

BAB VI

PEMBAHASAN

Dari temuan penelitian dalam Bab IV yang bersumber dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, selanjutnya dibandingkan dengan beberapa teori yang sudah dibahas dalam Bab II yang mengacu pada fokus penelitian ini, maka akan penulis sajikan dalam pembahasan hasil analisis data. Dalam bab pembahasan ini penulis akan memaparkan hasil penelitian yang dilakukan di lembaga desa wisata tentang kerjasama UMKM kripik dengan pihak Lembaga.

A. Kerjasama UMKM kripik dengan Lembaga Desa Wisata

1. Kerjasama (*Syirkah*) merupakan suatu akad atau perjanjian yang dibuat dan disetujui oleh dua orang atau lebih untuk melakukan kerjasama dengan modal (harta) digabung dan dikelola kemudian keuntungan dan kerugian ditanggung sesuai dengan kesepakatan awal. Perjanjian merupakan persetujuan tertulis atau dengan lisan yang dibuat oleh kedua belah pihak atau lebih yang mana berjanji akan mentaati apa yang tersebut dalam persetujuan itu”.¹ Setelah diketahui bahwa akad merupakan suatu perbuatan yang sengaja dibuat oleh dua orang atau lebih berdasarkan keridho’an masing-masing

Dalam Konteks penelitian ini lembaga dan pihak UMKM sudah sesuai dengan proses awal kerjasama yaitu adanya surat perjanjian yang

¹ WJS.Poerdarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka,1986) hal.402

dilakukan oleh pihak lembaga dan pihak UMKM, adanya dua pihak yang saling ridho, dan ada benda atau barang sebagai objek kerjasama.

2. Syirkah *A'mal* adalah persekutuan dua orang untuk menerima suatu pekerjaan yang akan dikerjakan secara bersama-sama kemudian keuntungan dibagi antara keduanya dengan menetapkan persyaratan tertentu dan di setuju diawal akad dan saling sepakat diantara keduanya. Kerjasama jenis ini terjadi misalnya kerjasama antar pembuat makanan dengan orang yang menjualkan, di antara dua orang penjahit dan lain-lain. Kerjasama disebut juga dengan kerjasama *shana'i* dan *taqabbul*.

Dalam konteks perjajian kerjasama ini pemilik UMKM memiliki persyaratan kepada lembaga yaitu patokan harga yang harus dijualkan kepada konsumen karena untuk menstabilkan harga jual sesuai harga pasaran dan setiap penjualan produk lembaga diberi keuntungan sendiri oleh lembaga dengan memotong hasil setoran sesuai dengan kesepakatan diawal per produk ukuran besar maupun kecil berapa dan hasilnya dikalikan produk yang terjual.

Tetapi lambat laun pihak lembaga diam-diam menaikkan harga sehingga tidak sesuai dengan kesepakatan di awal dan biasanya ada kekurangan setoran dan kurangnya keterbukaan hasil penjualan kepada pihak UMKM.

3. Dalam prinsip dasar etika dalam bisnis Islam yaitu ajaran etika dalam Islam pada prinsipnya manusia di tuntut untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, kepada manusia dan lingkungan alam sekitar dan kepada Tuhan

selaku penciptanya. Terdapat lima prinsip yang mendasari etika bisnis Islam yaitu :

a. *Tauhid* atau Kesatuan

Adanya hubungan yang vertikal dan horizontal yaitu hubungan antar sesama manusia maupun manusia dengan penciptanya. Dalam konteks ini kerjasama yang dilakukan ada hubungan horizontal antara keduanya yaitu pihak pertama penyedia kripik pihak kedua yang menjualkan.

b. Keseimbangan atau Keadilan

Konsep ini seperti halnya dengan konsep adil yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada alam semesta. Maka keseimbangan, kebersamaan, kemoderatan merupakan prinsip etis yang harus diterapkan dalam aktifitas maupun entitas bisnis.² Untuk keadilan dalam pembagian kerja sudah jelas dan sah untuk perjanjian melainkan dalam pembagian keuntungan masih adanya ketidakadilan bagi keduanya karena salah satu pihak ada yang tidak sesuai dengan perjanjian.

