

## PERAN KEWIRAUSAHAAN DAN *E-COMMERCE* TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Kartika Dwi Sara<sup>1)</sup>, Fitryani<sup>2)</sup>  
Universitas Wijaya Putra Surabaya  
[Kartikadsara@gmail.com](mailto:Kartikadsara@gmail.com)<sup>1)</sup>, [Fitryani@uwp.ac.id](mailto:Fitryani@uwp.ac.id)<sup>2)</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran wirausaha melalui etika bisnis dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam perspektif Islam (studi Kota Surabaya). Perilaku tersebut yang akan menjadi dasar pertanyaan wawancara untuk menjelaskan bagaimana peran wirausaha melalui etika bisnis dan *e-commerce* pada perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah di Kota Surabaya. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan kepada kasus yang terjadi. Pengumpulan data menggunakan wawancara semiterstruktur dan observasi langsung kepada obyek penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif *explanatoris* dengan menjelaskan hasil-hasil wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat mayoritas yang mengetahui peranan etika bisnis Islam untuk diterapkan dalam berwirausaha tetapi secara keseluruhan memiliki karakteristik wirausaha dan secara signifikan *e-commerce* yang digunakan telah sesuai dengan syariat Islam di dunia perdagangan. Peranan wirausaha dan *e-commerce* sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah.

Kata kunci : Wirausaha, *E-Commerce*, Etika Bisnis , UMKM

### ABSTRACT

This study aims to determine entrepreneurs' role through business ethics and e-commerce towards the development of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) from an Islamic perspective (a case study in Surabaya). The behavior will be the basis for interview questions to explain the role of entrepreneurs through business ethics and e-commerce in developing micro, small, and medium enterprises in Surabaya. This research used a qualitative approach that would yield a level of comprehensive data. The researcher collected the data using semi-structured interviews and observation. This study utilized the explanatory qualitative analysis technique by explaining the results of interviews and observations. The results revealed that most people know the role of Islamic business ethics in entrepreneurship and overall have entrepreneurial characteristics. Moreover, the e-commerce that is applied has been appropriate to Islamic law. The role of entrepreneurship and e-commerce is very crucial in developing micro, small, and medium enterprises.

Keywords: Entrepreneurship, E-Commerce, Business Ethics, MSME

### PENDAHULUAN

Potensi ekonomi Indonesia mulai diperhatikan di dunia internasional karena dianggap memiliki potensi yang tinggi. Ditunjukkan oleh Indonesia dengan sejumlah karakteristik yang dimiliki cukup bagus untuk mengalami perkembangan ekonomi yang pesat di Asia Tenggara. Perekonomian Indonesia sempat terguncang karena krisis global ditahun 1997-1998, namun dapat bangkit kembali di tahun 2000 dengan menunjukkan eksistensinya dan dapat bertahan pada krisis global kedua di tahun 2008-2009. Meskipun demikian perekonomian Indonesia sempat mengalami perlambatan pada tahun 2011-2015, dan lambatnya proses percepatan pertumbuhan ekonomi mulai dari 2016. Berikut ini data statistik PDB yang telah dirangkap *World Bank*:

**Tabel 1.1 Pertumbuhan Domestik Bruto (PDB) dalam Sejarah**

Tahun	Rata-rata Pertumbuhan PDB (%)	Periode
1967 – 1997	6.85	Orde Baru Suharto
1998 – 1999	- 6.65	Krisis Finansial Asia
2000 – 2004	4.60	Pemulihan
2005 – 2011	5.80	2000s Boom Komoditas
2011 – 2015	5.53	Pertumbuhan Ekonomi yang Melambat
2015 – 2019	5.03	Akselerasi Pertumbuhan Ekonomi yang Sederhana
2020 - sekarang		Krisis Covid-19

Sumber: Bank Dunia 2020

Tampak dalam tabel di atas bahwa dampak yang relatif kecil dimiliki Indonesia dibandingkan oleh negara yang lainnya akibat krisis finansial global di akhir tahun 2000-an. Performa pertumbuhan PDB pada tahun 2009.

mengalami penurunan sebesar 4,6 persen, yang menunjukkan bahwa performa pertumbuhan PDB negara ini merupakan salah satu terbaik di seluruh dunia (menjadi negara berperingkat ketiga dengan perekonomian besar di antara negara-negara yang tergabung grup G-20). Perekonomian Indonesia dianggap mampu bertumbuh dengan layak meskipun terjadi penurunan yang tajam pada harga komoditi, turunnya pasar saham, *yield* obligasi domestik dan internasional yang lebih tinggi, dan melemahnya nilai tukar rupiah. Awalnya perekonomian Indonesia bergantung pada sektor pertanian selanjutnya berubah menjadi sektor industri yang mengakibatkan perekonomiannya lebih seimbang dan menyiratkan bahwa adanya pengurangan ketergantungan tradisionalnya pada sektor ekspor primer. Kendati begitu, semua sektor utama mengalami ekspansi selama periode yang disebutkan.

