

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan ekonomi yang tidak dapat lepas dari kehidupan manusia salah satunya adalah kegiatan bisnis. Persepsi masyarakat dalam kegiatan bisnis sebagai salah satu cara untuk menaikkan taraf hidup dan memaksimalkan laba sebanyak-banyaknya.¹ Pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengolahannya, dan pemasarannya dilakukan seefektif dan seefisien mungkin.² hal ini tidak menutup kemungkinan apabila pelaku bisnis kurang memperhatikan tanggungjawab sosial dan mengabaikan etika bisnis.

Dalam etika bisnis Islam dalam melakukan bisnis diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan haram. Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral dan nilai etika bisnis. Hal ini sangat penting bagi pelaku

¹ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004, hal. 60.

² Saifulah, Muhammad, *Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Rasulullah*, IAIN Walisongo

² Saifulah, Muhammad, *Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Rasulullah*, IAIN Walisongo Semarang, volume 19, nomor 1, Mei 2011, hal. 128.

bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka atau ruang lingkup bisnis.³

Dalam penerapan etika bisnis Islam salah satunya adalah industri makanan halal. Industri makanan halal merupakan industri dengan pertumbuhan tercepat dan diperkirakan akan meningkat lebih jauh di pasar dunia.⁴ Ada lebih dua miliar Muslim dunia di 112 negara yang merupakan konsumen makanan halal.⁵ Dibuktikan dengan pada tahun 2015 umat Muslim didunia membelanjakan uangnya sebanyak 1 miliar US Dollar.⁶ Bagaimana dengan Indonesia.

Indonesia merupakan negara yang menempati posisi pertama dalam konsumsi makanan halal di dunia dengan jumlah belanja sebanyak 154 juta US Dollar.⁷ Tingkat konsumsi makanan halal di Indonesia berbanding lurus dengan pertumbuhan industri makanannya. Salah satu kota di Indonesia yang pertumbuhan industri makanannya mendominasi adalah Yogyakarta.

Menurut Kepala Bidang Perdagangan Dalam Negeri Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (DISPERINDAGKOP) DIY terdapat 83 ribu unit UKM di DIY, 50 persen diantaranya didominasi industri di bidang pangan. Namun meskipun industri pangan berkembang pesat tapi belum semua UKM

³ Amalia, Fitri, *Impelentasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Bazar Madinah Depok*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

⁴ Suddin Lada dalam Aiedah Abdul Khalek, *Young Consumers' Attitude Towards Halal Food Outlets and JAKIM's Halal Cetification in Malaysia*, Taylors University Malaysia, International Halal Conference, PWTC, Kuala Lumpur, Malaysia, 4-5 September 2012, hal. 27.

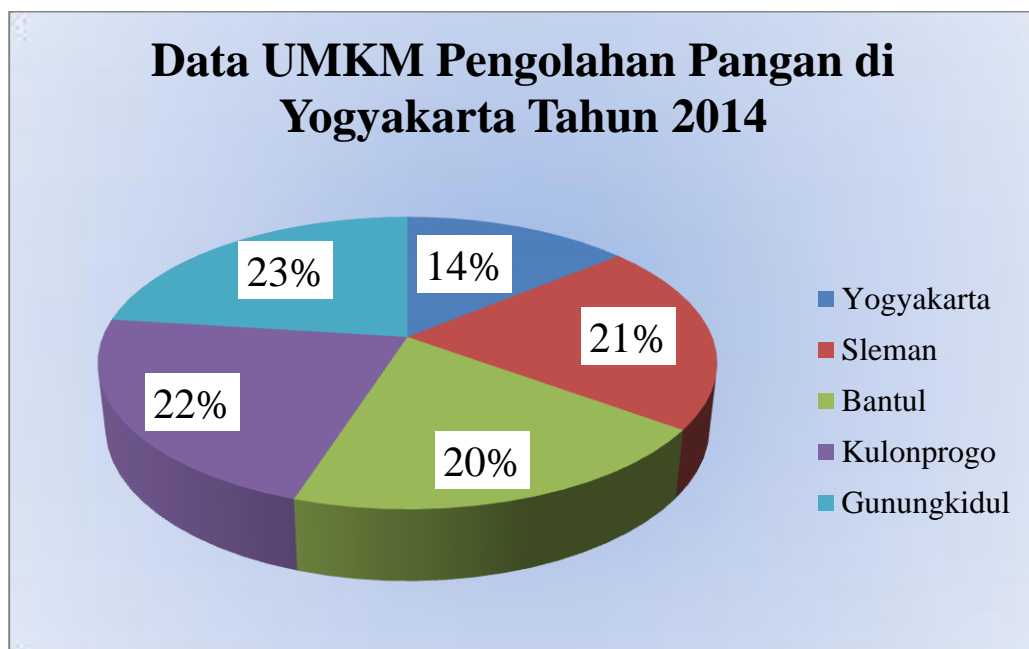
⁵ Aiedah Abdul Khalek, *Young Consumers' Attitude Towards Halal Food Outlets and JAKIM's Halal Cetification in Malaysia*, Taylors University Malaysia, International Halal Conference, PWTC, Kuala Lumpur, Malaysia, 4-5 September 2012, hal. 27.

