

***SPILLOVER EFFECT* PADA USAHA ES PELOPOR PONOROGO
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI



Ditulis Oleh
FAMAI KARTIKA FURRI
NIM. 401220077

Pembimbing:
Dr. Aji Damanuri, M.E.I.
NIP. 197506022002121003

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI
PONOROGO**

2026

ABSTRAK

Furri, Famai Kartika. 2026. *Spillover Effect* Pada Usaha Es Pelopor Ponorogo Perspektif Etika Bisnis Islam. Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Agrng Muhammad Besari Ponorogo. Pembimbing: Dr. Aji Damanuri, M.E.I.

Kata kunci : Spillover Effect, UMKM, Kesejahteraan Masyarakat, Etika Bisnis Islam
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Keberhasilan usaha Es Pelopor Ponorogo diduga menimbulkan *spillover effect* atau efek limpahan terhadap masyarakat sekitar, baik dampak ekonomi maupun sosial. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis daur *spillover effect* pada usaha Es Pelopor Ponorogo terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar; (2) mengidentifikasi tantangan dan hambatan dalam memaksimalkan *spillover effect* dan menerapkan etika bisnis Islam secara konsisten; serta (3) menganalisis *spillover effect* tersebut dalam perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi dari berbagai pemangku kepentingan, meliputi pemilik usaha, manajer, karyawan tiga cabang, pemasok bahan baku (buah, es kristal, dan perlengkapan usaha), tukang parkir, serta masyarakat sekitar. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan teknik triangulasi sumber, teknik, dan waktu untuk menguji keabsahan data.

Hasil penelitian menunjukkan : (1) Daur *spillover effect* berjalan melalui tiga mekanisme yaitu *market spillover* (peningkatan permintaan bahan baku dan penyerapan tenaga kerja), *knowledge spillover* (transfer inovasi produk dan strategi pemasaran), serta *network spillover* (kolaborasi digital dan jaringan bisnis lokal). (2) Tantangan yang dihadapi meliputi persaingan ketat, fluktuasi harga, dampak lingkungan (kemacetan, sampah), serta rendahnya pemahaman karyawan tentang etika bisnis Islam, tidak adanya SOP syariah, dan ketergantungan pada figur pemilik. (3) Dalam perspektif etika bisnis Islam, *spillover effect* yang dihasilkan telah sejalan dengan prinsip ta'awun, amanah, dan ukhuwah islamiyah, namun internalisasinya masih dangkal. Praktik parkir liar, pengabaian lingkungan, dan rendahnya kesadaran spiritual karyawan menunjukkan bahwa kesejahteraan yang tercipta masih bersifat material dan belum mencapai falah serta barakah.

ABSTRACT

Furri, Famai Kartika. 2026. *Spiilover Effect On The Ponorogo Pelopor Ice Business from an Islamic Business Ethics Perspective.* Sarjana's Thesis, Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics And Business, Ponorogo State Islamic University. Supervisor: Dr. Aji Dama-nuri, M.E.i.

Keywords: Spillover Effect, MSMEs, Community Welfare, Islamic Business Ethics

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in the Indonesian economy. The success of Es Pelopor Ponorogo is suspected to have created a spillover effect on the surrounding community, encompassing both economic and social impacts. This study aims to: (1) analyze the spillover effect cycle of Es Pelopor Ponorogo on improving the welfare of the surrounding community; (2) identify the challenges and obstacles in maximizing the spillover effect and consistently implementing Islamic business ethics; and (3) analyze the spillover effect from the perspective of Islamic business ethics. This research employed a descriptive qualitative approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews, direct observation, and documentation from various stakeholders, including business owners, managers, employees from three branches, suppliers of raw materials (fruits, crystal ice, and business equipment), parking attendants, and the surrounding community. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing, utilizing source, technique, and time triangulation to test the validity of the data.

The findings reveal: (1) The spillover effect cycle operates through three mechanisms: market spillover (increased demand for raw materials and job absorption), knowledge spillover (transfer of product innovation and marketing strategies), and network spillover (digital collaboration and local business networks). (2) Challenges faced include intense competition, price fluctuations, environmental impacts (congestion, waste), low employee understanding of Islamic business ethics, absence of sharia-based SOPs, and dependence on the owner figure. (3) From the perspective of Islamic business ethics, the spillover effect aligns with the principles of ta'awun (mutual cooperation), amanah (trustworthiness), and ukhuwah islamiyah (Islamic brotherhood). However, the internalization of these values remains superficial. Practices such as illegal parking, environmental neglect, and low spiritual awareness among employees indicate that the resulting welfare is still material in nature and has not yet achieved falah (holistic well-being) nor barakah (blessing).



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya, Pintu, Jenangan, Ponorogo 63492

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	PROGRAM STUDI	JUDUL SKRIPSI
1	Famai Kartika Furri	401220077	Ekonomi Syariah	<i>Spillover Effect</i> Pada Usaha Es Pelopor Pono- rogo Perspektif Etika Bisnis Islam

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 13 Februari 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi
Syariah



Moh. Faizal, M.S.E.

NIP. 198406292018011001

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Dr. Aji Damanuri, M.E.I.

NIP. 197506022002121003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI AGENG MUHAMMAD BESARI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Puspita Jaya, Pintu, Jenangan, Ponorogo 63492

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Spillover Effect Pada Usaha Es pelopor
 Ponorogo Perspektif Etika Bisnis Islam
 Nama : Famai Kartika Furri
 Nim : 401220077
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :

Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.

NIP. 197801122006041002

Penguji I :

Estu Unggul Dajat, S.E.,

M.Ec.Ikv.

NIP. 199209262020121015

Penguji II :

Dr. Aji Damanuri, M.E.I

NIP. 197506022002121003

Ponorogo, 16 April 2026

Mengesahkan,

Dekan FEBI UIN Kiai Ageng
 Muhammad Besari Ponorogo



Dr. Aji Damanuri, M.E.I.
 NIP. 197506022002121003

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

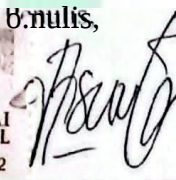
Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FAMAI KARTIKA FURRI
NIM : 401220077
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : SPILLOVER EFFECT PADA USAHA ES
PELOPOR PONOROGO PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggungjawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 15 April 2026

Penulis,



(FAMAI KARTIKA FURRI)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Famai Kartika Furri
Nim : 401220077
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini berjudul :

Spillover Effect Pada Usaha Es Pelopor Ponorogo Perspektif Etika Bisnis Islam

Sccara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 13 Februari 2026
Pembuat Pernyataan,

The image shows an official stamp of the institution, which includes a circular emblem with a star and crescent, and the text "METERAI TEMPEL" and "COANX267596187". A handwritten signature is written over the stamp.

Famai Kartika Furri
401220077

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Spillover Effect Pada Usaha Es Pelopor Ponorogo Prespektif Etika Bisnis Islam". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara kecerdasan emosional siswa dan kemampuan mereka dalam mengatasi masalah melalui pendekatan literasi sains. Dengan melihat pentingnya peran kecerdasan emosional dalam proses pembelajaran, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan, khususnya di SMPN 3 Sambit. Maka dari itu, penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Evi Muafiah, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
2. Dr.Aji Damanuri, M.E.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Moh. Faizin, M.S.E. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Dr.Aji Damanuri, M.E.I. selaku dosen pembimbing skripsi yang saya hormati, terimakasih banyak atas segala bantuan, dukungan, dan waktu yang telah diluangkan dan dengan sabar memberikan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.
5. Ibu Alip Ulfatummachsunnah selaku Owner Es Pelopor Ponorogo, beserta yang lainnya yang telah membantu dan memberikan dukungan penuh atas terlaksananya penelitian ini.

6. Dan semua pihak lain yang telah mendukung dan membantu penulis dalam merampungkan tugas akhir skripsi.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi sumber inspirasi bagi penelitian selanjutnya. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai saran dan kritik yang konstruktif untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Ponorogo, 13 Februari 2026

Famai Kartika Furri
NIM.401220077

DAFTAR ISI

LEMBAR SAMPUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Studi Penelitian Terdahulu	9
F. Metode Penelitian	12
BAB II <i>SPIILOVER EFFECT</i> DAN ETIKA BISNIS ISLAM	22
A. <i>Spiilover Effect</i>	22
B. Etika Bisnis Islam	26
BAB III DATA <i>SPILLOVER EFFECT</i> PADA USAHA ES PELOPOR PONOROGO	39
A. Gambaran Umum <i>Spillover Effect</i> Pada Usaha Es Pelopor Ponorogo	39
B. Paparan Data	41
BAB IV	64
A. Analisis daur <i>spillover effect</i> pada usaha Es Pelopor Ponorogo	64
B. Analisis tantangan dan hambatan yang dihadapi usaha Es Pelopor Ponorogo dalam memaksimalkan <i>spillover effect</i> dan menerapkan prinsip etika bisnis Islam secara konsisten.	69
C. Analisis <i>spillover effect</i> pada usaha Es Pelopor Ponorogo terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar prespektif etika bisnis Islam.	73
BAB V PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79

B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	83
DAFTAR TABEL.....	87
DAFTAR GAMBAR.....	87
LAMPIRAN.....	88



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian Indonesia memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari banyak negara berkembang lainnya, yaitu ketergantungan yang sangat tinggi pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Bukan sekadar pelengkap, UMKM menjadi tulang punggung perekonomian nasional dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Ketangguhan sektor ini terbukti secara historis ketika krisis moneter tahun 1998 mengguncang Indonesia; puluhan perusahaan besar bangkrut karena terjerat utang valuta asing, namun UMKM justru bertahan dan menjadi safety net ekonomi masyarakat. Fenomena ini mengindikasikan bahwa struktur modal UMKM yang berbasis pada investasi dana pribadi dan minimnya keterlibatan dengan spekulasi valuta asing menjadikannya lebih resilien terhadap guncangan eksternal. Di tingkat lokal, Kabupaten Ponorogo menunjukkan tren pertumbuhan UMKM yang pesat. Data Badan Pusat Statistik (BPS) Ponorogo tahun 2024 mencatat pertumbuhan ekonomi sebesar 4,74 persen dengan PDRB mencapai Rp27 triliun lebih. Angka ini menunjukkan bahwa denyut ekonomi Ponorogo sangat ditopang oleh aktivitas usaha skala kecil dan menengah yang tersebar di berbagai sektor, terutama kuliner. Di tengah geliat ekonomi lokal tersebut, muncul sebuah fenomena menarik yang menjadi pusat perhatian: usaha Es Pelopor. Berdiri pada tahun 2020, dalam rentang waktu hanya lima tahun, usaha ini berhasil berekspansi membuka tiga cabang strategis di Ponorogo.

Keunggulan utamanya adalah inovasi produk dengan klaim 100% buah asli dan pilihan menu mencapai lebih dari 90 varian, sesuatu yang belum pernah ditawarkan oleh pesaing sejenis di daerah tersebut.

Keberhasilan Es Pelopor tidak hanya menarik antusiasme konsumen dari dalam dan luar Ponorogo, tetapi juga memicu pertanyaan teoretis yang lebih mendasar: apakah keberhasilan usaha ikonik seperti ini menciptakan spillover effect (efek limpahan) terhadap masyarakat sekitar, atau justru sebaliknya mematikan inisiatif ekonomi lain di sekitarnya? Pertanyaan ini penting karena dalam literatur ekonomi regional, konsep spillover effect yang dipopulerkan oleh Gunnar Myrdal mengenali dua kemungkinan yang saling bertentangan. Di satu sisi, spread effect adalah dampak positif di mana pertumbuhan suatu pusat usaha mendorong aktivitas ekonomi di wilayah sekitarnya melalui peningkatan permintaan bahan baku, penciptaan lapangan kerja, dan difusi inovasi. Di sisi lain, backwash effect adalah dampak negatif di mana polarisasi aktivitas ekonomi justru menyedot sumber daya (modal, tenaga kerja terampil, konsumen) dari wilayah sekitar, sehingga usaha kecil yang sudah ada menjadi terpinggirkan. Masalah utamanya, sebagian besar penelitian terdahulu tentang spillover effect di Indonesia masih terfokus pada level makro, seperti dampak penanaman modal asing terhadap produktivitas industri manufaktur, atau pengaruh knowledge spillover terhadap pertumbuhan industri di kawasan Jawa Tengah. Sementara itu, studi yang secara spesifik membedah mekanisme spillover effect pada UMKM di tingkat lokal terutama yang melibatkan usaha kuliner ikonik masih sangat terbatas. Akibatnya, kita tidak memiliki pemahaman

yang memadai tentang bagaimana daur spillover (dari peningkatan pengunjung, ke permintaan bahan baku, ke penyerapan tenaga kerja, hingga ke terbentuknya jaringan usaha pendukung) benar-benar terjadi secara siklis di lapangan, atau sebaliknya hanya bersifat temporer dan tidak berkelanjutan.

Lebih jauh lagi, terdapat theoretical gap yang lebih tajam dan belum tersentuh oleh penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu tidak adanya integrasi antara analisis spillover effect dengan kerangka etika bisnis Islam. Padahal, dalam konteks masyarakat muslim mayoritas seperti Ponorogo, pertanyaan tentang barakah (keberkahan) usaha dan masalahah (kemaslahatan bersama) menjadi pertimbangan yang tidak kalah penting dari sekadar efisiensi ekonomi. Etika bisnis Islam, sebagaimana dirumuskan dalam berbagai literatur, menekankan enam prinsip utama: kebenaran (shidiq), kepercayaan (amanah), ketulusan (ikhlas), persaudaraan (ukhuwah), keadilan ('adl), dan tolong-menolong (ta'awun). Prinsip-prinsip ini seharusnya menjadi fondasi yang memandu bagaimana sebuah usaha berinteraksi dengan pemasok, karyawan, masyarakat sekitar, dan lingkungan. Jika kita mencermati secara saksama, sebenarnya terdapat korelasi konseptual yang kuat antara jenis-jenis spillover effect dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Market spillover, yang berkaitan dengan peningkatan permintaan bahan baku dan penciptaan lapangan kerja, seharusnya mencerminkan prinsip ta'awun (tolong-menolong dalam kebaikan) sebagaimana diperintahkan dalam QS. Al-Maidah ayat 2. Knowledge spillover, yaitu transfer pengetahuan dan inovasi dari usaha unggulan ke UMKM lain, seharusnya mencerminkan kewajiban menyebarkan ilmu yang bermanfaat,

sebagaimana ditegaskan dalam hadits riwayat Tirmidzi bahwa siapa yang menyembunyikan ilmu akan dipasangkan kendali dari neraka. Network spillover, yang berupa kolaborasi dan terbentuknya jaringan bisnis, seharusnya mencerminkan prinsip ukhuwah islamiyah bahwa mukmin bagaikan satu bangunan yang saling menguatkan (HR. Bukhari). Namun, pertanyaan kritisnya adalah: apakah mekanisme spillover yang terjadi di Es Pelopor Ponorogo secara sadar dan terstruktur mencerminkan nilai-nilai tersebut, ataukah ia berlangsung secara spontan dan bahkan mungkin bertentangan dengan etika Islam dalam beberapa aspeknya?

Dari hasil observasi awal dan wawancara pendahuluan, ditemukan sejumlah indikasi yang justru menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi normatif dan realitas empiris. Di satu sisi, pemilik usaha mengklaim bahwa keberadaan Es Pelopor telah meningkatkan pendapatan pemasok buah lokal, menyerap tenaga kerja dari warga sekitar yang sebelumnya menganggur, dan membuka peluang bagi tukang parkir untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Namun di sisi lain, sejumlah masalah mulai muncul: kemacetan di sekitar lokasi usaha, keterbatasan lahan parkir yang mengganggu warga, keluhan tentang penumpukan sampah, serta yang lebih fundamental pengakuan dari beberapa karyawan bahwa mereka sama sekali tidak memahami prinsip-prinsip etika bisnis Islam dan tidak pernah mendapatkan pelatihan terkait hal tersebut. Masalah ini menjadi semakin kompleks ketika kita menyadari bahwa Es Pelopor saat ini beroperasi di tiga cabang dengan total karyawan lebih dari 15 orang. Artinya, skala usaha sudah tidak lagi bersifat mikro-kecil yang dikelola secara

personal oleh pemilik, tetapi telah memasuki tahap yang memerlukan sistem manajemen yang lebih terstruktur. Dalam kondisi seperti ini, jika nilai-nilai etika bisnis Islam tidak diinternalisasikan secara sistematis melalui standar operasional prosedur (SOP), pelatihan berkala, dan mekanisme pengawasan, maka praktik-praktik yang berpotensi menyimpang seperti ketidakjujuran dalam takaran, ketidakadilan dalam memperlakukan karyawan, atau pengabaian dampak lingkungan dapat terjadi secara tidak disadari. Lebih ironis lagi, dampak negatif tersebut justru dapat mencederai prinsip-prinsip Islam yang seharusnya dijunjung tinggi oleh seorang pengusaha muslim.

Selain itu, tantangan eksternal juga tidak kalah signifikan. Persaingan bisnis es yang semakin ketat dengan bermunculannya usaha sejenis dapat memicu tekanan untuk melakukan kompromi terhadap kualitas atau etika demi mempertahankan pangsa pasar. *Fluktuasi* harga bahan baku, terutama buah-buahan, dapat memengaruhi stabilitas hubungan dengan pemasok dan berpotensi memicu praktik penekanan harga yang tidak adil. Ketergantungan pada figur pemilik usaha sebagai pusat pengambilan keputusan juga menjadi hambatan struktural, karena ketika pemilik tidak dapat hadir atau mengawasi secara langsung, konsistensi penerapan nilai-nilai etika di ketiga cabang menjadi sulit dipastikan. Dengan demikian, penelitian ini tidak dapat hanya berhenti pada pertanyaan deskriptif tentang "apakah ada *spillover effect*?" atau "apa saja dampaknya?". Pertanyaan semacam itu sudah terlalu sederhana dan telah dijawab oleh banyak penelitian sebelumnya. Yang menjadi permasalahan inti yang belum terpecahkan adalah: bagaimana daur *spillover effect* pada usaha Es

Pelopop Ponorogo dapat dijelaskan secara siklus dan mekanistik?; tantangan struktural dan kultural apa yang menghambat maksimalisasi *spillover effect* sekaligus konsistensi penerapan etika bisnis Islam?; serta bagaimana perspektif etika bisnis Islam dapat memberikan kerangka evaluasi kritis terhadap *spillover effect* yang terjadi apakah sekadar transfer manfaat ekonomi yang bersifat transaksional, atau sudah mencapai taraf *masalahah* (kebaikan bersama) dan *barakah* (keberkahan) yang hakiki?