c. Kebebasan

Konsep ini berarti bebas memilih atau berkehendak sesuai etika atau sebaliknya. Jadi setiap muslim, ia harus menyerahkan kehendaknya kepada Allah. Dalam konteks ini ada kebebasan bagi seluruh pihak

² Ridwan Amin, *Menggagas Manajemen Syariah Teori dan Praktik*, (Jakarta : Salemba Empat, 2010), hal 34

UMKM menitipkan produknya kepada lembaga dan diberi kebebasan untuk menentukan patokan harga yang harus dijualkan.

d. Tanggung Jawab

Bentuk pertanggung jawaban kepada setiap tindakan . prinsip pertanggung jawaban Islam adalah tanggung jawab yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya.³ Dalam konteks ini pihak lembaga sudah bertanggung jawab apabila produk tersebut tidak laku sehingga pihak lembaga siap untuk menjualkan kembali dengan membuat pameran sendiri.

e. Ikhlas

Prinsip ini mengajarkan untuk melakukan perbuatan yang dapat mendatangkan manfaat kepada orang lain, tanpa harus ada anjuran atau perintah dalam melakukan prinsip ini. Dalam konteks ini pihak UMKM dan lembaga telah ikhlas dalam kerjasama ini dan adanya pembagian kerja secara jelas.

1. Pembatalan suatu perjanjian

Secara umum tentang pembatalan perjanjian tidak mungkin dilaksanakan sebab dasar-dasar perjanjian adalah kesepakatan kedua belah pihak yang terkait dalam perjanjian tersebut. Namun pembatalan dapat terjadi apabila:

- a. Jangka waktu perjanjian telah berakhir
- b. Salah satu pihak menyimpang dari perjanjian
- c. Jika ada kelancangan dari bukti penghianatan (penipuan).

³Ibid, 35

Namun dalam prakteknya tentu tidak sesuai dengan indikator teori pembatalan kerjasama tersebut, jangka waktu yang diberikan oleh pihak lembaga desa wisata jika mau membatalkan harus menunggu satu tahun jadi tidak di izinkan membatalkan di tengah-tengah walaupun dengan alasan apapun.

2. Sifat Akad Kerjasama dan Kewenangan. Hukum kepastian akad syirkah dibolehkan, tetapi tidak lazim. Oleh karena itu salah seorang yang bersekutu dibolehkan membatalkan akad atas pengetahuan rekannya untuk menghindari kemudarata. Sedangkan untuk Kewenangan Syarik (yang berserikat) Para ahli fiqh sepakat bahwa kewenangan syarik adalah amanah, seperti dalam titipan, karena memegang atau menyerahkan harta atas izin rekanya.

Dalam konteks penelitian ini pada praktek kerjasama yang sesungguhnya dalam hal kewenangan pihak UMKM masih mempunyai wewenang untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan kripiknya untuk mengetahui sesuai amanah atau tidak, tetapi dalam kerjasama ini pihak lembaga biasanya tidak membeberkan secara jelas tentang penjualan produk UMKM kepada konsumen. Ketetapan Syirkah *A'mal* ada 3 yaitu :

- a. Berbentuk *Mufawidhah*

Apabila berbentuk ini maka setiap yang bersekutu diwajibkan menanggung segala sesuatu atau mempertanggung jawabkan yang berhubungan dengan kerjasama. Dalam konteks penelitian ini apabila penjualan mengalami penurunan yang menanggung selain lembaga

juga pemilik UMKM karena pihak lembaga tidak bisa menyetorkan hasil penjualan. Sehingga dalam bentuk *Mufawidhah* kerjasama sah karena ada pihak yang bertanggung jawab.

b. Berbentuk *inan*

Satu pihak boleh saja menyuruh rekanya kapan saja, sebagaimana rekanya juga dapat meminta upah kapan saja. Segi kebaikan dari syirkah ini adalah dapat menuntut pekerjaan dari salah seorang yang bersekutu, untuk selanjutnya menjadi tanggung jawab bersama.