⁶ Thompson Reuters, *State Of The Global Islamic Economic Report*, 2016, hal. 6

⁷ *Ibid* hal. 26.

pengolahan pangan memiliki sertifikat dari Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BBPOM) dan sertifikat halal dari Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI).⁸ Hal ini dibuktikan dengan persebaran UMKM pengolahan pangan di Yogyakarta pada setiap kabupaten prosentasenya hampir seimbang:

Gambar 1. 1 Data UMKM Pengolahan Pangan di Yogyakarta Tahun 2014

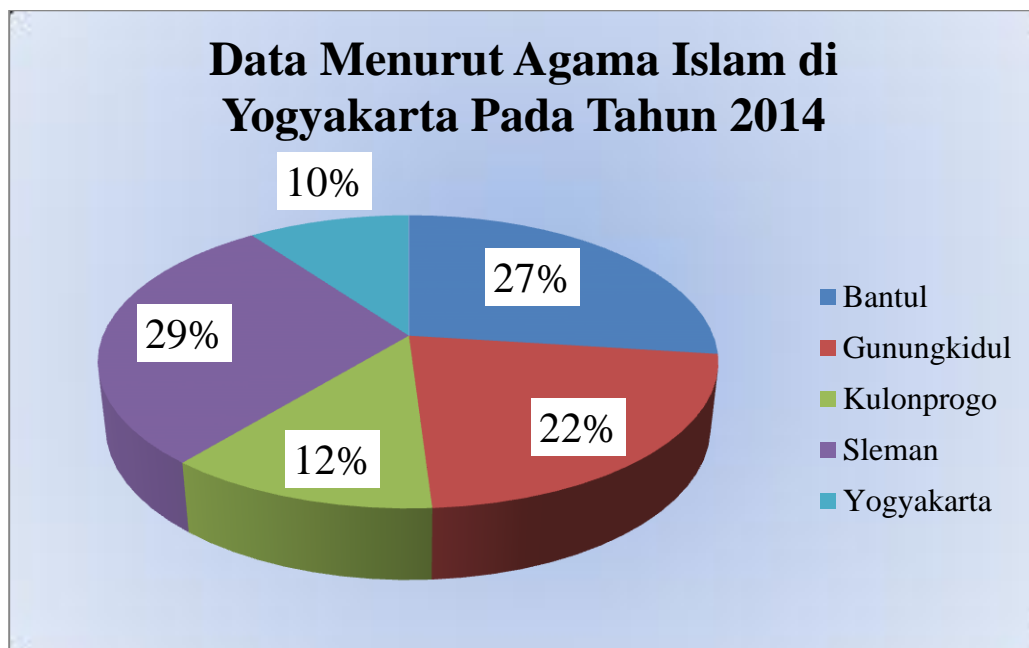


Sumber: DISPERINDAGKOP Yogyakarta (data diolah)

⁸ Luqman Hakim, *Disperindagkop: UKM DIY masih didominasi industri pangan*, diakses dari <http://www.antarayogya.com/berita/320925/disperindagkop-ukm-diy-masih-didominasi-industri-pangan> diakses tanggal 28 Oktober 2017 16.37 WIB.

Penduduk Yogyakarta mayoritas adalah muslim, menurut dinas kependudukan total masyarakat muslim di Yogyakarta pada tahun 2014 mencapai 92 persen yang tersebar pada lima kabupaten.⁹

Gambar 1. 2 Data menurut Agama Islam di Yogyakarta Pada Tahun 2014



Sumber: Kependudukan Yogyakarta (data dioalah)

Dengan banyaknya UMKM pengolahan pangan di Yogyakarta dan mayoritas penduduk Yogyakarta adalah Muslim, mengindikasikan bahwa hampir semua pedagang UMKM pengolahan pangan di Yogyakarta adalah Muslim. Namun sangat disayangkan pengetahuan pedagang makanan terkait etika berbisnis menurut Islam masih tergolong kurang. Seperti yang baru-baru ini terjadi di

⁹ Kependudukan Yogyakarta, *Jumlah Penduduk Menurut Agama di Yogyakarta*, <http://kependudukan.Yogyakartaprov.go.id/olah.php?module=statistik&periode=1&jenisdata=penduduk&berdasarkan=agama&prop=34&kab=&kec=> diakses tanggal 7 november 2017 7.42 WIB.

Yogyakarta tepatnya pada pedagang makanan di kawasan Malioboro, salah satu pedagang makanan memberikan harga tidak wajar atau yang dikenal dengan “nuthuk” kepada wisatawan yang berkunjung, akibatnya Unit Pengelolaan Taman (UPT) Malioboro menutup warung lesehan tersebut.¹⁰ Hal ini menunjukkan bahwa etika berbisnis pedagang Muslim kurang baik, padahal etika berbisnis dalam Islam memiliki prinsip kejujuran, keramahtamahan, penawaran yang jujur, pelanggan yang tidak sanggup membayar diberi waktu, penjual hendaknya tidak memaksa pembeli dan tidak bersumpah dalam menjual, tegas dan adil dalam timbangan dan takaran, tidak dibenarkan monopoli, tidak dibenarkan adanya harga komoditi yang boleh dibatasi dan kesukarelaan.¹¹

Fenomena tersebut menunjukkan kurangnya pemahaman pedagang makanan terkait etika bisnis dalam Islam. Dalam penelitian yang lain menunjukkan bahwa pedagang makanan di kelurahan Tamantirto, Kasihan, Bantul DIY sebanyak 32 persen pedagang kurang memahami etika bisnis dalam Islam.¹² Penelitian lain mengungkapkan sebanyak 17 persen responden pada pedagang di Bazar Madinah Depok belum menerapkan etika bisnis dalam Islam.¹³ Hal senada dengan yang

¹⁰ Edzan Raharjo, ‘nuthuk’ harga, warung lesehan di Malioboro ditutup, diakses dari <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-3544591/nuthuk-harga-warung-lesehan-di-malioboro-ditutup> diakses tanggal 29 agustus 2017 21.03 WIB.

¹¹ M. Quraish Shihab, *Etika Bisnis Dalam Wawasan Al-Qur’an*, Dalam *Jurnal Ulum Al-Qur’an*, (no.3 vii/1997) hal5-9.