Penelitian ini penting dilakukan karena ia tidak hanya mengisi *research gap* yang nyatayaitu minimnya studi yang mengintegrasikan *spillover effect* dengan etika bisnis Islam pada UMKM di tingkat lokal tetapi juga memberikan kontribusi praktis yang mendesak. Bagi pemilik usaha, penelitian ini menawarkan diagnosis tentang titik-titik lemah dalam pengelolaan *spillover effect* dan penerapan etika bisnis Islam, serta rekomendasi strategis untuk perbaikannya. Bagi pemerintah daerah, penelitian ini memberikan masukan kebijakan tentang bagaimana mendukung UMKM ikonik agar *spread effect*-nya dapat dimaksimalkan sementara *backwash effect*-nya diminimalkan. Bagi masyarakat dan *stakeholder* lainnya, penelitian ini memberikan kesadaran kritis bahwa keberhasilan sebuah usaha tidak hanya diukur dari keuntungan finansial semata, tetapi juga dari sejauh mana ia mampu menciptakan kesejahteraan yang adil, berkelanjutan, dan diberkahi. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi kasus, penelitian ini akan menggali secara mendalam pengalaman dan persepsi berbagai pemangku kepentingan: pemilik usaha, manajer, karyawan di tiga cabang, pemasok bahan baku (buah, es kristal,

perlengkapan usaha), tukang parkir, hingga masyarakat sekitar. Teknik triangulasi sumber, teknik, dan waktu akan digunakan untuk memastikan keabsahan data. Hasil yang diharapkan bukan sekadar deskripsi tentang fenomena *spillover*, tetapi suatu pemahaman analitis yang utuh tentang bagaimana mekanisme *spillover effect* beroperasi, hambatan-hambatan yang menghalangi optimalisasinya, serta bagaimana etika bisnis Islam dapat menjadi kerangka korektif dan transformatif bagi praktik bisnis UMKM di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana daur *spillover effect* pada usaha Es Pelopor Ponorogo?
2. Bagaimana tantangan dan hambatan yang dihadapi usaha Es Pelopor Ponorogo dalam memaksimalkan *spillover effect* dan menerapkan prinsip etika bisnis Islam secara konsisten?
3. Bagaimana *spillover effect* pada usaha Es Pelopor Ponorogo terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar prespektif etika bisnis Islam?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis daur *spillover effect* pada usaha Es Pelopor Ponorogo.
2. Menganalisis tantangan dan hambatan yang dihadapi usaha Es Pelopor Ponorogo dalam memaksimalkan *spillover effect* dan menerapkan prinsip etika bisnis Islam secara konsisten.
3. Menganalisis *spillover effect* pada usaha Es Pelopor Ponorogo terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar prespektif etika bisnis Islam.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Pada penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu ekonomi syariah, khususnya dalam memahami konsep *spillover effect* dan etika bisnis Islam secara mendalam dalam konteks UMKM.
- b. Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan dampak ekonomi dan sosial dari usaha mikro serta penerapan prinsip-prinsip Islam dalam bisnis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha

- 1) Penelitian ini memberikan wawasan bagi pemilik usaha Es Pelopor Ponorogo tentang pentingnya menerapkan etika bisnis Islam untuk memaksimalkan dampak positif *spillover effect* terhadap masyarakat sekitar.
- 2) Penelitian ini menyajikan strategi yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM lainnya untuk meningkatkan usaha jangka panjang serta membentuk hubungan yang harmonis dengan *stakeholders*.

b. Bagi Masyarakat dan Pemerintah

- 1) Pada penelitian ini juga berupaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang peran UMKM dalam mendorong kesejahteraan ekonomi lokal, termasuk penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan, serta membuat masyarakat lebih menyukai produk-produk lokal.
- 2) Pada penelitian ini diharapkan bisa memberikan rekomendasi kepada pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung

pengembangan UMKM berlandaskan etika bisnis Islam, sehingga dapat menciptakan ekosistem bisnis yang lebih adil dan berkelanjutan.

c. Manfaat Bagi *Stakeholders*

- 1) Pada penelitian ini diharapkan bisa membantu pemasok, karyawan, dan konsumen memahami nilai-nilai etika bisnis Islam yang diterapkan dalam usaha Es Pelopor, sehingga dapat menciptakan hubungan imbal balik yang saling menguntungkan.
- 2) Pada penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran tentang tantangan serta solusi dalam menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam bisnis, yang dapat dijadikan pembelajaran bagi stakeholders lainnya.

d. Manfaat Sosial

- 1) Pada penelitian ini diharapkan bisa mendorong terciptanya praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, sesuai dengan prinsip Islam.
- 2) Pada penelitian ini diharapkan bisa memperkuat hubungan antara pelaku usaha dengan masyarakat sekitar melalui dampak ekonomi yang inklusif dan berkeadilan.

Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat teoritis tetapi juga praktis bagi berbagai pihak, termasuk akademisi, pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat luas.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang *spillover effect* pada UMKM telah dilakukan oleh banyak peneliti. Penelitian tentang *spillover effect* telah dilakukan oleh 7 peneliti,

diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Samuel Kharis Harianto dan Diah Wulan Sari¹, Moulida, Raja Sakti Putra Harahap, dan Muhammad Rasyidi², Pujiati dan Amin³, Qibti dan Hendarto⁴, Galuh Nilam Sari dan Mohammad Wahed⁵, I Wayan Suparta⁶. Pada penelitian tersebut membahas Efek limpahan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan efek limpahan terhadap pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara yang mencakup berbagai dimensi, termasuk transmisi risiko, transfer pengetahuan, dan peningkatan produktivitas. Efek ini dapat secara signifikan mempengaruhi lanskap operasional UMKM, membentuk pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka.

Selanjutnya penelitian tentang UMKM ada 8 peneliti yang disusun oleh Kenlies Marsudi dan Filiawati⁷, Cindy Yoalanda⁸, Yulya Ammi Hapsari dkk⁹, Lukman Hakim

¹ Hariyanto dan Sari, “Dampak Spillover Penanaman Modal Asing Terhadap Produktivitas Industri Manufaktur Medium-High Technology Di Indonesia.”

² Moulida Moulida dkk., “Pengaruh Spillover Effect Terhadap Return Saham Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Kasus Pada BUMN),” *JOVISHE: Journal of Visionary Sharia Economy* 1, no. 1 (2022): 1, <https://doi.org/10.57255/jovishe.v1i1.75>.

³ Pujiati, “Pengaruh Knowledge Spillover Terhadap Pertumbuhan Industri Di Kawasan Industri Jawa Tengah.”

⁴ Maisi Hasna Mariyatul Qibti dan R. Mulyo Hendarto, “Analisis Spillover Effect Pertumbuhan Ekonomi antar Kabupaten/Kota di Kawasan Purwomanggung Jawa Tengah Tahun 1988-2018,” *Diponegoro Journal of Economics* 9, no. 4 (2020): 4, <https://doi.org/10.14710/djoe.29049>.

⁵ Sari dan Wahed, “Analisis Spillover Effect Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Wilayah Bakorwil V Jember Jawa Timur Menggunakan Analisis VECM.”

⁶ Wayan Weda Asmara Dewi dkk., *Teori Perilaku Konsumen* (Universitas Brawijaya Press, 2022).

⁷ Marsudi dan Filiawati, “Analisis Pemberdayaan UMKM Melalui Akad Qardh Al-Hasan (Studi Kasus pada Mini Bank Syariah IAIN Ponorogo),”

⁸ Cindy Yolanda, “Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia,” *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS* 2, no. 3 (2024): 170–86, <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>.

⁹ Yulya Ammi Hapsari dkk., “Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia,” *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif* 2, no. 4 (2024): 53–62, <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.464>.

Piliang¹⁰, Iin Khairunisa etc¹¹, Fitriani etc¹², Suharyati etc¹³ menunjukkan adanya persamaan terhadap pembahasan mengenai fokus pengembangan UMKM dan Industri kuliner sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi lokal dimana penelitian tersebut menekankan pentingnya dukungan dari pemerintah setempat dan SDM yang mumpuni untuk bisa mengembangkan UMKM secara menyeluruh. Pada penelitian-penelitian diatas membahas tentang UMKM dan strategi UMKM dalam memasarkan produk mereka serta pembahasan mengenai hambatan-hambatan yang dihadapi oleh UMKM.

Lalu penelitian tentang etika Bisnis Islam dibahas oleh 7 peneliti, diantaranya yaitu Maulida etc¹⁴, Erike etc¹⁵, Natasha Samantha dan Norma Roshida¹⁶, Moh Abrori dan Sakinah¹⁷, Nanci Eka Susanti¹⁸, Alfia Safitri dan Abdur Rahman¹⁹ dan penelitian yang dilakukan oleh Bakti widyaningsih etc²⁰. Pada penelitian-penelitian ini membahas

¹⁰ Lukman Hakim Piliang, "UMKM Penggerak Roda Perekonomian Nasional," *Public Administration Journal*, No. 1, Vol. 8 (2024): 4–6.

¹¹ Khairunnisa dan Mustapa Khamal Rokan, "Strategi Sosialisasi Tabungan Easy Wadiah pada Bank Syariah Indonesia KC Lubuk Pakam," *PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik* Vol. 1 No. 4 (2021).

¹² Ajeng Pipit Fitriani dkk., "Strategi Pemasaran Dan Literasi Syariah Dalam Mendukung Pemberdayaan UMKM Masyarakat," *Amaluna: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 2 (2022): 103.

¹³ Suharyati dkk., "Pemberdayaan Umkm Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Umkm Iwapi Ranting Sawangan," *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia* 6, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.24912/jbmi.v6i1.23778>.

¹⁴ Maulida dkk., "Islamic Business Ethics: Implementation Of Principles Of Justice And Responsibility In Sharia Economics| El-Iqthisady : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah," *El- Iqtishadi* Vo. 6 No. 1 (2024): 24.

¹⁵ Erike Devliana Vinuri dkk., "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Bisnis UMKM (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM di Sekitar Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong)," *Ekonomi Insentif* Vol. 18 No. 1 (2024): 1–12.

¹⁶ Natasha Samantha dan Norma Rosyidah, "Analisis Implementasi Prinsip Etika Bisnis Islam Dikalangan Pedagang Muslim(Studi Pada Pasar Tradisional Porong Kabupaten Sidoarjo)," *Jurnal Cakrawala Akademika* Vo. 1 No. 2 (2024): 1–17.

¹⁷ Moh Abrori dan Sakinah Sakinah, "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Praktik Usaha Mikro di Indonesia," *Madinah: Jurnal Studi Islam* 11, no. 2 (2024): 2, <https://doi.org/10.58518/madinah.v11i2.3085>.

¹⁸ Nanci Eka Susanti, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Transaksi Jual Beli Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Perspektif Etika Bisnis Islam," *JIS: Journal Islamic Studies* 2, no. 2 (2024): 2, <https://doi.org/10.71456/jis.v2i2.885>.

¹⁹ Alfia Safitri dan Abdur Rahman, "Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di CV. Swalayan Cahaya Abadi Mambulu Barat," *Mabny: Journal of Sharia Management and Business* 4, no. 2 (2024): 2, <https://doi.org/10.19105/mabny.v4i02.14378>.

²⁰ Ika Ainun Nur Fitria dkk., "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Biro Travel

konsep etika bisnis Islam yang digunakan pada suatu usaha. Penerapan etika bisnis Islam dapat memberikan model manajemen bisnis bagi pelaku usaha agar memiliki panutan, arah, dan tujuan yang jelas, sehingga bijaksana dalam mengelola bisnis. Pemahaman tentang etika bisnis Islam merupakan seperangkat prinsip yang mengedepankan kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam aktivitas perdagangan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Perbedaan yang ada dalam penelitian ini dengan penelitian-penelitian tersebut, yaitu penulis melakukan penelitian dengan menggunakan teori *spillover effect* pada usaha mikro dikaitkan langsung teori etika bisnis Islam sedangkan dalam penelitian-penelitian tersebut peneliti melakukan penelitian hanya berfokus pada satu teori saja dan belum ada pembahasan mengenai etika bisnis Islam dengan efek limpahan terhadap *stakeholder* seperti Es Pelopor Ponorogo. Pada penelitian ini juga bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan melakukan penelitian kualitatif yang menggali pengalaman dan tantangan pelaku usaha mikro dalam menerapkan etika bisnis Islam.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian Penelitian ini merupakan jenis study lapangan atau *field research* melalui pendekatan penelitian kualitatif deskriptif.²¹

Dalam penelitian ini, peneliti telah terjun langsung ke lapangan atau objek penelitian untuk memperoleh data yang valid mengenai efek limpahan dan praktik etika bisnis Islam pada Es Pelopor Ponorogo. Peneliti juga berupaya untuk menjelaskan secara jelas dan mendalam atas hasil penelitian

Umroh Dan Haji Di Kabupaten Jombang,” *JIESP Journal of Islamic Economics Studies and Practices* 3, no. 1 (2024): 1, <https://doi.org/10.54180/jiesp.2024.3.1.23-31>.

²¹ Abdul Fattah Nasution, *Metode Penelitian Kualitatif* (CV. Harfa Creative, 2023).

ini, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah referensi dan ilmu pengetahuan baru melalui situasi, kondisi dengan berdasarkan fenomena yang ada. Kehadiran peneliti secara langsung di lokasi penelitian menjadi aspek penting dalam memperoleh data yang akurat dan mendalam. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menekankan observasi dan interaksi langsung dengan *stakeholder* yang terlibat dalam efek limphan dan praktik etika bisnis Islam yang dilakukan oleh Es Pelopor Ponorogo.

2. Lokasi/Tempat Penelitian (Penelitian Lapangan)

Adapun lokasi penelitian yang telah ditentukan oleh peneliti terdapat tiga tempat. Pertama yaitu: Es Pelopor Ponorogo Cabang 1 yang berlokasi di Jl. Kalimantan No.50, Nurmanan, Mangkujayan, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63413 sebagai pusat dan cabang 1 dari Es Pelopor Ponorogo, yang kedua yaitu: Es Pelopor Ponorogo Cabang 2 yang berlokasi di Jl. Semeru No.5, Banyudono, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63411 dipilih karena pada cabang ini termasuk cabnag yang ramai sebelum berdirinya cabang ke 3 dan memiliki vibes yang berbeda dari cabang 1 dan 2. Yang ketiga yaitu: Es Pelopor Ponorogo Cabang 3 yang berlokasi di Jl. Suromenggolo, Bangunsari, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63418 tempat ini dipilih karena menjadi cabang baru dan cabang teramai pada Es Pelopor Ponorogo dan berada di pusat kuliner Ponorogo. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena keberhasilan usaha ini dalam

pemasarannya yang membuat usaha ini menjadi viral dan menarik banyak pengunjung yang menimbulkan spekulasi terdapat adanya efek limpahan pada masyarakat sekitar baik yang positif maupun negatif dan apakah pada usaha ini sudah menerapkan etika bisnis Islam dalam keberlangsungan usahanya atau belum. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efek limpahan terhadap masyarakat sekitar dan juga penerapan etika bisnis Islam secara mendalam.

3. Data dan sumber data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, dengan melakukan wawancara responden. Penulis melakukan metode ini yang merujuk pada data yang bersifat yaitu gambaran secara sistematis, aktual, dan akurat yang berkenaan dengan hubungan antara fenomena yang diteliti. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya.²²

Sumber data penelitian ini berupa hasil wawancara dan keterangan dari objek penelitian yang diperoleh dari wawancara dengan *stakeholder* yang terkait. Lofland mengemukakan bahwa sumber data merupakan sebuah kata-kata dan tindakan, sedangkan dokumen dan sumber data tertulis lainnya sebagai tambahan.²³

²² S. Margono, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan* (Rineka Cipta, 2019).

²³ Zhahara Yusra dkk., "Pengelolaan LKP Pada Masa Pandemi COVID-19," *Journal Of Lifelong Learning* 4, no. 1 (2021): 15–22, <https://doi.org/10.33369/joll.4.1.15-22>.

Tabel 1.1 Data Wawancara

No.	Data	Sumber	Teknik Penelitian
1	Data kualitatif tentang daur <i>spillover effect</i> dan etika bisnis Islam	Owner atau pengelola Es Pelopor Ponorogo	Observasi dan wawancara terkait fenomena yang terjadi di lokasi penelitian.
2	Data tentang tantangan dan hambatan yang dihadapi Es Pelopor Ponorogo dalam memaksimalkan <i>spillover effect</i> dan menerapkan etika bisnis Islam.	Owner dan <i>stakeholders</i> Es Pelopor Ponorogo.	Observasi dan wawancara terkait fenomena yang terjadi di lokasi penelitian.
3	Data tentang dampak Es Pelopor Ponorogo terhadap kesejahteraan masyarakat prespektif etika bisnis Islam.	Owner dan <i>stakeholders</i> Es Pelopor Ponorogo.	Observasi dan wawancara terkait fenomena yang terjadi di lokasi penelitian.

4. Teknik pengecekan keabsahan data

Teknik pengecekan data adalah uji keabsahan data atau proses pengumpulan data hingga meminimalisir terjadinya kesalahan pada data

atau informasi terkait dengan objek penelitian.²⁴ Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbarui dari konsep kebenaran (*validitas*) dan keandalan (*reliabilitas*) menurut versi positivism dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria dan paradigmanya sendiri.²⁵ Untuk menguji keabsahan data penelitian ini. Peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi digunakan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Teknik triangulasi dibagi menjadi tiga yaitu, triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu.

a. Trianggulasi sumber

Trianggulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai narasumber yang terlibat dalam penelitian. Dalam konteks penelitian ini, sumber data yang digunakan meliputi berbagai sumber diantaranya yaitu: pemilik usaha Es Pelopor Ponorogo untuk memahami strategi bisnis, dampak usaha dan penerapan etika bisnis Islam. Sumber selanjutnya yaitu Karyawan untuk mengevaluasi praktik internal dan dampak *spillover effect* pada lingkungan kerja. Selanjutnya masyarakat sekitar dibutuhkan untuk mengidentifikasi dampak usaha terhadap kesejahteraan ekonomi lokal. Dan yang terakhir yaitu sumber dari pemasok bahan baku dibutuhkan untuk menilai hubungan bisnis dan penerapan prinsip keadilan dalam transaksi.

²⁴ Umar Sidiq dan Moh Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan* (CV. Nata Karya, 2019).

²⁵ Moleong dan J. Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif* (Remaja Rosdakarya, 2017).

b. Trianggulasi Teknik

Penelitian menggunakan beberapa metode pengumpulan data untuk memastikan kelengkapan dan keakuratan informasi. Teknik yang digunakan dalam hal ini yaitu dengan wawancara secara mendalam dengan pemilik dan *stakeholders* terkait, observasi langsung untuk mengamati aktivitas usaha, interaksi dengan stakeholder dan dampak dari usaha tersebut, dan teknik yang terakhir yaitu dokumentasi dilakukan dengan menganalisis catatan keuangan, laporan usaha atau dokumen pendukung lainnya yang relevan.

c. Trianggulasi waktu

Trianggulasi waktu dilakukan dengan mengumpulkan data pada waktu yang berbeda untuk melihat konsistensi atau perubahan fenomena misalnya sebelum dan sesudah ekspansi usaha, hal ini dilakukan untuk membandingkan dampak *spillover effect* sebelum dan sesudah Es Pelopor Ponorogo membuka cabang baru dan menggunakan periode tertentu misalnya, *weekday*, *weekend* atau pada masa musim liburan. Hal ini dilakukan untuk melihat variasi dampak ekonomi pada usaha tersebut.

