

URGENSI ETIKA DI DALAM SISTEM BISNIS ISLAM

*Khusniati Rofiah **

Abstrak: *Etika menyangkut kepantasan, artinya apa yang pantas atau tidak pantas dilakukan seseorang. Jika hal itu berkaitan dengan bisnis, maka segi kepantasan tersebut adalah mengenai apa yang pantas atau tidak pantas dilakukan seseorang ketika menjalankan bisnis dalam rangka mendapatkan keuntungan. Bisnis memiliki beberapa sistem yang terdiri dari persediaan input, proses hingga kegiatan yang menghasilkan output. Rangkaian kegiatan tersebut termasuk kegiatan produksi, distribusi, permodalan, hingga pada pemasaran. Kesemua tersebut harus dijalankan sesuai dengan aturan syari'ah yang berlaku, sehingga di dalam menjalankan bisnisnya, seorang muslim tidak hanya berorientasi usaha dunia saja, namun berorientasi secara horizontal dan vertikal. Maka, etika bisnis sangat diperlukan, khususnya etika Islam bagi pengusaha muslim.*

Kata Kunci: *Etika, Bisnis, Mu'amala, Ekonomi Islam.*

PENDAHULUAN

Dalam berusaha atau lebih dikenal dengan istilah bisnis, al-Qur'an dalam mengajak manusia untuk mempercayai dan mengamalkan tuntutan-tuntutannya dalam segala aspek kehidupan seringkali menggunakan istilah-istilah yang dikenal dalam dunia bisnis, seperti jual beli, untung rugi dan sebagainya, dalam konteks al-Qur'an ini menjanjikan:

* Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam STAIN Ponorogo

نَ اللَّهُ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنْ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي
 سَبِيلِ اللَّهِ فَيُقْتَلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدَا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ
 وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ وَذَلِكَ هُوَ
 الْفَوْزُ الْعَظِيمُ (١١١)

Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. mereka berperang pada jalan Allah ;lalu mereka membunuh atau terbunuh) .Itu telah menjadi (janji yang benar dari Allah di dalam Taurat ,Injil dan Al Quran .dan siapakah yang lebih menepati janjinya) selain (daripada Allah ?Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu ,dan Itulah kemenangan yang besar.¹

Pada ayat tersebut, mereka yang tidak ingin melakukan aktivitas kehidupannya kecuali bila memperoleh keuntungan semata, dilayani (ditantang) oleh al-Qur'an dengan menawarkan satu bursa yang tidak mengenal kerugian dan penipuan. Dijelaskan pula di dalam al-Qur'an tidak memberi peluang bagi seorang muslim untuk menganggur sepanjang saat yang dialami dalam kehidupan dunia ini. *Faidza faraghta fanshab*² menjelaskan hal ini. Dengan demikian prinsip dasar hidup yang ditekankan al-Qur'an adalah kerja dan kerja keras, sebagaimana firman Allah SWT :

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى (٣٩)

¹ QS. At-Taubah (9) : 111, Al-Qur'an dan Terjemahan (Penerbit Menara Kudus).

² Lihat QS. Al-Insyirah (94):7, sebelum ayat ini dijelaskan " sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan", yang disebut dua kali, merupakan prinsip tidak adanya keputus asa (dalam bekerja). Dalam Muhammad, dan R. Lukman Fauroni, Visi al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), 25-26.

“Dan bahwasannya seorang manusia tiada yang akan memperoleh kecuali selain apa (hasil) yang diusahakannya sendiri”³

Di samping penghargaan umum teradap pekerjaan bisnis, al-Qur’an sering membicarakan kejujuran dan keadilan dalam perdagangan.⁴ Al-Qur’an juga mencontohkan Allah sebagai prototipe perbuatan baik. Oleh karena itu, umat Islam harus berusaha untuk meniru-Nya dalam kehidupan mereka, termasuk tentunya, perilaku mereka dalam bisnis. Sifat-sifat Allah dan prinsip-prinsip yang digariskan oleh-Nya, seperti yang dinyatakan dalam al-Qur’an, haruslah berpengaruh dalam pemikiran dan perilaku umat Islam, mencetak mereka menjadi bentuk etis yang diinginkan. Pengetahuan akan sifat-sifat Allah dan ajaran-ajaran-Nya membentuk awal yang vital untuk konsep bisnis unik yang diuraikan al-Qur’an.

Jika perusahaan ingin mencatat sukses dalam bisnis, menurut Richard De George, ia membutuhkan tiga hal pokok, yaitu produk yang baik, manajemen yang mulus dan etika.⁵

Selama perusahaan memiliki produk yang bermutu serta berguna untuk masyarakat dan di samping itu dikelola dengan manajemen yang tepat di bidang produksi, finansial, sumber daya manusia, dan lain-lain, tetapi ia tidak mempunyai etika, maka kekurangan ini cepat atau lambat akan menjadi batu sandungan baginya.

Berbicara tentang etika akan membawa kita pada sebuah definisi, dimana seseorang atau segala hal itu dikatakan “boleh” atau “tidak boleh”, seiring dengan perkataan Immanuel Kant

³ QS. An-Najm (53): 39

⁴ Lihat Q. S. al-An’am: 152, al-Isra’: 35, dan ar-Rahman: 9.