Dalam hal ini sama dengan kerjasama yang dilakukan oleh pelaku UMKM dengan lembaga desa wisata, yaitu pihak UMKM bekerjasama dengan menitipkan produknya kepada pihak lembaga untuk dijualkan ketika ada program lembaga Desa wisata. Jadi dalam bentuk *inan* kerjasama ini dikatakan sah karena ada kesepakatan awal dalam pembagian kerja yang jelas. Dan kedua belah pihak berhak untuk berinovasi dalam produk bagi UMKM dan berinovasi dalam pemasaran bagi lembaga.

c. Pembagian laba dan porsi keuntungan

Pembagian laba pada syirkah ini tergantung pada tanggungan bukan pekerjaan, dan sesuai dengan kesepakatan diawal akad. Ketentuan pembagian keuntungan yang dilakukan oleh Lembaga dan UMKM harus sesuai dengan hasil penjualan produk yang telah terjual. Dan lembaga sebelum menyetorkan pada UMKM hasilnya bisa

dipotong sesuai dengan patokan keuntungan yang diberikan UMKM kepada lembaga ketika terjual seperti diawal akad. Pada pembagian laba ini dinyatakan tidak sah dalam kerjasama karena ada ketidakadilan dalam penyetorannya kepada pihak UMKM.

d. Penanggung kerugian dan pertanggung jawaban

Menanggung kerugian pada syirkah ini juga bergantung pada jaminan yang mereka berikan. Yang menanggung kerugian kedua belah pihak yaitu pelaku UMKM dan lembaga karena tidak mendapat keuntungan dari hasil penjualan produk. Tetapi yang bertanggung jawab lembaga. Semua tanggung jawab lembaga untuk memasarkan dan menjualkan melalui even apapun, karena sudah tertera jelas tujuan dari lembaga ini.

3. Hal yang membatalkan syirkah

Perkara yang membatalkan syirkah secara umum yaitu pembatalan pada salah satu seorang yang bersekutu, apabila salah satu pihak ada yang melakukan penyimpangan dan tidak sesuai dengan kesepakatan awal.

Dalam konteks ini pihak UMKM yang bekerja sama dengan lembaga tidak bisa membatalkan secara langsung karena harus menunggu jangka waktu yang telah ditentukan, oleh sebab itu apabila dilihat dari pembahasan pembatalan ini kerjasama yang dilakukan tidak sah. Tetapi pada kesepakatan awal kerjasama ini yaitu pembagian kerja antara kedua belah pihak, pihak pertama pemberi objek pihak kedua yang menjualkan sehingga tetap sah-sah saja. Sehingga kedua belah pihak berhak untuk

berinovasi untuk produk tersebut. Pihak UMKM berinovasi untuk dalam membuat kripik dan pihak lembaga berinovasi untuk pemasarannya.

B. Kerjasama UMKM Kripik dengan Lembaga Desa Wisata ditinjau dari Etika Bisnis Islam

Etika merupakan ilmu yang mendalami standar moral perorangan dan standar moral masyarakat. Dari penjelasan tersebut bisa disimpulkan bahwa etika adalah suatu hal yang dilakukan secara benar dan baik, tidak melakukan suatu keburukan, melakukan hak kewajiban sesuai dengan moral dan melakukan semua dengan penuh tanggung jawab.⁴ Bisnis diartikan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.⁵

Etika bisnis merupakan studi yang di khususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana yang diterapkan dalam kebijakan, institusi dan perilaku bisnis. Etika bisnis Islam adalah konsep tentang usaha ekonomi khususnya perdagangan dari sudut pandang baik buruk serta benar salah menurut standar akhlak Islam dan sesuai yang di ajarkan Rasullulah.⁶