¹² Sholihah, Sarah Arbaatus, “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Pengolahan Pangan (Studi Pedagang Makanan Di Kelurahan Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta)*”, Skripsi Fakultas Agama Islam, Prodi Muamalat, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2017, hal. 81.

¹³ Amalia, Fitri, “*Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Bazar Madinah Depok*”, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2012.

diungkapkan pada penelitian lain, pada beberapa pedagang sembako di pasar Sentral Sinjai sama sekali tidak paham secara teori dan tidak menerapkan etika bisnis Islam, hal ini dikarenakan kurangnya informasi terkait etika bisnis dalam Islam serta rendahnya pendidikan yang mereka miliki dan diasumsikan bahwa mereka berjualan memprioritaskan profit saja.¹⁴

Salah satu kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah Kota Madya Yogyakarta yang terkenal dengan kawasan Malioboro. Malioboro adalah nama seruas jalan di Yogyakarta dengan panjang jalan 500 meter. Nama malioboro sendiri konon dari seorang anggota kolonial pasukan Inggris yang pernah menduduki Yogyakarta pada tahun 1811-1816,¹⁵ dalam bahasa sansekerta Malioboro mempunyai makna “karangan bunga”.¹⁶

Jalan Malioboro merupakan tempat wisata yang sering dikunjungi wisatawan mancanegara maupun domestik. Pada tahun 2016 kawasan jalan Malioboro dikunjungi wisatawan sebanyak 587.041 orang dalam setahun yang terdiri dari wisatawan lokal maupun mancanegara.¹⁷ Dengan jumlah wisatawan sebanyak itu di jalan Malioboro dapat memperoleh pendapatan 5 milyar rupiah setiap harinya.¹⁸

¹⁴ Irawan, Heri, “*Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai*”, Thesis Pascasarjana, Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, 2017, hal. xviii.

¹⁵ Berita kawasan Malioboro <https://www.nYogyakarta.co.id/kota-yogyakarta/malioboro-yogyakarta/> diakses tanggal 8 november 2017 6.00 WIB

¹⁶ Heri Agung Fitrianto, Merajut kenangan Indah di Malioboro-Yogyakarta, diakses dari https://www.kompasiana.com/jelajah_nesia/merajut-kenangan-indah-di-malioboro-yogyakarta_552982c4f17e61527cd623a9 diakses tanggal 8 november 2017 6.01 WIB

¹⁷ Buku kepariwisataan DIY tahun 2016.

¹⁸ *Ibid*

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik ingin meneliti penerapan etika bisnis Islam pada usaha makanan oleh pedagang makanan di Malioboro.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada pedagang makanan di jalan Malioboro kota Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis Islam pedagang makanan di jalan Malioboro kota Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

Manfaat teoritis:

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran etika bisnis Islam.

Manfaat praktis:

1. Bagi penulis, penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan tentang etika bisnis Islam pada pelaku bisnis.
2. Bagi pembaca dan peneliti selanjutnya, sebagai informasi dan rujukan atau dapat dikembangkan lebih lanjut, serta dapat dijadikan referensi penelitian sejenis.

3. Bagi lembaga pendidikan, sebagai masukan dalam merumuskan kebijakan pembelajaran terkait etika bisnis Islam dan kebijakan dalam penerapannya.

E. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan ditambahkan dalam penulisan skripsi ini bertujuan memudahkan peneliti dan pembaca dalam memahami skripsi ini.

sistematika pembahasan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, sistematika pembahasan, penelitian terdahulu, serta landasan teori.

Bab II: Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan secara rinci model penelitian yang digunakan serta jenis penelitian, lokasi, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan analisis data yang digunakan.

Bab III: Hasil dan Pembahasan

Bab ini memuat tentang hasil penelitian dan dari bab ini akan ditarik kesimpulan penelitian.

Bab IV: Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan diambil dari hasil penelitian, sedangkan saran merupakan masukan yang diberikan berdasarkan kesimpulan penelitian.

F. Penelitian terdahulu

Dalam penyusunan skripsi ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan oleh peneliti diantaranya adalah:

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Metode	Hasil	Perbedaan
1	Fitri Amalia, 2012, <i>“Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Bazar Madinah Depok”</i> , jurnal Prosiding Seminas, Vol 1, No. 2, 2012.	Deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah pedagang Bazar Madinah Depok hampir keseluruhan sudah menerapkan etika bisnis Islam, hanya sebagian kecil dari pedagang belum menerapkan etika bisnis Islam.	Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Amalia menekankan pada etika bisnis Islam pada pedagang, sedangkan penelitian ini lebih fokus pada pedagang makanan serta tempat penelitian juga berbeda.
2	Elida Elfi Barus dan Nuriani, <i>“IMPLEMENTAS I ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI PADA RUMAH MAKAN WONG SOLO MEDAN)”</i> , Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam, Volume 2 Nomor 2, September 2016, ISSN. 2502-6976	Deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah RM Wong Solo sudah menerapkan etika bisnis islam yang berlandaskan syariah dapat dilihat dari segi karyawan, kualitas produk dan kepemimpinannya.	Penelitian yang dilakukan oleh Elida Elfi Barusa dan Nuriani berbeda dengan penelitian ini yaitu objek berbeda serta pembahasan juga berbeda menggunakan etika bisnis Rasulullah SAW.
3	Muhammad Farid Dan Amilatuz Zahroh, 2015, <i>“Analisis</i>	Deskriptif kualitatif	Penerapan etika bisnis oleh pedagang sapi dalam konteks kejujuran masih	Penelitian Yang Dilakukan Oleh Muhammad Faridz Dan