⁵ K.Bertens, Pengantar Etika Bisnis (Yogyakarta: Kanisius, 2000), 375.

(1724M-1804M) bahwasannya etika adalah berkaitan dengan “Apakah yang boleh kita kerjakan?”.⁶ Pentingnya etika di dalam bisnis sangatlah diperlukan, karena telah banyak data yang menyebutkan beberapa bisnis di Amerika maupun di berbagai negara mengalami permasalahan karena adanya tindakan yang tidak etis di dalam perusahaan. Tindakan yang tidak etis tersebut bisa dilakukan dalam berbagai sistem bisnis dalam suatu perusahaan, bisa dalam sistem produksi, distribusi, promosi, modal yang diperoleh, dan lain-lainnya. Maka dari itulah prinsip-prinsip yang diajarkan oleh Islam dalam berbisnis tidak lain bertujuan untuk kemaslahatan manusia di dunia. Oleh karena itu di dalam makalah ini akan mencoba menjabarkan tentang bagaimana sistem bisnis yang beretika yang dapat diterapkan dalam semua perusahaan di dunia, khususnya bagi pelaku bisnis Islam.

PENGANTAR ETIKA BISNIS

Berbicara tentang etika, kiranya akan membawa kita pada sebuah definisi, dimana seseorang atau segala hal itu dikatakan “boleh” atau “tidak boleh”, seiring dengan perkataan Immanuel Kant (1724M-1804M) bahwasannya etika adalah berkaitan dengan “Apakah yang boleh kita kerjakan?”⁷. Beberapa tahun yang lalu, sosiolog Raymond Baumhart bertanya pada orang-orang yang berbisnis, “*What does ethics mean to you?*” diantara mereka menjawab:

“Ethics has to do with what my feelings tell me is right or wrong.”

“Ethics has to do with my religious beliefs.”

⁶ Juhaya s. Praja, Aliran-aliran Filsafat dan Etika (Jakarta: Kencana, 2003), 2.

⁷ Ibid, 2.

"Being ethical is doing what the law requires."

"Ethics consists of the standards of behavior our society accepts."

"I don't know what the word means."

Etika dapat di definisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika merupakan bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.⁸ Definisi lain etika adalah *" the systematic study of the nature of value concept, good, bad, ought, right, wrong, etc. and of the general principles which justify us in applying them to anything also called moral philosophy"*, yang artinya etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.⁹

Dalam Islam, istilah yang paling dekat berhubungan dengan istilah etika di dalam al-Qur'an adalah khuluq, juga terdapat istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan : *khayr* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *'adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (kebenaran dan kebaikan), *ma'ruf* (mengetahui dan menyetujui), dan *taqwa* (ketakwaan). Tindakan terpuji disebut salihat dan tindakan yang tercela disebut sebagai *sayyi'at*. Adapun faktor yang mempengaruhi tindakan etis bersandar pada faktor intrepetasi hukum, faktor-faktor organisasional, dan faktor individual yang meliputi tahap

⁸ Muhammad, Etika Bisnis Islam (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 3.

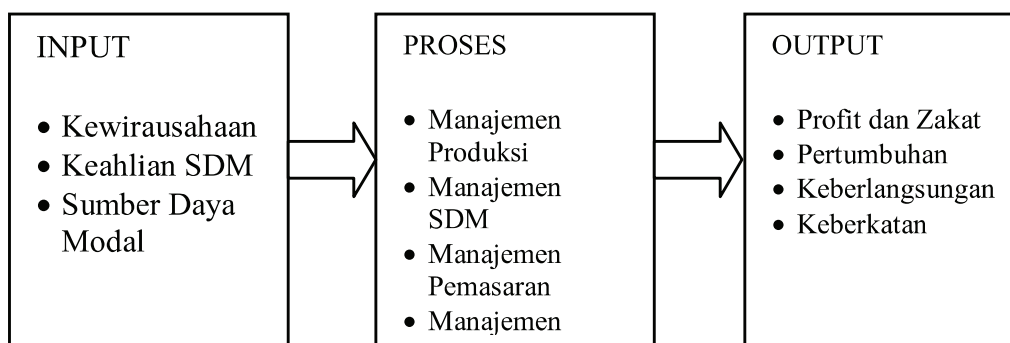
⁹ Badroen, , et al., Etika Bisnis Islam (Jakarta: Kencana, 2006), 5.

perkembangan moral, nilai pribadi dan personalitas, pengaruh keluarga, pengaruh teman sebaya, pengalaman hidup, dan faktor situasional.¹⁰

Kata bisnis/usaha sendiri berasal dari bahasa Inggris *Business*, yang dibentuk dari kata sifat *busy* yang artinya kesibukan, yang dapat diartikan sebagai aktivitas ekonomi, yakni kegiatan membuat (produksi), menjual (distribusi), membeli (konsumsi) barang dan jasa serta kegiatan penanaman modal (investasi).¹¹ Pandangan lain menyatakan bahwa bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa, dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen. Dalam al-Qur'an terma bisnis adalah *al-tijārah*, *al-bai'*, *tadāyantum*, dan *ishtara*. Dengan pengertian tersebut, maka *tijārah* dapat dimaknai bisnis.

