



Etika Bisnis Dalam Islam

Ahmad Bisri Musthafa

STAI Al-Mas'udiyah

Email: abimusthafa74@gmail.com

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima: 17 Juli 2022

Direvisi: 20 September 2022

Dipublikasikan: 31 Oktober 2022

e-ISSN: 2829-2960

p-ISSN: 2829-8101

DOI: 10.69768/ji.v1i2.11

Abstract

Economic practices at the time of the Prophet and Khulafaurrasydin showed a large role of the market. The research method used is descriptive research is a form of research aimed at describing existing phenomena, both natural phenomena and man-made phenomena, can be in the form of forms, activities, characteristics, changes, relationships, similarities, and differences between one phenomenon and another. . This research data collection technique uses two kinds of data sources, namely primary data and secondary data. The results showed that the Prophet really appreciated the price set by the market as a fair price. However, the market here requires morality, including: fair competition, honesty, openness, and fairness. If these values have been established, then there is no reason to reject the market price. so that in the market there is a sale and purchase called muamalah. Business ethics in Islam is not limited to mere study and research, but more than that business ethics in Islam needs to be applied in modern business practices. In the perspective of Islamic law, there are basic principles that must be avoided in doing business, namely: it does not contain elements of usury, does not contain elements of fraud and does not do business with prohibited goods.

Keywords: Ethics, Business, Islam, Riba

PENDAHULUAN

Kewirausahaan adalah suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas serta berani menanggung risiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan

hasil karya tersebut. Keberanian mengambil resiko sudah menjadi milik seorang wirausahawan karena ia dituntut untuk berani dan siap jika usaha yang dilakukan tersebut belum memiliki nilai perhatian di pasar (Fahmi, 2014). Peter F. Drucker dalam

Kasmir mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Kasmir, 2006).

Berdasarkan data statistik yang dilakukan oleh BPS (Badan Pusat Statistik) pada sensus penduduk tahun 2010, tercatat 87,2 % (207,2 jiwa) dari 236,4 juta jiwa masyarakat beragama Islam. Oleh karena itu, masyarakat beragama Islam tentunya memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan perekonomian negara.

Dalam ruang lingkup perdagangan, seorang pedagang mengejar keuntungan merupakan suatu hal yang sangat wajar, akan tetapi mencapai keuntungan tersebut perlu memperhatikan pihak lain. Salah satu bentuk perhatian tersebut yaitu dengan berperilaku etis dalam berdagang demi kelangsungan hidup pedagang itu sendiri. Perilaku etis seorang pedagang dapat berupa menerapkan nilai-nilai moral dalam setiap aktivitasnya jika dilihat dari perspektif jangka panjang. Perilaku yang tidak etis dapat merugikan dirinya sendiri karena di kemudian hari hal-hal yang tidak diinginkan bisa saja terjadi jika seorang pedagang tidak menerapkan nilai-nilai moral dalam setiap aktivitasnya (Amalia, 2014).

Menurut etika bisnis Islam, setiap pelaku bisnis (wirausaha) dalam berdagang hendaknya tidak semata-mata bertujuan mencari keuntungan

sebesar-besarnya, akan tetapi yang paling penting adalah mencari keridhaan dan mencapai keberkahan atas rezeki yang diberikan oleh Allah SWT. Profit bukanlah semata-mata tujuan yang harus selalu diutamakan. Dunia bisnis juga harus berfungsi sebagai sosial dan harus dioperasikan dengan mengindahkan etika-etika yang berlaku di masyarakat. Para pengusaha juga harus menghindari dari upaya yang menyalagunakan segala cara untuk mengejar keuntungan pribadi semata tanpa peduli berbagai akibat yang merugikan pihak lain, masyarakat luas (Anindya, 2017).