**Tabel 1.2 Tiga Sektor Utama Komposisi Ekonomi Indonesia**

	1965	1980	1996	2010	2017
<b>Pertanian</b>	51%	24%	16%	15%	14%
<b>Industri</b>	13%	42%	43%	47%	40%
<b>Jasa</b>	36%	34%	41%	38%	46%

Sumber : *World Bank and CIA World Factbook 2020*

Bertentangan dengan prediksi awal oleh Bank Dunia, sektor industri di Indonesia dikalahkan oleh sektor jasa dalam hal kontribusi terhadap PDB. Diantara tahun 1965 dan 2010 peran sektor industri berkembang sangat kuat dengan didukung oleh sektor manufaktur yang berkembang pesat. Pemerintah pusat memberikan dukungan untuk mengekang ketergantungan Indonesia pada ekspor komoditas (mentah) serta untuk meningkatkan peran industri manufaktur dalam perekonomian dalam beberapa tahun terakhir. Serta ditunjukkan oleh data usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia, yang memberikan kontribusi 99 persen dari jumlah total perusahaan yang aktif di Indonesia dan memberikan sumbangan sekitar 60 persen dari PDB Indonesia dan menciptakan lapangan kerja untuk 108 juta orang di Indonesia. Di dukung Pemerintah melalui kebijakan yang di keluarkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk pebisnis kecil yang ingin mengembangkan usahanya. Terbukti dengan perkembangan UMKM yang sudah merambah ke daerah-daerah terpencil, serta mendapatkan dukungan dari kemajuan teknologi yang merupakan salah satu inovasi dari ekonomi kreatif. Sejalan dengan ekonomi kreatif, ekonomi digital hadir dan menjadi jawaban atas dicanangkannya ekonomi digital oleh Pemerintah sebagai program pembangunan nasional. Melalui program tersebut UMKM mendapat fasilitas untuk bersaing dalam skala nasional bahkan global. Hingga beberapa platform *e-commerce* mulai bermunculan sejalan dengan dicanangkannya UMKM *Go Online*.

*Electronic Commerce (E-Commerce)* atau yang lebih dikenal *Online Shopping* adalah pelaksanaan perniagaan berupa transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun promosi suatu barang dan/atau jasa dilakukan dengan memanfaatkan komputer dan sarana komunikasi elektronik digital atau telekomunikasi data. Menurut Kuswiratmo (2016:163) bahwa bentuk perniagaan selain itu juga dapat dilakukan secara global, yaitu dengan menggunakan jaringan internet. Kemajuan teknologi yang saat ini sudah berkembang dengan baik, serta banyaknya bermunculan platform-platform *e-commerce* diharapkan dapat dimanfaatkan dengan baik oleh pelaku bisnis. Melihat melalui keuntungannya, *e-commerce* mendatangkan banyak keuntungan bagi pelaku bisnis terkhususnya pelaku bisnis yang memiliki modal sedikit atau bahkan tidak ada modal cadangan untuk melakukan promosi. Di dukung dengan kondisi penduduk Indonesia yang sudah melek digital, hal ini akan menjadi peluang besar bagi pelaku usaha yang mau mengembangkan usahanya melalui *e-commerce*.

Tak hanya *e-commerce*, peranan wirausaha juga dianggap sangat penting dalam perkembangan UMKM karena dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih baik lagi. Tetapi kenyataan yang terjadi di lapangan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, masih terdapat permasalahan yang menimpa para pelaku bisnis, di antaranya organisasi lemah, pemasaran sulit, modal usaha kecil, rendahnya jiwa kewirausahaan, kurangnya memperhatikan lingkungan dan layanannya kurang baik menurut Sukirman (2017). Kurangnya pendidikan dalam kewirausahaan (*entrepreneurship*) di Indonesia baik dalam dunia pendidikan, masyarakat, maupun pemerintah menyebabkan sebagian persepsi berpikir akan lebih baik menyiapkan tenaga kerja yang siap pakai dari pada menjadi wirausaha karena lebih mendapatkan status sosial yang cukup tinggi dan disegani di masyarakat. Dalam hal ini pemerintah diharapkan dapat berperan sebagai motivator dan fasilitator yang nantinya menjadi pelindung dalam memasarkan teknologi dan kebutuhan sosial lainnya. Aprijon (2013) berpendapat bahwa melalui pemberdayaan yang menghasilkan supaya untuk membangun daya, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya mengembangkannya dilandasi proses kemandirian. Tak hanya itu, untuk mendukung dalam aktivitasnya seorang wirausaha juga harus menjaga etika bersikap, karena tanpa adanya etika persaingan bisnis menjadi tidak sehat dan banyak pihak yang akan dirugikan. Seorang wirausaha dalam kehidupan usaha atau dunia bisnisnya akan selalu memerlukan bantuan dari wirausaha lain dan badan-badan usaha yang terkait lainnya atau dengan kata lain kegiatan dalam dunia usaha juga termasuk kegiatan sosial yang harus menjaga nilai-nilai terhadap sesamanya. Terjaganya suatu hubungan melalui etika berbisnis menunjukkan bahwa seorang wirausaha menjunjung tinggi moral dan mengutamakan kepercayaan dari konsumen kepadanya, hal ini memiliki kesesuaian dengan konsep etika berbisnis Islam. Islam telah memberikan batasan atau garis pemisah antara sesuatu yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan, sesuatu yang dibenarkan dan tidak dibenarkan serta sesuatu yang diharamkan dan diharamkan pada semua aspek termasuk dalam berkegiatan wirausaha. Batasan inilah pada Islam disebut dengan etika yang menjunjung tinggi nilai moral atau nilai etika bisnis. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang UMKM dengan judul “**Peran Kewirausahaan dan E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Islam**” .