Sebagai suatu sistem bisnis terdiri atas komponen-komponen yang saling berkaitan antara satu sama lain dalam mencapai suatu tujuan. Sistem bisnis berjalan dari tahap input, proses, hingga output. Secara anatomik, sistem bisnis tersebut dapat digambarkan seperti bagan di bawah ini ;

Anatomi Sistem Bisnis Islam.¹²



¹⁰ Ibid, 5-14.

¹¹ Ely Masykuroh, "Etika Bisnis," *Dialogia*, Vol. 1 (2003).

¹² Ibid, 69.

Dari bagan tersebut dapat diketahui, bahwasannya rangkaian sistem bisnis Islam hampir sama dengan sistem konvensional, hanya saja terdapat beberapa perbedaan yang dijabarkan pada bagan berikut:

Perbedaan Bisnis Islami dan Non Islami

| Bisnis Islami | Karakteristik Bisnis | Bisnis Non Islami |
|---|-----------------------------|--|
| Aqidah Islam (nilai-nilai transedental) | Asas | Sekulerisme (nilai-nilai materialisme) |
| Dunia-Akhirat | Motivasi | Dunia |
| Profit, zakat dan benefit (non-materi) Pertumbuhan, keberlangsungan, Keberkahan | Orientasi | Profit Pertumbuhan Keberlangsungan |
| Tinggi, Bisnis adalah bagian dari ibadah | Etos kerja | Tinggi, Bisnis adalah kebutuhan duniawi |
| Maju dan produktif, Konekwensi keimanan, dan manifestasi kemusliman | Sikap Mental | Maju dan produktif sekaligus konsumtif, Konsekwensi aktualisasi diri |
| Cakap dan ahli di bidangnya, Konsekwensi dari seorang muslim | Keahlian | Cakap dan ahli di bidangnya, Konsekwensi dari motivasi reward dan punishment |
| Terpercaya dan Bertanggung jawab, Tujuan tidak menghalalkan segala cara | Amanah | Tergantung kemauan individu (pemilik capital), Tujuan menghalalkan segala cara |

| Halal | Modal | Halal dan Haram |
|--|---------------------|--|
| Sesuai dengan akad kerjanya | Sumber Daya Manusia | Sesuai dengan akad kerjanya atau sesuai dengan keinginan pemilik modal |
| Halal | Sumber Daya | Halal dan haram |
| Visi dan misi organisasi terkait erat dengan misi penciptaan manusia di dunia | Manajemen Strategik | Visi dan misi organisasi ditetapkan berdasarkan pada kepentingan material belaka |
| Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran mengedepankan produktifitas dalam koridor syari'ah | Manajemen Operasi | Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran mengedepankan produktifitas dalam koridor manfaat |
| Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan, mekanisme keuangan dengan bagi hasil | Manajemen Keuangan | Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan, mekanisme keuangan dengan bunga |
| Pemasaran dalam koridor jaminan halal | Manajemen Pemasaran | Pemasaran menghalalkan segala cara |
| SDM professional dan berkepribadian Islam, SDM adalah pengelola bisnis, SDM bertanggung jawab pada diri, majikan dan Allah SWT | Manajemen SDM | SDM professional, SDM adalah faktor produksi, SDM bertanggung jawab pada diri dan majikan. |

Usaha/bisnis merupakan kegiatan yang berhubungan dan berkepentingan dengan lingkungan, lingkungan merupakan suatu sistem. Di dalam sistem terdapat beberapa variabel atau faktor yang tersedia di lingkungan dan terkait dengan bisnis. Dengan kata lain bisnis pada dasarnya merupakan upaya untuk mengelola sumber-sumber ekonomi yang disediakan oleh lingkungannya. Oleh karena itu, interaksi antara bisnis

dan lingkungannya atau sebaliknya menjadi suatu kajian yang menarik, dan di dalamnya tidak dapat dipisahkan dengan etika yang melandasinya.¹³

Secara sederhana mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. (*Learning what is right or wrong, and then doing the right thing, "Right Thing" based on moral principle, and others believe the right thing to do depends on the situation*). Kajian etika bisnis terkadang merujuk pada management ethics atau organizational ethics. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.¹⁴ Dalam Islam susunan adjective diatas mengenai etika bisnis ditambah dengan halal dan haram.¹⁵

ETIKA PERMODALAN

Secara bahasa (arab) modal atau harta disebut *al-amal* (mufrad-tunggal), atau *al-amwāl* (jama'-jamak). Secara harfiah, *al-māl* (harta) adalah segala sesuatu yang engkau punya. Adapun dalam istilah *syar'i*, harta di artikan sebagai segala sesuatu yang dimanfaatkan dalam perkara yang legal menurut syara' (hukum Islam), seperti bisnis, pinjaman, konsumsi, dan hibah (pemberian).¹⁶

Modal adalah salah satu faktor dari faktor produksi selain tanah, tenaga kerja, dan organisasi yang digunakan untuk

¹³ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004), 70-73.