	<i>Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Sapi Di Pasar Hewan Pasirian</i> ”, Jurnal Iqtishoduna Vol.6 No.2, 2015		kurang, dikarenakan minimnya pengetahuan Islam dan pemahaman bahwa bisnis hanya untuk mencari materi semata. Selain itu penerapan akal sudah sesuai dengan Islam dan janji pembayaran hutang sudah baik.	Amilatuz Zahroh Menekankan Pada Proses Perdagangan Sapi Di Pasar Hewan Pasirian. Sedangkan Dalam Penelitian Ini Menekankan Pada Penerapan Etika Bisnis Islam pada pedagang makanan.
4	Dede Anggi Aprianto, Ima Amalia, dan Yesti Riyani, 2016, <i>“Impelementasi Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro Makanan Olahan Di Kecamatan Rengasdengklok Kabupaten Karawang”</i> , Prosiding ilmu ekonomi, ISSN: 2460-6553.	Deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini adalah kebanyakan pelaku usaha menerapkan prinsip <i>siddiq</i> meskipun belum diketahui kebenarannya secara jelas.	Penelitian Yang Dilakukan Oleh Dede Anggi Aprianto dkk, berbeda dengan penelitian ini yaitu pada objek penelitian berbeda juga tahun penelitian yang berbeda.
5	Moh Nasuka, 2012, “Etika Penjualan dalam perspektif Islam”, Jurnal Muqtashid, Volume 3 Nomor 1, Juli 2012	Deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian adalah seluruh aktivitas dalam kehidupan seseorang di hadapan Allah SWT dengan sesuai hukum Islam	Penelitian yang dilakukan oleh Moh Nasuka berbeda dengan penelitian ini yaitu penelitian ini menggunakan objek pada usaha makanan.
6	Muhammad Syaifullah, 2011, <i>Etika Bisnis Islami Dalam</i>	Deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini etika bisnis nabi Muhammad SAW adalah bersikap	Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Syaifulloh

	<i>Praktek Bisnis Rasulullah</i> , IAIN Walisongo Semarang, Walisongo, Volume 19, Nomor 1, hal 127-156.		jujur, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi <i>gharar</i> , tidak menimbun barang, tidak melakukan al-ghab dan tadlis, dan saling menguntungkan antara penjual dan pembeli.	membahas tentang etika bisnis nabi objek yang digali dari sumber sejarah, sedangkan penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara dalam memperoleh data serta objek merupakan pedagang makanan.
7	Dewi Maharani, 2017, <i>“Penerapan Kejujuran Dan Tanggung Jawab Dalam Etika Bisnis Syariah Pada Wirausaha Muslim Di Kecamatan Medan Marelán”</i> , Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam, vol. 9, No. 1, 2017.	Deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini adalah wirausaha muslim telah menerapkan kejujuran dan tanggung jawan dalam kegiatan bisnisnya.	Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Maharani berbeda dengan penelitian ini dalam hal objek penelitian, serta pembahasan menggunakan teori bisnis Rasulullah SWT.
8	Ahmad Yusuf Marzuqi dan Achmad Badaruddin Latif, 2010, <i>“Manajemen Laba Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam”</i> , Jurnal dinamika ekonomi & bisnis, Vol. 7, No. 1,	Deskriptif literatur	hasil penelitian ini adalah manajemen laba yang disusun oleh seorang manajer dilakukan dengan memanipulasi menunjukkan belum sesuai dengana ajaran Islam.	Penelitian yang dilakukan oleh ahmad yusuf dan achmad badaruddin latif berbeda dengan penelitian ini, terletak pada pembahasan penelitian ini lebih menekankan penerapan etika

	2010.			bisnis Islam pada usaha makanan.
9	Yoiz Shofwa Shafrani, 2012, <i>“Membangun Tampilan Televisi Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”</i> , Jurnal dakwah dakwah & komunikasi, Vol. 6 No. 2 Juli-Desember 2012, ISSN: 1978-1261	Deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah iklan pada televisi seyogyanya menggunakan etika dengan berlandaskan hukum Al-Quran dan hadis sehingga dapat menjadi iklan yang baik.	Penelitian yang dilakukan oleh Yoiz berbeda dengan penelitian ini yaitu pada objek penelitian ini berbeda penerapan etika bisnis Islam pada usaha makanan.
10	Fitry Al Hiqmah, Titin Suprihatin, dan Sri Suwarsi, 2016, <i>“Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Hotel Sofyan Inn Specia Bandung”</i> , jurnal prosiding keuangan dan perbankan syariah, Volume 2, No. 2, tahun 2016, ISSN: 2460-2159.	Deskriptif analisis	Hasil dari penelitian ini adalah Hotel Sofyan Inn Specia Bandung telah menerapkan etika bisnis Islam dengan sangat baik, dan pada tingkat loyalitas konsumen Hotel Sofyan Inn Pecia Bandung cukup baik.	Penelitian yang dilakukan oleh Fitry dkk berbeda dengan penelitian ini yaitu pada objek penelitian pada usaha makanan. Serta pembahasan menggunakan etika bisnis Rasulullah SAW.

Sumber: e-jurnal Prosiding Seminas, e-Jurnal Prosiding Keuangan dan Perbankan Syariah, e-jurnal Dakwah Dakwah & Komunikasi diolah oleh peneliti, 2017

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, obyek pada penelitian ini fokus pada pedagang makanan yang ada di kawasan jalan Malioboro kota Yogyakarta. Serta dalam pembahasan menggunakan etika bisnis Rasulullah

SAW yaitu *Siddiq* (jujur/benar), *Amanah* (terpercaya), *Fatanah* (cerdas), *Tabligh* (komunikatif-promotif).

G. Landasan Teori

1. Pengertian etika

Etika berasal dari kata *ethos* dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*custom*) atau karakter (*character*)¹⁹. Etika dapat juga didefinisikan sebagai prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika merupakan bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu²⁰.

