

PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS PERCETAKAN PADA RUMAHGRAFIKA PEKALONGAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Khairul Anwar^{1*}, Afidah Rozi Anti²

^{1,2}Pascasarjana Ekonomi Syariah UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan
Jl Kusuma Bangsa, Pekalongan, Jawa Tengah, Indonesia
Email Corresponding: Akhairul236@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengelolaan dan pengembangan bisnis percetakan Rumah Grafika Pekalongan dalam perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Sumber data dibagi menjadi dua, primer dan sekunder. Data primer digali dari wawancara dengan owner Rumah Grafika Pekalongan yakni bapak Masykur, sedangkan data sekunder diambil dari artikel, jurnal, tesis, buku yang masih terkait dengan topik penelitian. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan analisis data meliputi tiga kegiatan yakni reduksi data, pemaparan data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Grafika Pekalongan dikelola dengan baik dan dikembangkan dengan mengikuti kebutuhan pasar. Penulis menganalisis pengelolaan Rumah Grafika Pekalongan ini dari segi pengelolaan perusahaan, pengelolaan sumber daya manusia, dan pengelolaan pemasaran. Pengelolaan bisnis yang dijalankan secara umum sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yakni kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran. Selain itu pemaparan pada artikel ini juga dilengkapi dengan analisis SWOT sebagai dasar untuk melihat bagaimana pengembangan bisnis percetakan yang terjadi.

Kata Kunci: Pengelolaan, Bisnis Percetakan, Rumah Grafika Pekalongan

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out how the management and development of the Pekalongan Graphic House printing business is in the perspective of Islamic business ethics. This research uses a type of field research with a qualitative approach. Data sources are divided into two, primary and secondary. Primary data was collected from interviews with the owner of the Pekalongan Graphic House, Mr. Masykur, while secondary data was taken from articles, journals, theses, books that are still related to the research topic. Methods of data collection is done by interviews, observation, and documentation. While data analysis includes three activities namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of the research show that the Pekalongan Graphic House is well managed and developed according to market needs. The author analyzes the management of the Pekalongan Graphic House from the perspective of company management, human resource management and marketing management. Business management that is run in general is in accordance with the principles of Islamic business ethics, namely unity, balance, free will, responsibility and truth. In addition, the presentation in this article is also equipped with a SWOT analysis as a basis for seeing how the development of the printing business is happening

Keywords: Management, Printing Business, Pekalongan Graphic House

Received: 11-10-2022; Accepted: 08-11-2022; Published: 13-01-2023



Copyright (c) Manis: Jurnal Manajemen dan Bisnis. This is an open access article distributed under the Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. PENDAHULUAN

Industri Kreatif memang bagian yang tak dapat dipisahkan dari ekonomi kreatif. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia sendiri memberikan klasifikasi terkait subsektor Industri Kreatif yang terdiri dari 14 subsektor, yaitu diantaranya: Penerbitan dan Percetakan, Periklanan, Musik, Televisi dan Radio, Film; Video; dan Fotografi Seni Pertunjukan, Arsitektur, Kerajinan, Pasar Barang Seni, Desain, Fesyen, Permainan Interaktif, Layanan Komputer dan Piranti Lunak, serta yang terakhir Penelitian dan Pengembangan. Sedangkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, terdapat 17 subsektor: Aplikasi, Pengembangan Permainan, Desain Komunikasi Visual (DKV), Arsitektur, Desain Interior, Desain Produk, Fashion, Film Animasi dan Video, Fotografi, Kerajinan Tangan (Kriya), Kuliner, Penerbitan, Periklanan, Seni Pertunjukkan, Seni Rupa dan TV dan Radio serta Musik (Kemenparekraf, 2021).

Pada dasarnya, Industri Percetakan dan Penerbitan adalah kegiatan usaha kreatif yang mencakup penulisan konten dan penerbitan, yaitu di antaranya: majalah, tabloid, buku, jurnal, koran, maupun konten digital lainnya seperti kegiatan dalam kantor berita. Industri ini mencakup pula penerbitan yang bersifat subsector. Di antaranya melingkupi penerbitan uang kertas, materai, perangko, blanko giro, cek. Termasuk di antaranya adalah surat saham, obligasi, surat andil, dan juga surat berharga lainnya seperti passport, tiket pesawat terbang, dan terbitan yang bersifat khusus lainnya. Juga di dalamnya mencakup penerbitan grafir (engraving), percetakan lukisan, formulir, poster, foto-foto, dan kartu pos, reproduksi, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film (Azis, 2021).