¹⁴ Badroen, *Etika Bisnis...*, 70.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Persepektif Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2007), 37.

membantu mengeluarkan asset lain. Modal sangatlah penting begitu juga faktor produksi yang lainnya. Modal bisa menjadi jembatan penghubung antara modal yang satu kepada modal yang berikutnya.

Adapun bentuk-bentuk pengembangan modal menurut ketentuan Syariah Muamalah, dapat dilakukan dalam bentuk atau pola sebagai berikut:

1. Transaksi akad jual-beli, yaitu pengembangan modal usaha di mana seseorang berada dalam posisi sebagai penjual dan yang lainnya sebagai pembeli, seperti dalam akad *al-ba'i*, *al-salām* dan *al-istisnā'*.
2. Transaksi akad bagi-hasil, yaitu pengembangan modal usaha di mana seseorang dapat bertindak sebagai pemberi modal dan yang lainnya bertindak sebagai pengelola modal dengan kerentuan akan membagi hasil yang diperoleh sesuai perjanjian yang telah disepakati. Transaksi ini dapat dilihat dalam akad-akad bagi hasil seperti dalam akad *a-shirkah* seperti akad *al-muḍārabah* dan akad *al-shirkah*.
3. Transaksi akad jasa, yaitu pengembangan modal di mana seseorang bertindak sebagai konsumen/pemakai jasa dan wajib memberikan harga kepada pihak yang telah memberikan jasa tersebut menurut kesepakatan yang dibuat, seperti dalam akad *al-rahn*, *al-wadi'ah*. Dengan demikian langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam upaya mengembangkan dan mendaya-gunakan modal produksi ini, dapat direalisasikan antara lain dengan cara:
 - a. Mengadakan perjanjian *qard al-ḥasan* dengan suatu bank Syari'ah yang ada untuk tujuan sosial dengan memberikan pinjaman yang lunak kepada golongan ekonomi yang lemah (khususnya) berupa fasilitas

modal usaha, agar mereka dapat memiliki usaha yang tetap dan dapat dikembangkan dengan baik.

- b. Mengadakan berbagai larangan terhadap segala bentuk praktek bisnis yang tidak sehat dalam masyarakat, seperti perjudian, riba dan lain sebagainya, dan mewujudkan proses distribusi melalui wadah zakat, infaq dan shadaqah (yang dikelola oleh Bazis) dengan tujuan untuk memenuhi hak-hak sosial masyarakat lainnya. Dalam hal ini peran pemerintah (institusi yang berwenang) dibutuhkan untuk mewujudkannya.

Menurut Islam, kepemilikan pada dasarnya adalah sebagai naluri alamiah yang dimiliki manusia dan hanya berfungsi sebagai sarana penunjang untuk mencapai tujuan yang lebih besar, karena semua yang ada di muka bumi (termasuk harta) adalah milik Allah Swt. Sehingga, dalam konsep ekonomi Islam kepemilikan itu haruslah merata dan tidak terfokus pada beberapa golongan saja dan di dalam mendapatkan dan mengembangkannya haruslah melalui cara-cara yang sesuai dengan ketentuan ajaran agama. Dalam hal ini, ekonomi Islam memberikan batasan-batasan atau menurut penulis merupakan etika yang perlu diperhatikan sebagai berikut:

- a. Cara mendapatkan modal (harta) dan mengembangkannya tidak dilakukan dengan yang dilarang Syari'at Islam. Antara lain pertama, dengan jalan perjudian, karena cara ini dapat menimbulkan permusuhan dan dapat merusak tatanan kehidupan masyarakat. Pada dasarnya cara pengembangan ini dilakukan tanpa adanya usaha yang jelas dan hanya bersifat spekulasi semata. Kedua, pengembangan harta/modal dengan jalan riba (apapun bentuk dan jumlahnya), yaitu pengambilan keuntungan dengan cara mengeksploitasi tenaga orang lain. Ketiga,

pengembangan modal dengan jalan penipuan (*al-ghabn* atau *at-tadlis*). Cara-cara penipuan dalam segala kegiatan ekonomi yang dilakukan di masyarakat jelas-jelas dilarang dan diharamkan agama. Keempat, pengembangan modal (harta) dengan jalan penimbunan. Maksudnya adalah seseorang mengumpulkan barang-barang dengan tujuan menunggu waktu naiknya harga barang-barang tersebut, sehingga ia bisa menjualnya dengan harga tinggi menurut kehendaknya.

- b. Menentukan mekanisme pengembangan dan pengelolaannya, di mana dalam mekanisme ini harus jelas cara atau bentuk serta tujuan yang akan dicapai. Prinsipnya adalah peningkatan dan pembagian hasil untuk menciptakan sirkulasi yang benar dan tepat bagi setiap golongan masyarakat dengan latar belakang perekonomian yang berbeda.
- c. Hak milik pribadi kadangkala dalam keadaan tertentu dapat berubah menjadi milik umum. Di antara hal penting yang diungkapkan ajaran Islam adalah penetapan antara kepemilikan bersama menyangkut benda-benda yang bersifat *darūrī* (yang sangat dibutuhkan bagi semua manusia), sehingga kepemilikannya bersifat bersama dan umum.
- d. Mensuplai atau memberikan orang yang memiliki keterbatasan faktor-aktor produksi dengan ketentuan-ketentuan yang ada, seperti memberikan pinjaman modal untuk digunakan sebagai modal usaha sehingga dapat dikembangkan lagi menjadi lebih besar, ataupun dengan

memberikan modal kepada seseorang dengan perjanjian membagi hasil yang didapat sesuai perjanjian.¹⁷