5. Teknik pengelolaan data

Teknik pengolahan data menjelaskan prosedur pengolahan dan analisis data sesuai dengan pendekatan yang dilakukan. Karena penelitian ini menggunakan metode kualitatif, maka metode pengolahan data dilakukan dengan menguraikan data dalam bentuk kalimat teratur, runtun, logis, tidak tumpang tindih, serta efektif sehingga memudahkan pemahaman dan interpretasi data. Diantaranya melalui tahap: pemeriksaan data (*editing*), klasifikasi (*classifying*), verifikasi (*verifying*), analisis (*analysing*), dan pembuatan kesimpulan (*concluding*).

a. *Editing* (Pemeriksaan Data)

Editing adalah meneliti data-data yang telah diperoleh, terutama dari kelengkapan jawaban, keterbacaan tulisan kejelasan makna, kesesuaian dan relevansinya dengan data yang lain.²⁶ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan proses editing dari hasil wawancara terhadap narasumber pihak Es Pelopor ponorogo serta beberapa rujukan yang peneliti gunakan dalam penyusunan penelitian ini.

b. *Classifying* (Klasifikasi)

Classifying adalah proses pengelompokan semua data baik yang berasal dari hasil wawancara dengan subyek penelitian, pengamatan dan pencatatan langsung di lapangan atau observasi. Seluruh data yang didapat tersebut dibaca dan ditelaah secara mendalam, kemudian digolongkan sesuai dengan kebutuhan.²⁷ Hal ini dilakukan agar data yang telah diperoleh menjadi mudah dibaca dan dipahami, serta memberikan informasi yang objektif yang diperlukan oleh peneliti. Kemudian data-data tersebut dipisah dalam bagian-bagian yang memiliki persamaan berdasarkan data yang diperoleh pada saat wawancara dan data yang diperoleh melalui referensi.

c. *Verifying* (Verifikasi)

Verifying adalah proses memeriksa data dan informasi yang telah didapat dari lapangan agar validitas data dapat diakui dan digunakan

²⁶ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi penelitian: memberikan bekal teoretis pada mahasiswa tentang metodologi penelitian seta diharapkan dapat melaksanakan penelitian dengan langkah-langkah yang benar* (Bumi Aksara, 2013).

²⁷ Moleong dan Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif*.

dalam penelitian. Kemudian mengkonfirmasi ulang dengan menyerahkan data yang sudah didapat kepada subyek penelitian. Hal ini dilakukan untuk menjamin bahwa data yang didapat adalah benar-benar valid dan tidak ada manipulasi.

d. *Concluding* (Kesimpulan)

Selanjutnya adalah kesimpulan, yaitu adalah Langkah terakhir dalam proses pengolahan data. Kesimpulan inilah yang nantinya akan menjadi sebuah data terkait dengan objek penelitian peneliti. Hal ini disebut dengan istilah *concluding*, yaitu kesimpulan atas proses pengolahan data yang terdiri dari empat proses sebelumnya *editing*, *classifying*, *verifying* *analyzing*.

6. Teknik analisis data

Teknik yang saya gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis data Induktif, karena dalam penelitian yang saya buat berasal dari pemaparan data, memilih data yang layak saya gunakan selanjutnya membuat kesimpulan dari data yang sudah saya peroleh.

A. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan gambaran dan mempermudah analisis materi dalam penulisan penelitian ini, maka penulis membagi penelitian ini menjadi lima bab yang dibagi dalam sub bab. Setiap sub bab mempunyai pembahasan sendiri yang berkaitan satu sama lain. Adapun sistematika yang dapat disusun penulis yaitu:

Tabel 2 Sistematika Pembahasan

BAB I	PENDAHULUAN Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum untuk membentuk kontruks berfikir secara umum mengenai penelitian yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitia dan sistematika pembahasan yang akan dibahas.
BAB II	KAJIAN TEORI : SPILLOVER EFFECT DAN ETIKA BISNIS ISLAM Bab ini berisis tentang landasan teori, studi penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis. Bab ini ditunjukkan untuk menguraikan dasar-dasar teori yang digunakan peneliti untuk memperkuat rencana penelitian, gambaran penelitian yang disajikan dalam bentuk kerangka serta hipotesis dari rumusan masalah yang telah disajikan dalam bab pendahuluan. berfungsi untuk memperkuat dan menelaah serta mengkaji terhadap kajian-kajian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai landasan dalam melakukan penelitian.
BAB III	PAPARAN DATA

	Dalam bab ini menjelaskan mengenai isi tentang bentuk metode penelitian yang digunakan oleh peneliti selama durasi penelitian yang dilakukan diantaranya: jenis dan pendekatan penelitian, lokasi atau tempat penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan teknik analisis data
BAB IV	PEMBAHASAN / ANALISIS SPILLOVER EFFECT PADA USAHA ES PELOPOR PONOROGO PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM Bab ini berisi tentang analisis data dan pembahasan yang menjelaskan tentang hasil dan data penelitian yang telah dilakukan
BAB V	PENUTUP Dalam bab ini menjelaskan dan memberi gambaran secara khusus tentang kesimpulan berserta saran, dimana dalam bab ini juga bertujuan untuk mempermudah bagi pembaca dalam mengambil makna dan intisari dalam penelitian

BAB II

SPIILOVER EEFFECT DAN ETIKA BISNIS ISLAM

A. Spiilover Effect

Menurut Myrdal dalam artikel yang ditulis oleh Galuh Nilam Sari dan Mohammad Wahed *spillover effect* dijelaskan konsep *spillover effect* yaitu *eksternalitas* yang berasal dari suatu kegiatan yang dapat mempengaruhi kegiatan ekonomi di suatu usaha, kemudian dibawa oleh pembentukan tiang tiang pertumbuhan.¹ Berasal dari teori perilaku ekonomi dan sosial, *spillover effect* bisa positif atau negatif, langsung atau tidak langsung, dan segera atau tertunda, tergantung pada sifat penyebab dan keterkaitan sistem yang terlibat. *Spillover* positif meningkatkan kesejahteraan secara keseluruhan dengan menciptakan manfaat sinergis, seperti transfer pengetahuan, *difusi inovasi*, dan akumulasi modal sosial, sementara *spillover* negatif dapat menyebabkan konsekuensi buruk seperti penularan pasar, penipisan sumber daya, atau pelanggaran etika. *Spillover effect* merujuk pada dampak positif atau negatif yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi dan meluas ke pihak-pihak di luar pelaku utama dalam suatu organisasi/usaha. Dalam konteks UMKM, *spillover effect* dapat berupa peningkatan permintaan bahan baku, penciptaan lapangan kerja atau pengembangan usaha pendukung di sekitar lokasi usaha.²

Menurut Myrdal, ada dua kategori *efek spillover* yaitu: efek menyebar (*spread effect*) dan efek balik (*backwash effect*). Teori *spread effect* yaitu

¹ Sari dan Wahed, "Analisis Spillover Effect Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Wilayah Bakorwil V Jember Jawa Timur Menggunakan Analisis VECM."

² Maryatul Qibtiyah dkk., "Identifikasi Tahapan dan Dampak dari Manajemen Konflik," *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia* Vol. 1, No. 2 (2024).

dampak positif dari pertumbuhan ekonomi suatu daerah yang memengaruhi daerah sekitarnya. sementara efek *backwash* adalah dampak negatif akibat polarisasi aktivitas ekonomi yang terpusat di satu wilayah, hal itu terjadi ketika aktivitas ekonomi terpolarisasi sebagai akibat dari pembentukan aglomerasi.³ Pada teori ini dapat dilakukan untuk menganalisis bagaimana keberadaan Es Pelopor menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar atau mendorong usaha pendukung (misalnya: pedagang buah, tukang parkir, dan pedagang es kristal). Dalam konteks UMKM, *spillover effect* dapat dibagi menjadi tiga jenis utama:

- a. *Market Spillover*: terjadi ketika permintaan pasar yang meningkat terhadap suatu produk atau jasa ikonik mendorong pertumbuhan usaha pendukung, seperti pemasok bahan baku atau pedagang di sekitarnya. Hal ini berkaitan dengan firman Allah Qs. Al Maidah ayat 2, Allah Azzawa Jalla berfirman:

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya. (QS. Al-maidah:2).⁴

Selain itu, ada hadits yang berkaitan dengan tolong menolong atau ta'awun yang diriwayatkan oleh Muslim sebagai berikut:

³ Sari dan Wahed, "Analisis Spillover Effect Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Wilayah Bakorwil V Jember Jawa Timur Menggunakan Analisis VECM."

⁴ "Surat Al-Ma'idah Ayat 2."

ه (صَحِيحٌ) حَدَّثَنَا فَتْيَبَةُ قَالَتْ: حَدَّثَنَا أَبُو عَوَانَةَ عَنْ الْأَعْمَشِ عَنْ أَبِي صَالِحٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ

قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: ((مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ

كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الْآخِرَةِ. وَمَنْ سَتَرَ عَلَى مُسْلِمٍ سِتْرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ

مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ

Artinya: "Barangsiapa menghilangkan satu kesulitan dari seorang mukmin ketika di dunia, maka Allah akan menghilangkan darinya satu kesulitan di akhirat. Barangsiapa yang menutupi keburukan seorang muslim, Allah akan menutupi keburukannya di dunia dan di akhirat. Allah senantiasa menolong seorang hamba selama hamba itu menolong saudaranya." (HR Muslim)

- b. *Knowledge Spillover*: proses transfer pengetahuan, inovasi, atau model bisnis dari usaha unggulan kepada UMKM lain, misalnya melalui peniruan strategi pemasaran atau pengelolaan usaha. menekankan peran digitalisasi (penggunaan sosial media oleh UMKM) dalam mempercepat penyebaran inovasi dari usaha unggulan (*Technovation*). Kita sebagai seorang muslim tidak boleh pelit untuk membagikan ilmu sebagaimana hadits yang diriwayatkan oleh Tirmidzi sebagai berikut:

عن أبي هريرة رضي الله عنه أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: «مَنْ سُئِلَ عَنْ عِلْمٍ

فَكَتَمَهُ أَجْمَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ يُلْجَأُ مِنْ نَارٍ

Artinya: Dari Abu Hurairah -raḍiyallāhu 'anhu- bahwa Nabi -ṣallallāhu 'alaihi wa sallam- bersabda, "Siapa ditanya tentang suatu ilmu kemudian

ia menyembunyikannya, maka pada hari kiamat ia akan dipasangkan kendali dari neraka." (HR. Tirmidzi, Abu Dawud, dan Ibnu Majjah)

- c. *Network Spillover*: manfaat yang diperoleh UMKM dari jaringan yang terbentuk akibat keberadaan usaha ikonik, seperti kolaborasi promosi atau akses ke pasar yang lebih luas. Dibuktikan dengan klaster UMKM berbasis platform digital (GoFood, GrabMart) memperkuat jaringan pemasaran dan distribusi. Teori ini didukung oleh studi Jaffe dan Audretsch & Feldman⁵ yang menyatakan bahwa *spillover effect* merupakan pendorong utama pertumbuhan ekonomi lokal, terutama dalam sektor yang padat pengetahuan dan jaringan.

عَنْ أَبِي مُوسَى رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْمُؤْمِنُ
لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا. وَشَبَّكَ بَيْنَ أَصَابِعِهِ

Artinya: “Orang mukmin (orang beriman) terhadap orang mukmin (orang beriman lainnya) bagaikan satu bangunan yang satu sama lain saling menguatkan. Dan beliau (mendemonstrasikannya dengan cara) menyilangkan jari jemari beliau”. (Hr. Bukhori).

Jadi dapat disimpulkan devinisi *spillover effect* yaitu efek limpahan yang berupa dampak positif atau negative yang ditimbulkan oleh suatu usaha terhadap *stakeholder* yang terlibat.

Model teoritis sering kali memadukan ekonomi perilaku dan teori proses

⁵ Rubel Amin dkk., “The Process Optimization Method of the Optimal Online Sales Model of Information Product Demand Concerning the Spillover Effect,” *Journal of International Logistics and Trade* 21, no. 2 (2023): 62–83, <https://doi.org/10.1108/JILT-06-2022-0013>.

identitas untuk menjelaskan bagaimana perubahan perilaku awal dapat berjenjang, memengaruhi praktik kelembagaan atau masyarakat yang lebih luas. Dalam konteks terapan, memahami *spillover effect* sangat penting untuk merancang intervensi yang memaksimalkan eksternalitas positif dan meminimalkan risiko sistemik, terutama di pasar berkembang di mana struktur ekonomi rapuh dan sistem etika terus berkembang.

Meskipun banyak penelitian yang membahas *spillover effect* secara umum, sedikit yang mengkaji secara khusus penerapannya pada usaha mikro, terutama di Indonesia. Penelitian-penelitian yang ada lebih banyak berfokus pada usaha besar dan menengah, serta teori-teori ekonomi Islam yang belum terhubung langsung dengan praktik lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan melakukan penelitian kualitatif yang menggali pengalaman dan tantangan pelaku usaha mikro dalam menerapkan *spillover effect* dan etika bisnis Islam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam konteks usaha mikro di Indonesia.

B. Etika Bisnis Islam

Dalam buku etika bisnis Islam yang ditulis oleh An Ras Try Astuti menjelaskan asal usul etika tak lepas dari asli kata *ethos* dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*custom*) atau karakter (*character*). Dalam kata lain seperti dalam pemaknaan dan kamus Webster berarti “*the distinguishing character, sentiment, moral, nature, or guiding beliefs of a person, group, or institution*” (karakter istimewa, sentiment, tabiat moral, atau keyakinan yang

membimbing seseorang, kelompok atau institusi).⁶ Menurut para ahli, etika tidak lain adalah aturan perilaku, kebiasaan manusia dalam pergaulan antara sesamanya dan menegaskan mana yang benar atau baik dan mana yang buruk. Perkataan etika atau sering juga disebut etik, berasal dari kata Yunani *Ethos* yang memiliki arti norma- norma, nilai- nilai, kaidah-kaidah juga ukuran-ukuran bagi tingkah laku manusia yang baik, seperti yang dirumuskan oleh beberapa ahli berikut:

1. O. P. Simorangkir: etika atau etik sebagai pandangan manusia dalam berprilaku menurut ukuran juga nilai yang baik.
2. Burhanudin Salam: etika adalah cabang filsafat yang bercerita mengenai nilai dan norma moral yang menentukan perilaku manusia didalam hidupnya.

Etika adalah seperangkat prinsip moral yang memandu perilaku seseorang atau kelompok dalam menentukan apa yang benar dan salah, baik dan buruk. Etika membantu kita memahami nilai-nilai yang penting dalam hidup dan bagaimana kita harus bertindak dalam berbagai situasi. Secara sederhana, etika adalah tentang bagaimana kita seharusnya hidup dan bagaimana kita seharusnya memperlakukan orang lain. Ia membantu kita dalam membuat keputusan yang adil, bertanggung jawab, dan berempati.⁷ Menurut William Benton dalam buku *Etika Bisnis Islam*, kata etika berasal dari Bahasa Yunani, *Ethos* yang berarti karakter yang mempelajari konsep-konsep baik-buruk, benar-

⁶ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam*, Cetakan 1 (IAIN Parepare Nusantara Press, 2022).

⁷ Aura Tafana dkk., "Etika Bisnis Islam," *Jurnal Akademik Ekonomi dan Manajemen* Vol 1 No. 4 (2024): 63–70.

salah yang membenarkan seseorang untuk bertindak dimana penerapannya berdasar pada filsafat moral atau *mores* yang berarti adat istiadat.⁸ Jadi definisi etika adalah prinsip moral yang dijadikan sebagai pedoman dalam berperilaku yang mengatur baik dan buruk ataupun benar dan salah dalam bersosialisasi dalam kehidupan sehari-hari.

Adapun definisi bisnis dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang dimana mereka menjual barang ataupun jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya untuk bisa mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis berasal dari bahasa Inggris "*business*", dari kata dasar busy yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, maupun masyarakat. Dalam artian, sibuk melakukan aktivitas dan pekerjaan yang melahirkan keuntungan. Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata "bisnis" sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung skupnya, penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan hukum, teknis, juga ekonomis yang bertujuan untuk mencari laba atau keuntungan. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya bisnis pertelevisian." Penggunaan yang paling besar merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa.⁹ Jadi penertian bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang supaya mendapatkan keuntungan baik fisik maupun materi.

Sedangkan bisnis Islam adalah bisnis yang santun, bisnis yang penuh

⁸ Aselina Endang Trihastuti, *Etika Bisnis Islam* (Deepublish Publisher, 2021).

⁹ Aura Tafana dkk., "Etika Bisnis Islam."

kebersamaan dan penghormatan atas hak masing-masing. Menurut A. Hanafi dan Hamid Salam, etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dari perspektif Al-Qur'an dan hadits yang bertumpu pada 6 (enam) prinsip, terdiri dari kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan dan keadilan. Sedangkan etika bisnis Islam menurut Muhammad Djakfar adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Dengan kata lain bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunah Rasulullah SAW, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh (*holistik*). Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntunan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari.¹⁰ Jadi definisi bisnis Islam yaitu cara yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan keuntungan dengan berpegang teguh terhadap prinsip-prinsip Islam.

Etika bisnis Islam yaitu seperangkat prinsip atau norma yang diterapkan oleh para pelaku bisnis dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuantujuan bisnisnya dengan selamat. Dalam Islam etika sering kali disebut dengan kata akhlak yang dijadikan sebagai nilai dasar dari perilaku manusia. Etika mendapat kedudukan yang tinggi bagi manusia, oleh sebab itu Islam menempatkan etika sebagai hal yang paling utama dalam aspek

¹⁰ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam*.

kehidupan termasuk dalam dunia bisnis yang memerlukan etika dan moral yang baik yang menjadikan hubungan harmonis, saling ridha serta mendapat keberkahan dalam berbisnis. Bisnis merupakan aktivitas seseorang dengan tujuan mencari keuntungan dan memperoleh kesejahteraan serta kemajuan perekonomian.¹¹ Etika bisnis Islam adalah disiplin ilmu yang membahas nilai-nilai baik dan buruk dalam konteks bisnis berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Etika bisnis Islam juga dapat diartikan sebagai sebuah pemikiran atau cerminan dari moralitas dalam berkegiatan ekonomi ataupun bisnis.¹² Jadi pada intinya etika bisnis ekonomi Islam yaitu suatu aktivitas seseorang dalam memproduksi dan mengelola suatu usaha untuk mendapatkan keuntungan dengan tetap mengedepankan etika atau moral untuk menyejahterakan perekonomian baik individu atau kelompok dengan berlandaskan nilai-nilai syariat Islam.

Kunci etika bisnis sesungguhnya adalah terletak pada pelakunya, itu sebabnya Rasulullah Saw diutus ke dunia untuk memperbaiki akhlak manusia yang telah rusak. Sebagaimana sabdanya yang diriwayatkan oleh Malik Ibnu Anas dalam kitabnya I-Muwaththa sebagai berikut “Dari yahya Al-Latsi dari Malik bahwasannya telah sampai kepadanya (berita) bahwa Rasulullah Saw bersabda “Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak manusia” (HR. Malik

¹¹ “Buku Etika Dan Konsep Manajemen Bisnis Islam - Original - Deepublish,” *Machidolia - Pusatnya Buku Pendidikan Original*, 26 September 2023, <https://naqibabookstore.com/product/buku-etika-dan-konsep-manajemen-bisnis-islam-original-deepublish/>.