Industri percetakan di Indonesia sendiri berkembang cukup pesat dan berkontribusi cukup besar dalam menciptakan struktur ekonomi. Selain itu industri percetakan juga dianggap sebagai salah satu kebutuhan primer setiap manusia (Lendy zelviean adhari, 2020). Pembangunan industri percetakan juga memberikan dampak luas terhadap kemajuan dunia pendidikan, perluasan kesempatan bekerja dan berusaha, perolehan devisa negara, sebagai penggerak pembangunan masyarakat, komunikasi dan informasi kaitannya dalam meningkatkan kemampuan intelektual masyarakat Indonesia. Pembangunan industri percetakan menjadi pula bagian dari proses industrialisasi yang berwawasan lingkungan, yang berkontribusi penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Kemajuan teknologi yang sangat pesat juga berdampak pada perkembangan industri percetakan. Pesatnya kemajuan teknologi percetakan dan grafika berdampak positif pada perkembangan industri percetakan itu sendiri (Budiman, 2015).

Bisnis percetakan adalah usaha yang tidak ada matinya. Selama manusia masih membutuhkan hasil cetak, maka selama itu juga percetakan akan eksis. Di tanah air, usaha ini juga mengalami perkembangan. Jika dulu mungkin hanya dikenal percetakan offset dan sablon, kini lebih beragam. Dalam bisnis percetakan terdapat lima jenis yakni percetakan digital, Percetakan Offset, percetakan sablon, percetakan fleksografi, dan Percetakan Rotogravure (Christian Wiranata, 2019).

Salah satu jenis percetakan yang masih eksis sampai sekarang adalah percetakan offset. Offset printing adalah salah satu dari berbagai teknik cetak yang banyak dipilih oleh masyarakat, terutama oleh perusahaan dan organisasi. Hal ini memang dikarenakan adanya berbagai keunggulan yang dimiliki oleh offset printing itu sendiri. Offset printing merupakan teknik mencetak yang mempergunakan sebuah media gambar terlebih dahulu, sebelum ditransfer ke sebuah plat dengan bentuk lembaran karet. Ketika klien memberikan file yang akan dicetak, baik itu untuk brosur maupun kalender meja misalnya, pihak jasa offset printing akan membuat gambar terlebih dahulu sebagai sebuah film. Kemudian, gambar tersebut ditransfer ke plat karet tersebut sebelum akhirnya dicetak menggunakan tinta basah sesuai jumlah pesanan.

Dalam proses offset printing, ada proses yang disebut dengan litografi. Proses tersebut memanfaatkan sifat air yang tidak bisa bercampur dengan minyak – bagian yang dicetak akan “menyedot” tinta dari penggulung tinta, dan bagian yang tidak dicetak akan

“menarik” air supaya tidak ada tinta menempel. Begitu proses cetak selesai, proses pengeringan pun dilakukan (Admin, 2021). Salah satu bisnis percetakan offset berada di Kota Pekalongan yakni Rumah Grafika yang beralamat di Jl. Toba No.30, Keputran, Kec. Pekalongan Timur, Kota Pekalongan, Jawa Tengah.

Rumah Grafika Pekalongan yang berdiri sejak 10 tahunan lalu merupakan salah satu bisnis percetakan terkemuka di Kota Pekalongan. Bisnis percetakan Rumah Grafika ini melayani kebutuhan masyarakat yang ingin mencetak seperti buku, brosur, paperbag, majalah, buletin, dus makanan, kalender, kardus sarung, merk celana/sarung, stiker, undangan, dan lain-lain. Sebagai sebuah UMKM, rumah grafika Pekalongan tentu mempunyai prospek ekonomi.