⁴ Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hal 2-3

⁵ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: CV. Alfabeta, 1997), hal 16

⁶ Muhamad Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*, (Jakarta : Kholam Publishing, 2008), hal 293

Ada sejumlah pedoman umum menurut kode etik Islam dalam hubungannya dengan kehidupan sehari-hari maupun dalam bisnis. Dibawah ini ada enam prinsip etika bisnis Islam dalam, perilaku penjual atau bisnis dalam kerjasama yaitu :

1. Transparansi atau Jujur (*Sidiq*)

Sikap *sidiq* dapat ditampilkan melalui kejujuran dalam hal menepati janji apa bila kedua belah pihak bekerja sama, terbuka dan jujur bila terdapat kelemahan dan kekurangan tentang produk, jujur dengan harga yang telah di tentukan diawal akad, selalu mengerjakan sesuai dengan kesepakatan dalam kerjasama. Prinsip kejujuran dan keterbukaan ini juga berlaku terhadap kerjasama pada dua belah pihak, seorang yang di beri amanat untuk mengerjakan sesuatu harus membeberkan hasil kerjanya dan tidak menyembunyikan apapun.

Dalam Praktek kerjasama yang dilakukan oleh lembaga dan pelaku UMKM kripik ini ada ketidak jujuran antara pihak lembaga dan pelaku UMKM karena lembaga menaikkan harga produk ketika menjualkan di luar tetapi tidak ada keterbukaan dengan pihak UMKM sehingga ada beberapa UMKM yang merasa dibohongi karena ketidak jujuran lembaga kepada UMKM. Bahkan pada saat menyetorkan hasil penjualan kepada pihak UMKM kadang ada kekurangan dan produk sisa penjualan tidak dijalaskan masih berapa sisanya.

Dengan demikian indikator pertama mengenai transparansi atau kejujuran (*sidiq*) belum terlaksana dalam hal kerjasama yang dilakukan kedua belah pihak tersebut.

2. *Fatanah*

Fatanah dapat diartikan sebagai intelektual, “kecerdasan atau kebijaksanaan”. Potensi yang paling berharga dan termahal yang hanya diberikan pada manusia adalah akal (intelektualitas), karena dengan kecerdasan manusia akan menumbuhkan inovasi baru.⁷ Seorang tenaga penjualan akan memberi jawaban bila benar-benar mengetahui dan memahami pokok permasalahan yang ditanyakan oleh pelanggannya. Manusia diberi akal untuk meningkatkan inovasi terus menerus untuk menjadikan hidup lebih bermakna.

Dalam konteks penelitian ini hasil wawancara menunjukkan adanya inovasi untuk membuat sebuah usaha meningkat, yaitu lembaga Desa wisata mempunyai program-program setiap tahunnya dan mengikuti kegiatan apapun demi meningkatkan hasil UMKM yang ada di Desa Joho ini. Dan para pelaku UMKM selalu berinovasi dalam pembuatan kripik misalnya kripik selain singkong dan pisang, ada yang kripik pisang rasa. Dengan demikian pihak UMKM dan lembaga telah memenuhi prinsip *fatamah* pihak lembaga maupun pihak UMKM.

⁷ Moh Nasuka, *Etika Penjualan dalam Bisnis Islam*, Volume 3 Nomor 1, Juli 2012, hal 63-64

3. Amanah

Kata *Al amanat*, jamak dari kata Amanah, yang berarti segala sesuatu yang hendak dijaga oleh seseorang baik berupa kewajiban-kewajiban agama, hak-hak *maliyah*, amal-amal *sariyah*, kekuasaan pemerintahan, menjaga titipan sesuai kemampuan. Dalam konteks kerjasama amanah bersifat seperti menjaga kesepakatan dari awal. Pihak pertama yang memberi amanah kepada pihak kedua maka harus dikerjakan sesuai amanah yang disampaikan.