## KAJIAN PUSTAKA

### Kewirausahaan

*Entrepreneurship* dapat diterjemahkan kewirausahaan, dan dapat diartikan sebagai syaraf pusat perekonomian (*the backbone of economic*) atau sebagai pengendali perekonomian suatu bangsa (*tailbone of economic*) (Wirakusumo, 1997:1 dalam Suherman 2010). Suatu usaha (*start up phase*) atau suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang berbeda (*creative*) dan sesuatu yang berbeda (*innovative*) memerlukan nilai dari kewirausahaan untuk memulainya, menurut etimologinya. Pendapat Hisrich (1985) tentang kewirausahaan adalah proses terciptanya sesuatu yang memiliki nilai tinggi dengan memaksimalkan waktu dan tenaga yang disertai dengan menanggung risiko keuangan, kejiwaan, sosial dan menerima balas jasa dalam bentuk uang serta kepuasan pribadinya.

Menurut McClelland dalam Elfa Yuliana (2017) mengelompokkan (*need*) menjadi tiga, yaitu:

- 1) Need For Achievement merupakan tindakan dalam kebutuhan berprestasi dengan melakukan sesuatu yang lebih baik dan efisien dibandingkan sebelumnya.
- 2) Need For Power merupakan kebutuhan akan kekuasaan yang merupakan keinginan untuk dapat

mempengaruhi, mengendalikan dan menguasai orang lain.

- 3) Need For Affiliation merupakan kebutuhan berafiliasi adalah keinginan agar dapat diterima dan disukai orang lain.

Hingga saat ini belum ada *terminology* yang sama persis tentang kewirausahaan (*entrepreneurship*) akan tetapi secara umumnya memiliki hakikat yang sama terhadap keinginan untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya harus memiliki kemauan yang keras dalam sifat, ciri- ciri dan watak yang melekat pada seseorang menurut Drucker (1994). Suryana (2001) setuju terhadap pemikiran Meredith tentang ciri dan watak dalam kewirausahaan sebagai berikut:

a) Ciri-ciri Kewirausahaan

1. Memiliki kepercayaan kepada dirinya sendiri.
2. Dapat berorientasi pada tugas dan hasil.
3. Dapat membuat keputusan dalam pengambilan risiko.
4. Memiliki jiwa kepemimpinan.
5. Selalu mengedepankan keorsinilan.
6. Memiliki orientasi pada masa depan.

b) Watak Kewirausahaan

1. Memiliki keyakinan akan dirinya sendiri tanpa bergantung pada orang lain, individualistis dan selalu optimis.
2. Selalu ingin berprestasi, bertujuan memperoleh laba, tekun dan tabah, serta memiliki tekad kuat dalam kerja keras, energik dan inisiatif.
3. Memiliki kemampuan dalam mengambil keputusan yang dihadapkan dengan risiko.
4. Dapat berperilaku sebagai pemimpin yang bergaul dengan orang lain dan dapat menerima saran maupun kritik.
5. Selalu berusaha inovatif dan kreatif dalam menunjukkan usahanya serta fleksibel mengikuti perkembangan zaman.

Selalu memandang ke depan dan mempunyai rencana dalam jangka panjang. (Suryana dalam Aprijon (2013) Akan selalu menghasilkan produk baru dan ide menyelenggarakan jasa-jasa pada setiap keputusan dalam membuka usaha baru oleh seorang entrepreneur dalam konteks dunia bisnis. Karakteristik tipikal entrepreneur (Schermerhorn Jr, 1999):

1. Memiliki bagian pengendalian internal.
2. Memiliki tingkat energi tinggi.
3. Berkeinginan tinggi akan prestasi.
4. Memiliki toleransi terhadap ambiguitas. (Schermerhorn dalam Aprijon, 2013 Tahap-tahap dan Proses dalam kewirausahaan

Tahap-tahap Kewirausahaan

- 1) Memiliki kepercayaan terhadap diri sendiri
- 2) Dapat berorientasi pada action Proses kewirausahaan

Bygrave mengutip Noore (1996: 3) berpendapat bahwa dalam proses kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi produk yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal dari hal pribadi. Berikut ini tahapan proses kewirausahaan (Alma dalam Aprijon, 2013):