Dalam konteks ekonomi, Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas di sisni, sebagaimana disinggung di atas berarti: aspek baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas dari perilaku manusia. Kemudian dalam kajian etika bisnis Islam ditambah dengan halal – haram (Faisal Badroen, 2012). Etika bisnis merupakan syarat mutlak yang harus dilaksanakan oleh pelaku bisnis dalam menegakkan konsep keseimbangan ekonomi. Jika saja pengambilan keuntungan berlipat-lipat adalah sebuah kesepakatan pelaku ekonomi, bukankah hal ini menjadikan supply-demand tidak seimbang? dan imbasnya, pasar bisa terdistorsi dan seterusnya. Nah, betapa indahnya jika sistem bisnis yang kita lakukan dibingkai dengan nilai etika yang agung. Etika itu akan membuang jauh kerugian dan ketidaknyamanan antara pelaku bisnis dan masyarakat. Lebih dari itu, bisnis yang berdasarkan etika akan menjadikan sistem perekonomian berjalan secara seimbang (Rokan, 2013).

Perusahaan yang ingin berkembang tentu tidak dapat menerapkan kebijakan yang sama untuk berbagai aktivitas. Pimpinan perusahaan harus peka terhadap perubahan pesat dan dinamis yang terjadi di lingkungan tempat perusahaan tersebut beroperasi. Perusahaan saat ini tidak lagi bisa melakukan monopoli atas usaha tertentu dikarenakan kebijakan deregulasi yang ditetapkan pemerintah menumbuhkan iklim usaha dimana perusahaan dari berbagai sektor dapat bersaing secara sehat. Lebih jauh, era globalisasi yang mengarah pada liberalisasi perdagangan menuntut perusahaan untuk menerapkan strategi terbaik dalam memenangkan persaingan bisnis (Prayudi, 2017).

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengelolaan dan pengembangan bisnis percetakan Rumah Grafika Pekalongan ditinjau dari segi etika bisnis Islam. Prinsip etika bisnis Islam yang menjadi pisau analisis dalam artikel ini adalah prinsip keadilan, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggungjawab, dan prinsip kebajikan.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan metode pendekatan kasus (case study), yaitu penelitian yang diarahkan untuk menghimpun data, mengambil makna, dan memperoleh pemahaman dari kasus tersebut (Djunaid Ghany & Fauzan Al-Mansyur, 2012). Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Subyek dalam penelitian ini adalah orang yang dapat dijadikan sumber data untuk memperoleh informasi, dia adalah owner Rumah Grafika Pekalongan Bapak Masykur. Sedangkan objeknya adalah analisis pengelolaan dan pengembangan bisnis percetakan Rumah Grafika Pekalongan dalam perspektif etika bisnis Islam.

Sumber data dibagi menjadi dua, primer dan sekunder. Data primer digali dari wawancara dengan owner Rumah Grafika Pekalongan, sedangkan data sekunder diambil dari artikel, jurnal, tesis, buku yang masih terkait dengan topik penelitian yakni analisis pengembangan dan pengelolaan bisnis percetakan rumah grafika Pekalongan dalam perspektif etika bisnis Islam. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi (Bungin, 2007). Sedangkan analisis data dalam penelitian ini

menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif, dengan meliputi tiga kegiatan yakni reduksi data, pemaparan data, dan penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Rumah Grafika Pekalongan merupakan sebuah UMKM *offset printing* yang terletak di Jl. Toba No.30, Keputran, Kecamatan Pekalongan Timur, Kota Pekalongan, Jawa Tengah. Bisnis percetakan ini berdiri sejak tahun 2010, dan pada saat itu, bisnis ini berada di Kecamatan Wonopringgo. Namun sejak tahun 2017 UMKM ini berpindah tempat menjadi di Jalan Toba. Saat ini UMKM ini telah menggunakan 7 orang karyawan dengan aset meliputi satu mesin cetak, satu mesin potong dan 3 buah komputer. Aset tersebut belum termasuk motor yang digunakan untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan.

a. Pengelolaan Perusahaan

Menurut George Terry fungsi pengelolaan dibagi menjadi empat, *planning* yaitu kegiatan yang menentukan berbagai tujuan dan penyebab tindakan-tindakan selanjutnya, *organizing* adalah kegiatan membagi pekerjaan diantara anggota kelompok dan membuat ketentuan dalam hubungan-hubungan yang diperlukan, *actuating* yaitu kegiatan menggerakkan anggota-anggota kelompok untuk melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tugas masing-masing, *controlling* yaitu untuk menyesuaikan antara pelaksanaan dan rencana-rencana yang telah ditentukan (Anang Setyawan, 2022). Dalam pengelolaan Rumah Grafika Pekalongan di bagi menjadi 4 fungsi yaitu fungsi keuangan, fungsi SDM, fungsi pemasaran dan fungsi produksi dan operasi.