ETIKA MEMILIH BIDANG USAHA

Dalam analisis ekonomi konvensional, secara kasar lapangan usaha dibedakan menjadi tiga kelompok kegiatan, yaitu kegiatan sektor primer (*primary sector*), di sektor sekunder (*secondary sector*), dan di sektor tersier (*tertiary sector*) atau sektor jasa. Sedangkan dalam analisis mengenai dunia bisnis, lapangan usaha hanya bias dibedakan menjadi dua golongan ; lapangan usaha yang menghasilkan barang, dan (2) lapangan usaha yang menghasilkan jasa. Lapangan usaha yang menghasilkan barang meliputi kegiatan di sektor primer dan sekunder.¹⁸

1. Sektor Primer, sektor ini meliputi lapangan usaha yang menghasilkan barang yang sangat bergantung kepada kekayaan alam, cuaca dan keadaan alam. Contohnya pertanian dan pertambangan.
2. Sektor Sekunder, yaitu lapangan usaha yang memproses barang-barang yang dihasilkan sektor primer atau barang setengah jadi yang lain (contoh: pabrik yang memproses kelapa sawit, papan menjadi pintu). Adakalanya dalam bentuk barang jadi (celana dari kain).
3. Sektor tersier, merupakan sektor jasa yaitu menyalurkan barang yang sudah jadi kepada konsumen atau menciptakan jasa yang menyebabkan konsumen dapat memperoleh hal yang diperlukannya. Kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen contohnya kegiatan pengangkutan

¹⁷ <http://futho-mystudy.blogspot.com/2011/08/kode-etik-pengembangan-modal-dalam.html>

¹⁸ Sadono Sukirno, et al., *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2011), 21-22.

dan perdagangan, sedangkan yang menghasilkan jasa contohnya kegiatan di sektor keuangan, penyewaan rumah, jasa pemerintahan, jasa perusahaan, dan pendidikan.

Menurut jenis kegiatannya bisnis dapat dibedakan menjadi empat macam: bisnis ekstraktif (pertambangan), bisnis agraris (pertanian, perikanan, peternakan, perkebunan, kehutanan), bisnis industri (bergerak di dalam bidang industri manufaktur), dan Bisnis yang bergerak dalam bidang jasa (Pendidikan, perbankan, kesehatan, pariwisata).¹⁹

Di dalam Islam, dalam memilih lapangan usaha/bisnis adalah masalah halal dan haramnya suatu bisnis tersebut, suatu pekerjaan boleh dipilih apabila pekerjaan tersebut halal sesuai dengan aturan syari'ah, demikian pula sebaliknya. Namun hal ini perlu difahami bagaimana batasan halal dan haram suatu pekerjaan, tidak sembarangan, harus dengan dasar hukum yang kuat, Allah SWT berfirman:

قُلْ أَرَأَيْتُمْ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ لَكُمْ مِنْ رِزْقٍ فَجَعَلْتُمْ مِنْهُ حَرَامًا وَحَلَلًا قُلْ إِنَّ اللَّهَ
أَذِنَ لَكُمْ أَطْرَعًا أَمْ عَلَى اللَّهِ تَفْتَرُونَ

Katakanlah " Terangkanlah kepadaku tentang rezki yang diturunkan Allah kepadamu ,lalu kamu jadikan sebagiannya Haram dan) sebagiannya (halal ."Katakanlah" :Apakah Allah telah memberikan izin kepadamu) tentang ini (atau kamu mengada-adakan saja terhadap Allah" ?

Berpijak pada ayat di atas, maka jelaslah bahwasannya, halal dan haram suatu bisnis memiliki aturan, meskipun di dalam bisnis Islam tidak memberikan batasan yang pelik,

¹⁹ Muhammad dan R. Lukman Fauri, *Visi al-Qur'an*,..., 62.

terlebih dalam kaidah fiqh dijelaskan bahwa –Hukum asal dalam dalam mu’amalah adalah boleh, kecuali terdapat dalil yang menyatakan keharamannya.²⁰

Bisnis halal yang dapat dikatakan bersifat etis dan dapat menjadi pilihan bisnis menurut pandangan Islam antara lain:

1. Pekerjaan dalam bidang pertanian, pertanian adalah bisnis yang secara tegas dinyatakan halal untuk dilakukan oleh seorang muslim,²¹ sebagaimana yang tersebut di dalam ayat al-Qur’an:

Dan Allah telah meratakan bumi untuk makhluk(Nya), di bumi itu ada buah-buahan dan pohon kurma yang mempunyai kelopak mayang. Dan biji-bijian yang berkulit dan bunga-bunga yang harum baunya. Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan?²²

Ayat-ayat tersebut telah memberikan motivasi untuk bekerja di bidang pertanian.²³

2. Pekerjaan dalam bidang industri, kerajinan dan professional, karena pada dasarnya, pengembangan kemampuan dalam hal tersebut hukumnya adalah fardlu kifayah²⁴. Banyak profesi yang biasanya dipandang rendah mendapat kedudukan yang baik dalam Islam. Sebagai contoh Nabi

²⁰ Zen Abdurrahman, *Strategi Marketing Genius Ala Rasulullah* (Yogyakarta: DivaPress, 2011), 24-25

²¹ *Ibid*, 25.