Dalam konteks penelitian ini kurangnya prinsip amanah yang dilakukan oleh lembaga dibuktikan dengan lembaga menaikkan harga kripik ketika berjualan kepada konsumen tanpa membicarakan dahulu kepada pemilik produk UMKM padahal sejak awal lembaga juga sudah menyetujui tentang patokan harga dari UMKM yang harus dijualkan kepada konsumen, dalam hal ini lembaga sudah ingkar sendiri.

4. *Tabligh*

Dalam hal etika penjualan Islam, menyatakan bahwa *tabligh* adalah tidak etis bagi penjual atau petugas pemasaran memuji kualitas produk beserta atributnya secara berlebihan, namun dalam realita mereka tidak memilikinya. Jadi penyampaian kepada konsumen harus sesuai dengan realita sudatu produk.

Dalam konteks penelitian ini pihak lembaga sudah memenuhi prinsip *tabligh* dibuktikan dengan menjelaskan tentang produk UMKM

kepada konsumen sesuai dengan realitanya tidak berlebihan tetapi meyakinkan konsumen dengan penjelasan produk UMKM yang khas dari Desa Joho agar konsumen lebih mengenalnya.

5. Menepati Janji

Sebagai seorang pembisnis maupun penjual juga selalu menepati janjinya, baik kepada pembeli maupun pada saat bekerja sama dengan pihak lain. janji yang dimaksud adalah janji dimana seseorang pembisnis baik kepada pembeli, maupun rekan kerja maupun bekerja sama dengan pihak lain, maka harus sesuai dengan kesepakatan awal akad atau transaksi.

Dalam konteks penelitian ini lembaga menjualkan produknya kepada konsumen tidak sesuai dengan kesepakatan awal akad yaitu dibuktikan dengan menaikkan harga jual tanpa sepengetahuan pelaku UMKM dan menyetorkan hasil penjualan terkadang kurang dan tidak sesuai dengan hasil penjualan yang sebenarnya. Pihak lembaga tidak menjelaskan secara rinci tentang hasil penjualan dan sisa produk setelah penjualan biasanya tidak dijelaskan secara jelas ke pihak UMKM. Ketika ada wisata edukasi pembagian hasilnya yang mengetahui hanya lembaga walaupun semua bahan edukasi kripik semua dari pihak UMKM. pihak UMKM tidak diberi penjelasan secara rinci berapa yang didapat untuk UMKM dan lembaga sehingga kadang kala UMKM merasa kecewa. Dengan demikian pihak lembaga belum bisa menepati janji sesuai dengan kesepakatan awal akad.

6. Keseimbangan atau Adil

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di dalam semesta. Prinsip ini berisi ajaran keadilan merupakan prinsip dasar kehidupan. Dalam konteks kerjasama ini bagi hasil yang diberikan kepada kedua belah pihak yang berkerjasama harus adil tidak ada yang berat sebelah dan sesuai dengan kesepakatan pada saat awal akad tentang bagi hasilnya.⁸

Selain itu bentuk keadilan dalam bisnis dalam kerjasama adalah bahwa bisnis kerjasama yang dilaksanakan bersih dari unsur riba karena riba mengakibatkan eksploitasi dari yang kaya ke yang miskin.

Dalam konteks penelitian ini ditemukan adanya ketidakadilan antara lembaga dan pihak UMKM yaitu lembaga menjual produk UMKM kadang harganya dinaikan tanpa sepengetahuan UMKM dan hasil kenaikan penjualan tersebut di ambil pihak lembaga. Untuk hasil yang disetorkan ke UMKM tetap harga yang ditetapkan oleh UMKM seperti kesepakatan perjanjian, tetapi kadang juga tidak sesuai setorannya dengan hasil penjualannya, biasanya setorannya kurang. Dalam hal ini pihak Lembaga mengambil keuntungan sendiri merupakan hal tercela termasuk dalam riba Dengan demikian lembaga belum mampu untuk melaksanakan prinsip adil kepada pihak UMKM.

⁸ Muhammad, Etika Bisnis Islam ,(Yogyakarta: YKPN,2002), hal 55