¹² Natasha Samantha dan Norma Rosyidah, “Analisis Implementasi Prinsip Etika Bisnis Islam Dikalangan Pedagang Muslim (Studi Pada Pasar Tradisional Porong Kabupaten Sidoarjo).”

Ibn Anas)¹³

Etika bisnis Islam menekankan nilai-nilai utama seperti keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial.¹⁴ Dalam Islam, bisnis tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai ibadah yang memerlukan integritas moral. Nilai-nilai ini, jika diterapkan secara konsisten, dapat memberikan solusi yang konkret untuk membangun usaha yang berkelanjutan dan berorientasi pada maslahat. Namun, implementasi nilai-nilai ini sering kali terkendala oleh minimnya pemahaman dan kurangnya dukungan struktural, terutama di kalangan pelaku usaha mikro yang terbatas dalam akses terhadap pendidikan dan pelatihan.¹⁵ Dalam bisnis Islam, integritas dan transparansi menjadi kunci penting untuk menciptakan hubungan yang adil antara produsen dan konsumen.¹⁶ Bisnis tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah yang harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab dan niat baik. Prinsip-prinsip ini, jika diterapkan secara konsisten, diharapkan dapat menciptakan lingkungan bisnis yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga membawa keberkahan dan kesejahteraan bagi seluruh pihak yang terlibat. Beberapa aspek penting dari etika bisnis:

¹³ idri dkk., *Studi Hadits* (UIN Sunan Ampel Press (UIN SA Press), 2014).

¹⁴ Agvina Rachmayanti dan Nanik Eprianti, "Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Praktik Konsinyasi," *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law* 2, no. 2 (2022), <https://doi.org/10.29313/bcssel.v2i2.2863>.

¹⁵ Rifda Nabila, "Application of Islamic Business Ethics in Online Selling and Buying Transaction," *Indonesian Journal of Islamic Economics Research* 1, no. 1 (2019): 1, <https://doi.org/10.18326/ijier.v1i1.2550>.

¹⁶ Abrori dan Sakinah, "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Praktik Usaha Mikro di Indonesia."

1. Integritas dengan bersikap jujur, adil, dan transparan dalam semua transaksi bisnis.
2. Kejujuran dengan menjalankan bisnis dengan jujur dan menghindari penipuan atau penyalahgunaan.
3. Tanggung jawab sosial dengan mempertimbangkan dampak bisnis terhadap masyarakat, lingkungan, dan stakeholder lainnya.
4. Keadilan dengan memperlakukan semua pihak yang terlibat dalam bisnis secara adil.
5. Kerahasiaan dengan memelihara kerahasiaan informasi yang sensitif dan rahasia.
6. Keberlanjutan dengan mempertimbangkan dampak jangka panjang dari keputusan bisnis dan berusaha untuk berkelanjutan.

Ketika peradaban bangsa Arab pada masa jahiliyah yang sangat jauh dari akhlak mulia, misalnya mereka sering melakukan pembunuhan, pelacuran, mabuk-mabukan, serta usaha-usaha bisnis yang curang, dan manusia tidak lagi mengenal Allah, maka Allah mengutus Muhammad sebagai Nabi dan Rasul untuk membuat perubahan yang signifikan di bidang akhlak itu. Berikut akan dipaparkan beberapa etika bisnis yang disebutkan dalam hadis-hadis Rasulullah SAW:

1. Kejujuran

Kejujuran merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia, termasuk dalam kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi. Dalam berbisnis, sikap jujur akan mempengaruhi kesuksesan bisnis. Dengan aktivitas ekonomi yang dilandasi dengan kejujuran, manusia akan saling mempercayai dan

terhindar dari penipuan.¹⁷ Berikut sejumlah hadis yang memerintahkan untuk berlaku jujur.

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ:
عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ، فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ، وَمَا يَزَالُ
الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدِّيقًا، وَإِيَّاكُمْ
وَالْكَذِبَ، فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ، وَمَا يَزَالُ
الرَّجُلُ يَكْذِبُ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا.

Artinya: “Hendaklah kalian senantiasa berlaku jujur, karena sesungguhnya kejujuran akan mengantarkan pada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan akan mengantarkan pada surga. Jika seseorang senantiasa berlaku jujur dan berusaha untuk jujur, maka dia akan dicatat di sisi Allah sebagai orang yang jujur. Hati-hatilah kalian dari berbuat dusta, karena sesungguhnya dusta akan mengantarkan kepada kejahatan dan kejahatan akan mengantarkan pada neraka. Jika seseorang sukanya berdusta dan berupaya untuk berdusta, maka ia akan dicatat di sisi Allah sebagai pendusta” (HR. Muslim).

Hadis diatas menjelaskan betapa pentingnya kejujuran karena kejujuran membawa kepada kebajikan. Orang yang selalu berbuat jujur, niscaya hidupnya selalu diliputi dengan sikap dan perilaku baik karena ia tidak menipu dirinya atau orang lain. Kehidupannya selalu lurus tidak

¹⁷ Authari dkk., “Etika Dalam Bisnis Islam: Panduan Dari Hadits Tentang Jual Beli.”

berbuat hal-hal negatif, sehingga ia menjadi orang saleh. Karena itu orang yang jujur pada akhirnya akan masuk surga. Orang yang senantiasa jujur dalam kehidupan kesehariannya akan ditetapkan oleh Allah sebagai orang yang jujur. Demikian pula sebaliknya, kebohongan membawa pada keburukan. Orang yang selalu berbuat bohong akan membohongi dirinya sendiri dan orang lain, meskipun melakukan keburukan ia akan tetap merasa benar sehingga tidak menyesal dan terus menerus melakukannya. Pada akhirnya, ia masuk neraka, karena kebohongan telah membawanya pada malapetaka. Orang demikian oleh Allah ditetapkan sebagai pembohong karena memang dalam kesehariannya selalu berbohong.¹⁸ Rasulullah melarang segala bentuk aktivitas bisnis yang dilakukan dengan penipuan karena penipuan dapat merugikan orang lain dan melanggar hak asasi dalam bisnis yaitu suka sama suka. Orang yang tertipu jelas tidak akan suka karena haknya dikurangi atau dilanggar. Bisnis yang mengandung penipuan misalnya jual beli sesuatu yang tidak diketahui hasilnya, atau tidak bisa diserahkan, atau tidak bisa diketahui hakikat dan kadarnya, seperti jual beli burung yang masih terbang diangkasa, jual beli binatang yang masih dalam kandungan induknya, dan sebagainya.

2. Amanah

Dalam dunia bisnis, kepercayaan adalah kunci utama agar konsumen tidak meninggalkan kita. Jika konsumen sudah pergi, maka bisa dipastikan usaha kita pun akan ikut hancur. Oleh karena itu, kepercayaan

¹⁸ Ibid.

merupakan faktor terpenting bagi kelangsungan usaha. Karena kejujuran dan amanah memiliki hubungan yang sangat erat, karena orang yang jujur pasti *Amanah* (terpercaya). Allah memerintahkan agar umat Islam menunaikan amanat kepada orang yang berhak menerimanya dan jika memutuskan perkara agar dilakukan secara adil. Bersikap dan berperilaku amanah sangatlah dianjurkan oleh Islam dan orang yang tidak amanah disebut pengkhianat, termasuk salah satu ciri orang munafik.

3. Keramahtamahan

Dalam dunia bisnis keramahtamahan, kesopanan, dan ketawadhuan yang sangat penting untuk dijaga. Terlebih bisnis yang terkait dengan jasa dan pelayanan sangat meniscayakan unsur ini. Seringkali orang tertarik untuk membeli sesuatu karena keramahan yang diperlihatkan oleh penjual. Oleh sebab itu, seorang pebisnis sangat dianjurkan untuk mempunyai jiwa dan sikap kepribadian yang baik.

4. *Ta'awun* (Tolong Menolong)

Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya sebagaimana yang diajarkan dalam ekonomi kapitalis, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta'awun* (tolong menolong) sebagaimana implikasi sosial kegiatan bisnis. Sebagaimana Firman Allah Swt:

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artiya: Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan

takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya. (QS. Al-maidah:2).¹⁹

Berbisnis itu bukan semata-mata untuk mencari keuntungan material, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dalam menjual atau membeli barang. Disamping itu, sebagian harta yang diperoleh dari kegiatan bisnis hendaklah diberikan kepada orang lain terutama orang-orang yang lemah secara ekonomi. Sebagaimana telah dijelaskan dalam hadis di atas, bahwa Nabi SAW menganjurkan agar umat Islam segera mendistribusikan sebagian hartanya sebelum datang suatu masa ketika tidak ada orang yang mau menerimanya.

Inti dari kerangka etika ini adalah *maqasid al-shariah* (tujuan hukum Islam yang lebih tinggi), yang memprioritaskan pemeliharaan iman, kehidupan, kecerdasan, garis keturunan, dan harta benda, sehingga memastikan bahwa kegiatan bisnis berkontribusi pada kesejahteraan dan keadilan masyarakat. Kajian kontemporer menyoroti peran etika Islam dalam memandu tata kelola perusahaan, inovasi produk, dan keterlibatan pemangku kepentingan, terutama dalam bisnis keluarga dan lembaga keuangan Islam di mana nilai-nilai agama bersinggungan dengan tujuan ekonomi.¹⁹ Landasan etika ini penting tidak hanya untuk kepatuhan terhadap Syariah tetapi juga untuk menumbuhkan kepercayaan dan legitimasi di pasar yang semakin kompetitif dan saling terhubung.

¹⁹ “Surat Al-Ma’idah Ayat 2.”

Meskipun banyak penelitian yang membahas etika bisnis Islam secara umum, sedikit yang mengkaji secara khusus penerapannya pada usaha mikro, terutama di Indonesia. Penelitian-penelitian yang ada lebih banyak berfokus pada usaha besar dan menengah, serta teori-teori ekonomi Islam yang belum terhubung langsung dengan praktik di lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan melakukan penelitian kualitatif yang menggali pengalaman dan tantangan pelaku usaha mikro dalam menerapkan etika bisnis Islam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam konteks usaha mikro di Indonesia.

Dengan pendekatan fenomenologi, penelitian ini tidak hanya akan mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi pengembangan model bisnis yang berbasis pada etika Islam. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori ekonomi Islam, khususnya dalam konteks usaha mikro yang merupakan bagian penting dari perekonomian Indonesia.

Spillover effect yang dipelajari secara luas di seluruh ilmu ekonomi dan ilmu perilaku, mengacu pada fenomena di mana tindakan atau peristiwa dalam satu domain secara tidak sengaja memengaruhi hasil di domain lain, sering kali melampaui cakupan dampak aslinya. Etika bisnis Islam, yang didasarkan pada prinsip-prinsip Al-Qur'an dan tradisi kenabian, menawarkan kerangka moral komprehensif yang memprioritaskan keadilan,

kesetaraan, dan kesejahteraan sosial dalam kegiatan ekonomi. Dengan mensintesis kedua domain ini, penelitian ini tidak hanya memperkaya wacana akademis tetapi juga memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti untuk pengambilan keputusan etis, manajemen risiko, dan pembangunan berkelanjutan dalam pasar mayoritas Muslim dan sistem keuangan global. Urgensi penelitian ini ditegaskan oleh meningkatnya kompleksitas keuangan global, bangkitnya keuangan Islam sebagai alternatif yang tangguh, dan perlunya kerangka etika untuk mengurangi dampak negatif sekaligus memperkuat hasil sosial-ekonomi yang positif.



BAB III

DATA *SPILLOVER EFFECT* PADA USAHA ES PELOPOR PONOROGO

A. Gambaran Umum *Spillover Effect* Pada Usaha Es Pelopor Ponorogo

Usaha Es Pelopor Ponorogo berdiri pada tahun 2020 di bawah kepemilikan Ibu Alip Ulfatum Machsunnah. Usaha ini hadir dengan konsep yang saat itu masih tergolong baru di Ponorogo, yakni menyajikan minuman es berbahan dasar buah asli dengan varian menu yang terus dikembangkan hingga mencapai 99 pilihan. Nama "Pelopor" dipilih sebagai representasi visi untuk menjadi pelopor usaha sejenis di Kabupaten Ponorogo. Respons positif dari masyarakat menjadikan usaha ini berkembang pesat, yang ditandai dengan perluasan cabang: cabang pertama di Jalan Kalimantan, cabang kedua di Jalan Semeru, dan cabang ketiga di Jalan Suromenggolo yang saat ini menjadi pusat keramaian.

Keberadaan Es Pelopor tidak hanya berdampak pada keberhasilan usaha itu sendiri, tetapi juga memunculkan fenomena *spillover effect* atau efek limpahan yang dirasakan oleh berbagai pihak di sekitar lokasi usaha. Efek ini terbentuk melalui mekanisme berantai yang saling terkait. Tingginya minat konsumen yang datang dari berbagai wilayah meningkatkan permintaan terhadap bahan baku utama seperti buah-buahan segar, es kristal, serta perlengkapan pendukung lainnya seperti gelas, sedotan, dan bubuk minuman. Kondisi ini membuka peluang ekonomi bagi para pemasok lokal, baik yang berasal dari Pasar Songgolangit, petani buah lokal, maupun distributor perlengkapan usaha di Ponorogo.

Selain itu, usaha ini menyerap tenaga kerja dari masyarakat sekitar yang sebelumnya tidak memiliki pekerjaan tetap atau hanya bekerja serabutan. Karyawan direkrut untuk menempati berbagai posisi, antara lain kasir, peracik minuman, *waiter*, hingga bagian dapur. Total karyawan yang bekerja di tiga cabang mencapai sekitar 15 orang, dan sebagian besar di antaranya mengaku memperoleh penghasilan tetap yang membantu perekonomian keluarga. Dampak ekonomi juga dirasakan oleh sektor informal seperti tukang parkir yang memperoleh pendapatan tambahan, terutama pada akhir pekan dan musim liburan.

Dari sisi inovasi, keberhasilan Es Pelopor dalam menciptakan variasi menu dan strategi pemasaran yang efektif termasuk pemanfaatan *platform* digital seperti GrabFood dan GoFood telah menjadi referensi bagi pelaku UMKM lain di Ponorogo. Proses transfer pengetahuan ini berlangsung secara informal melalui observasi dan peniruan, sehingga turut mendorong peningkatan kreativitas dan daya saing di kalangan pedagang minuman sejenis.

Namun, efek limpahan yang dihasilkan tidak sepenuhnya bersifat positif. Kepadatan pengunjung pada jam-jam tertentu menimbulkan permasalahan seperti kemacetan, keterbatasan lahan parkir, dan penumpukan sampah yang mengganggu kenyamanan warga sekitar. Dari sisi internal, pesatnya perkembangan usaha tidak diimbangi dengan peningkatan kapasitas manajerial dan pemahaman karyawan terhadap nilai-nilai etika bisnis Islam. Praktik seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung

jawab sosial lebih banyak dilakukan atas dasar ke- biasaan pribadi daripada sebagai bagian dari sistem yang terstruktur.

B. Paparan Data

1. Daur *spillover effect* pada usaha Es Pelopor Ponorogo

Daur *spillover effect* pada usaha Es Pelopor Ponorogo dapat dijelaskan sebagai proses berantai atau proses yang saling berkaitan dimana keberhasilan usaha ini bisa menimbulkan aktivitas ekonomi yang lebih luas. Berdasarkan teori Myrdal, ada dua jenis utama *spillover* yang pertama *spread effect* (efek positif) dan *backwash effect* (efek negative).¹ Disini yang menjadi fokus utama yaitu pada *spread effect* yang terjadi melalui tiga jenis *spillover* yaitu: *market spillover*, *knowledge spillover* dan *network spillover*. Prosesnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *market spillover*, Ketika ES Pelopor berhasil menarik banyak pengunjung, permintaan bahan baku seperti buah-buahan akan semakin meningkat. Hal ini mendorong petani atau pemasok lokal untuk memproduksi lebih banyak, sehingga bisa membuat pendapatan mereka naik. Hal ini juga bisa memunculkan penawaran suplyer lain seperti pedagang di Pasar Legi, Tobaku Lancar Jaya dan pemasok es kristal untuk saling bekerja sama yang saling menguntungkan. Berdasarkan wawancara mendalam dengan pemilik usaha, Ibu Alip Ulfatum Machsunnah, diperoleh gambaran yang sistematis mengenai

¹ Adiananda Adiananda dkk., "Teknologi Mesin Pengaduk Adonan Dan Kue Semprit Varian Rasa Untuk Efisiensi Produksi Dan Meningkatkan Pemasaran Jajanan Tradisional Sampang," *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 9, no. 01 (2024): 17, <https://doi.org/10.30996/jpm17.v9i01.9694>.

bagaimana peningkatan volume pengunjung berdampak langsung pada rantai pasok lokal:

"Dengan ramainya pengunjung, permintaan akan buah-buahan segar di usaha ini pun meningkat. Biasanya, saya mengambil buah dari pemasok di Magelang, terutama untuk durian beku dan nangka. Namun, kini saya juga mulai bekerja sama dengan petani lokal untuk beberapa pasokan tertentu. Sementara itu, buah-buahan nonmusiman dan pelengkap lainnya saya beli langsung dari penjual langganan di Pasar Legi. Hal ini turut menambah penghasilan para pemasok. Selain buah-buahan, untuk kebutuhan lain seperti berbagai bubuk minuman, plastik, dan bahan pendukung lainnya, saya berlangganan di toko 'Lancar Jaya'. Sementara untuk es kristal, saya memiliki pemasok tetap di salah satu penjual es kristal di Jalan Madura. Tak hanya itu, usaha ini juga membuka lapangan kerja bagi warga sekitar, mulai dari kasir, peracik minuman, hingga pelayan. Beberapa karyawan mengaku sebelumnya menganggur atau hanya bekerja serabutan, kini mereka memiliki penghasilan tetap. Bahkan tukang parkir di sekitar lokasi juga mendapat rezeki tambahan berkat banyaknya pengunjung."²

Pernyataan pemilik ini menunjukkan bahwa usaha Es Pelopor telah menjadi *lokomotif ekonomi* bagi sektor-sektor pendukung. Ada tiga hal penting yang dapat dianalisis secara awal:

- 1) Terjadi diversifikasi pemasok yang menunjukkan adanya inklusivitas ekonomi. Pemilik tidak hanya bergantung pada pemasok besar dari luar kota (Magelang), tetapi juga mulai membuka akses bagi petani lokal. Ini adalah indikasi awal dari *spread effect* yang positif.

² Alip Ulfatum, "Wawancara pemilik Es Pelopor Ponorogo," t.t.

- 2) kebutuhan bahan baku yang beragam mulai dari buah segar, es kristal, hingga perlengkapan kemasan menciptakan *multiplikasi ekonomi* yang menyentuh berbagai sektor usaha berbeda. Tidak hanya petani, tetapi juga distributor, pedagang pasar, dan toko perlengkapan ikut merasakan dampaknya.
- 3) penyerapan tenaga kerja dari warga sekitar yang sebelumnya menganggur menunjukkan adanya *employment spillover* yang sangat dibutuhkan di tengah keterbatasan lapangan kerja formal di Ponorogo.