²² Selain itu juga dijelaskan di dalam surat Nuh (71): 19, surat Abasa (80): 24-28, dan al-Hijr (15): 19-22.

²³ Rafik Issa Bekun, *Etika Bisnis Islami*, terj. Muhammad, M.Ag (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 51.

²⁴ Imam al-Ghazali menekankan hal ini; “ilmu-ilmu yang dianggap fard kifayah meliputi setiap bidang yang tidak dapat dipisahkan dari kesejahteraan dunia ini”

Musa AS yang bekerja sebagai pekerja sewaan selama delapan tahun untuk dapat bertemu istrinya di masa depan. Rasulullah juga bekerja sebagai penggembala selama beberapa tahun. Secara umum, dengan demikian, Islam melihat pekerjaan yang dapat memenuhi kebutuhan yang halal dalam masyarakat sebagai sesuatu yang baik bila seseorang melakukannya dengan cara-cara Islam.²⁵

Bisnis yang etis adalah bisnis yang terhindar dari praktek-praktek yang haram yang sesuai menurut ajaran Islam yang dikembalikan kepada hukum yang telah ditetapkan secara jelas oleh dalil syara'. Bisnis yang sesuai dengan syari'ah ditujukan demi kemaslahatan umat. Sejatinnya dalam agama Islam tidak ada larangan secara khusus dalam aktivitas bisnis, namun ada beberapa aktivitas yang memang secara jelas dilarang untuk dilakukan, diantaranya:

1. Menjual barang-barang yang dipandang dapat merugikan orang lain, seperti bisnis makanan dan minuman seperti minuman keras, narkoba, pelacuran, dan sebagainya.
2. Riba, riba diharamkan karena hanya mendatangkan keuntungan bagi satu pihak, dan merugikan pihak yang lain.
3. Persaingan yang tidak fair, seperti melakukan praktek monopoli pasar guna memperoleh keuntungan individual.
4. Praktik pemalsuan dan penipuan, seperti testimoni fiktif, iklan palsu, eksploitasi kecantikan wanita, dan lain-lain.

Beberapa bentuk larangan tersebut sesungguhnya bukan dalam rangka memberikan batasan guna menyulitkan umat Islam dalam melakukan kegiatan bisnis. Larangan tersebut sesungguhnya hanya sebagai bentuk pengejawantahan dari

²⁵ Rafik Issa Bekun, *Etika Bisnis...*, 52

ajaran Islam yang sempurna dalam mengatur seluruh lini kehidupan, termasuk dalam persoalan bisnis, atau lebih tepatnya dalam hal etika bisnis.²⁶

ETIKA PRODUKSI

Produksi merupakan sebuah proses yang telah terlahir di muka bumi ini semenjak manusia menghuni planet ini. Menurut Muhammad Rawwas Qalahji kata “produksi” dalam bahasa Arab dengan kata *al-Intaj* yang secara harfiah dimaknai dengan *ījād sil’ah* (mewujudkan atau mengadakan sesuatu) atau *khidmah mu’ayyanah bi istikhdam muzayyajin min ‘anāsir al-intāj damin itar zaman muhaddadin* (pelayanan jasa yang jelas dengan menuntut adanya bantuan penggabungan unsur-unsur produksi yang terbingkai dalam waktu yang terbatas).

Produksi menurut Kahf mendefenisikan kegiatan produksi dalam prespektif Islam sebagai usaha manusia untuk memperbaiki tidak hanya kondisi fisik materialnya, tetapi juga moralitas, sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sebagaimana digariskan dalam agama Islam, yaitu kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Produksi sangat prinsip bagi kelangsungan hidup dan juga peradaban manusia dan bumi. Sesungguhnya produksi lahir dan tumbuh dari menyatunya manusia dengan alam.²⁷ Untuk menghasilkan barang dan jasa kegiatan produksi melibatkan banyak faktor produksi. Fungsi produksi menggambarkan hubungan antar jumlah input dengan output yang dapat dihasilkan dalam satu waktu periode tertentu. Dalam teori produksi memberikan penjelasan tentang perilaku

²⁶ Zen Abdurrahman, *Strategi Marketing...*, 28-37.