Etika bisnis sebenarnya telah diajarkan oleh Rasulullah SAW. Selain memiliki sifat ulet dan berdedikasi dalam berdagang, beliau juga memiliki sifat Siddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh. Shiddiq mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, amal perbuatan serta keyakinan seperti nilai dasar yang diajarkan dalam Islam. Istiqamah atau konsisten dalam keimanan dan nilai kebaikan meskipun dihadapkan pada tantangan serta godaan, serta ditampilkan dalam kesabaran dan keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal. Fathanah berarti cerdas dalam memahami secara mendalam segala sesuatu yang menjadi tugas dan kewajibannya, dengan demikian akan timbul kreatifitas dan kemampuan melakukan inovasi yang bermamfaat. Amanah yaitu terpercaya, sehingga dapat ditampilkan dalam kejujuran berdagang serta pelayanan yang

optimal dalam segala hal. Yang terakhir adalah Tabligh yaitu menyampaikan wahyu, maksudnya bahwa Rasulullah pasti menyampaikan seluruh ajaran Allah SWT, sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melakukan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari (Rozalinda 2014).

Pentingnya etika dalam berbisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah kiranya untuk dipaparkan secara mendalam. Sehingga, fokus pembahasan pada penelitian ini ialah mengelaborasi etika bisnis yang baik dalam pandangan Islam.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia, bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena.

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan dua macam sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung pada obyek yang bersangkutan, data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara peneliti yang akan

ditanyakan kepada responden yaitu pedagang Pasar Leuwiliang. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung (melainkan dari pihak lain). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi pustaka yang mendukung penulisan penelitian, serta diperoleh dari buku-buku, jurnal, skripsi, internet dan berbagai literatur yang relevan dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis dalam Islam

Bisnis menurut pandangan Islam diartikan sebagai serangkaian aktivitas yang beragam bentuknya, namun ada batasan terkait cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (terdapat aturan halal dan haram). Islam pun telah mengajarkan penerapan prinsip-prinsip syariah di dalam entitas bisnis. Pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang teguh pada ketentuan syariat (aturan-aturan dalam Al-Qur'an dan hadis), dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktis bagi pelaku kegiatan ekonomi (bisnis) (Rivai, 2012). Pada firman Allah SWT dalam al-Quran surah al-Nisa [4]: 29 bahwa: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah SWT adalah Maha Penyayang

kepadamu." Ayat di atas menunjukkan kelengkapan syariat Islam dalam mengatur dan membentengi aktivitas-aktivitas bisnis secara keseluruhan. Hal ini selaras dengan apa yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW, melalui akhlak yang baik membimbing manusia berpikir, berkata dan bertindak menggunakan acuan al-Qur'an dan hadis dengan tujuan mengharapkan keridhaan Allah (Ghani, 2005).

Berbisnis adalah bagian dari muamalah karenanya bisnis juga tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur tentang masalah muamalah. Dalam berbisnis setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain seperti rekan bisnis dan pesaing bisnis. Sebagai hubungan interpersonal seorang pebisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Dan dalam berbisnis sang pelaku bisnis harus tahu bagai mana cara persaingan yang sehat dalam usahanya. Tentunya sang pelaku bisnis harus mengetahui bagai mana etika berbisnis yang Islami, sehingga tidak melanggar peraturan-peraturan etika bersaing menurut Islam maupun hukum pemerintah.

Persaingan usaha yang sehat akan menjamin keseimbangan antara hak produsen dan konsumen. Indikator dari persaingan yang sehat adalah tersedianya banyak produsen, harga pasar yang terbentuk antara permintaan dan penawaran pasar, dan peluang yang sama rari setiap usaha dalam bidang industri dan

perdagangan. Adanya persaingan yang sehat akan menguntungkan semua pihak termasuk konsumen dan pengusaha kecil, dan produsen sendiri, karena akan menghindari terjadinya konsentrasi kekuatan pada satu atau beberapa usaha tertentu.