2. Pengertian Bisnis

Bisnis adalah suatu kegiatan berupa pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat satu sama lain. Namun pernyataan ini masih bersifat umum yaitu tujuan akhirnya hanya keuntungan semata tanpa melihat bagaimana keuntungan itu diperoleh. Dalam pandangan Islam, bisnis yang Islami mempunyai pengertian yang lebih khusus yaitu serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya,

¹⁹ Badroen, Faisal (et al), *ETIKA BISNIS DALAM ISLAM*, Jakarta: Kencana, 2007, hal. 4.

²⁰ Beekun, Rafik Issa, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2004, hal. 3

namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram²¹.

Bisnis yang Islami bertujuan untuk tidak hanya memperoleh keuntungan di dunia saja namun juga di akhirat. Dalam menerapkan bisnis Islami pelaku bisnis tidak diperbolehkan untuk berbuat curang dalam berbisnis, Islam menganjurkan para pelaku bisnis mematuhi aturan yang sudah ditentukan²², yaitu:

- a. Menggunakan niat yang tulus.
- b. Menjadikan Al-Qur'an dan hadist sebagai pedoman.
- c. Meneladani Akhlak Rasulullah SAW.
- d. Melakukan jual-beli yang halal.
- e. Melaksanakan keadilan dan kejujuran.
- f. Menepati janji dan menunaikan hak.
- g. Menuliskan muamalah yang tidak tunai (utang/piutang).
- h. Menggunakan barang tanggungan.
- i. Menggunakan persetujuan kedua belah pihak.
- j. Mengingat, bersyukur dan bertawakal kepada Allah.
- k. Bekerja dengan baik dan saling membantu dalam bisnis.

²¹ Yusanto & Wijayakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002, hal ...

²² Suyanto, *Muhammad Business Strategy & Ethics*, Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2008, hal. 184.

3. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas.²³ Menurut Muhammad etika bisnis adalah refleksi kritis dan rasional dari perilaku bisnis dengan memperhatikan moralitas dan norma untuk mencapai tujuan.²⁴

Sedangkan etika bisnis Islam moralitas dan norma disini berlandaskan ketentuan syariah dari Allah SWT. Karena Allah SWT maha sempurna dan maha mengetahui, kaum muslim memiliki ajaran moral yang tidak terikat waktu dan tidak dipengaruhi oleh perilaku manusia²⁵. Aktifitas bisnis Islam yang sukses adalah bisnis yang menghasilkan keuntungan dunia dan di akhirat yang tiada batas. Dalam bisnis seseorang ingin menghasilkan keuntungan, namun dalam mendapatkan keuntungan tersebut ada nilai-nilai moral yang harus diperhatikan sesuai dengan ketentuan Allah SWT pemilik harta yang mutlak.²⁶

4. Prinsip Etika Bisnis Islam

Penerapan etika bisnis Islami perlu mempunyai prinsip dasar yang jelas. Dalam Islam prinsip-prinsip dasar suatu kegiatan atau aktifitas sudah termaktub dalam Al-Qur'an. Penerapan nilai-nilai Al-Qur'an dalam etika

²³ Badroen, Faisal, et. al, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: KENCANA, 2007, hal. 15.

²⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: AMP YKPN, hal 41.

²⁵ Beekun, Rafiik Issa, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, hal. 15.

²⁶ Djakfar, Muhammad, *Agama, Etika dan Ekonomi*, Malang: UIN-Maliki Press, 2014, hal. 143.

bisnis bertujuan untuk meminimalisir perilaku-perilaku yang tidak baik yang dilakukan oleh pelaku bisnis.²⁷ Terdapat banyak teori tentang prinsip etika bisnis Islam, salah satunya adalah sebagai berikut:²⁸

- a. Tauhid
- b. Khilafah
- c. Ibadah
- d. Tazkiyah
- e. Ihsan

Dari beberapa prinsip yang diungkapkan diatas, dalam Al-Qur'an sebelumnya sudah terkandung prinsip tersebut. Hal ini membuktikan bahwa prinsip atau aturan dalam suatu aktifitas semua sudah diatur oleh pencipta alam semesta Allah SWT. Prinsip-prinsip tersebut terdapat dalam beberapa ayat Al-Qur'an diantaranya sebagai berikut:

- a. Prinsip Kesatuan dan Integritas

Prinsip kesatuan dan integritas ini dalam Al-Qur'an terdapat pada surat Al-Hadiid ayat 7:

²⁷ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: AMP YKPN, hal. 70.

²⁸ Fatah Santoso, dalam Maryadi dan Syamsudin, dalam Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004, hal. 71.

ءَامِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلَفِينَ

فِيهِ ^{صَلِّ} فَالَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَأَنْفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ ﴿٧﴾

Artinya: “Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar.” (QS. Al-Hadiid: 7)

Dari ayat diatas sesuai dengan prinsip kesatuan dan integritas dimana yang dimaksud dengan menguasai disini ialah penguasaan harta yang bukan mutlak. Hak milik yang mutlak hakikatnya adalah hanya milik Allah SWT semata. Manusia dalam menafkahkan hartanya yang diperoleh dari bisnis haruslah menurut hukum-hukum yang telah disyariatkan oleh Allah.

b. Prinsip kesamaan dan intelektualitas

Prinsip kesamaan dan intelektualitas ini dalam Al-Qur’an terdapat pada surah Ar-Rad ayat 4:

وَفِي الْأَرْضِ قِطْعٌ مُتَجَاوِرَاتٌ وَجَنَّاتٌ مِّنْ أَعْنَابٍ وَزُرْعٌ

وَخَيْلٌ صِنْوَانٌ وَغَيْرُ صِنْوَانٍ يُسْقَىٰ بِمَاءٍ وَاحِدٍ وَنُفْضِلٌ

بَعْضَهَا عَلَىٰ بَعْضٍ فِي الْأُكُلِ ۚ إِنَّ فِي ذَٰلِكَ لَآيَاتٍ
لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ ﴿٤﴾

Artinya: “dan di bumi ini terdapat bagian-bagian yang berdampingan, dan kebun-kebun anggur, tanaman-tanaman dan pohon korma yang bercabang dan yang tidak bercabang, disirami dengan air yang sama. Kami melebihkan sebahagian tanam-tanaman itu atas sebahagian yang lain tentang rasanya. Sesungguhnya pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang berfikir.” (Ar-Rad : 4)

Dari ayat diatas sesuai dengan prinsip kesamaan dimana dikatakan bahwa kemampuan kreatif dan konseptual pelaku bisnis yang berfungsi membentuk, mengubah dan mengembangkan semua potensi kehidupan alam semesta menjadi sesuatu yang konkret dan bermanfaat. Ayat diatas menunjukkan bahwa terdapat banyak potensi alam yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dengan cara berfikir dan berinovasi.

c. Prinsip kehendak bebas

Prinsip kehendak bebas ini terdapat dalam Al-Qur'an surat Al-Jumu'ah ayat 10:


فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن
فَضْلِ اللَّهِ وَادْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: "Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung." (QS. Al-Jumu'ah : 10)

Ayat diatas menunjukkan bahwa manusia dalam bertindak maupun melakukan aktifitas harus selalu ingat kepada Allah SWT karena berkah dari Tuhan akan selalu menyertai dan membawa keberuntungan bagi kaumnya.

d. Prinsip tanggungjawab dan akuntabilitas

Prinsip tanggungjawab dan akuntabilitas ini terdapat dalam Al-Quran surat Al-Muddatsir ayat 38:


 كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Artinya: "Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya," (QS. Al-Muddatsir : 38)

Ayat diatas menunjukkan bahwa setiap orang wajib bertanggungjawab dengan apa yang diperbuatnya. Tidak hanya sesama manusia tetapi juga bertanggungjawab dengan Allah SWT.

e. Prinsip penyerahan total

Prinsip penyerahan total ini terdapat dalam Al-Qur'an surat Al-Munafiquun ayat 9:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُلْهِكُمْ ءَمْوَالُكُمْ وَلَا ءَوْلَادُكُمْ
عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ ۚ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَأُوْلَئِكَ هُمُ

الْخٰسِرُونَ ﴿٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang beriman, janganlah hartamu dan anak-anakmu melalaikan kamu dari mengingat Allah. Barangsiapa yang berbuat demikian Maka mereka Itulah orang-orang yang merugi.” (QS Al-Munafiquun: 9)

Ayat diatas menerangkan bahwa setiap manusia tidak boleh lupa kepada Allah SWT karena harta yang telah didupatkannya, sebab harta yang dimiliki hanyalah titipan dan pemilik mutlakny adalah Allah SWT. Para bebisnis harus menyerahkab total kepada Allah SWT agar selalu dalam ridhonya dan tidak termasuk orang-orang yang merugi.

f. Prinsip kejujuran

Prinsip kejujuran ini sudah ada dalam AL-Qur’an surat An-Nahl ayat 116:

وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ ءَلْسِنَتُكُمْ ءَلْكَذِبَ هٰذَا حَلٰلٌ
وَهٰذَا حَرَامٌ لِّتَفْتَرُوْا عَلٰى ءَللّٰهِ ءَلْكَذِبَ ۚ اِنَّ ءَلَّذِيْنَ يَفْتَرُوْنَ

عَلٰى ءَللّٰهِ ءَلْكَذِبَ لَا يُفْلِحُوْنَ ﴿١١٦﴾

Artinya: "Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara Dusta "Ini halal dan ini haram", untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah Tiadalah beruntung." (QS An-Nahl: 116)

Pada ayat ini akhir ayat orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah SWT tidak akan beruntung, maknanya perbuatan setiap manusia dengan seenaknya mengatakan kebohongan adalah perbuatan yang tercela dan tidak baik.

g. Prinsip keadilan

Prinsip keadilan ini sudah ada dalam Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 35:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كَلَّمْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ
ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: "Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya." (QS Al-Isra': 35)

Pada ayat ini menerangkan bahwa setiap kegiatan manusia haruslah bersikap adil dalam perniagaan agar dalam kegiatannya tidak ada merugikan salah satu pihak.

h. Prinsip kebaikan kepada orang lain

Prinsip kebaikan kepada orang lain ini sudah ada dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 280:

وَأِنْ كَانَتْ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ وَأَنْ تَصَدَّقُوا
 خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, Maka berilah tangguh sampai Dia berkelapangan. dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.” (QS Al-Baqarah: 280)

Pada ayat ini menerangkan bahwa jika seseorang berhutang belum mampu mengembalikan apa yang dia pinjam, hendaknya diberi tenggang waktu sampai orang yang berhutang dapat mengembalikannya. Jika tidak bisa mengembalikan lebih baik di sedekahkan kepada orang yang berhutang tersebut.