²⁷ Adiwarmarman Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007), 102

produsen tentang perilaku produsen dalam memaksimalkan keuntungannya maupun mengoptimalkan efisiensi produksinya. Dimana Islam mengakui pemilikan pribadi dalam batas-batas tertentu termasuk pemilikan alat produksi, akan tetapi hak tersebut tidak mutlak.²⁸

Beberapa prinsip yang diperhatikan dalam produksi, antara lain dikemukakan Muhammad al-Mubarak, sebagai berikut:²⁹

1. Dilarang memproduksi dan memperdagangkan komoditas yang tercela karena bertentangan dengan syariah.
2. Di larang melakukan kegiatan produksi yang mengarah kepada kedzaliman.
3. Larangan melakukan ikhtikar (*penimbunan barang*).
4. Memelihara lingkungan

Etika dalam berproduksi yaitu sebagai berikut:³⁰

1. Peringatan Allah akan kekayaan alam.
2. Berproduksi dalam lingkaran yang Halal. Sendi utamanya dalam berproduksi adalah bekerja, berusaha bahkan dalam proses yang memproduksi barang dan jasa yang tayyib, termasuk dalam menentukan target yang harus dihasilkan dalam berproduksi.
3. Etika mengelola sumber daya alam dalam berproduksi dimaknai sebagai proses menciptakan kekayaan dengan memanfaatkan sumber daya alam harus bersandarkan visi

²⁸ Metwally, *Teori dan Model Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT. Bangkit Daya Insana, 1995), 4.

²⁹ Mawardi, M.Si, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Alaf Riau: 2007), 65-67.

³⁰ <http://sakir-88.blogspot.com/2011/11/makalah-investasi-Islam-di-bidang-riil.html>

penciptaan alam ini dan seiring dengan visi penciptaan manusia yaitu sebagai rahmat bagi seluruh alam.

4. Etika dalam berproduksi memanfaatkan kekayaan alam juga sangat tergantung dari nilai-nilai sikap manusia, nilai pengetahuan, dan keterampilan. Dan bekerja sebagai sendi utama produksi yang harus dilandasi dengan ilmu dan syari'ah Islam.
5. Khalifah di muka bumi tidak hanya berdasarkan pada aktivitas menghasilkan daya guna suatu barang saja melainkan Bekerja dilakukan dengan motif kemaslahatan untuk mencari keridhaan Allah Swt.

ETIKA DISTRIBUSI

Kegiatan distribusi merupakan kegiatan penyaluran barang dari produsen ke konsumen, melalui rantai pemasaran atau dari lokasi produksi ke berbagai lokasi dimana konsumen berada. Dalam distribusi meliputi dua aspek yaitu penentuan institusi yang akan melakukan kegiatan mendistribusikan barang (pedagang besar/*wholesaler*, pedagang eceran/*retailer*, dan agen pemasaran/*agent*) dan penentuan cara penyimpanan (penggudangan) dan alat-alat pengangkutan yang akan mendistribusikan barang dari pabrik perusahaan ke institusi-institusi yang membantu memasarkan barang kepada para konsumen.³¹ Islam sangat mendukung pertukaran barang dan menganggapnya produktif dan mendukung para pedagang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian dari karunia Allah, dan membolehkan orang memiliki modal untuk

³¹ Tim Penulis P3EI, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 227.

berdagang, tapi ia tetap berusaha agar pertukaran barang itu berjalan atas prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Tetap mengumpulkan antara kepentingan individu dan kepentingan masyarakat.
2. Antara dua penyelenggara muamalat tetap ada keadilan dan harus tetap ada kebebasan ijab kabul dalam akad-akad.
3. Tetap berpengaruhnya rasa cinta dan lemah lembut.
4. Jelas dan jauh dari perselisihan.

Etika distribusi merupakan studi moral atau segala hal yang harus dilakukan di dalam melakukan kegiatan distribusi menurut pandangan Islam, yaitu:

1. Selalu menghiasi amal dengan niat ibadah dan ikhlas.
2. Transparan, dan barangnya halal serta tidak membahayakan.
3. Adil, dan tidak mengerjakan hal-hal yang dilarang di dalam Islam.
4. Tolong menolong, toleransi dan sedekah.
5. Tidak melakukan pameran barang yang menimbulkan persepsi.
6. Tidak pernah lalai ibadah karena kegiatan distribusi.³²
7. Larangan Ikhtikar³³, ikhtikar dilarang karena akan menyebabkan kenaikan harga.
8. Mencari keuntungan yang wajar. Maksudnya kita dilarang mencari keuntungan yang semaksimal mungkin

³² Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat: 2011), 140.

³³ Ikhtikar yaitu secara sengaja menahan atau menimbun (hoarding) barang, terutama saat terjadi kelangkaan dengan tujuan untuk menaikkan harga di kemudian hari. Lihat dalam Tim Penulis P3EI, *Ekonomi ...*, 333.

yang biasanya hanya mementingkan pribadi sendiri tanpa memikirkan orang lain.

9. Distribusi kekayaan yang meluas, Islam mencegah penumpukan kekayaan pada kelompok kecil dan menganjurkan distribusi kekayaan kepada seluruh lapisan masyarakat.
10. Kesamaan Sosial, maksudnya dalam pendistribusian tidak ada diskriminasi atau berkasta-kasta, semuanya sama dalam mendapatkan ekonomi.³⁴

Ditambahkan pula oleh Muhammad dan Alimin, bahwa pada prinsipnya etika distribusi mengenai:

1. Kecepatan dan ketepatan waktu
2. Keamanan dan keutuhan barang
3. Sarana kompetisi memberikan pelayanan kepada masyarakat
4. Konsumen mendapatkan pelayanan cepat dan tepat

ETIKA PENAWARAN PRODUK

Penawaran produk atau yang lebih dekat istilahnya yaitu promosi, merupakan salah satu bauran pemasaran selain distribusi, Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.³⁵

Menurut Tjiptono, Promosi adalah berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk

³⁴ Prof. Dr. Akhmad Mujahidin, M.Ag, *Ekonomi Islam 2*, (Pekanbaru: Mujtahadah Press, 2010), 21.

