintaan konsumen, mulai saat

<p>Misalnya seperti alat makan dan souvenir untuk hajatan karena di toko tidak ada yang menjual sesuai dengan permintaan itu. Untuk inovasi baru ide yang saya dapatkan juga dibantu sama karyawan-karyawan selain dari pelatihan yang pernah saya ikuti. Sekarang kami sudah bisa memproduksi berbagai kerajinan bambu mulai dari peralatan makan, perabotan rumah dan lain-lain dari yang awalnya hanya topi petani. Harga produk yang kami tetapkan sesuai standar atau sesuai dengan harga di pasaran, karena jika harganya terlalu tinggi konsumen akan lari mencari harga yang lebih murah. Sebaliknya jika harganya terlalu</p>	<p>keinginan dan kriteria mereka sendiri, karena di toko kerajinan yang ada biasanya hanya menyediakan kerajinan bambu tertentu saja yang belum sesuai dengan keinginan mereka. Berawal dari sini produk yang diproduksi semakin berkembang karena permintaan konsumen bermacam-macam. Untuk mendapatkan ide menciptakan produk baru, saya berfikir dengan teman-teman dan mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh pemerintah sampai akhirnya kita bisa memproduksi berbagai macam kerajinan bambu seperti sekarang ini. Untuk masalah penetapan harga produk, di sini tidak ada perubahan</p>	<p>itu produk yang diproduksi semakin beragam. Cara mereka untuk membuat inovasi baru yaitu dengan mencari ide bersama dan dengan tukar pikiran serta ada yang mengikuti pelatihan. Harga produk yang ditawarkan oleh Bambu Indah menurut saya sesuai dengan harga pasar dan terjangkau. Kalau untuk harga barang yang dipesan mendadak harganya juga sama seperti barang sebelumnya, karena saya juga pernah memesan barang dengan mendadak tapi hanya 1 atau 2 buah.</p>
--	---	--

<p>murah kita sendiri malah bangkrut, jadinya kita tidak bisa produksi lagi karena uang untuk membeli bahan baku dan upah karyawan tidak ada. Untuk barang yang diselesaikan dengan kebut atau pesanan mendadak harganya tetap sama. Tapi ada juga yang memberi tambahan uang padahal kami tidak minta,. Jumlah produk yang kita terima untuk pesanan mendadak yaitu tidak lebih dari 100 buah.</p>	<p>dan tetap seperti semula untuk tetap menjaga kualitasnya. Jadi, dari konsumen nanti bisa memilih mana yang baik atau tidak. Barang yang dipean mendadak harganya juga tetap sama seperti barang pada umumnya tidak ada tambahan apapun.</p>	
---	--	--

b. Penerapan etika bisnis Islam aspek fathanah pada pelaku usaha kerajinan Bambu Kita

Tabel 5.8

Bapak Wandu (Pemilik Usaha)	Ibu Mukarti (Karyawan)	Mbak Ayu (Konsumen)
Bapak Wandu mengatakan, selama ini saya sudah	Hal tersebut didukung oleh pernyataan ibu Mukarti, menurut saya	Pernyataan mbak Ayu untuk memperkuat hal tersebut adalah

<p>melakukan pengembangan produk, tapi belum terlalu besar yang saya kembangkan. Karena kebanyakan konsumen yang datang hanya meminta produk dengan ukurannya saja yang berbeda, sedangkan jenisnya hampir sama seperti yang saya sediakan. Selain itu juga modal yang saya miliki terbatas dan karyawan yang ada di sini hanya 1, yang lainnya bekerja dari rumah masing-masing, jadi untuk menemukan ide baru atau tukar pendapat hanya terbatas. Dan pelatihan yang pernah saya ikuti juga masih sedikit. Jadi sampai saat ini produk yang kami produksi macamnya belum</p>	<p>sudah mengembangkan produknya karena dibanding awal-awal dulu produk yang dijual sudah lebih banyak macamnya, tapi belum seperti produk Bambu Indah. Untuk ide inovasi ya pemilik sendiri yang memikirkan karna saya di sini hanya bekerja. Semua barang harganya sama dengan barang milik usaha lain, agar barang yang dibuat di sini tetap bisa diminati oleh pembeli. Setau saya harga barang yang dipesan mendadak itu sama seperti barang-barang sebelumnya.</p>	<p>menurut saya belum terlalu mengembangkan produknya, karena produk dijual setau saya sampai saat ini kebanyakan masih berjenis souvenir dan keranjang-keranjang. Yang saya tahu harga souvenir yang ditawarkan oleh Bambu Kita sama dengan harga yang ditawarkan oleh bambu Indah.</p>
--	--	--

<p>banyak, hanya sebatas souvenir dan berbagai keranjang. harganya sesuai dengan harga pasar, agar produk yang kami hasilkan dapat bersaing dengan produk lain dan dapat dijangkau oleh semua pembeli. Harga barang yang diselesaikan dengan kebut sama seperti barang biasanya. Untuk jumlah barang yang bisa diselesaikan kebut hanya kuarng dari 50 buah.</p>		
--	--	--

Berdasarkan hasil wawancara dari kedua pelaku usaha kerajinan di atas dapat dilihat bahwa dalam menjalankan usahanya mereka menerapkan etika bisnis Islam yang sesuai dengan sifat Nabi Muhammad SAW dalam berbisnis yaitu sifat shidiq, amanah, tabligh, dan fathanah. Dengan demikian, data hasil penelitian yang saya lakukan valid karena teori dan praktik yang dilakukan tidak jauh berbeda.