- 1) Proses inovasi
- 2) Proses pemicu
- 3) Proses pelaksanaan
- 4) Proses pertumbuhan

### **Kewirausahaan dalam Islam**

Afif (2016) berpendapat bahwa ekonomi Islam adalah bentuk implementasi dari aturan-aturan yang

mengatur tentang adanya kegiatan ekonomi dan perilaku transaksi manusia dengan menggunakan prinsip dan nilai-nilai yang bersumber kepada Al-Qur'an dan Hadist. Pada ajaran agama Islam kegiatan perekonomiannya memiliki perbedaan dengan kegiatan perekonomian teori lainnya. Ekonomi Islam menjadi acuan bagi para umat Muslim pelaku ekonomi dalam menjalankan kegiatannya, yang di mana lebih mengedepankan adanya nilai ketuhanan dan dengan harapan serta niat agar mendapatkan berkah dari Allah SWT.

Berikut ini adalah nilai-nilai universal yang mendasar pada pelaksanaan ekonomi Islam dan terdiri dari empat nilai, yaitu:

1) At-tauhid (keamanan)

Pada nilai ini manusia menyatakan akan adanya keimanan terhadap Tuhan Yang Maha Esa yang penerapannya menunjukkan bahwa Allah adalah satu-satunya Tuhan yang berhak disembah dan tiada yang lain untuk disembah.

2) Al-adl (keadilan)

Kondisi perasaan yang merasa bahwa tidak adanya perbedaan dan tidak dibedakan dalam segala hal.

3) Al-ma'ad (hasil)

Membahas mengenai hasil dari kegiatan yang dilakukan para pelaku ekonomi dalam kemampuan mengembangkan usahanya.

4) Nilai keikhlasan dan sukarela

Mengenai kebebasan pada keberadaan kelangsungan kegiatan ekonomi Islam tanpa adanya unsur paksaan di dalamnya serta dengan perasaan ikhlas dalam menjalani proses dan menerima tanggung jawab atas segala risiko.

Kegiatan berwirausaha dalam Islam sebenarnya sudah tidak asing lagi, karena pada zaman Nabi Muhammad SAW, istrinya dan para sahabat nabi pun juga melakukan kegiatan wirausaha. Rasulullah SAW pernah bersabda mengenai kegiatan wirausaha yaitu, "Hendaklah kamu melakukan perdagangan karena di dalam perdagangan tersebut terdapat 90 pintu rezeki yang dapat terbuka". Dengan adanya hal ini dapat dikatakan bahwa kegiatan berwirausaha adalah ciri khas dari agama Islam yang sudah dilakukan dari sejak dahulu. Sehingga etos bisnis berkembang menjadi etika yang bernilai tinggi dalam menunjang kemaslahatan usaha dan kegiatan yang dapat menjadi penyebaran (syiar) Islam ke berbagai belahan dunia.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat beberapa etika bisnis yang diterapkan dalam agama Islam dijadikan sebagai alat untuk perkembangan dunia wirausaha yang dilakukan oleh pelaku-pelaku kewirausahaan Muslim dan telah diatur oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an:

- 1) Mengedepankan kejujuran dalam brbisnis yang sesuai dengan etika bisnis Islam
- 2) Tidak melakukan perbuatan ingkar
- 3) Menghilangkan unsur Najsya
- 4) Melakukan ikhtikar
- 5) Harus mendapat persetujuan kedua belah pihak
- 6) Menghindari riba

### **Etika Bisnis Islam**

Menurut bahasa Yunani etika (ethos) berarti perilaku, kebiasaan, atau karakter yang bersifat moralitas. Memiliki arti adat istiadat (tha etha) pada bentuk jamak. Hartono dalam Susi (2017) mengatakan bahwa didalam praktiknya etika tidak bersifat mutlak karena etika tidak sesederhana pemikiran. Menurut teoritis, sistem etika tidak dapat diterima secara universal meskipun etika memiliki sifat yang universal. Berkembang secara inheren karena terikat pada budaya (culture-bound) yang berbentuk dalam pandangan hidup bermasyarakat atau filsafat.

Islam menyebutkan bahwa etika adalah akhlak, diambil dari bahasa Arab yang berarti tabiat, perangai, kebiasaan bahkan agama, tetapi kata akhlak tidak ditemukan dalam Al-Qur'an. Hanyalah bentuk tunggal yang

ditemukan dari kata tersebut, yaitu khuluq dan tercantum pada Al-Qur'an sebagai berikut:

° مِظِي عِ قِ خَل لَعْل وَا نَكَ

“Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung”[QS Al-Qalam(68:4)]

Menurut aqidah Islamiyah, Islam adalah agama yang sempurna karena mengatur dari semua aspek kehidupan tanpa terkecuali hingga pada aspek ekonomi. Menurut Amalia dalam Susi (2017) mengatakan bahwa etika bisnis Islam adalah sejumlah perilaku atik (akhlak) yang berdasarkan nilai-nilai Islami (syariah) pada penerapannya dalam membedakan halal dan haram. Etika telah banyak dibahas Islam dengan berdasarkan sumber dan pedoman yang ada pada Al-Qur'an dan Sunnah. Etika bertujuan untuk membuat manusia dapat mempertanggungjawabkan tindakannya pada semua aktifitasnya, dan mengutamakan kepercayaan, keadilan dan kejujuran sebagai pondasi utama dalam melaksanakan kegiatan berwirausaha.