³⁵ Swastha. DH, Basu, *Azas-azas Marketing* (Yogyakarta: Penerbit Liberty, 1996), 237.

perusahaan lalu memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin, dan akhirnya membeli dan selalu ingat dengan produk tersebut.³⁶

Dalam usaha memasarkan produk, perusahaan biasanya menggunakan strategi bauran promosi yang terdiri atas:

1. *Advertising* (Periklanan),

Menurut Swastha, Iklan merupakan bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu.³⁷ Tujuan periklanan ini adalah untuk meningkatkan omzet penjualan dan mengenalkan produk secara tidak langsung contohnya dengan media massa seperti televisi, surat kabar, radio, surat langsung, majalah, dan lain-lain.

2. *Personal Selling* (Penjualan Tatap Muka), adalah satu-satunya alat komunikasi secara langsung kepada konsumen potensial.

3. *Publicity* (Publisitas),

4. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan).³⁸

Etika Promosi merupakan studi tentang aspek-aspek moral dari melakukan kegiatan promosi bisnis. Adapun etika yang harus dilakukan dalam promosi menurut Islam adalah:

1. Jangan mudah mengobral sumpah, jadi dalam promosi ataupun beriklan hendaknya jangan mudah mengobral janji yang sekiranya janji tersebut tidak dapat ditepati.

³⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2002), 222.

³⁷ Swastha, DH, Basu, *Azas-azas...*, 350.

³⁸ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: Penerbit Remaja Roesdakarya, 2001), 267.

2. Jujur, terbuka dan tidak menyembunyikan barang dagangan. Rasulullah SAW bersabda : “seorang muslim itu adalah saudara muslim lainnya, maka tidak halal bagi seorang muslim membeli dari saudaranya suatu pembelian yang ada cacatnya kecuali telah dijelaskan terlebih dahulu”. (HR. Ahmad dan dishahihkan oleh Albani)
3. Menjaga agar selalu memenuhi akad dan janji serta kesepakatan-kesepakatan diantara kedua belah pihak.
4. Menghindari berpromosi palsu yang bertujuan menarik perhatian pembeli dan mendorongnya untuk membeli.
5. Relas dengan laba sedikit karena itu akan mengundang kepada kecintaan manusia dan menarik banyak pelanggan serta mendapat berkah dalam rezeki.
6. Tidak diperbolehkan mempromosikan barang-barang haram seperti khamr atau barang yang sejenis, yang mengancam kesehatan manusia, serta tidak diperbolehkan menggunakan media promosi yang mempromosikan ide-ide rusak, hiburan yang berdampak negatif yang berbau pornografi dan pornoaksi, dan apa saja yang dapat mengikis akidah dan etika manusia.

PENUTUP

Etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.

Bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa, dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen. Dan jika dalam Islam maka yang dipertimbangkan bukan hanya keuntungan, tetapi juga masalah halal dan haramnya suatu bisnis.

Etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas.

Di dalam sistem bisnis Islam, haruslah beretika demi mendapatkan keuntungan di dunia maupundi akhirat, baik itu dalam permodalan, pemilihan bidang usaha, distribusi, maupun promosi, faktor utamanya adalah tidak melanggar prinsip syari'ah, yang mana kesmuanya tidak merugikan produsen maupun konsumen, dan memberikan manfaat maupun kemaslahatan bagi keduanya. Sehingga etika di dalam bisnis Islam ini dapat menjadi alternatif bagi bisnis-bisnis usaha yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afzalurrahman. *Doktrin Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1996.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Bekun, Rafik Issa. *Etika Bisnis Islami*. terj. Muhammad. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Bertens, K. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius, 2000.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis dalam Persepektif Islam*. Malang: UIN Malang Press, 2007.
- Harahap, Sofyan S. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Ja'far, H. Muhammad. *Agama, Etika dan Ekonomi*. Malang: Penerbit UIN Malang Press, 2007.
- Karim, Adiwarmarman. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Masykuroh, Ely. "Etika Bisnis." *Dialogia*. Vol. 1 (2003).
- Mawardi. *Ekonomi Islam*. Pekanbaru: Alaf Riau, 2007.
- Metwally. *Teori dan Model Ekonomi Islam*. PT. Bangkit Daya Insana. Jakarta 1995.
- Muhammad dan Alimin. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004.
- Muhammad. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2004.
- Mujahidin, Akhmad. *Ekonomi Islam 2*. Pekanbaru: Mujtahadah Press, 2010.
- Praja, Juhaya S. *Aliran-aliran Filsafat dan Etika*. Kencana. Jakarta, 2003.

- Sukirno, Sadono. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit Remaja Roesdakarya, 2001.
- Swastha, DH. Basu. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Liberty, 1996.
- Tim Penulis P3EI. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2002.
- Zen Abdurrahman. *Strategi Marketing Genius Ala Rasulullah*. Yogyakarta: DivaPress, 2011.