Konfirmasi dari para pemasok memperkuat temuan ini. Bapak Yudi, pemasok buah dari Pasar Legi, mengungkapkan dengan detail:

“saya sudah jadi pemasok buah untuk Pelopor sejak mereka buka cabang pertama. Awalnya Cuma kirim alpukat dan buah-buahan segar lainnya, sekarang permintaanya semakin banyak seperti Nangka dan buah musiman lainnya. Penghasilan saya jadi naik 40% sejak kerja sama ini. Mereka bayar tepat waktu dan kalau ada buah yang kurang bagus, biasanya masih tetap diterima asal masih layak konsumsi. Saya rasa ini adalah hubungan yang saling menguntungkan. Cuma kadang kalau ada pesenan buah mendadak dan dalam jumlah yang banyak, saya agak kewalahan, apalagi kalau musim hujan, stok buah kadang terbatasi”

Dari pernyataan Bapak Yudi, terdapat dua aspek penting yang muncul. Aspek positifnya adalah peningkatan pendapatan yang signifikan (hingga 40%) dan adanya sikap toleran dari pemilik terhadap kualitas buah yang kurang sempurna. Ini mencerminkan prinsip *ta'awun* (tolong-menolong) dan *amanah* (dapat dipercaya) yang mulai terlihat dalam relasi bisnis. Aspek tantangannya adalah

adanya keterbatasan stok pada musim hujan dan kewalahan menghadapi pesanan mendadak. Ini mengindikasikan bahwa rantai pasok masih rentan terhadap guncangan eksternal dan belum memiliki sistem manajemen inventori yang terstruktur. Sementara itu, Bapak Yahya, pemasok es kristal, memberikan perspektif yang lebih optimis:

Awalnya cuma kirim alpukat dan buah-buah segar lainnya, sekarang permintaannya makin banyak, sampai nangka dan buah musiman juga. Penghasilan saya jadi naik hampir 40% sejak kerja sama ini. Mereka bayar tepat waktu, dan kalau ada buah yang kurang bagus, biasanya tetap diterima asal masih layak konsumsi. Saya rasa ini hubungan yang saling menguntungkan. Cuma kadang kalau pesanan mendadak dan dalam jumlah yang banyak, saya agak kewalahan, apalagi kalau musim hujan, stok buah kadang terbatas."³

Pernyataan Bapak Yahya mengungkapkan fenomena yang lebih menarik: keberadaan Es Pelopor tidak hanya meningkatkan pendapatannya secara langsung, tetapi juga menciptakan efek berantai sekunder. Warung-warung lain di sekitar lokasi Es Pelopor kini juga menjadi pelanggannya. Ini menunjukkan bahwa *spillover effect* tidak berhenti pada satu tingkat, tetapi terus merambat (*ripple effect*) ke lapisan ekonomi yang lebih luas. Dalam perspektif etika bisnis Islam, ini adalah wujud nyata dari *barakah* (keberkahan) yang meluas, di mana satu kebaikan melahirkan kebaikan-kebaikan berikutnya.

³ Yudi, "Wawancara dengan suplyer buah," Oktober 2025.

Pernyataan Bapak Yahya mengungkapkan fenomena yang lebih menarik: keberadaan Es Pelopor tidak hanya meningkatkan pendapatannya secara langsung, tetapi juga menciptakan efek berantai sekunder. Warung-warung lain di sekitar lokasi Es Pelopor kini juga menjadi pelanggannya. Ini menunjukkan bahwa *spillover effect* tidak berhenti pada satu tingkat, tetapi terus merambat (*ripple effect*) ke lapisan ekonomi yang lebih luas. Dalam perspektif etika bisnis Islam, ini adalah wujud nyata dari *barakah* (keberkahan) yang meluas, di mana satu kebaikan melahirkan kebaikan-kebaikan berikutnya.

- b. *knowledge spillover*, pada hal ini inovasi produk dan pemasaran di Es pelopor Ponorogo seperti (kombinasi strategi pemasaran yang efektif, kualitas produk yang konsisten, dan keunikan produk yang belum digunakan di usaha lainnya) dapat dijadikan contoh pengusaha lain untuk meningkatkan produktivitas usaha mereka. Salah satu temuan paling menarik dalam penelitian ini adalah adanya proses *knowledge spillover* yang berlangsung secara informal. Keberhasilan Es Pelopor dalam menciptakan 99 varian menu dan strategi pemasaran digital yang viral ternyata menjadi rujukan bagi pelaku UMKM lain di Ponorogo. Seorang karyawan Toko Lancar Jaya, Enggar, mengamati:

"Kami dari Toko Lancar Jaya sudah menjadi pemasok bahan-bahan pendukung untuk Es Pelopor sejak cabang pertama berdiri. Awalnya hanya pesanan plastik dan bubuk minuman,

sekarang permintaannya bertambah termasuk gelas, sedotan, dan bahan lain. Pesanan mereka setiap hari dengan sistem yang kami adakan dengan minimal order 300.000 bisa antar sampai tujuan, hal ini dimanfaatkan mereka untuk memudahkan pekerjaan mereka dan juga membantu penjualan kami tetap stabil, apalagi di saat bisnis lain banyak yang sepi. Kadang ada pesanan mendadak, tapi biasanya kami bisa penuhi karena stok selalu kami jaga. Hubungannya juga baik, pembayaran lancar, dan mereka tidak pernah menuntut jika ada barang yang sedikit terlambat."

Meskipun pernyataan Enggar lebih berfokus pada aspek transaksional, observasi peneliti di lapangan menemukan bahwa banyak usaha es baru bermunculan dengan menu dan kemasan yang meniru gaya Es Pelopor. Bahkan, beberapa di antaranya secara terang-terangan mengadopsi nama atau slogan yang mirip. Fenomena ini adalah pisau bermata dua. Di satu sisi, ini menunjukkan bahwa Es Pelopor telah berhasil menciptakan standar baru dalam industri kuliner es di Ponorogo. Inovasi yang mereka lakukan menyebar dan mendorong peningkatan kualitas secara kolektif. Ini sejalan dengan prinsip *fastabiqul khairat* (berlomba dalam kebaikan) di ranah ekonomi.

Di sisi lain, ada risiko *backwash effect* di mana usaha-usaha kecil yang kurang inovatif bisa tergusur. Lebih dari itu, dalam perspektif

etika bisnis Islam, ada pertanyaan etis yang muncul: apakah peniruan yang dilakukan oleh pesaing dilakukan secara sehat (dengan pengembangan inovasi lanjutan) atau sekadar copy-paste tanpa izin yang bisa mendekati praktik *ghish* (penipuan) dan pelanggaran hak kekayaan intelektual? Sayangnya, pemilik usaha mengakui bahwa belum ada mekanisme sistematis untuk mentransfer pengetahuan secara sadar, apalagi untuk melindungi inovasi mereka.

c. *network spillover*, dalam hal ini keberadaan cabang-cabang Es Pelopor Ponorogo dapat membentuk jaringan bisnis lokal. Masyarakat dapat memilih membeli di cabang mana sesuai keinginan mereka serta kolaborasi dengan GrabFood, GoFood dan ShopeeFood dapat memperluas distribusi dan pemasaran serta dapat menambah jaringan Kerjasama dengan stakeholder sekitar. Hal ini didukung oleh studi Jaffe dan Audretsch & Feldman⁴ yang menyatakan bahwa *spillover effect* merupakan pendorong utama pertumbuhan ekonomi lokal, terutama dalam sektor yang padat pengetahuan dan jaringan.

Penyerapan tenaga kerja menjadi indikator paling nyata. Anindia Putri, salah satu karyawan di Cabang 1, mengungkapkan:

"Saya kerja di sini sejak cabang pertama buka. Sebelumnya cuma nganggur di rumah, sekarang punya penghasilan sendiri. Lumayan buat nabung dan bantu keluarga. Di sini diajarkan untuk ramah ke pelanggan dan jujur dalam hitungan uang. Tapi kadang kalau lagi ramai banget, suka ada salah hitung atau kurang sabar sama pembeli. Saya sendiri kurang paham soal prinsip Islam

⁴ Amin dkk., "The Process Optimization Method of the Optimal Online Sales Model of Information Product Demand Concerning the Spillover Effect."

dalam bisnis, yang penting kerja dengan baik dan jujur aja. Tapi kalau ada pelatihan, saya mau ikut."⁵

Pernyataan Anindia ini sangat kaya akan makna. Secara positif, ia mengakui adanya peningkatan kesejahteraan (dari nganggur menjadi punya penghasilan), dan ada nilai-nilai dasar yang diajarkan seperti kejujuran dan keramahan. Secara kritis, ia mengakui adanya kelemahan ketika kondisi ramai (salah hitung, kurang sabar), dan yang paling penting: ia sama sekali tidak memahami bahwa nilai-nilai tersebut adalah bagian dari ajaran Islam. Ini adalah gap fundamental yang menjadi inti masalah penelitian ini. Etika bisnis Islam belum terinternalisasi sebagai kesadaran, melainkan sebatas instruksi teknis. Lebih lanjut, temuan paling kontroversial dalam penelitian ini justru datang dari sektor informal, yaitu praktik pengelolaan parkir di sekitar cabang Es Pelopor, khususnya di Cabang 3 yang terletak di pusat keramaian Jalan Suromenggolo.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, diperoleh informasi mengenai penyerapan sumber daya manusia sekitar usaha Es Pelopor Ponorogo bisa bekerja di sana, hal ini bisa mengurangi angka pengangguran di Ponorogo. Selanjutnya saya juga telah melakukan wawancara dengan tukang parkir di cabang 3, sebagai berikut:

⁵ Anindia Putri, "Wawancara dengan salah satu kasir di Es Pelopor Ponorogo," Oktober 2025.

“Sejak cabang Es Pelopor yang ketiga ini buka, sekitar Desember tahun lalu. Tadinya saya cuma parker di sebelah, kadang bantu-bantu di istri jualan di rumah. Nah, pas ada usaha baru ini, saya coba nawarin diri buat bantu atur parkir. Alhamdulillah lumayan nambah penghasilan. Kalau hari biasa, bisa dapet Rp30-50 ribu. Kalau Sabtu-Minggu atau pas liburan, bisa sampai Rp100-200 ribu. Dulu cuma ngandalin hasil hari minggu pas ada CFD, sekarang ada pemasukan tetap. Uangnya buat beli rokok, tambahkan belanja, kadang buat jajan anak. Kadang pengunjungnya banyak banget, sampai parkirnya semrawut. Area parkirnya terbatas, jadi motornya suka numpang di pinggir jalan. Pernah ada tetangga komplain karena jalannya terhalang. Saya usahain atur sebaik mungkin, tapi kalau lagi ramai ya tetap repot. Pemiliknya sih baik, kadang kasih minum atau es gratis. Tapi kalau urusan parkir, saya yang atur sendiri. Cuma kadang, kalau ada tamu penting atau mobil delivery, mereka kasih tahu biar diprioritaskan.”⁶

Berdasarkan informasi yang diperoleh menunjukkan dampak positif yang dialami oleh tukang parkir di cabang 3, walaupun juga ada dampak negative yang menyertainya. Daur ini berjalan secara bertahap, dari peningkatan pengunjung, permintaan bahan baku, pengembangan usaha pendukung, dan peningkatan aktivitas ekonomi lokal. Adapun dampak positif dari hal ini untuk masyarakat sekitar yaitu:

- a. Penciptaan lapangan pekerjaan: pada usaha ini membutuhkan karyawan untuk mengoperasionalkan tiga cabangnya termasuk untuk produksi, penjualan dan pelayanan. Hal ini dapat membuka lapangan pekerjaan baru lagi bagi masyarakat lokal seperti pemuda atau ibu rumah tangga yang awalnya menganggur bisa bekerja dan mendapatkan penghasilan sehingga dapat mengurangi angka

⁶ Didik, “Wawancara dengan tukang parkir Es Pelopor Cabang 3,” Oktober 2025.

pengangguran. Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi pada penyerapan tenaga kerja nasional dan Es Pelopor Ponorogo menjadi contoh nyata dari data tersebut.⁷

- b. Dapat meningkatkan pendapatan masyarakat: dengan meningkatnya pengunjung yang datang di Es Pelopor Ponorogo dapat meningkatkan pendapatan suplyer yang bekerjasama dengan es Pelopor Ponorogo dan juga bisa meningkatkan pendapatan tukang parkir. Hal ini dapat meningkatkan sumberdaya daya manusia dan alam lokal sehingga dapat meratakan hasil pembangunan.

Secara keseluruhan, efek ini membuat masyarakat menjadi lebih sejahtera karena pendapatan naik, lapangan pekerjaan bertambah dan produk lokal lebih diminati. Hal ini sejalan dengan tujuan UMKM, yaitu untuk mensejahterakan dan memakmurkan masyarakat sekitar. Namun, hal ini juga menimbulkan dampak yang negative, misalnya peningkatan pengunjung yang berlebihan dapat membuat kemacetan atau persaingan yang dapat merugikan pedagang kecil, namun dengan penerapana etika bisnis Islam seperti keadilan dan tanggung jawab sosial dapat meminimalkan dampak negative tersebut.

2. Tantangan dan hambatan yang dihadapi usaha Es Pelopor Ponorogo dalam memaksimalkan *spillover effect* dan menerapkan prinsip etika bisnis Islam secara konsisten

⁷ Fitriani dkk., “Strategi Pemasaran Dan Literasi Syariah Dalam Mendukung Pemberdayaan UMKM Masyarakat.”

Etika bisnis Islam adalah disiplin ilmu yang membahas nilai-nilai baik dan buruk dalam konteks bisnis berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Etika bisnis Islam juga dapat diartikan sebagai sebuah pemikiran atau cerminan dari moralitas dalam berkegiatan ekonomi ataupun bisnis.⁸ Jadi pada intinya etika bisnis ekonomi Islam yaitu suatu aktivitas seseorang dalam memproduksi dan mengelola suatu usaha untuk mendapatkan keuntungan dengan tetap mengedepankan etika atau moral untuk menyejahterakan perekonomian baik individu atau kelompok dengan berlandaskan nilai-nilai syariat Islam.

“Persaingan di bisnis es sekarang makin ketat. Banyak usaha serupa yang muncul, jadi kadang khawatir bakal pengaruhi omset. Selain itu, harga buah juga suka naik turun, jadi agak susah buat tetap jaga kualitas dengan harga yang terjangkau. Dari segi etika bisnis Islam, pemilik mengaku berusaha buat jujur dalam takaran dan jaga kebersihan, tapi kadang masih belum konsisten karena belum ada sistem pengawasan yang ketat. Misalnya, dalam hal hubungan dengan pemasok, kadang belum sepenuhnya menerapkan prinsip keadilan kalau lagi terburu-buru pesan bahan baku.”⁹

Berdasarkan wawancara dengan beberapa karyawan Es Pelopor Ponorogo, terungkap bahwa mayoritas dari mereka belum sepenuhnya memahami prinsip etika bisnis Islam yang seharusnya diterapkan dalam operasional usaha. Misalnya, Anggario yang bekerja sebagai kasir sekaligus waiter di cabang 1 mengaku hanya fokus pada tugas teknis seperti melayani pelanggan dengan ramah dan menghitung uang dengan benar, tanpa pemahaman mendalam tentang nilai-nilai Islam dalam transaksi. Ia menyatakan:

⁸ Natasha Samantha dan Norma Rosyidah, “Analisis Implementasi Prinsip Etika Bisnis Islam Dikalangan Pedagang Muslim (Studi Pada Pasar Tradisional Porong Kabupaten Sidoarjo).”

⁹ Alip Ulfatum, “Wawancara pemilik Es Pelopor Ponorogo.”

“Saya kurang paham soal prinsip Islam dalam bisnis, yang penting kerja dengan baik dan jujur aja.”¹⁰

Hal serupa juga diungkapkan oleh karyawan lain seperti Tio (pengracik es cabang 3 yang lebih berkonsentrasi pada konsistensi rasa dan kebersihan peralatan, tanpa menyadari bahwa menjaga kualitas produk dan higienitas merupakan bagian dari prinsip *thayyib* (baik dan halal) dalam etika bisnis Islam. Beberapa karyawan juga mengakui bahwa mereka tidak pernah mendapatkan pelatihan atau sosialisasi khusus mengenai penerapan nilai-nilai syariah dalam pekerjaan sehari-hari. Akibatnya, praktik seperti kejujuran dalam takaran, transparansi harga, atau pelayanan yang adil sering kali dilakukan secara spontan berdasarkan kebiasaan, bukan karena kesadaran akan kewajiban agama. Ketidakpahaman ini berpotensi mengurangi konsistensi penerapan etika bisnis Islam, khususnya ketika usaha menghadapi tekanan seperti situasi ramai pengunjung atau target penjualan.

Usaha Es Pelopor Ponorogo menghadapi sejumlah tantangan dalam upaya memaksimalkan *spillover effect* dan menerapkan prinsip etika bisnis Islam secara konsisten. Di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, usaha ini berisiko mengalami *backwash effect*, di mana kesuksesannya justru dapat mengurangi daya saing UMKM serupa di sekitarnya, sehingga dampak limpahan positif seperti penciptaan lapangan kerja dan peningkatan permintaan bahan baku lokal menjadi terhambat. Selain itu, ketergantungan pada tren konsumen yang dinamis dan fluktuasi

¹⁰ Anggario, “Wawancara dengan Karyawan Es Pelopor Ponorogo,” Oktober 2025.

harga bahan baku dapat memengaruhi stabilitas rantai pasok serta hubungan dengan pemasok, yang merupakan elemen kunci dari *market spillover*. Di sisi lain, keterbatasan kapasitas manajerial sebagai dampak dari perkembangan usaha yang pesat menyulitkan pengelolaan jaringan kolaborasi dengan pemasok, karyawan, dan masyarakat sekitar, padahal sinergi tersebut sangat penting untuk memperluas dampak ekonomi yang inklusif.

Secara internal, penerapan etika bisnis Islam juga menghadapi hambatan signifikan. Pemahaman yang terbatas mengenai prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial dapat menyebabkan praktik bisnis lebih mengutamakan keuntungan jangka pendek tanpa mempertimbangan aspek halal, higienis (*thayyib*), dan transparansi.¹¹ Tekanan persaingan ekonomi kerap mendorong kompromi yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, misalnya dalam pemilihan pemasok atau penentuan harga. Selain itu, kurangnya sistem pengawasan yang terstruktur menyulitkan konsistensi dalam menjalankan prinsip-prinsip tersebut, mulai dari proses produksi hingga hubungan dengan *stakeholder*. Tanpa internalisasi nilai-nilai Islam yang mendalam dalam budaya perusahaan, penerapan etika bisnis berisiko menjadi sekadar formalitas, bukan bagian integral dari operasional usaha.¹² Oleh karena itu, diperlukan pendekatan strategis yang tidak hanya memperkuat kapasitas

¹¹ Rachmayanti dan Eprianti, "Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Praktik Konsinyasi."