1. Fungsi Keuangan

a) *Planning*

Perencanaan awal keuangan pada perusahaan ini adalah dengan membuat anggaran bulanan yang membagi dana untuk para supplier, pemasaran produk, operasional sehari-hari, dan untuk mendistribusikan hasil produksi.

b) *Organizing*

Kegiatan utama keuangan dilakukan oleh bagian administrasi. Bagian administrasi berjumlah satu orang dan mempunyai tugas membantu owner untuk pemberian gaji bulanan karyawan serta membuat pembukuan.

c) *Actuating*

Membuat laporan keuangan aktifitas bisnis pada setiap akhir bulan yang meliputi penerimaan uang dari setiap order konsumen dan pengeluaran yang digunakan untuk divisi operasional, dan kemudian hasil dari laporan keuangan tersebut akan diberikan pada pemilik bisnis Rumah Grafika Pekalongan untuk dievaluasi.

d) *Controlling*

Pengontrolan pada fungsi bisnis ini meliputi pengecekan laporan keuangan setiap harinya dan yang secara berkala yakni laporan keuangan bulanan. Laporan keuangan ini akan dievaluasi setiap bulannya secara langsung oleh pemilik UMKM.

2. Fungsi Sumber Daya Manusia

a) *Planning*

Merekrut karyawan yang dibutuhkan oleh Rumah Grafika Pekalongan untuk proses operasional sehari-harinya. Tidak ada syarat khusus untuk menjadi karyawan Rumah Grafika Pekalongan. Dan lebih diutamakan yang telah berpengalaman. Meski demikian dalam praktiknya, perekrutan karyawan tidak dilakukan secara terbuka, akan tetapi cenderung bersifat pertemanan alias semau owner Rumah Grafika Pekalongan untuk menunjuk atau mengajak orang yang sudah dikenalnya, baik sudah kenal lama atau lewat temannya.

b) Organizing

Sementara dalam pengorganisasian, fungsi SDM ini dikuasai oleh Bapak Masykur juga. Karyawan yang direkrut, akan dapat mulai bekerja sesuai bidangnya masing-masing dan akan terus dimonitor oleh Bapak Masykur sendiri.

c) Actuating

Bapak Masykur akan memonitor kinerja dari setiap karyawan. Ia telah menganggap setiap karyawan adalah kawan yang harus diperhatikan. Tidak ada aturan khusus tentang pemberhentian karyawan. Yang terpenting, karyawan diminta bekerja sesuai dengan keahlian masing-masing.

d) Controlling

Evaluasi kerja dilakukan pada tiap bulannya, yang meliputi jumlah hasil kerja yang diselesaikan, kecepatan penyelesaian pengerjaan, dan kualitas kerja yang dihasilkan.

3. Fungsi Pemasaran**a) Planning**

Mengikuti pameran-pameran grafika dan menawarkan produk Rumah Grafika Pekalongan pada perusahaan, lembaga-lembaga pemerintah, atau unit-unit yang membutuhkan jasa percetakan.

b) Organizing

Membagi tugas untuk menginformasikan order berikutnya pada setiap perusahaan yang pernah menjadi konsumen Rumah Grafika Pekalongan ini.

c) Actuating

Saling bantu membantu setiap staf divisi ini untuk membuat penawaran pada perusahaan-perusahaan yang membutuhkan jasa percetakan. Pembagian tugas setiap orang jelas dan apabila ada yang berhalangan, staf lain akan langsung berupaya meng-cover pekerjaannya.

d) Controlling

Dilakukan langsung oleh owner bapak Masykur dan akan dibuat laporan per bulannya.