Selain prinsip etika bisnis Islam diatas terdapat prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Nabi Muhammad SAW yang terdiri dari *Siddiq* (jujur/benar), *Amanah* (terpercaya), *Fatanah* (cerdas), dan *Tabligh* (komunikatif-promotif).²⁹

²⁹ Badroen, Faisal, Dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007.

a. *Siddiq* (jujur/benar)

Dalam melakukan transaksi bisnis nabi Muhammad SAW menggunakan kejujuran sebagai etika dasar.³⁰ Nilai kejujuran prinsip dasarnya adalah integritas, nilai-nilai, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional. Sikap jujur selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam.³¹ Cakupan jujur ini sangat luas, seperti tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat pada barang dagangan, menimbang barang dengan timbangan yang tepat, tidak memberikan harga terlalu tinggi, dan lain-lain.³²

Selanjutnya salah satu sifat curang adalah melipat gandakan harga terhadap orang yang tidak mengetahui harga pasaran, sebaliknya jika ia membeli ia menginginkan harga dibawah standar. Dalam hal ini terkait tentang jujur imam Al-Ghazali mengatakan bahwa mereka telah memahami arti kejujuran, yaitu tidak rela terhadap apa yang menimpa temannya kecuali yang ia rela jika hal demikian menimpa dirinya.³³

Komoditas yang diperjual belikan adalah barang yang baik dan halal. Allah SWT memerintahkan Umat Islam agar senantiasa mengkonsumsi, memproduksi dan mendistribusikan serta bertransaksi barang-barang

³⁰ Saifullah, Muhammad, *Etika Bisnis Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*, IAIN Walisongo Semarang, Volume 19, Nomor, 1, Mei 2011, hal. 20.

³¹ Irawan, Heri, hal. 34.

³² Saifullah, Muhammad, *Etika Bisnis Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*, IAIN Walisongo Semarang, Volume 19, Nomor, 1, Mei 2011, hal. 20.

³³ Qardawi, Yusuf, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, diterjemahkan oleh Zainal Arifin, Lc. Jakarta: Gema Insani Press, 1997, hal. 179

dagangan yang halal lagi baik sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا

تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

b. *Amanah* (terpercaya)

Sikap *amanah* memiliki nilai dasar terpercaya, dan nilai-nilai dalam berbisnis ialah adanya kepercayaan, bertanggungjawab, transparan dan tepat waktu. Sikap ini juga sangat dianjurkan dalam aktifitas bisnis, kejujuran dan *amanah* mempunyai hubungan yang sangat erat, karena jika seseorang sudah berlaku jujur pastilah orang tersebut *amanah* (terpercaya).³⁴ Maksud amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain.³⁵

Sikap amanah merupakan sikap yang mulia, dalam Al-Qur'an Allah menggambarkan orang mukmin yang amanah dengan orang yang

³⁴ Irawan, Heri, 2017, hal. 39.

³⁵ Qardawi, Yusuf, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, 1997, hal. 177.

senantiasa beruntung dalam perkataannya. Termaktub dalam surat Al-Mu'min ayat 8:

رَبَّنَا وَأَدْخِلْهُمْ جَنَّاتٍ عَدْنٍ الَّتِي وَعَدْتَهُمْ وَمَنْ صَلَحَ
 مِنْ آبَائِهِمْ وَأَزْوَاجِهِمْ وَذُرِّيَّاتِهِمْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ
 الْحَكِيمُ

Artinya: “Ya Tuhan Kami, dan masukkanlah mereka ke dalam syurga 'Adn yang telah Engkau janjikan kepada mereka dan orang-orang yang saleh di antara bapak-bapak mereka, dan isteri-isteri mereka, dan keturunan mereka semua. Sesungguhnya Engkau adalah yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana,”

c. *Fatanah* (cerdas)

Fatanah berarti memiliki pengetahuan luas, nilai-nilai dalam bisnis memiliki visi, pemimpin yang cerdas sadar produk dan jasa serta mengerti akan sesuatu dan dapat menjelaskannya, *fatana*h dapat juga diartikan dengan kecerdasan atau kebijaksanaan.³⁶ Sifat *fatana*h penerapannya dalam bisnis mampu menerjemahkan nilai-nilai bisnis dan manajemen yang bertanggungjawab, transparan, disiplin, sadar produk

³⁶ A. Darussalam, *etika bisnis dalam perspektif hadis*, hal. 131.

dan jasa, serta belajar secara berkelanjutan untuk membangun manajemen bisnis yang bervisi Islam.³⁷

Dalam dunia bisnis, tidak menutup kemungkinan seorang pedagang memberikan informasi yang menyesatkan kepada pembeli untuk mencapai sesuatu yang diinginkan dan akhirnya merugikan orang lain. Perbuatan tersebut tidak etis karena melanggar syariat Islam, padahal dalam Islam semua perbuatan akan dipertanggungjawabkan dihadapan Allah SWT. Disinilah pentingnya kecerdasan spiritual bagi setiap pebisnis.³⁸ Kecerdasan spiritual disini maksudnya kemampuan untuk memberi makna ibadah dalam setiap kegiatan, melalui langkah-langkah yang bersifat fitrah, menuju manusia yang seutuhnya (*hanif*), dan memiliki pemikiran yang tauhid (integralistik), serta berprinsip hanya karena Allah SWT.³⁹

Berdasarkan uraian diatas *fatanah* dalam hal ini merupakan kemampuan kecerdasan spiritual oleh setiap pedagang atau pebisnis menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh pembeli yang sebenar benarnya berdasarkan dengan apa yang sudah diketahui oleh pedagang atau pebisnis tersebut.

³⁷ Ali, Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah : Kaya Di Dunia Terhormat Di Akhirat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, hal. 276.

³⁸ Moh nasuka, *Etika Penjualan dalam Perspektif Islam*, Jurnal muqtasid, Volume 3 Nomor 1, Juli 2012, UIN Sunan Kalija Yogyakarta hal. 64.