### **E-Commerce (Electronic Commerce)**

Elektronic Commerce terdiri dari dua suku kata yaitu Electronic dan Commerce. Secara bahasa Electronic adalah semua alat yang berhubungan dengan teknologi dan dunia elektronika, sedangkan Commerce adalah perniagaan atau perdagangan. Adapun pengertian e-commerce menurut pandangan para ahli:

- a. Kalakota dan Whinston (1977) berpendapat e-commerce memiliki beberapa perspektif yang berbeda:
  - 1) Perspektif Komunikasi: E-Commerce dimanfaatkan melalui line telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya dalam pengiriman informasi, produk/layanan, atau pembayaran melalui.
  - 2) Perspektif Proses Bisnis: E-Commerce digunakan untuk menuju otomatisasi transaksi aliran kerja perusahaan melalui aplikasi teknologi.
  - 3) Perspektif Layanan: E-Commerce merupakan salah satu alat yang membantu untuk pemangkasan service cost (biaya layanan) dalam memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen ketika akan meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan.
  - 4) Perspektif Online: E-Commerce adalah kemampuan melalui internet dan sarana online lainnya yang berkaitan dengan jual beli produk dan informasi.
- b. Shely Cashman (2007:83) berpendapat bahwa Electronic Commerce atau kepanjangan dari E-Commerce (perdagangan secara elektronik), adalah transaksi bisnis yang melalui jaringan elektronik, seperti internet. Maka yang dapat berpartisipasi dalam e-commerce adalah seseorang yang memiliki akses internet dan komputer serta cara pembayaran barang atau jasa yang dibeli.
- c. McLEod Pearson (2008:59) mengatakan bahwa perdagangan elektronik atau e-commerce adalah pelaksanaan proses bisnis yang menggunakan jaringan komunikasi dan komputer. Atau yang lebih dikenal saat ini tentang e-commerce adalah penggunaan internet dan komputer dengan web browser untuk membeli atau menjual produk.
- d. Jony Wong (2010:33) pengertian dari Electronic Commerce adalah sistem elektronik yang digunakan sebagai media jual-beli dan pemasaran barang serta jasa. Seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet.

Jadi dapat diartikan secara umum Electronic Commerce atau E-Commerce atau yang lebih dikenal perdagangan elektronik adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik dengan memanfaatkan jaringan internet atau teknologi digital yang ada.

### **E-Commerce dalam Perspektif Islam**

Agama Islam merupakan agama yang mengatur segala aspek kehidupan, termasuk kegiatan jual beli (muamalah). Ada beberapa perjanjian/akad yang digunakan agama Islam dalam transaksi jual beli, seperti bai' as- salam, bai' al-istisna, dan bai' muajjal. Berikut ini adalah penjelasan dari ketiga akad tersebut:

#### **a. Bai' as-salam**

Suatu perjanjian jual beli dimana barang akan dikirim setelah adanya pelunasan pembayaran di awal. Menurut Haris (2014) berpendapat bahwa As-salam atau disebut juga as-salaf merupakan jual beli yang metode pembayaran disegerakan sedangkan penyerahan barang ditangguhkan, dapat diartikan bahwa as-salam mengandung makna penyerahan.

b. Bai' al-istisna

Suatu perjanjian jual beli dimana pembeli membuat order/pesanan pada penjual barang dan pembayaran barang saat pesanan telah dibuat atau sesuai dengan kesepakatan yang dibuat oleh pembeli dan penjual. Bai' al-istisna merupakan suatu jenis khusus dari akad bai' as-salam menurut jumhur fuqaha—Malikiah, Syi'ah da Hanballah-, karena ketersediaan barang belum tersedia secara konkret dan biasanya jenis ini dipergunakan di bidang manufaktur. Namun memiliki perbedaan dalam pembayaran, jika bai' as-salam pembayaran diawal maka bai' al-istisna dapat ditangguhkan atau disegerakan sesuai kesepakatan antara penjual dan pembeli.

c. Bai' muajjal

Suatu perjanjian jual beli dimana pembeli dan penjual menyepakati penangguhan pembayaran. Melalui penjelasan ketiga akad tersebut, e-commerce cenderung memiliki kesamaan dengan akad Bai' as-salam jika ditinjau dari pembayarannya yang sifatnya di awal transaksi dan penyerahan atau pengiriman barang yang sifatnya ditangguhkan. Islam adalah agama yang memudahkan umatnya dalam melakukan transaksi jual beli, hanya saja terdapat beberapa ketentuan mengenai transaksi jual beli tersebut. Islam juga memiliki batasan larangan dalam transaksi jual beli yang mengandung unsur riba', gharar, penipuan, paksaan, maisir dan haram. Berikut ini adalah penjelasan tentang unsur yang dilarang pada transaksi jual beli, yaitu:

- a. Riba'
- b. Gharar
- c. Penipuan
- d. Pemaksaan
- e. Maisir
- f. Haram

Terdapat 3 unsur pada transaksi konvensional, e-commerce maupun bai' as-salam dalam menyebabkan terjadinya transaksi, yaitu:

a. Pihak-pihak yang bertransaksi

Pihak-pihak yang memiliki hubungan pada suatu transaksi jual beli yaitu penjual dan pembeli. Pada transaksi e-commerce penjual adalah pelaku transaksi perdagangan yang melakukan promosi produk melalui internet, sedangkan pembeli adalah pelaku yang melakukan pembelian produk yang ditawarkan penjual. Islam selalu menyarankan kepada penjual untuk selalu amanah dalam transaksi jual-beli, selain artinya memiliki kewajiban bertindak adil, penjual juga memiliki hak yaitu menerima pembayaran ketika barang telah diterima oleh pembeli sesuai dengan kesepakatan yang dibuat antara penjual dan pembeli.

b. Sighat transaksi

Sighat adalah kalimat pernyataan harus ada pada suatu transaksi jual beli, karena berupa pernyataan yang menyatakan kesediaan atau kerelaan antara kedua belah pihak. Jika pada bai' as-salam bisa dilakukan secara tulisan maupun lisan dimana kedua belah pihak bertemu, tetapi jika pada e-commerce dilakukan melalui fasilitas internet. Penjual akan menawarkan produk melalui website yang nantinya dapat dilihat oleh pembeli, yang nantinya pembeli dapat berkomunikasi dengan penjual dan melakukan kesepakatan mengenai barang tersebut.

c. Obyek transaksi

Merupakan hal terpenting dalam transaksi jual beli, dapat berupa barang atau jasa yang akan diterima oleh pembeli sesuai kesepakatan yang telah dibuat. Telah dijelaskan sebelumnya bahwa penerimaan barang atau jasa dapat dilakukan setelah melakukan pembayaran terlebih dahulu atau sesuai kesepakatan, yang proses pembayaran pada e-commerce dapat dilakukan melalui transfer bank, cash on delivery (COD), maupun menggunakan fasilitas kartu kredit. Namun, dalam Islam tidak disarankan dalam penggunaan kartu kredit dikarenakan mengandung unsur riba'.

### Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Proses perubahan bahan baku yang berasal dari bahan mentah, barang yang memiliki nilai lebih tinggi dalam pemanfaatannya yang berasal dari bahan setengah jadi atau barang jadi, serta kegiatan rancang bangun dan perkerjasama industri, kegiatan ekonomi ini disebut industri. Dapat disimpulkan bahwa industri merupakan bagian dari proses produksi pada tahap awal hingga menghasilkan barang yang memiliki nilai tinggi di masyarakat. Melihat proses perolehan bahan-bahannya industri dibagi kelompok kegiatan industri, yakni kelompok industri hulu atau juga disebut kelompok industri dasar, kelompok industri hilir, dan kelompok industri kecil. Sedangkan proses secara mikro memiliki ciri umum yang sama dimiliki oleh cabang industri yang merupakan bagian suatu kelompok industri. Namun jika lebih mengarah ke pembentukan harta menjadi lebih cenderung ke sifat makro yaitu kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah secara garis besar dibagi menjadi dua bagian yaitu industri penghasil barang dan industri penghasil jasa.

Adapun yang tergolong ke sektor sekunder adalah perusahaan yang menjalankan operasi di bidang kegiatan ekonomi. Sedangkan menurut teori ekonomi industri dibagi menjadi tiga yaitu industri primer, sekunder dan tersier (Sesi Enjel,2019-17).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pada sektor industri pengolahan dikelompokkan menurut besar atau kecilnya jumlah tenaga kerja yang dimiliki, ditunjukkan pada tabel 2.1