¹² Nabila, "Application of Islamic Business Ethics in Online Selling and Buying Transaction."

manajemen dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan, tetapi juga menyelaraskan setiap aspek bisnis dengan nilai-nilai syariah, agar Es Pelopor dapat menjadi pelaku UMKM yang tidak hanya sukses secara ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat berbasis prinsip Islam.¹³ Lebih lanjut, temuan paling kontroversial dalam penelitian ini justru datang dari sektor informal, yaitu praktik pengelolaan parkir di sekitar cabang Es Pelopor, khususnya di Cabang 3 yang terletak di pusat keramaian Jalan Suromenggolo.

a) Penetapan Tarif Sepihak yang Tidak Sesuai Regulasi

Bapak Didik, yang mengelola parkir di Cabang 3, mengungkapkan dengan jujur bagaimana ia memanfaatkan peluang dari keberadaan Es Pelopor:

"Sejak cabang Es Pelopor yang ketiga ini buka, sekitar Desember tahun lalu. Tadinya saya cuma parkir di sebelah, kadang bantu-bantu istri jualan di rumah. Nah, pas ada usaha baru ini, saya coba nawarin diri buat bantu atur parkir. Alhamdulillah lumayan nambah penghasilan. Kalau hari biasa, bisa dapet Rp30-50 ribu. Kalau Sabtu-Minggu atau pas liburan, bisa sampai Rp100-200 ribu. Dulu cuma ngandalin hasil hari minggu pas ada CFD, sekarang ada pemasukan tetap. Uangnya buat beli rokok, tambahin belanja, kadang buat jajan anak. Kadang pengunjungnya banyak banget, sampai parkirnya semrawut. Area parkirnya terbatas, jadi motornya suka numpang di pinggir jalan. Pernah ada tetangga komplain karena jalannya terhalang. Saya usahain atur sebaik mungkin, tapi kalau lagi ramai ya tetap repot. Pemiliknya sih baik, kadang kasih minum atau es gratis. Tapi kalau urusan parkir, saya yang atur sendiri. Cuma kadang, kalau ada tamu penting atau mobil delivery, mereka kasih tahu biar diprioritaskan."

¹³ Aura Tafana dkk., "Etika Bisnis Islam."

Dari pengakuan Bapak Didik, peneliti menemukan setidaknya enam pelanggaran serius terhadap regulasi dan etika: Pertama, tidak adanya kepatuhan terhadap Peraturan Bupati (Perbup) Ponorogo Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perubahan Tarif Retribusi Tempat Khusus Parkir. Dalam peraturan tersebut, tarif parkir untuk sepeda motor adalah Rp2.000 dan untuk mobil Rp5.000. Namun, praktik di lapangan menunjukkan bahwa juru parkir secara mandiri menentukan besaran "jasa sukarela" yang bisa mencapai Rp5.000-10.000 per kendaraan, tergantung pada subjektivitas dan kondisi keramaian. Ini adalah bentuk pungutan liar (pungli) yang merugikan masyarakat dan merampas potensi Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Kedua, adanya praktik "prioritas berbayar" di mana kendaraan yang dianggap penting atau mobil delivery bisa diprioritaskan. Dalam etika bisnis Islam, ini adalah pelanggaran terhadap prinsip 'adl (keadilan). Seorang muslim pengusaha dituntut untuk memberikan pelayanan yang setara kepada semua pihak tanpa diskriminasi. Bahkan dalam hadits, Rasulullah SAW melarang praktik najsy (menipu dengan cara memberikan prioritas khusus) dan segala bentuk perlakuan yang tidak adil dalam transaksi.

Ketiga, adanya unsur keterpaksaan (ikrah) dalam transaksi antara pengunjung dan juru parkir. Banyak pengunjung yang merasa "terpaksa" membayar karena khawatir kendaraannya akan digeser, dicoret-coret, atau bahkan dirusak jika tidak memberikan uang. Dalam

fiqh muamalah, akad yang didasari oleh keterpaksaan atau ketakutan tidak memenuhi syarat 'an taradin min minkum (suka sama suka) sebagaimana diperintahkan dalam QS. An-Nisa: 29. Harta yang diperoleh dengan cara demikian masuk dalam kategori batil (tidak sah) dan hukumnya haram untuk dimakan.

Keempat, tidak adanya kejelasan akad ('aqd ghair shahih). Antara juru parkir dan pengunjung tidak ada kesepakatan yang jelas tentang besaran imbalan, jenis jasa yang diberikan, dan tanggung jawab jika terjadi kerusakan atau kehilangan kendaraan. Dalam etika bisnis Islam, setiap transaksi harus memenuhi rukun akad: 'aqidain (dua pihak yang bertransaksi), ma'qud 'alaih (objek transaksi), dan shighat (ijab qabul yang jelas). Tidak terpenuhinya rukun ini membuat transaksi menjadi fasid (cacat) dan tidak sah secara syariah.

Kelima, adanya sikap ambiguitas dari pemilik usaha. Di satu sisi, pemilik mengaku tidak terlibat dalam pengelolaan parkir ("saya yang atur sendiri"). Di sisi lain, pemilik masih melakukan intervensi dengan meminta prioritas untuk tamu penting atau mobil delivery. Ini adalah bentuk tanggung jawab yang terputus (irresponsibility diffusion). Dalam perspektif etika bisnis Islam, pemilik usaha memiliki tanggung jawab moral (mas'uliyah) atas seluruh dampak yang ditimbulkan oleh usahanya, termasuk yang dihasilkan oleh pihak ketiga yang beroperasi di area usahanya. Sikap "cuci tangan" tidak dibenarkan, terutama ketika pemilik secara tidak langsung mendapatkan manfaat (konsumen merasa

aman sehingga mau datang).

Keenam, hilangnya potensi PAD dan ketidakadilan sosial. Uang yang seharusnya menjadi retribusi daerah yang bisa digunakan untuk pembangunan fasilitas publik (seperti perbaikan jalan, lampu penerangan, atau fasilitas parkir yang layak) justru masuk ke kantong pribadi oknum. Ini adalah bentuk kezaliman struktural yang merugikan masyarakat luas.

b) Dampak Lingkungan dan Sosial: Kemacetan, Sampah, dan Konflik Horizontal

Selain masalah parkir, peneliti juga menemukan dampak negatif lainnya yang menjadi *backwash effect* dari keberadaan Es Pelopor.

Pemilik usaha, Ibu Alip, secara jujur mengakui:

"Tantangannya banyak. Pertama, persaingan bisnis es sekarang makin ketat, banyak usaha serupa bermunculan. Kedua, harga buah suka naik turun, agak susah menjaga kualitas dengan harga terjangkau. Ketiga, kalau lagi ramai, kadang parkir semrawut, sampah juga kadang numpuk. Itu yang sering dikeluhkan warga."

Bapak Didik juga mengonfirmasi adanya keluhan warga terkait

kemacetan:

"Pernah ada tetangga komplain karena jalannya terhalang."

Dalam perspektif etika bisnis Islam, pengabaian terhadap dampak lingkungan dan ketertiban umum adalah bentuk pelanggaran terhadap prinsip *maslahah mursalah* (kemaslahatan umum) dan *dar'u al-mafasid* (mencegah kerusakan). Seorang muslim pengusaha tidak hanya bertanggung jawab atas keuntungan usahanya, tetapi juga atas

eksternalitas negatif yang ditimbulkan. Imam Al-Ghazali dalam maqashid syariah menegaskan bahwa tujuan utama syariah adalah mewujudkan kemaslahatan dan menghilangkan kemudharatan (jalbu al-mashalih wa dar'u al-mafasid). Kemacetan dan penumpukan sampah jelas termasuk dalam kategori mafsadah (kerusakan) yang harus dicegah.

Lebih lanjut, dalam konteks ukhuwah islamiyah (persaudaraan), mengganggu kenyamanan tetangga dan masyarakat sekitar dengan kemacetan dan sampah adalah bentuk tadhiya (mempersempit) yang dilarang dalam Islam. Rasulullah SAW bersabda: "Barangsiapa yang mengganggu tetangganya, maka ia tidak beriman" (HR. Bukhari dan Muslim). Meskipun hadits ini secara literal berbicara tentang tetangga tempat tinggal, semangatnya dapat diperluas pada tetangga usaha atau masyarakat di sekitar lokasi usaha.

Sayangnya, peneliti tidak menemukan adanya upaya sistematis dari pihak Es Pelopor untuk mengatasi masalah kemacetan dan sampah, misalnya dengan menyediakan tempat sampah yang memadai, bekerja sama dengan Dinas Lingkungan Hidup untuk penjadwalan pengangkutan sampah, atau bahkan mengalokasikan dana CSR (Corporate Social Responsibility) untuk perbaikan infrastruktur di sekitar lokasi usaha. Ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial masih bersifat reaktif (menanggapi keluhan) bukan proaktif (mencegah sebelum terjadi masalah).

3. *Spillover effect* pada usaha Es Pelopor Ponorogo terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar prespektif etika bisnis Islam,

Berdasarkan wawancara mendalam dengan berbagai pemangku kepentingan, dapat disimpulkan bahwa *spillover effect* yang dihasilkan oleh Es Pelopor Ponorogo telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar, dan sebagian besar dampaknya sejalan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Dari sisi ekonomi, usaha ini telah menciptakan efek berantai yang positif (*spread effect*), seperti yang diungkapkan oleh pemasok buah dari di Pasar Songgolangit, Pak Yudi, yang mengalami peningkatan pendapatan hingga 40% sejak bekerja sama. Hal ini mencerminkan penerapan prinsip keadilan ekonomi dan saling menguntungkan (*ta'awun*) dalam Islam, di mana hubungan bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan sepihak, tetapi juga memberdayakan mitra. Selain itu, penyerapan tenaga kerja lokal seperti yang dialami oleh Mbak Anindia dan karyawan lainnya telah mengurangi pengangguran dan meningkatkan kemandirian ekonomi, suatu bentuk tanggung jawab sosial (*maslahah*) yang sangat dianjurkan dalam Islam.¹⁴

Penelitian ini secara konsisten menemukan adanya *knowledge gap* yang serius antara pemilik usaha dan karyawan dalam hal pemahaman etika bisnis Islam. Wawancara dengan Anggario, kasir sekaligus waiter di

¹⁴ Irna Puji Lestari dkk., "A Literature Review Of Updated Islamic Corporate Governance Elements: Implications For Indonesia," *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance* 11, no. 1 (2025): 1, <https://doi.org/10.21098/jimf.v11i1.2305>.

Cabang 1, mengungkapkan:

"Saya kurang paham soal prinsip Islam dalam bisnis, yang penting kerja dengan baik dan jujur aja."

Pernyataan singkat namun sangat bermakna ini menunjukkan bahwa karyawan tidak menyadari adanya koneksi antara nilai-nilai yang mereka praktikkan (kejujuran, keramahan, ketelitian) dengan ajaran Islam. Ini adalah bentuk *disconnected ethics*: etika dipraktikkan sebagai kebiasaan atau instruksi atasan, bukan sebagai kesadaran spiritual. Karyawan Es Pelopor baru berada pada tahap paling dasar (pengamalan tanpa pengetahuan dan penghayatan). Akibatnya, ketika mereka berada di luar pengawasan pemilik atau ketika tekanan operasional tinggi (misalnya saat ramai pengunjung), mereka cenderung mudah melakukan kompromi etis (salah hitung, kurang sabar) karena tidak ada *inner compass* yang kuat yang mengarahkan mereka.

Dalam perspektif manajemen syariah, ini adalah kegagalan dalam membangun *corporate culture* berbasis nilai. Pemilik usaha mungkin sudah memiliki kesadaran etis yang baik (terbukti dari praktik jujur dalam takaran, bayar tepat waktu, sedekah), tetapi belum melakukan transfer nilai secara sistematis kepada karyawan. Padahal, dalam sebuah hadits, Rasulullah SAW bersabda: "Setiap kalian adalah pemimpin, dan setiap pemimpin akan dimintai pertanggungjawaban atas yang dipimpinnya" (HR. Bukhari dan Muslim). Pemilik usaha adalah pemimpin bagi karyawannya, dan ia bertanggung jawab untuk membimbing mereka tidak hanya dalam aspek teknis pekerjaan, tetapi juga dalam aspek spiritual dan

etis. Mba Anindia, menyatakan kesediaannya untuk mengikuti pelatihan: "Tapi kalau ada pelatihan, saya mau ikut." Ini adalah peluang emas bagi pemilik usaha untuk melakukan perbaikan sistem. Sayangnya, hingga penelitian ini dilakukan, belum ada program pelatihan atau sosialisasi yang terstruktur.

Namun, hasil wawancara juga mengungkap bahwa dampak positif tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan kesadaran etis yang mendalam. Sebagian karyawan, seperti diakui oleh Anindia, belum memahami kaitan antara tugas mereka dengan nilai-nilai syariah, sehingga praktik kejujuran, transparansi, dan pelayanan yang adil sering kali bersifat insidental. Tokoh masyarakat setempat, Tukang parkir dan pedagang sekitar juga menyoroti bahwa meskipun usaha ini memberikan manfaat ekonomi, dampak samping seperti kemacetan dan sampah sering kali mengganggu ketertiban umum suatu hal yang bertentangan dengan prinsip menjaga kemaslahatan bersama dan lingkungan (*amar ma'ruf nahi munkar*). Di sisi lain, upaya pemilik untuk bersedekah ke musholla dan membagikan produk secara cuma-cuma kepada warga menunjukkan adanya kesadaran terhadap prinsip kebajikan (*ihsan*) dan kepedulian sosial, meski belum terstruktur secara sistematis.

Secara keseluruhan, *spillover effect* dari Es Pelopor Ponorogo telah membawa dampak ekonomi yang nyata bagi masyarakat, seperti peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan usaha pendukung. Dari perspektif etika bisnis Islam, dampak ini selaras dengan

prinsip keadilan, pemberdayaan, dan tanggung jawab sosial. Namun, agar dampak tersebut berkelanjutan dan bermakna secara spiritual, diperlukan internalisasi nilai-nilai Islam yang lebih mendalam, tidak hanya pada level pemilik, tetapi juga pada seluruh karyawan dan jaringan pemangku kepentingan. Dengan demikian, keberhasilan usaha ini tidak hanya diukur dari aspek materiil, tetapi juga dari kontribusinya dalam menciptakan kesejahteraan yang holistik dan berlandaskan nilai-nilai ketuhanan.

Dari seluruh paparan data di atas, dapat ditarik sebuah analisis awal yang bersifat dialektis: Es Pelopor Ponorogo telah berhasil menciptakan peningkatan kesejahteraan material bagi masyarakat sekitar (pendapatan pemasok naik, lapangan kerja terbuka, peluang usaha baru muncul), namun belum berhasil menciptakan kesejahteraan spiritual yang utuh karena nilai-nilai etika bisnis Islam belum terinternalisasi secara sistemik. Dalam kerangka *maqashid syariah*, kesejahteraan sejati (*falah*) tidak hanya diukur dari pemenuhan kebutuhan *dharuriyyat* (primer) seperti harta (*hifzh al-mal*) dan jiwa (*hifzh al-nafs*), tetapi juga dari terpeliharanya agama (*hifzh al-din*), akal (*hifzh al-'aql*), dan keturunan (*hifzh al-nasl*). Praktik parkir liar yang merampas hak masyarakat (*hifzh al-mal* terganggu), kemacetan yang membahayakan jiwa (*hifzh al-nafs* terancam), dan rendahnya kesadaran etis karyawan (*hifzh al-din* belum terinternalisasi) menunjukkan bahwa Es Pelopor masih memiliki pekerjaan rumah yang besar untuk mewujudkan kesejahteraan yang holistik.

Berdasarkan seluruh paparan data dan analisis awal di atas, penelitian ini

menemukan bahwa: Daur *spillover effect* Es Pelopor Ponorogo berjalan melalui tiga mekanisme (*market, knowledge, network spillover*) dan telah menciptakan peningkatan kesejahteraan material yang signifikan bagi masyarakat sekitar. Namun, terdapat *gap* yang serius antara dampak ekonomi positif dan internalisasi nilai-nilai etika bisnis Islam. Praktik parkir liar, kemacetan, dan rendahnya pemahaman karyawan menjadi indikator bahwa keberkahan usaha (*barakah*) belum sepenuhnya terwujud. Tantangan utama bukan hanya pada faktor eksternal (persaingan, fluktuasi harga), tetapi lebih pada faktor internal (kapasitas manajerial, transfer nilai, sistem pengawasan). Pemilik usaha perlu melakukan transformasi dari manajemen yang bersifat personal dan reaktif menjadi sistemik dan proaktif berbasis nilai-nilai syariah.



BAB IV

ANALISIS SPILLOVER EFFECT PADA USAHA ES PELOPOR PONOROGO PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

A. Analisis daur *spillover effect* pada usaha Es Pelopor Ponorogo

Pada usaha ini telah menciptakan *spillover effect* yang signifikan dan berdampak positif bagi kesejahteraan masyarakat sekitar. Daur *spillover effect* berjalan melalui mekanisme yang saling terkait, dimulai dari tingginya minat konsumen terhadap produk Es Pelopor yang kemudian berimbas pada peningkatan permintaan bahan baku, penyerapan tenaga kerja lokal, dan munculnya aktivitas ekonomi pendukung. Secara teoritis, fenomena ini sesuai dengan konsep *spread effect* dari Myrdal, di mana pertumbuhan suatu usaha mampu mendorong perkembangan ekonomi di sekitarnya.¹

Berdasarkan paparan data pada Bab III, ditemukan bahwa usaha Es Pelopor Ponorogo telah menciptakan suatu daur *spillover effect* yang bersifat positif, berkesinambungan, dan melibatkan banyak pemangku kepentingan. Daur ini tidak terjadi secara kebetulan, melainkan merupakan konsekuensi logis dari keberhasilan usaha dalam menarik konsumen, mengelola rantai pasok, dan membangun reputasi sebagai pelopor minuman es berbahan baku buah asli dengan 99 varian menu. Analisis ini akan menguraikan bagaimana daur tersebut berjalan melalui tiga mekanisme utama yang saling terkait, yaitu *market spillover*, *knowledge spillover*, dan *network spillover*, serta mengaitkannya dengan teori Myrdal tentang *spread effect* dan *backwash effect*.

¹ Sari dan Wahed, "Analisis Spillover Effect Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Wilayah Bakorwil V Jember Jawa Timur Menggunakan Analisis VECM."