4. Fungsi Produksi dan Operasi**a) Planning**

Mengurutkan pekerjaan dengan deadline tercepat dan meminta karyawan untuk mengerjakannya.

b) Organizing

Menegaskan kembali pekerjaan yang harus dilakukan untuk setiap karyawan.

c) Actuating

Untuk karyawan, pengarahan mengenai bagaimana cara menggunakan setiap mesin.

d) Controlling

Pada bagian produksi, evaluasi karyawan akan dilihat berdasarkan kecepatan pengerjaan dan ketepatan. Sedangkan untuk karyawan di bagian pengiriman, evaluasi dilihat berdasarkan biaya yang dibutuhkan untuk pengiriman tersebut dan kecepatan pengiriman pada konsumen. Untuk karyawan bagian gudang, evaluasi dilakukan dengan melihat apakah ada barang yang hilang atau rusak ketika barang tersebut berada di gudang.

b. Analisis SWOT

Analisis SWOT yaitu kegiatan untuk mengetahui peluang, ancaman, maupun kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri, hal ini sangat penting dilakukan untuk kemajuan serta kesuksesan suatu bisnis. Menurut Freddy (2013), analisis SWOT adalah analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Tujuan penggunaan

metode SWOT menentukan strategi berdasarkan faktor eksternal (luar) dan internal (dalam) serta mendapatkan prioritas strategi. (A. Pratama, 2020)

Berdasarkan hasil penelitian, analisis SWOT pada bisnis percetakan Rumah Grafika Pekalongan dibagi menjadi dua yakni analisis SWOT Internal yakni kekuatan dan kelemahan, serta analisis SWOT eksternal yakni peluang dan tantangan.

1. Kekuatan

Sebagai bisnis percetakan offline yang sudah berdiri sejak lama, Rumah Grafika Pekalongan tentunya memiliki kelebihan, yang dengan kelebihan itu menjadikan rumah Grafika Pekalongan banyak diminati oleh masyarakat. Kekuatan atau kelebihan tersebut diantaranya adalah:

- a) Berdiri Lebih dari 10 Tahun
- b) Salah Satu Percetakan Terkemuka di Kota Pekalongan
- c) Harga Terjangkau
- d) Usaha di bidang percetakan ini tidak dipengaruhi musim.
- e) Mengedepankan Asas Kekeluargaan
- f) Melayani Beragam produk (Cetak Buku, Brosur, Paperbag, Majalah, Buletin, Dus makanan, Kalender, Kardus Sarung, Merk Celana/Sarung, Stiker, undangan dll)
- g) Peralatan Lengkap (Mesin Cetak, mesin potong, 3 buah komputer)
- h) Punya Jaringan dengan Lembaga-lembaga Pemerintah
- i) Miliki SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)
- j) Kualitas Premium
- k) Tenaga Kerja Profesional Handal
- l) Proses Cepat

2. Kelemahan

Diluar kelebihan dan kekuatan yang dimilikinya, ternyata Rumah Grafika Pekalongan menyimpan banyak kelemahan yang dapat mengganggu keberlangsungan bisnis, dan tentu saja dapat berefek negatif pada tingkat pendapatan bisnis. Kelemahan pada rumah grafika Pekalongan diantaranya sebagai berikut:

- a) Tempat Bisnis Kecil
- b) Tempat Bisnis Kumuh
- c) Ruang Produksi Kurang Tertata Rapi
- d) Perekrutan Karyawan Tidak Secara Terbuka
- e) Menghasilkan Limbah Kertas

3. Peluang

Salah satu sub poin dalam analisis SWOT adalah menganalisis peluang. Dalam hal ini, penulis telah menganalisis peluang dari sebuah bisnis percetakan offset printing. Peluang-peluang tersebut diantaranya adalah:

- a) Tingkat Kebutuhan Akan Produk Cetak Masih Diminati Banyak Orang
- b) Limbah Kertas dapat Dijual Kembali
- c) Peluang mendapatkan keuntungan besar pada musim-musim tertentu, seperti kampanye politik, musim pergantian tahun, dan ramadhan

4. Tantangan

Tantangan utama dalam bisnis percetakan offset ini antara lain:

- a) Persaingan Bisnis Semakin Ketat
- b) Digitalisasi
- c) Kertas yang di masa depan bisa saja sulit di dapat mengingat gerakan penghijauan yang masif.