Etika Dalam Islam

Etika Islam berasal dari Bahasa Arab: Adab dan Akhlak Islamiyah, adalah etika dan moral yang dianjurkan di dalam ajaran Islam yang tercantum di dalam Al-Quran dan Sunnah, dengan mengikuti contoh dari teladan Nabi Muhammad, yang didalam akidah Islamiyah dinyatakan sebagai manusia yang paling sempurna akhlaknya. (Mabarroh, 2016). Dalam hubungan manusia dengan Allah SWT dapat dikembangkan melalui etika Tauhid dengan mengikuti segala perintahnya dan menjauhi segala larangannya sebagaimana dalam berperilaku baik dari perkataan maupun perbuatan yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Sedangkan dalam hubungan manusia dengan sesama makhluk dapat dikembangkan melalui sikap etis yang baik menurut akal sehat dan tidak keluar dari jalur norma agama serta dapat dipertanggung jawabkan.

Etika (akhlaq) merupakan suatu sifat yang tertanam dalam jiwa (manusia), yang dapat melahirkan suatu perbuatan yang mudah dilakukan tanpa melalui maksud untuk memikirkannya (lebih lama)

(Baidowi, 2016). Maka jika sifat tersebut melahirkan suatu tindakan yang terpuji menurut ketentuan akal dan norma agama, dinamakan akhlak yang baik. Akan tetapi manakala a melahirkan tindakan yang jahat, maka dinamakan akhlak yang buruk. Akhlak yang baik dan buruk tersebut telah termaktub dalam AlQuran dan Hadits yang menjadi dasar bagi etika iIslam (Rosiyana, Arifin, & sunarti, 2017).

Secara historis kajian mengenai etka bisnis ini sejak lama telah diperbincangkan. Paling tidak sejak abad ke-18 etika bisnis merupakan sebuah kajian penting dalam bidang rumpun ilmu ekonomi. Banyaknya kecurangan, penipuan, dan penghianatan dalam praktik bisnis adalah alasan utama mengapa sampai hari ini etika bisnis masih ramai dibicarakan. Misalnya perusahaan Mitsubishi adalah perusahaan elektronik TV yang menyebabkan banyak terjadi kebakaran akibat produk TV yang cepat panas, tetapi pihak perusahaan enggan menarik produknya dari pasar. Ada juga perusahaan sepatu (Nike) yang membayar upah pekerja dengan rendah padahal mereka menjual produk di pasaran dengan harga tinggi (Nawatmi, 2010: 51). Untuk kasus Indonesia kajian mengenai etika bisnis ini sesungguhnya mengalami puncak pada masa orde baru, banyaknya kasus korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN), kasus penggelapan dana pajak, dan masih banyak lagi lainnya.

Etika Bisnis dalam Pandangan Islam

Al-Qur'an juga mengatur kegiatan kehidupan atau muamalah. Juga etika perdagangan, penjualan atau pemasaran. Salah satu ayat Al-Qur'an yang dipedomani sebagai etika marketing adalah QS. Al-Baqarah. Surat kedua dalam Al-Qur'an ini terdiri atas 286 ayat, 6.221 kata dan 25.500 huruf, dan tergolong surat Madaniyah. Sebagian besar ayat dalam surat ini diturunkan pada permulaan hijrah, kecuali ayat 281 yang diturunkan di Mina saat peristiwa Haji Wada'. Surat ini yang terpanjang dalam Al-Qur'an. Dinamakan Al-Baqarah yang artinya sapi betina karena di dalamnya terdapat kisah penyembelihan sapi betina yang diperintahkan Allah kepada Bani Israil (ayat 67-74). Surat ini juga dinamakan *Fustatul Qur'an* (Puncak Al-Qur'an) karena memuat beberapa hukum yang tidak disebutkan dalam surat yang lain.