³⁹ Agustian, Ary Ginanjar, *ESQ: Emotional Spiritual Quotient*, Jakarta: Agra, 2001, hal. 45.

d. *Tabligh* (Komunikatif-Promotif)

Dalam kamus besar bahasa Indonesia makna dari *tabligh* adalah penyampaian. Nabi Muhammad SAW mempunyai sifat *tabligh* diantaranya: sifatnya sangat rendah hati, bila ada yang mengajaknya berbicara mendengarkan hati-hati sekali tanpa menoleh kepada orang lain. Tidak saja mendengarkan kepada yang mengajaknya bicara, bahkan ia memutarakan seluruh badannya. Bicara sedikit sekali, lebih banyak mendengarkan. Bila bicara selau sungguh-sungguh, tetapi sungguhpun demikian ia tak melupakan ikut membuat humor dan bersenda gurau, namun yang dikatakannya selalu yang sebenarnya. Bila ia marah tidak pernah sampai tampak kemarahannya. Semua itu terbawa oleh kodratnya yang selalu lapang dada, berkemauan baik dan menghargai orang lain. Bijaksana, murah harga dan murah bergaul. Mempunyai tujuan pasti, berkemauankeras, tegas, dan tidak pernah ragu dalam tujuannya.⁴⁰

Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Ahzab ayat 70-71:

⁴⁰ Haikal, Muhammad, Husain, Hayât Muhammad, Cetakan ke-9, Cairo, Egypt: Dar al-Maaref, Terj. Ali Audah, Sejarah Hidup Muhammad, Cetakan ketigapuluh tiga, Jakarta: Dunia Pustaka Jaya, 2006, hal. 69 dalam Moh Nasuha, 2012, hal. 67.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧﴾
يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ
اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ﴿٨﴾

Artinya:” Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. dan Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.”

Ayat diatas menjelaskan bahwa umat Muslim yang memiliki perkataan yang benar adanya akan dimudahkan segala urusan dan Allah SWT akan mengampuni dosanya. Dalam hal bisnis pedagang seharusnya memiliki perkataan yang jujur dan menyampaikan dagangannya dengan sebenar-benarnya.

Berdasarkan teori bisnis Rasulullah SAW yang terdiri dari *Siddiq* (jujur/benar), *Amanah* (terpercaya), *Fatanah* (cerdas), *Tabligh* (komunikatif-promotif) dapat diambil intisari dalam penerapannya di bidang usaha makanan diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Intisari Penerapan Teori dalam Bidang Usaha Makanan.

Siddiq	Amanah	Fatanah	Tabligh
<ul style="list-style-type: none"> • Jujur dalam memberikan harga • Menjual makanan dari bahan yang baik dan halal. • Tidak mengurangi kualitas makanan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transparan dalam memberikan harga. • Bertanggungjawab apabila makanan yang disajikan terdapat cacat. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli. • Memiliki kreatifitas produk dalam menjalankan usaha. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan informasi tentang produk makanan yang dijual. • Bersikap baik kepada pembeli.

Sumber: e-jurnal Fitri Amalia, Moh Nasuka, Muhammad Syaifullah, Dewi Maharani, diolah oleh peneliti, 2017

5. Pengolahan pangan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pengolahan berarti cara membuat atau mengolah, sedangkan makanan adalah segala sesuatu yang dapat dimakan. Peraturan kepala badan pengawas obat dan makanan (BPOM) No. 11 Tahun 2014, pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, peternakan, perairan, dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia. Sedangkan olahan pangan adalah makanan dan/atau minuman hasil proses dengan cara atau metode tertentu dengan atau tanpa bahan tambahan. Pengolahan pangan harus memperhatikan keamanan pangan, yaitu kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia serta tidak

bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat sehingga aman untuk dikonsumsi. Dalam proses produksi juga harus sesuai dengan cara produksi pangan olahan yang baik (CPPOB), produksi harus aman, bermutu, dan layak untuk dikonsumsi.⁴¹

Menurut undang-undang No. 18 tahun 2008 tentang pangan, yang dimaksud dengan pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan, dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia. Sedangkan pangan olahan adalah makanan atau minuman hasil proses dengan cara atau metode tertentu dengan atau tanpa bahan tambahan.⁴²

6. Pengolahan pangan dalam Islam

Islam mengajarkan hukum *muamalah* adalah *mubah*, dalam artian segala sesuatu adalah halal kecuali terdapat dalil yang mengharamkannya. Pengolahan pangan termasuk bisnis yang sangat rentan dengan kecurangan, karena dalam setiap pengolahannya penjual bisa saja mencampurkan bahan yang tidak boleh dikonsumsi atau haram bagi umat Islam. Beberapa

⁴¹ Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, No. 11 Tahun 2014

⁴² Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2008 Tentang Pangan

makanan atau bahan makanan yang haram dikonsumsi bagi umat Islam adalah sebagai berikut⁴³:

a. Makanan yang mengandung minuman keras

Dalam minuman keras yang kadang memberikan keuntungan bagi manusia namun dampak negatif yang ditimbulkan lebih besar. Hal tersebut menjadikan *khamr*/ minuman keras merupakan dosa besar.

b. Lemak dan bangkai

Meskipun bangkai dapat dimanfaatkan kembali dengan mengubah bentuk baru untuk kepentingan tertentu tetapi dalam Al-Quran tidak diperbolehkannya.

c. Babi

Yang terkandung dalam Al-Qur'an segala bentuk makanan atau sejenisnya yang mengandung unsur-unsur babi diharamkan bagi umat Islam memakannya.

d. Kulit hewan qurban

Kulit hewan Qurban tidak boleh dimanfaatkan dalam bentuk apapun oleh pengurban, karena kulit hewan Qurban harus disedekahkan kepada yang tergolong 8 *asnaf*.

⁴³ Thalib, Muhammad, *Bidang Usaha Terlarang dan Pembuka Pintu Rezeki*, Yogyakarta: MU Media, 2014,