c. Analisis Prospek Ekonomi Bisnis Percetakan

Industri Percetakan dalam 10 tahun ke depan, menurut saya, masih menjanjikan. Hal ini karena masih banyak orang yang membutuhkan produk cetak seperti baliho, kalender, brosur, dan lain-lain. Selain itu, orang-orang yang mempunyai skill dalam bidang menulis, desain grafis, menggambar, dll juga masih membutuhkan pekerjaan.

d. Analisis Nilai Syariah Pada Rumah Grafika Pekalongan

Berdasarkan penelitian, ada dua faktor yang memenuhi nilai-nilai syariah pada bisnis yang dijalankan di Rumah Grafika Pekalongan, yaitu Pelayanan Ramah dan Hasil Produk Memuaskan. Kedua hal ini jika ditarik ke dalam sisi keislaman, maka muaranya adalah nilai-nilai syariah yang terkandung di dalamnya. Dalam Islam, pilar sikap melayani adalah berbuat ihsan kepada orang lain. Al-Qur'an menyuruh manusia untuk berbuat ihsan kepada orang lain sebagaimana Allah telah berbuat baik kepada manusia. Pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan (Santi et al., 2022).

Dalam surah Al-Qashash ayat 77 Allah berfirman: (Widad, 2020) Artinya: “dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” {Q.S Al-Qashash (28): 77}.

Sikap ihsan yang menjiwai setiap aktivitas pelayanan harus dilandasi dengan ilmu manajemen pelayanan yang benar. Tanpa pengetahuan manajemen pelayanan yang benar, sikap ihsan kita tidak akan tepat sasaran. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang benar tentang bagaimana cara mempraktikkan pelayanan yang baik.

Sedangkan wujud dari keberhasilan produk yang memuaskan adalah berkat kerja keras, profesional dan amanah dari karyawan Rumah Grafika Pekalongan. Bekerja keras dan profesional adalah praktek bersikap dan berperilaku mencontoh Rasulullah saw yaitu bersifat siddiq, fathonah, amanah dan tabligh agar kita diberikan keselamatan dunia dan akhirat. Sifat siddiq adalah dapat dipercaya dan jujur. Sifat fathonah adalah harus pintar. Sifat amanah adalah melaksanakan tugas yang dibebankan dan tabligh adalah mampu melakukan komunikasi yang baik (Kantor Komunikasi Publik, 2014).

e. Analisis Etika Bisnis Islam Pada Rumah Grafika Pekalongan

Dalam pembahasan ini penulis akan menganalisis etika bisnis Islam pada usaha percetakan Rumah Grafika Pekalongan yang meliputi Keadilan, Keseimbangan, Kehendak Bebas, Tanggungjawab, dan Kebajikan (Ihsan). Perlu diketahui bahwa dalam menjalankan suatu bisnis pasti tidak bisa di lepaskan dari yang namanya aturan-aturan, baik itu aturan dalam undang-undang ataupun aturan dalam Islam.

Islam mendorong pemeluknya untuk mencari rezeki yang berkah, mendorong berproduksi, dan menekuni aktivitas ekonomi di berbagai bidang usaha, seperti pertanian, perkebunan, industri, perdagangan, dan bidang usaha lainnya. Islam mendorong setiap amal perbuatan hendaknya menghasilkan produk atau jasa tertentu bermanfaat bagi umat manusia, atau yang memperindah kehidupan, mendatangkan kemakmuran dan kesejahteraan bersama (Lena Aprilia, 2017).

1. Prinsip keadilan

Dalam rangka mewujudkan cita-cita keadilan sosial ekonomi, Islam secara tegas mengancam konsentrasi aset kekayaan pada sekelompok tertentu dan menawarkan konsep zakat, infaq, sedekah, waqaf, dan institusi lainnya, seperti pajak, jizyah, dharibah, dan sebagainya (Veithzal Rifai, 2012). Dalam konteks ini Rumah Grafika Pekalongan telah melaksanakan kewajibannya sebagai UMKM yang menerapkan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. CSR yang dilakukan Rumah Grafika Pekalongan hanya tertuju pada kalangan yang membutuhkan saja, dalam arti mereka-mereka yang mendatangi kantor, seperti dari panitia kegiatan agustusan, dan lain-lain.