Tabel 2.1 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

### METODE PENELITIAN

Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif untuk mengetahui tentang apa yang terjadi pada subjek penelitian sesuai dengan kenyataan dilapangan serta pendekatan penelitian studi kasus jenis Explanatoris dalam mendapatkan gambaran Peran Kewirausahaan melalui Etika Bisnis dan E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Perspektif Islam. Pengambilan subjek penelitian ini ,menggunakan teknik purposive sampling dengan pertimbangan tertentu untuk pengambilan sample sumber data. Menggunakan jumlah subjek yang dibatasi karena memiliki keterbatasan waktu, biaya, dan situasi sekarang yang kurang mendukung untuk kebutuhan dan kelengkapan informasi yang diinginkan peneliti. Peneliti mengambil 5 hingga 7 subjek yang dianggap mampu dalam memberikan data yang diinginkan dengan kriteria serta berfokus pada dimensi penelitian. Lokasi penelitian yang diamati adalah Kota Surabaya sesuai subjek yang akan digunakan dan menggunakan bantuan google form dalam proses seleksi yang nantinya akan dilanjutkan dengan proses pengumpulan data yang berupa observasi, wawancara dan analisis dokumen.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas hingga datanya menjadi jenuh menurut pendapat Miles dan Huberman (1984). Penganalisisan data yaitu data collection, data reduction, data display dan conclusion drawing/verification. Deduktif adalah cara berpikir yang berdasarkan pada pengetahuan-pengetahuan umum, fakta-fakta yang umum, fakta-fakta yang unik dan merangkai fakta-fakta yang umum itu menjadi suatu pemecahan yang bersifat khusus. Berdasarkan metode tersebut dapat diuraikan bagaimana peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat kemudian ditarik kesimpulan secara khusus dari penafsiran awal.

1. Pelaksanaan peran kewirausahaan dalam beretika bisnis secara Islam, berikut ini adalah karakteristik yang harus dimiliki sebagai wirausaha, yaitu:
  - 1) Menjaga nilai-nilai agama
  - 2) Dapat memberikan manfaat orang lain
  - 3) Harus bersikap adil dalam berbisnis
  - 4) Harus inovatif dan kreatif dalam berbisnis

- 5) Dapat memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya
- 6) Harus dapat menjalin kerjasama dengan pihak lain

Beberapa karakteristik yang menunjukkan bahwa secara umum pebisnis harus memilikinya tanpa melihat agama yang dianut, tetapi untuk pebisnis Muslim hendaknya menambahkan yang bersesuaian dengan Al-Qur'an dan hadist serta sunnah yang digunakan sebagai landasan syariat Islam. Seperti yang terdapat pada etika bisnis dalam agama Islam yang diatur oleh Allah SWT dalam mengatur perkembangan dunia wirausaha tertera pada Al-Qur'an, yaitu:

- 1) Mengedepankan kejujuran dalam berbisnis yang sesuai dengan etika bisnis Islam
- 2) Tidak melakukan perbuatan ingkar
- 3) Menghilangkan unsur Najsyah
- 4) Melakukan iktikar
- 5) Menjual-belian barang-barang yang halal dan suci
- 6) Harus mendapat persetujuan kedua belah pihak Menghindari riba

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada informan yang sebagai wirausaha Muslim menunjukkan mayoritas telah mengetahui bagaimana bersikap secara Islami serta mulai menerapkan secara perlahan dengan ditunjukkan keinginan dalam mempelajari bagaimana sikap pebisnis Muslim yang seharusnya, tetapi terdapat minoritas yang tidak mengetahui tentang sikap pebisnis Muslim yang sesuai dengan syariat tetapi ia juga menerapkan sebagian kecil dari sikap berwirausaha secara Islami. Sedangkan kita sebagai umat Muslim diharuskan untuk menerapkan secara syariat Islam, yang berdasarkan pada Al-Qur'an dan hadist serta sunnah.

## 2. Pelaksanaan E-Commerce secara Islam

Kegiatan jual-beli (muamalah) telah diatur di dalam agama Islam yang ditunjukkan dengan beberapa perjanjian/akad yang digunakan dalam bertransaksi. Terdapat 3 akad dalam transaksi jual-beli, yaitu:

1. Bai' as-salam
2. Bai' al-istisna
3. Bai' muajjal

Dari ketiga perjanjian/akad diatas yang lebih cenderung memiliki kesamaan pada e-commerce adalah akad Bai' as-salam dengan meninjau melalui cara pembayarannya yang bersifat di awal transaksi dan penyerahan atau pengiriman barang yang sifatnya ditangguhkan. Islam memudahkan dalam melakukan kegiatan transaksi jual-beli tetapi tetap mengharuskan sesuai batasan yang telah diatur di dalam agama Islam. Batasan-batasan tersebut berupa larangan yang tidak boleh ada dalam transaksi jual-beli dengan mengandung unsur riba', gharar, penipuan, paksaan, maisir dan haram.

Dari penelitian yang dilakukan kepada platform e-commerce yang digunakan oleh para informan dalam kegiatan berwirausaha, ditunjukkan pada sistem yang digunakan dari Shopee, Tokopedia, Bukalapak bahwa menetapkan syarat sebelum bergabung menjadi mitra dan pengguna aplikasi serta disaat transaksi platform tersebut menjadi pihak ketiga yang menjadi penengah dan memberikan keamanan jika terjadi kesalahan atau permasalahan saat transaksi jual-beli berlangsung.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan karakteristik wirausaha ke semua informan telah mengetahui dan menerapkan bagaimana bersikap seperti pebisnis.
2. Berdasarkan etika bisnis Islam atau sikap pebisnis Muslim yang sesuai dengan syariat Islam menunjukkan bahwa mayoritas informan telah mengetahui dan telah memulai menerapkannya hanya saja terdapat minoritas yang memang tidak mengetahui hal tersebut.
3. Berdasarkan pemanfaatannya dalam menggunakan platform e-commerce mayoritas informan telah menggunakannya secara baik tetapi terdapat minoritas yang masih tidak memanfaatkannya dikarenakan lebih berfokus kepada sistem offline atau kurang konsisten terhadap sistem online.
4. Berdasarkan hasil penelitian untuk peranan wirausaha dalam beretika bisnis sangatlah penting dimiliki

karena sebagai dasar dalam kegiatan berwirausaha serta pengaruh yang cukup signifikan ditunjukkan oleh peranan e-commerce.