1. *Market spillover*: dari peningkatan permintaan hingga *multiplikasi* ekonomi

Market spillover pada Es Pelopor terbukti melalui peningkatan signifikan permintaan bahan baku dari pemasok lokal. Temuan lapangan menunjukkan bahwa pemasok buah (Pak Yudi) mengalami kenaikan pendapatan hingga 40% sejak menjalin kerja sama dengan Es Pelopor. Peningkatan ini bukan hanya bersifat kuantitatif, tetapi juga kualitatif karena pemasok mendapatkan kepastian pesanan harian dan perlakuan adil (buah kurang sempurna tetap diterima asal layak konsumsi). Lebih jauh lagi, efek limpahan ini merambat (*ripple effect*) ke sektor lain: pemasok es kristal (Bapak Yahya) tidak hanya melayani Es Pelopor, tetapi juga mendapatkan pelanggan baru dari warung-warung sekitar lokasi usaha. Ini menunjukkan bahwa market spillover telah menciptakan ekosistem ekonomi yang saling menguntungkan di tingkat mikro. Dari sisi penyerapan tenaga kerja, Es Pelopor telah merekrut sekitar 15 karyawan tetap dari warga sekitar yang sebelumnya menganggur atau bekerja serabutan. Anindia Putri, misalnya, mengaku sebelumnya tidak memiliki penghasilan tetap, kini bisa menabung dan membantu keluarga. Namun, analisis lebih mendalam mengungkap bahwa penyerapan tenaga kerja ini masih terbatas pada posisi operasional (kasir, peracik, waiter) dan belum mencakup posisi manajerial atau pelatihan keterampilan lanjutan. Akibatnya, karyawan cenderung memiliki mobilitas vertikal yang rendah dan ketergantungan tinggi pada usaha tersebut.

Dampak paling nyata dari market spillover justru terjadi pada sektor

informal, yaitu tukang parkir. Pak Didik di Cabang 3 mengaku penghasilannya meningkat drastis: dari hanya mengandalkan Rp30-50 ribu per hari biasa menjadi Rp100-200 ribu pada akhir pekan atau musim liburan. Bahkan, ia mengaku sebelumnya hanya mengandalkan penghasilan dari CFD (Car Free Day) mingguan, kini memiliki pemasukan harian yang stabil. Ini adalah bukti kuat bahwa keberhasilan satu usaha dapat membuka rantai ekonomi baru yang menyentuh lapisan masyarakat paling bawah sekalipun. Hal ini sejalan dengan temuan Fitriani dkk. yang menyatakan bahwa UMKM berperan dalam mendistribusikan hasil pembangunan melalui jaringan yang luas. Namun, peneliti menemukan bahwa market spillover ini belum sepenuhnya optimal karena dua alasan. Pertama, rantai pasok masih rentan terhadap guncangan eksternal seperti musim hujan yang menyebabkan kelangkaan buah. Kedua, belum ada sistem manajemen inventori yang terstruktur, sehingga pesanan mendadak seringkali menyulitkan pemasok. Dengan kata lain, market spillover yang terjadi masih bersifat reaktif dan tergantung pada hubungan personal, bukan didasarkan pada kontrak bisnis yang terencana dan berkelanjutan.

2. *Knowledge spillover*: difusi inovasi informasi dan risiko *backwash effect*

Knowledge spillover pada Es Pelopor merupakan temuan paling menarik sekaligus paling problematis. Secara positif, inovasi produk (99 varian menu berbahan baku buah asli) dan strategi pemasaran digital (pemanfaatan media sosial, GrabFood, GoFood) telah menjadi referensi dan standar baru bagi industri kuliner es di Ponorogo. Observasi lapangan

menunjukkan bahwa banyak usaha es baru bermunculan dengan kemasan, rasa, atau bahkan nama yang meniru gaya Es Pelopor. Ini membuktikan bahwa pengetahuan tentang diferensiasi produk dan promosi telah menyebar (spill over) ke ekosistem bisnis lokal. Dari perspektif etika bisnis Islam, sebenarnya fenomena ini sejalan dengan semangat fastabiqul khairat (berlomba dalam kebaikan) dan hadits tentang kewajiban menyebarkan ilmu. Namun, analisis mendalam mengungkap bahwa transfer pengetahuan ini berlangsung secara pasif, tanpa kesengajaan, dan tanpa mekanisme perlindungan. Pemilik usaha (Ibu Alip) tidak pernah secara sadar mengadakan pelatihan atau membuka ruang diskusi dengan UMKM lain. Akibatnya, proses peniruan yang terjadi berisiko memasuki wilayah ghish (penipuan) atau pelanggaran hak kekayaan intelektual jika pesaing hanya melakukan copy-paste tanpa inovasi lanjutan. Lebih jauh lagi, knowledge spillover yang tidak terkontrol dapat memicu backwash effect di mana usaha-usaha kecil yang kurang inovatif justru tergusur oleh persaingan yang semakin ketat. Ini adalah dilema klasik dalam ekonomi regional: inovasi dari usaha unggulan dapat mendorong peningkatan kualitas kolektif, tetapi juga dapat mematikan inisiatif lokal yang tidak mampu beradaptasi. Dalam konteks Es Pelopor, belum ada upaya sistematis untuk mengelola knowledge spillover ini agar tetap sehat dan berkeadilan.

Network Spillover: jaringan bisnis lokal yang masih rapuh

Network spillover tercermin dari terbentuknya ekosistem bisnis yang melibatkan berbagai pihak: pemasok buah, pemasok es kristal, toko

perlengkapan (Toko Lancar Jaya), *platform* digital (GoFood, GrabFood), karyawan, tukang parkir, hingga masyarakat sekitar. Keberadaan tiga cabang di lokasi strategis (Jl. Kalimantan, Jl. Semeru, dan Jl. Suromenggolo) memperkuat jaringan ini dengan menjangkau konsumen dari berbagai wilayah Ponorogo. Dampak positif jaringan ini sangat nyata. Toko Lancar Jaya, misalnya, mengaku pesanan dari Es Pelopor membantu stabilitas penjualannya di tengah lesunya bisnis lain. Pemasok es kristal bahkan mampu memperluas pasarnya ke warung-warung sekitar karena rekomendasi dari Es Pelopor. Ini menunjukkan bahwa jaringan yang terbentuk tidak hanya bersifat *vertical* (antara usaha inti dan pemasok), tetapi juga *horizontal* (antar pemasok dan usaha kecil lainnya).

Dari segi penyerapan tenaga kerja, Es Pelopor telah berkontribusi dalam mengurangi angka pengangguran, terutama di kalangan pemuda dan ibu rumah tangga. Karyawan seperti Anindia dan Anggario yang sebelumnya menganggur atau bekerja serabutan, kini memiliki penghasilan tetap yang dapat digunakan untuk menunjang kebutuhan keluarga dan menabung. Temuan ini konsisten dengan peran UMKM sebagai penyedia lapangan kerja, seperti yang diungkapkan oleh Yulya Ammi Hapsari dkk.² Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa daur *spillover effect* yang dihasilkan Es Pelopor telah menciptakan multiplikasi ekonomi yang nyata, meningkatkan pendapatan rumah tangga, dan memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat sekitar Ponorogo.

Hadits riwayat Bukhari dan Muslim tentang “mukmin bagaikan

² Yulya Ammi Hapsari dkk., “Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia.”

bangunan yang saling menguatkan” menjadi landasan *network spillover*. Hadits ini menegaskan pentingnya kolaborasi, dukungan, dan sinergi antar sesama muslim dalam membangun kekuatan bersama. *Network spillover* tercermin dari terbentuknya ekosistem bisnis yang saling terkait, seperti kolaborasi dengan platform digital (GoFood, GrabFood), jaringan pemasok lokal, dan hubungan dengan masyarakat sekitar. Dalam Islam, jaringan bisnis yang kuat dan saling mendukung adalah wujud dari *ukhuwah islamiyah* (persaudaraan Islam) dalam muamalah. Es Pelopor, dengan membangun jaringan yang luas, telah menciptakan sistem yang saling menguntungkan dan memperkuat ketahanan ekonomi lokal. Namun, jaringan ini harus dikelola dengan prinsip *amanah* (kepercayaan) dan *transparansi*, serta menghindari praktik monopoli atau ketidakadilan dalam hubungan kemitraan. perkembangan usaha yang pesat tidak diimbangi dengan kapasitas manajerial yang memadai, sehingga sulit untuk melakukan monitoring mendetail terhadap seluruh jaringan yang terbentuk. Hal ini berpotensi mengurangi kualitas kolaborasi dan sinergi antar-pelaku ekonomi. Dalam perspektif Islam, pemilik berusaha menerapkan nilai *ukhuwah islamiyah* (persaudaraan) dan *amanah* dalam kemitraan, meskipun masih perlu penguatan dalam hal transparansi dan pengelolaan jaringan yang terstruktur.

B. Analisis tantangan dan hambatan yang dihadapi usaha Es Pelopor Ponorogo dalam memaksimalkan *spillover effect* dan menerapkan prinsip etika bisnis Islam secara konsisten.

Penelitian ini mengungkap bahwa tantangan utama Es Pelopor bukan hanya pada faktor eksternal seperti persaingan dan fluktuasi harga, tetapi lebih pada faktor internal yang bersifat struktural dan kultural. Hambatan-hambatan ini saling terkait dan jika tidak segera diatasi, berpotensi menggerus dampak positif yang telah diciptakan.

1. Tantangan Eksternal: Persaingan, Fluktuasi Harga, dan Dampak Lingkungan

Persaingan bisnis yang semakin ketat dengan bermunculannya usaha es serupa merupakan ancaman nyata. Pemilik usaha mengakui khawatir omset akan tergerus, terutama jika pesaing melakukan praktik *predatory pricing* (menjual di bawah harga pokok) untuk menarik konsumen. Dalam kondisi seperti ini, tekanan untuk melakukan kompromi terhadap kualitas atau etika (misalnya mengurangi takaran, menggunakan bahan baku yang lebih murah namun kurang sehat) menjadi sangat tinggi. Fluktuasi harga bahan baku, terutama buah-buahan musiman, mengganggu stabilitas rantai pasok. Ketika harga buah naik drastis, pemilik usaha dihadapkan pada pilihan sulit: menaikkan harga jual (risiko kehilangan konsumen) atau menyerap kerugian (risiko penurunan profitabilitas). Dalam beberapa kasus, kondisi ini dapat memicu praktik tidak adil terhadap pemasok, misalnya menekan harga beli atau menunda pembayaran. Dampak lingkungan dan sosial seperti kemacetan, keterbatasan lahan parkir, dan penumpukan sampah menjadi keluhan utama warga sekitar. Temuan lapangan menunjukkan bahwa pada jam-jam

sibuk (akhir pekan atau musim liburan), kendaraan pengunjung seringkali memakan badan jalan hingga mengganggu akses tetangga. Sampah plastik dari kemasan minuman juga kerap menumpuk karena tidak dikelola dengan baik. Sayangnya, Es Pelopor belum memiliki inisiatif proaktif untuk mengatasi masalah ini, misalnya dengan menyediakan tempat sampah yang memadai, bekerja sama dengan Dinas Lingkungan Hidup, atau mengalokasikan dana CSR untuk perbaikan infrastruktur. Sebagaimana diungkapkan oleh Abrori & Sakinah, minimnya dukungan struktural dan edukasi merupakan kendala umum dalam penerapan etika bisnis Islam pada usaha mikro.³

2. Tantangan Internal: Rendahnya Pemahaman Etika, Absennya SOP, dan Ketergantungan pada Figur Pemilik

Rendahnya pemahaman karyawan tentang etika bisnis Islam merupakan temuan paling kritis. Wawancara dengan Anindia dan Anggario menunjukkan bahwa mereka tidak pernah mendapatkan pelatihan tentang prinsip-prinsip syariah dalam bekerja. Mereka hanya tahu harus "jujur, ramah, dan teliti" tanpa menyadari bahwa nilai-nilai tersebut adalah bagian dari ajaran Islam. Ini adalah bentuk *disconnected ethics*: etika dipraktikkan sebagai kebiasaan atau instruksi atasan, bukan sebagai kesadaran spiritual. Akibatnya, ketika menghadapi tekanan operasional (misalnya saat ramai pengunjung), mereka mudah melakukan kesalahan hitung, kurang sabar, atau bahkan mengabaikan kebersihan.

³ Abrori dan Sakinah, "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Praktik Usaha Mikro di Indonesia."

Tidak adanya standar operasional prosedur (SOP) berbasis syariah menyebabkan inkonsistensi penerapan nilai-nilai etika di ketiga cabang. Misalnya, pemilik usaha mengaku berusaha jujur dalam takaran dan membayar pemasok tepat waktu, tetapi tidak ada mekanisme yang memastikan hal yang sama dilakukan oleh manajer atau karyawan di cabang lain. Setiap cabang cenderung berjalan dengan gaya manajemen masing-masing, tergantung pada siapa yang bertugas saat itu. Ketergantungan pada figur pemilik sebagai pusat etika dan pengambilan keputusan membuat usaha ini rapuh. Pemilik usaha (Ibu Alip) adalah satu-satunya pihak yang memahami visi etis dan nilai-nilai Islam yang ingin diwujudkan. Ketika ia tidak dapat hadir atau mengawasi secara langsung (misalnya karena harus mengurus cabang lain atau urusan pribadi), konsistensi penerapan etika menjadi sulit dipastikan. Ini adalah kelemahan klasik UMKM yang bertransformasi dari skala mikro ke kecil tetapi belum membangun sistem manajemen yang terdesentralisasi. Hal ini sesuai dengan temuan Nabila yang menyoroti bahwa tanpa pemahaman konseptual, penerapan etika bisnis Islam berisiko menjadi sekadar rutinitas tanpa makna.⁴

3. Praktik Parkir Liar: Pelanggaran Etika dan Regulasi yang Terabaikan

Temuan paling kontroversial adalah praktik pengelolaan parkir di Cabang 3 yang melanggar regulasi sekaligus etika bisnis Islam. Tukang

⁴ Nabila, "Application of Islamic Business Ethics in Online Selling and Buying Transaction."

parkir (Pak Didik) secara mandiri memungut "jasa sukarela" tanpa tarif resmi, seringkali tidak sesuai dengan Peraturan Bupati Ponorogo Nomor 27 Tahun 2022 (seharusnya Rp2.000 untuk motor, Rp5.000 untuk mobil, tetapi praktiknya bisa mencapai Rp5.000-10.000). Bahkan, ada praktik prioritas berbayar untuk tamu penting atau mobil delivery. Dalam perspektif etika bisnis Islam, setidaknya ada lima pelanggaran prinsip yang terjadi: Pelanggaran terhadap 'adl (keadilan): Pengunjung yang datang bersamaan diperlakukan berbeda hanya karena status atau besar kecilnya uang yang diberikan. Unsur keterpaksaan (ikrah): Banyak pengunjung merasa terpaksa membayar karena takut kendaraannya digeser, dicoret, atau dirusak. Akad yang didasari ketakutan tidak memenuhi syarat 'an taradin min minkum (suka sama suka) sebagaimana QS. An-Nisa: 29. Ketidakjelasan akad ('aqd ghair shahih): Tidak ada kesepakatan yang jelas tentang besaran imbalan, jenis jasa, dan tanggung jawab jika terjadi kerusakan atau kehilangan. Ambiguitas tanggung jawab pemilik: Pemilik mengaku tidak terlibat ("saya yang atur sendiri"), tetapi di sisi lain meminta prioritas untuk tamu penting. Ini adalah bentuk irresponsibility diffusion yang tidak dibenarkan dalam Islam karena pemilik memiliki tanggung jawab moral (mas'uliyah) atas seluruh dampak usahanya. Kehilangan hak publik (PAD): Uang yang seharusnya menjadi retribusi daerah untuk pembangunan fasilitas publik justru masuk ke kantong pribadi.

C. Analisis *spillover effect* pada usaha Es Pelopor Ponorogo terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar prespektif etika bisnis

Islam.

Dari perspektif etika bisnis Islam, spillover effect yang dihasilkan Es Pelopor memiliki dua sisi yang kontradiktif: dampak material yang positif dan signifikan, tetapi dampak spiritual serta keadilan sosial yang masih lemah. Kesejahteraan yang tercipta saat ini masih bersifat fisik-materialistik, belum mencapai taraf *falah* (kesejahteraan holistik yang mencakup aspek spiritual, moral, dan sosial).

1. Dampak Positif yang Sejalan dengan Prinsip Islam

Prinsip *Ta'awun* (Tolong-menolong) terbukti dari peningkatan pendapatan pemasok (Pak Yudi +40%), penyerapan tenaga kerja pengangguran (Anindia, Anggario, dll.), dan terbukanya peluang ekonomi bagi tukang parkir. Pemilik usaha secara sadar memilih bekerja sama dengan petani lokal dan pemasok kecil, bukan hanya distributor besar. Ini adalah wujud nyata dari QS. Al-Maidah ayat 2: "Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa." Bahkan, hadits riwayat Muslim tentang "Allah senantiasa menolong seorang hamba selama hamba itu menolong saudaranya" juga terinternalisasi, meskipun secara tidak sadar, dalam praktik bisnis sehari-hari. Prinsip *Amanah* (Dapat Dipercaya) tercermin dari pembayaran tepat waktu kepada pemasok (diakui oleh Pak Yudi, Toko Lancar Jaya, dan Bapak Yahya) serta kejujuran dalam takaran minuman. Pemilik juga memberikan toleransi terhadap buah yang kurang sempurna asal masih layak konsumsi, menunjukkan sikap tidak *eksploitatif*.

Dalam hadits riwayat Muslim, Rasulullah SAW bersabda: "Hendaklah kalian senantiasa berlaku jujur, karena sesungguhnya kejujuran akan mengantarkan pada kebaikan." Praktik ini sudah berjalan, meskipun belum menjadi sistem.

Prinsip *Ukhuwah Islamiyah* (Persaudaraan) tampak dari kolaborasi dengan berbagai pihak: platform digital (GoFood, GrabFood), pemasok lokal, karyawan, dan masyarakat sekitar. Hadits riwayat Bukhari tentang "mukmin bagaikan satu bangunan yang saling menguatkan" menjadi landasan ideal dari network spillover yang terbentuk. Es Pelopor tidak beroperasi dalam isolasi, tetapi sebagai bagian dari ekosistem yang saling mendukung.

2. Kesenjangan dan Pelanggaran yang Menghalangi Keberkahan

Internalisasi nilai yang dangkal merupakan kelemahan paling *fundamental*. Karyawan tidak memahami bahwa kejujuran, keramahan, dan ketelitian adalah bagian dari ibadah. Akibatnya, ketika tekanan datang (ramai pengunjung, target penjualan tinggi), kompromi etis mudah terjadi: salah hitung, kurang sabar, kebersihan terabaikan. Ini menunjukkan bahwa *spillover effect* masih bersifat *material-transaksional*, belum mencapai taraf spiritual-transformasional. Dalam kerangka *maqashid syariah*, kesejahteraan sejati (*falah*) tidak hanya diukur dari harta (*hifzh al-mal*) dan jiwa (*hifzh al-nafs*), tetapi juga dari terpeliharanya agama (*hifzh al-din*), akal (*hifzh al-'aql*), dan keturunan (*hifzh al-nasl*). Es Pelopor baru berhasil pada

dua aspek pertama, tetapi masih lemah pada tiga aspek terakhir. Pelanggaran keadilan dalam praktik parkir telah diuraikan panjang lebar di sub-bab sebelumnya. Ini bukan sekadar pelanggaran regulasi, tetapi pelanggaran serius terhadap hak konsumen dan masyarakat. Uang yang seharusnya menjadi Pendapatan Asli Daerah (PAD) untuk pembangunan fasilitas publik (perbaikan jalan, lampu penerangan, fasilitas parkir layak) justru masuk ke kantong pribadi. Ini adalah bentuk kezaliman struktural yang merampas hak publik. Dalam Islam, harta yang diperoleh dengan cara *batil* (tidak sah) hukumnya haram untuk dimakan, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Baqarah: 188.