Etika Bisnis sebagai praktis berarti nilai-nilai dan norma-norma moral sejauh mana dipraktekkan atau justru tidak dipraktekkan, walaupun seharusnya dipraktikkan. Etika sebagai refleksi adalah pemikiran moral. Dalam etika sebagai refleksi kita berfikir tentang apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Secara filosofi etika memiliki arti yang luas sebagai pengkajian moralitas. Pada etika terdapat tiga fungsi dan perwujudannya yaitu etika deskriptif (*descriptive ethics*), menjelaskan pengalaman moral secara deskriptif untuk mengetahui motivasi, kemauan

dan tujuan sesuatu tindakan dalam tingkah laku manusia. Kedua, etika normatif (normative ethics), berusaha menjelaskan mengapa manusia bertindak seperti yang mereka lakukan, dan apakah prinsip-prinsip dari kehidupan manusia. Ketiga, metaetika (metaethics) berusaha untuk memberikan arti, istilah dan bahasa yang dipakai dalam pembicaraan etika, serta cara berfikir yang dipakai untuk membenarkan pernyataan-pernyataan etika. Metaetika mempertanyakan makna yang dikandung oleh istilah-istilah kesusilaan yang dipakai untuk membuat tanggapan-tanggapan kesusilaan (Eldine, 2009).

Dalam Islam, etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (iman). Etika Islam memberi sanksi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika. Konsep etika dalam Islam tidak utilitarian dan relatif, akan tetapi mutlak dan abadi. Jadi, Islam menjadi sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk dalam dunia bisnis. Al-Quran memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha, tidak ada unsur eksploitasi (QS. 4: 29) dan bebas dari kecurigaan atau penipuan, seperti keharusan membuat administrasi dalam transaksi kredit (QS. 2 : 282). Syed Nawab Haidar Naqvi dalam buku "Etika dan Ilmu Ekonomi : Suatu Sintesis Islami", memaparkan empat aksioma etika ekonomi, yaitu, tauhid, keseimbangan (keadilan), kebebasan

dan tanggung jawab. Tauhid merupakan wacana teologis yang mendasari segala aktivitas manusia, termasuk dalam berbisnis. Tauhid menyadarkan manusia sebagai makhluk lahiyah atau makhluk yang bertuhan. Dengan demikian, dalam berbisnis manusia tidak lepas dari pengawasan Tuhan dan dalam rangka melaksanakan perintah Tuhan (QS. 62:10) Keseimbangan dan keadilan, berarti, bahwa perilaku bisnis harus seimbang dan adil. Keseimbangan berarti tidak berlebihan (ekstrim) dalam mengejar keuntungan ekonomi (QS.7:31). Kepemilikan individu yang tak terbatas, sebagaimana dalam sistem kapitalis, tidak dibenarkan. Dalam Islam, Harta mempunyai fungsi sosial yang kental (QS. 51:19). Kebebasan, berarti manusia sebagai individu dan kolektivitas, mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam.

Johan Arifin mengemukakan bahwa ada dua macam etika yaitu :

1. Etika deskriptif adalah etika yang menelaah secara kritis dan rasional tentang sikap dan perilaku manusia, secara apa yang dikejar setiap orang dalam hidupnya sebagai sesuatu yang bernilai. Artinya etika deskriptif tersebut berbicara mengenai fakta secara apa adanya, yakni mengenai nilai dan perilaku manusia sebagai

suatu fakta yang terkait dengan situasi dan realitas yang membudaya.

2. Etika normatif adalah etika yang menetapkan berbagai sikap dan perilaku yang ideal dan seharusnya dimiliki oleh manusia atau apa yang seharusnya dijalankan oleh manusia dan tindakan apa yang bernilai dalam hidup ini. Jadi etika normatif merupakan norma-norma yang dapat menuntun agar manusia bertindak secara baik dan menghindarkan hal-hal yang buruk, sesuai dengan kaidah atau norma yang disepakati dan berlaku dimasyarakat (Arifin, 2009).