## SARAN

1. Bagi para wirausaha yang terkhususnya beragama Muslim hendaknya dengan seksama menerapkan bagaimana berwirausaha yang sesuai dengan syariat Islam karena kita sebagai seorang Muslim diharuskan dalam setiap berkegiatan selalu dilandaskan dengan hukum syariah Islam.
2. Bagi para wirausaha yang terkhususnya beragama Muslim hendaknya mengidentifikasi terlebih dahulu kesiapan usahanya sebelum menjadi mitra e-commerce karena ketika telah menjadi mitra harus benar-benar amanah terlebih lagi akan dengan mudah mendapatkan keuntungan yang cukup besar.
3. Bagi para peneliti selanjutnya, agar dapat menghasilkan yang lebih komprehensif tentang peran wirausaha dalam beretika bisnis dan e-commerce terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perspektif Islam lebih mendalam lagi dengan jumlah informan yang lebih banyak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayyubi, S.E dan Anggarini S.A. 2016. Peran Etika Bisnis Islam terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Pengan di Kota Bogor. JBB. 6 (2).
- Helmalia dan Afrinawati. 2018. Pengaruh E-Commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. JEBI. 3 (2).
- Julyani, E. 2016. Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. Jurnal Ummul Qura, vol. 7, No.1. Kurniawati, A. 2019. Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Islam. El Barka. 2 (1).
- Sholihin, M dan Mujilahwati, S. 2016. Dampak Pemanfaatan E-Commerce terhadap Peningkatan Penjualan di UMKM (Studi Kasus Ninda Bros Lamongan). Jurnal TeknikA. 8 (1).
- Aprijon, M.Ed. 2013. Kewirausahaan dan Pandangan Islam. Menara. 12 (1). Afif, M. 2016. Kewirausahaan Ditinjau Dari Perspektif Islam. Rasail. 3 (1).
- Nuryanti. 2013. Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Jurnal Ekonomi, 4 (21)
- Yuliana, E. 2017. Kewirausahaan Dalam Perspektif Islam. Ta'dib. 15 (2) Achyar Eldine. Etika Bisnis Islam Fitri Amalia. 2013. Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil. Jurnal FEB UIN Syarifihidayatullah Jakarta
- Anonimous. 2020. Provinsi DKI Jakarta Dalam Angka. Jakarta, ©BPS Provinsi DKI Jakarta.
- Anonimous.2020. Kota Makassar Dalam Angka. Makassar, ©BPS Kota Makassar.
- Anonimous.2020. Kota Surabaya Dalam Angka. Surabaya, ©BPS Kota Surabaya.
- Bandur, A. 2019. Penelitian Kualitatif (Studi Multi-Disiplin Keilmuan dengan Nvivo 12 Plus). Ed.1, Jakarta, Mitra Wacana Media, 49.
- Parinduri, S.H., Sirait, R. 2020. Kota Medan Dalam Angka. Medan, ©Badan Pusat Statistik Kota Medan.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kualitatif. Ed.2, Bandung, Alfabeta.
- Wahdino, S., Ekonomi Makro Dan Mikro Islam, (Jakarta: PT Dwi Chandra Wacan, 2001), h.52 tanggal 29 Maret 2020.
- Wahyuni, N., Safaat, R., Allistya, M.H. 2020. Kota Bandung Dalam Angka. Bandung, ©BPS Kota Bandung.
- Heri Irawan. 2017. Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai. Tesis. Pascasarjana. Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin, Makassar.
- Indra Yanti Sari. 2016. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UKM Kota Makassar. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Alauddin, Makassar.
- Sesi Enjel. 2019. Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri (UIN), Raden Intan Lampung.
- Susanti, S. 2017. Optimalisasi Stretegi Green Product terhadap Perkembangan UMKM di Bandar Lampung Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN), Raden Intan Lampung.
- Walia Nabila Sa'ad. 2017. Pengaruh E-Commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandar Lampung Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi pada Sentra Industri Keripik Pisang

di Kota Bandar Lampung). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri (UIN), Raden Intan Lampung.  
Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Bab 4 Pasal 6 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah  
Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an (LPMQ) Kemenaq RI, Software Quran Kemenag in Ms Word Add-  
Ins versi 1.0 32 bit