2. Prinsip keseimbangan

Prinsip keseimbangan mengajarkan manusia tentang bagaimana meyakini segala sesuatu yang diciptakan Allah swt dalam keadaan seimbang dan serasi. Hal ini dapat dipahami dari Alquran Surat Al-Mulk Ayat 3 yang berbunyi : “Yang telah menciptakan tujuh langit berlapis-lapis. kamu sekali-kali tidak melihat pada ciptaan Tuhan yang Maha Pemurah sesuatu yang tidak seimbang. Maka lihatlah berulang-ulang, Adakah kamu Lihat sesuatu yang tidak seimbang.”(QS Al-Mulk [67] : 3).

Keseimbangan yang dilakukan oleh Rumah Grafika Pekalongan dalam artian antara memenuhi kewajibannya sebagai UMKM yang berorientasi pada profit, juga melakukan tanggung jawab sosialnya kepada lingkungan sekitar. Artinya UMKM ini tidak hanya mengejar laba tetapi juga bergerak dalam ranah sosial. UMKM ini memberikan bantuan sosial kepada mereka yang membutuhkan, semisal ada panitia pembangunan masjid yang menyodorkan proposal, kemudian kepada karyawan juga diperlakukan dengan semestinya.

3. Prinsip kehendak bebas (free will)

Secara filosofis, free will adalah suatu konsep bahwa manusia memiliki pilihan dalam bagaimana mereka harus bertindak dan mengasumsikan bahwa mereka bebas memilih bagaimana mereka berperilaku. Dengan kata lain, manusia bebas menentukan nasibnya sendiri atau ‘merdeka’.(F. R. Pratama, 2020) Rumah Grafika Pekalongan dalam menjalankan bisnisnya berpedoman pada aturan-aturan pekerjaan yang sudah dibuat, artinya aturan-aturan yang dibuat tersebut sebagai bentuk dari pengimplementasian kehendak bebas dalam etika bisnis Islam. Rumah Grafika Pekalongan juga melihat pangsa pasar dalam menjalankan bisnisnya, tidak semata kemauan sendiri. Sang owner percaya kalau berbisnis dengan melihat realita di ranah konsumen, bisnis tersebut akan berkembang ke arah yang positif.

4. Prinsip tanggungjawab

Tanggung jawab sangat terkait dengan dengan hak dan kewajiban, yang pada akhirnya dapat menimbulkan kesadaran tanggung jawab. Ada dua bentuk kesadaran: pertama, kesadaran yang muncul dari hati nurani seseorang yang sering disebut dengan etika dan moral. Kedua, kesadaran hukum yang bersifat paksaan berupa tuntutan-tuntutan yang diiringi sanksi-sanksi hukum (Abdullah Haris dan Samsudin Antuli, n.d.).

Dalam konteks ini Rumah Grafika Pekalongan telah berbisnis dengan rasa tanggung jawab baik kepada karyawan, lingkungan atau konsumen. Kepada karyawan dengan memberikan uang makan dan transport serta memberikan gaji tepat waktu, menjenguk karyawan yang sakit, kemudian kepada konsumen dengan diberikan fasilitas dan pelayanan yang memadai, seperti pengerjaan produk sesuai deadline, dan pemberian harga yang terjangkau, serta tidak mengulur-ngulur waktu produksi. Bapak Masykur mengatakan kalau karyawan sudah dianggap seperti kawan.

“Ya bisnis kecil-kecilan seperti ini, yang terpenting bagaimana karyawan itu kita anggap seperti kawan sendiri mas. Yang terpenting mereka nyaman dalam bekerja,”

5. Prinsip kebajikan (ihsan)

Ihsan adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban tertentu untuk melakukan hal tersebut. Ihsan adalah *beauty* dan *perfection* dalam sistem sosial. Bisnis yang dilandasi unsur Ihsan dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, transaksi yang baik. Serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada stakeholders (Darmawati, 2015). Bapak Masykur percaya bahwa bisnis yang ia jalankan adalah untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan tentunya memberi imbalan kepada karyawan yang telah membantunya. Ia juga percaya Allah swt sebagai maha pemberi rezeki yang adil.