Pengabaian dampak lingkungan dan sosial berupa kemacetan, sampah, dan gangguan ketertiban umum menunjukkan bahwa pemilik usaha belum sepenuhnya menerapkan prinsip dar'u al-mafasid (mencegah kerusakan) dan maslahah mursalah (kemaslahatan umum). Imam Al-Ghazali dalam maqashid syariah menegaskan bahwa tujuan utama syariah adalah mewujudkan kemaslahatan dan menghilangkan kemudharatan (*jalbu al-mashalih wa dar'u al-mafasid*). Kemacetan dan sampah jelas termasuk kategori mafsadah (kerusakan) yang harus dicegah. Lebih dari itu, Rasulullah SAW bersabda: "Barangsiapa yang mengganggu tetangganya, maka ia tidak beriman" (HR. Bukhari dan Muslim). Meskipun hadits ini secara literal berbicara tentang tetangga tempat tinggal, semangatnya dapat diperluas pada tetangga usaha atau masyarakat di sekitar lokasi usaha.

3. Implikasi bagi Kesejahteraan Holistik (*Falah*)

Berdasarkan seluruh analisis di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa Es Pelopor Ponorogo telah berhasil menciptakan peningkatan kesejahteraan material yang signifikan bagi masyarakat sekitar melalui *spillover effect*. Namun, kesejahteraan tersebut belum mencapai taraf *barakah* (keberkahan) karena masih adanya praktik tidak adil (parkir liar), pengabaian lingkungan (sampah, kemacetan), dan rendahnya kesadaran spiritual karyawan.

Untuk mencapai *falah* (kesejahteraan hakiki), diperlukan transformasi dari sekadar transfer manfaat ekonomi menjadi internalisasi nilai-nilai Islam secara sistemik. Langkah-langkah konkret yang harus dilakukan antara lain: menyusun SOP berbasis syariah yang mencakup keadilan dalam takaran, transparansi harga, tanggung jawab lingkungan, dan hubungan kemitraan yang adil, mengadakan pelatihan etika bisnis Islam secara berkala untuk seluruh karyawan, tidak hanya aspek teknis tetapi juga pemahaman spiritual bahwa bekerja adalah ibadah. Membangun sistem pengawasan terstruktur, misalnya dengan menunjuk manajer cabang yang bertanggung jawab pada kepatuhan etis, mengelola parkir secara resmi dengan tarif sesuai Perbup, akad yang jelas, dan transparansi penggunaan dana, menyediakan tempat sampah yang memadai, menjadwalkan pengangkutan sampah, dan membuka dialog rutin dengan warga untuk mengatasi kemacetan, mengalokasikan dana CSR (meskipun skala kecil) untuk perbaikan infrastruktur di sekitar lokasi usaha, seperti perbaikan jalan

atau penerangan.

Hanya dengan langkah-langkah tersebut, spillover effect Es Pelopor tidak hanya dirasakan secara fisik, tetapi juga membawa keberkahan bagi semua stakeholders pemilik, karyawan, pemasok, tukang parkir, masyarakat, dan bahkan lingkungan sekitar. Dengan demikian, usaha ini tidak hanya sukses secara ekonomi, tetapi juga menjadi model bisnis yang berkeadilan, berkelanjutan, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan terhadap usaha Es Pelopor Ponorogo, dapat disimpulkan tiga hal utama sebagai berikut:

1. Usaha Es Pelopor Ponorogo telah menciptakan daur spillover effect yang positif dan berkesinambungan melalui tiga mekanisme. Market spillover terlihat dari peningkatan permintaan bahan baku yang mendorong kenaikan pendapatan pemasok lokal hingga 40% serta penyerapan tenaga kerja bagi warga sekitar yang sebelumnya menganggur. Knowledge spillover terjadi melalui transfer pengetahuan informal terkait inovasi produk dan strategi pemasaran yang menjadi referensi bagi UMKM lain di Ponorogo. Network spillover diwujudkan melalui kolaborasi dengan platform digital dan terbentuknya jaringan bisnis lokal yang saling menguntungkan.
2. Tantangan yang dihadapi usaha ini terbagi menjadi faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal meliputi persaingan bisnis yang semakin ketat, fluktuasi harga bahan baku, serta dampak lingkungan seperti kemacetan dan penumpukan sampah. Faktor internal yang lebih kritis adalah rendahnya pemahaman karyawan tentang etika bisnis Islam, tidak adanya standar operasional prosedur berbasis syariah, serta ketergantungan yang tinggi pada figur pemilik usaha sebagai satu-satunya pusat pengambilan keputusan etis.
3. Dalam perspektif etika bisnis Islam, spillover effect yang dihasilkan telah

sejalan dengan prinsip ta'awun (tolong-menolong), amanah (dapat dipercaya), dan ukhuwah islamiyah (persaudaraan). Namun, internalisasi nilai-nilai tersebut masih dangkal dan belum terintegrasi dalam sistem manajemen perusahaan. Praktik parkir liar yang melanggar regulasi dan etika, pengabaian dampak lingkungan, serta ketidaksadaran karyawan bahwa nilai-nilai yang mereka praktikkan merupakan bagian dari ajaran Islam menunjukkan bahwa kesejahteraan yang tercipta masih bersifat material dan belum mencapai taraf *falah* (kesejahteraan holistik) serta *barakah* (keberkahan). Dengan demikian, *spillover effect* dalam perspektif etika bisnis Islam bukan sekadar penyebaran manfaat ekonomi, tetapi juga wahana untuk mewujudkan keadilan, keberkahan, dan kesejahteraan berkelanjutan bagi seluruh pemangku kepentingan.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian, berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan usaha Es Pelopor Ponorogo dan penelitian serupa di masa depan:

1. Bagi Pemilik dan Manajemen Es Pelopor Ponorogo, disarankan untuk menyusun pedoman operasional berbasis syariah yang mencakup prinsip keadilan dalam transaksi, ketelitian dalam takaran, tanggung jawab lingkungan, dan hubungan kemitraan yang adil dengan pemasok. Pelatihan berkala mengenai etika bisnis Islam perlu diberikan kepada seluruh karyawan mulai dari kasir, peracik, hingga waiter agar nilai-nilai seperti *amanah*, *'adl*, dan *ihsan* tidak hanya dipahami, tetapi ju- ga

diinternalisasi dalam praktik sehari-hari. Selain itu, penting untuk membentuk sistem pengawasan yang terstruktur dan menjalin dialog rutin dengan masyarakat sekitar guna mengelola dampak samping seperti ke- macetan, kebersihan, dan keberlanjutan hubungan sosial.

2. Bagi Pemerintah Daerah dan Lembaga Pendukung UMKM, pemerintah daerah dapat mempertimbangkan untuk memberikan pendampingan dan pelatihan manajemen berbasis syariah bagi UMKM yang berkembang pesat seperti Es Pelopor. Dukungan dalam bentuk pengaturan lokasi usaha, fasilitas parkir yang memadai, serta pengelolaan sampah yang terintegrasi juga diperlukan untuk meminimalkan dampak negatif sekaligus memaksimalkan kontribusi UMKM terhadap perekonomian lokal. Kolaborasi dengan akademisi dan praktisi ekonomi syariah dapat membantu menyusun modul pelatihan yang aplikatif bagi pelaku UMKM.
3. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara empiris besaran dampak ekonomi yang ditim- bulkan, baik dari segi penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan pemasok, maupun kontribusi terhadap PDRB. Selain itu, penelitian serupa dapat dilakukan pada jenis UMKM lain atau di lokasi berbeda untuk memperkaya referensi mengenai integrasi etika bisnis Islam dalam praktik usaha mikro. Kajian mendalam tentang mekanisme internalisasi nilai syariah dalam budaya organisasi UMKM, serta strategi mengatasi *backwash*

effect, juga menjadi area yang relevan untuk diteliti lebih lanjut.

4. Bagi Masyarakat dan Stakeholder Lainnya, masyarakat dan pemangku kepentingan diharapkan dapat mendukung UMKM yang menerapkan prinsip etika bisnis Islam dengan menjadi konsumen yang kritis dan proaktif dalam memberikan umpan balik. Pemasok dan karyawan juga diajak untuk terlibat aktif dalam membangun hubungan kemitraan yang berkeadilan dan berlandaskan nilai *ta'awun* (kerja sama saling menguntungkan). Sinergi antara pelaku usaha, pemasok, karyawan, dan masyarakat dapat memperkuat ekosistem bisnis yang berkelanjutan, tidak hanya secara ekonomi, tetapi juga dalam perspektif sosial-spiritual sesuai dengan maqasid al-shariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrori, Moh, dan Sakinah Sakinah. “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Praktik Usaha Mikro di Indonesia.” *Madinah: Jurnal Studi Islam* 11, no. 2 (2024): 2. <https://doi.org/10.58518/madinah.v11i2.3085>.
- Adiananda, Adiananda, Amirullah Amirullah, Diana Rapitasari, Puji Nur Wahib, dan Maria Ulfa. “Teknologi Mesin Pengaduk Adonan Dan Kue Semprit Varian Rasa Untuk Efisiensi Produksi Dan Meningkatkan Pemasaran Jajanan Tradisional Sampang.” *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 9, no. 01 (2024): 17. <https://doi.org/10.30996/jpm17.v9i01.9694>.
- Amin, Rubel, Bijay Prasad Kushwaha, dan Md Helal Miah. “The Process Optimization Method of the Optimal Online Sales Model of Information Product Demand Concerning the Spillover Effect.” *Journal of International Logistics and Trade* 21, no. 2 (2023): 62–83. <https://doi.org/10.1108/JILT-06-2022-0013>.
- An Ras Try Astuti. *Etika Bisnis Islam*. Cetakan 1. IAIN Parepare Nusantara Press, 2022.
- Aselina Endang Trihastuti. *Etika Bisnis Islam*. Deepublish Publisher, 2021.
- Aura Tafana, Bayu Andika, Fahira Rizka Olivia Mahyu, dan Feby Nurhalizah Siregar. “Etika Bisnis Islam.” *Jurnal Akademik Ekonomi dan Manajemen* Vol 1 No. 4 (2024): 63–70.
- Authari, Alya Latifah, Muhammad Fakhrol Fikri, dan Salma Aulia. “Etika Dalam Bisnis Islam: Panduan Dari Hadits Tentang Jual Beli.” *Al-A’MAL* (Sumatra Utara), 2023.
- “Buku Etika Dan Konsep Manajemen Bisnis Islam - Original - Deepublish.” *Machidolia - Pusatnya Buku Pendidikan Original*, 26 September 2023. <https://naqibabookstore.com/product/buku-etika-dan-konsep-manajemen-bisnis-islam-original-deepublish/>.
- Dewi, Wayan Weda Asmara, Nufian Febriani, Nia Ashton Destrity, dkk. *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press, 2022.
- Erike Devliana Vinuri, Imam Bukhori, dan Yeni Kartikawati. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Kinerja Bisnis UMKM (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM di Sekitar Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong).” *Ekonomi Insentif* Vol. 18 No. 1 (2024): 1–12.
- Fitria, Ika Ainun Nur, Bakti Widyaningsih, dan Arivatu Ni’mati Rahmawati. “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Biro Travel Umroh Dan Haji Di Kabupaten Jombang.” *JIESP Journal of Islamic Economics*

Studies and Practices 3, no. 1 (2024): 1.
<https://doi.org/10.54180/jiesp.2024.3.1.23-31>.

Fitriani, Ajeng Pipit, Aldzu Pazeroma, dan Dwi Rahayu. "Strategi Pemasaran Dan Literasi Syariah Dalam Mendukung Pemberdayaan UMKM Masyarakat." *Amaluna: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 2 (2022): 103.

Hariyanto, Samuel Kharis, dan Dyah Wulan Sari. "Dampak Spillover Penanaman Modal Asing Terhadap Produktivitas Industri Manufaktur Medium-High Technology Di Indonesia." *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 12 No. 1 (2024): 1–17. <https://doi.org/10.33059/jseb.v12i1.2138>.

idri, Arif Jamaluddin Malik, M. Nawawi, Syamsuddin, Muhammad Hadi Sucipto, dan Fikri Mahzumi. *Studi Hadits*. UIN Sunan Ampel Press (UIN SA Press), 2014.

Khairunnisa, dan Mustapa Khamal Rokan. "Strategi Sosialisasi Tabungan Easy Wadiah pada Bank Syariah Indonesia KC Lubuk Pakam." *PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik* Vol. 1 No. 4 (2021).

Lestari, Irna Puji, Mamduh Mahmadah Hanafi, dan Leo Indra Wardhana. "A Literature Review Of Updated Islamic Corporate Governance Elements: Implications For Indonesia." *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance* 11, no. 1 (2025): 1. <https://doi.org/10.21098/jimf.v11i1.2305>.

Margono, S. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Rineka Cipta, 2019.

Marsudi, Kenlies Era Rosalina, dan Sinta Filiawati. "Analisis Pemberdayaan UMKM Melalui Akad Qardh Al-Hasan (Studi Kasus pada Mini Bank Syariah IAIN Ponorogo)." *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, dan Bisnis Islam (SOSEBI), Tulungagung: UIN Sayyid Ali Rahmatullah* 2, no. 2 (2022): 236.

Maulida, Novita, dan Aisyah. "Islamic Business Ethics: Implementation Of Principles Of Justice And Responsibility In Sharia Economics| El-Iqthisady : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah." *El- Iqtishadi* Vo. 6 No. 1 (2024): 24.

Moleong, dan J. Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya, 2017.

Moulida, Moulida, Muhammad Rasyidi, dan Raja Sakti Putra Harahap. "Pengaruh Spillover Effect Terhadap Return Saham Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Kasus Pada BUMN)." *JOVISHE : Journal of Visionary Sharia Economy* 1, no. 1 (2022): 1.
<https://doi.org/10.57255/jovishe.v1i1.75>.

Nabila, Rifda. "Application of Islamic Business Ethics in Online Selling and

Buying Transaction.” *Indonesian Journal of Islamic Economics Research* 1, no. 1 (2019): 1. <https://doi.org/10.18326/ijier.v1i1.2550>.

Narbuko, Cholid, dan Abu Achmadi. *Metodologi penelitian: memberikan bekal teoretis pada mahasiswa tentang metodologi penelitian seta diharapkan dapat melaksanakan penelitian dengan langkah-langkah yang benar*. Bumi Aksara, 2013.

Nasution, Abdul Fattah. *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Harfa Creative, 2023.

Natasha Samantha dan Norma Rosyidah. “Analisis Implementasi Prinsip Etika Bisnis Islam Dikalangan Pedagang Muslim(Studi Pada Pasar Tradisional Porong Kabupaten Sidoarjo).” *Jurnal Cakrawala Akademika* Vo. 1 No. 2 (2024): 1–17.

“Perda Penertiban Parkir Ponorogo 2025 | PDF.” Diakses 12 April 2026. <https://www.scribd.com/document/961233962/RAPERDA-Penanggulangan-Parkir-Liar>.

Piliang, Lukman Hakim. “UMKM Penggerak Roda Perekonomian Nasional.” *Public Administration Journal*, No. 1, Vol. 8 (2024): 4–6.

Ponorogo, Badan Pusat Statistik Kabupaten. “Statistik Daerah Kabupaten Ponorogo 2024.” Diakses 7 April 2025. <https://ponorogokab.bps.go.id/id/publication/2024/12/24/dede711dc273e5658537c756/statistik-daerah-kabupaten-ponorogo-2024.html>.

Pujiati, Amin. “Pengaruh Knowlwdge Spillover Terhadap Pertumbuhan Industri Di Kawasan Industri Jawa Tengah.” *ResearchGate* vo. 1 No. 2 (Oktober 2024). <https://doi.org/10.15294/jejak.v2i1.1459>.

Qibti, Maisi Hasna Mariyatul, dan R. Mulyo Hendarto. “Analisis Spillover Effect Pertumbuhan Ekonomi antar Kabupaten/Kota di Kawasan Purwomanggung Jawa Tengah Tahun 1988-2018.” *Diponegoro Journal of Economics* 9, no. 4 (2020): 4. <https://doi.org/10.14710/djoe.29049>.

Qibtiyah, Maryatul, Kirana Rahmawati, Adela Ibrahim, Sevina Atmala Sari, dan Mu’alimin. “Identifikasi Tahapan dan Dampak dari Manajemen Konflik.” *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia* Vol. 1, No. 2 (2024).

Rachmayanti, Agvina, dan Nanik Eprianti. “Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Praktik Konsinyasi.” *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law* 2, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.29313/bcssel.v2i2.2863>.

Safitri, Alfia, dan Abdur Rahman. “Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di CV. Swalayan Cahaya Abadi Mambulu Barat.” *Mabny: Journal of Sharia Management and Business* 4, no. 2 (2024): 2. <https://doi.org/10.19105/mabny.v4i02.14378>.

- Sari, Galuh Nilam, dan Mohammad Wahed. "Analisis Spillover Effect Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Wilayah Bakorwil V Jember Jawa Timur Menggunakan Analisis VECM." *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)* 9, no. 4 (2023): 4. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1283>.
- Sidiq, Umar, dan Moh Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. CV. Nata Karya, 2019.
- Suharyati, Tati Handayani, dan Kery Utami. "Pemberdayaan Umkm Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Umkm Iwapi Ranting Sawangan." *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia* 6, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.24912/jbmi.v6i1.23778>.
- "Surat Al-Ma'idah Ayat 2: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online." Diakses 12 Februari 2026. <https://quran.nu.or.id/al-ma%27idah/2>.
- Susanti, Nanci Eka. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Transaksi Jual Beli Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Perspektif Etika Bisnis Islam." *JIS: Journal Islamic Studies* 2, no. 2 (2024): 2. <https://doi.org/10.71456/jis.v2i2.885>.
- Yolanda, Cindy. "Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia." *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS* 2, no. 3 (2024): 170–86. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>.
- Yulya Ammi Hapsari, Putri Apriyanti, Aldi Hermiyanto, dan Fahrur Rozi. "Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia." *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif* 2, no. 4 (2024): 53–62. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.464>.
- Yusra, Zhahara, Rufran Zulkarnain, dan Sofino Sofino. "Pengelolaan LKP Pada Masa Pandemi COVID-19." *Journal Of Lifelong Learning* 4, no. 1 (2021): 15–22. <https://doi.org/10.33369/joll.4.1.15-22>.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Wawancara	15
Tabel 2.1 Sistematika Pembahasan	20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1Foto dengan owner	88
Gambar 1 2Foto dengan karyawan cab.3	88
Gambar 1 3 Foto dengan karyawan cab.1	88
Gambar 1 4Foto dengan penjual es kristal	88
Gambar 1 5Foto dengan penjual buah	88
Gambar 1 6Foto dengan tukang parkir cab.3	88

LAMPIRAN

A. Dokumentasi Wawancara



Gambar 1 1 Foto dengan owner



Gambar 1 2 Foto dengan karyawan cab.3



Gambar 1 3 Foto dengan karyawan cab.1



Gambar 1 4 Foto dengan penjual es kristal



Gambar 1 5 Foto dengan penjual buah



Gambar 1 6 Foto dengan tukang parkir cab.3