Sementara itu, bisnis memiliki pengertian yang sangat luas. Aktifitas bisnis bukan saja kegiatan dalam rangka menghasilkan barang dan jasa, tetapi juga termasuk kegiatan mendistribusikan barang dan jasa tersebut ke pihak-pihak yang memerlukan serta aktivitas lain yang mendukung kegiatan produksi dan distribusi tersebut (Agoes dan Ardana, 2016). Etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai "daratan" atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat (Badroen, 2006). Bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya adalah keuntungan (Kasmir dan Jakfar, 2012).

Etika bisnis selanjutnya yang terdapat di dalam Alquran adalah bahwa dalam berbisnis harus ada keseimbangan dan keadilan. Maksudnya dalam berbisnis tidak berlebihan dalam mencari keuntungan (QS. Al-A'raf/7: 31). Sebab itu kapitalisme sebagaimana sistem dagang yang diterapkan negara-negara sekuler tidak dibenarkan dalam Islam. Karena dalam Islam harta mempunyai fungsi sosial yang sangat penting dalam membantu sesama. Di dalam berbisnis Alquran melarang keras untuk berbuat curang. Tidak boleh mengurangi timbangan atau takaran. Kepada orang lain ia meminta agar takarannya ditambahi, namun ketika dirinya menimbang cenderung mengurangi (QS. Al-Muthaffifin/83: 1-3). Dalam berbisnis mesti jujur dalam melakukan transaksi, tidak boleh ada kecurangan.

SIMPULAN

Rasulullah sangat menghargai harga yang di bentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Namun, pasar disini mengharuskan adanya moralitas, antara lain: persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Jika nilai-nilai ini telah di tegakkan, maka tidak ada alasan untuk menolak harga pasar. sehingga didalam pasar terdapat jual beli yang disebut dengan muamalah. Etika bisnis dalam Islam tidak sebatas sebagai bahan kajian dan penelitian semata, akan tetapi lebih dari sekedar itu etika bisnis dalam Islam perlu diterapkan dalam praktik

bisnis modern. Dalam perspektif hukum Islam terdapat prinsip dasar yang harus dihindari dalam berbisnis yaitu: tidak mengandung unsur riba, tidak mengandung unsur penipuan serta tidak berbisnis dengan barang-barang yang diharamkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, Sukrisno dan I Cenik Ardana. (2014). *Etika Bisnis dan Profesi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Amalia, F. (2014). Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 6.1, 133-142.
- Arifin, Johan. (2009). *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press.
- Badroen, Faisal et al. (2006). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Desy Astrid Anindya. Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua. *At-Tawassuth*, Vol. II, No.2, 2017: 389 - 412.
- Fahmi, Irham. (2014). *Kewirausahaan: Teori, Kasus dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Ghani, Muhammad Abdul. (2005). *The Spirituality in Business: Pencerahan Hati Bagi Pelaku Usaha*. Jakarta: Pena.
- Hijriah, Hanifiyah Yuliatul. Spiritualitas Islam dalam Kewirausahaan. *Tsaqafah: Jurnal Peradaban Islam*, Vol. 12, No. 1, Mei 2016, 187-208.
- Kasmir dan Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis*. (edisi revisi). Jakarta: Kencana.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mabarroh, A. (2016). Etika Perilaku Periklanan Dalam Bisnis Islam. *Jesi (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 3.1, 37-48.
- Prasetyo, T., Agustina, Y., & Wijij, T. (2016). Bisnis Syariah: Etika Islam Dan Instrumen Keuangan Syariah Sebuah Pendekatan Meta Analisis." *Ekonomi Syariah Dalam Pemberdayaan Sektor Riil Di Indonesia*.
- Rivai, Veithzal dkk. (2012). *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rosiyana, L., Arifin, Z., & Sunarti. (2017). Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis Yang Islami (Studi Pada Waroeng Steak And Shake Cabang Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 53.1, 196-201.
- Rozalinda. 2014. *Ekonomi Islam (Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi)*. edited by P. R. Persada. Jakarta.