4. KESIMPULAN

Rumah Grafika Pekalongan merupakan sebuah UMKM *offset printing* yang terletak di Jl. Toba No.30, Keputran, Kec. Pekalongan Timur, Kota Pekalongan, Jawa Tengah. Dalam menjalankan bisnisnya, UMKM ini telah menerapkan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam yang meliputi keadilan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab dan kebajikan. Meski demikian, sebagai UMKM yang nilai omzetnya tidak lebih dari Rp 100 juta, masih ada kekurangan-kekurangan dalam proses bisnisnya. Dalam artian, penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam itu tidak bisa dikatakan sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Haris dan Samsudin Antuli. (n.d.). Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Ekonomi Berbasis Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Admin. (2021). *APA ITU PERCETAKAN OFFSET DAN KEUNGGULANNYA*. Sungrafika.Com. <https://www.sungrafika.com/single-post/2019/10/14/apa-itu-percetakan-offset-dan-keunggulannya>
- Anang Setyawan. (2022). Upaya Pengelolaan Percetakan Biru dengan Analisis SWOT. *EKSYPAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, 9(1), 72–81. <https://doi.org/10.54956/eksypar.v9i1.331>
- Azis, M. R. Al. (2021). Tantangan Industri Penerbitan Buku Di Indonesia Sebagai Bagian Dari Industri Kreatif Dalam Mengarungi Era Digitalisasi Dan Pandemi Covid 19. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 6(3), 236–256.
- Budiman. (2015). ANALISIS PENGARUH TENAGA KERJA, BAHAN BAKU DAN TEKNOLOGI TERHADAP NILAI PRODUKSI PADA INDUSTRI PERCETAKAN DI PROVINSI RIAU. *Jom FEKON*, 2(2), 1–10.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya* (Ketiga). Kencana.
- Christian Wiranata. (2019). *Biar Ga Salah Jalan, Pelajari 5 Jenis Usaha Percetakan Ini!* Solusiprinting.Com. <https://solusiprinting.com/biar-ga-salah-jalan-pelajari-5-jenis-usaha-percetakan-ini/>
- Darmawati. (2015). Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi*, 8(2), 134–135.
- Djunaid Ghany & Fauzan Al-Mansyur. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Ar Ruzz Media.
- Faisal Badroen, et al. (2012). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Pren adamedia Group.
- Iendy zelvian adhari. (2020). *CARA MUDAH BISNIS PERCETAKAN YANG KEKINIAN (Perencanaan dan Prospeknya di Indonesia)*. CV Jakad Media Publishing.
- Kantor Komunikasi Publik. (2014). *Bekerja Profesional dan Cerdas Menurut Islam*. Unpad.Ac.Id. <https://www.unpad.ac.id/rubrik/bekerja-profesional-dan-cerdas-menurut-islam/>
- Kemenparekraf. (2021). *Subsektor Ekonomi Kreatif*. Kemenparekraf.Go.Id. <https://kemenparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif>
- Lena Aprilia. (2017). *Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. IAIN Metro.
- Pratama, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Jasa Percetakan dengan Menggunakan Metode SWOT dan Analytic Hierarchy Process. *Journal of Industrial and Manufacture Engineering*, 4(1), 12–21. <https://doi.org/10.31289/jime.v4i1.2972>
- Pratama, F. R. (2020). *Free Will dan Takdir dalam Pandangan Islam*. Fikrirezapatama.Medium.Com. <https://fikrirezapatama.medium.com/free-will-dan-takdir-dalam->

pandangan-islam-78c2b70cef0

- Prayudi. (2017). Analisis CSR sebagai Implementasi Praktek Etika Bisnis Perusahaan: Antara Kewajiban dan Kebutuhan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Rokan, M. K. (2013). *Bisnis ala Nabi: Teladan Rasulullah Saw dalam Berbisnis*. PT Benteng Pustaka.
- Santi, M. E. I., Nuraini, A., & Aziz, A. (2022). KUALITAS PELAYANAN KONSUMEN KACAMATA EKONOMI ISLAM. *AT-TUJJAR*, 10(01), 181–183.
- Veithzal Rifai, et. a. (2012). *Islamic Bussines And Economic Ethics*. BUMI AKSARA.
- Widad, A. L. E. R. P. A. P. (2020). Manajemen Pelayanan Perspektif Al-Quran Dan Hadits. *Jurnal Studi Islamiyah*, 16(February), 364–372. <https://doi.org/10.33754/miyah.v16i2.204.g222>