

KONSEP DAN IMPLEMENTASI ETIKA ISLAM DALAM DUNIA BISNIS

Nurul Fatma Hasan*

ABSTRACT

Indeed, in terms of the whole implementation of life has been arranged in the view of Islamic teachings to regulate all human life including in relation to the implementation of the economy and business. Islam does not allow any person to work haphazardly to achieve his/her goals and desires by justifying any means such as committing fraud, cheating, false vows, usury, and any other vanity deeds. But, Islam has given a boundary or line between the allowable and the unlawful, the right and wrong and the lawful and the unlawful. These limits or dividing lines are known as ethics. Behavior in business or trade is also not escaped from the moral value or business ethics values. Islamic business ethics is of which adheres to the principle of unity, equilibrium principle, freewill principle, responsibility principle, It is important for business people to integrate that ethical dimension into the framework or scope of the business.

Keyword: *Ethics, Business Ethics, Islamic Business Ethic.*

A. PENDAHULUAN

Sebagian besar wilayah kehidupan kita, telah sekian lama didominasi oleh pandangan hidup materialisme dan pandangan keterpisahan antara kehidupan dunia dan kehidupan agama. Kedua pandangan ini harus disadari telah membenamkan kesadaran kita kepada keyakinan bahwa bisnis merupakan aktivitas duniawi yang hanya diperuntukkan bagi pemenuhan kebutuhan hidup yang bersifat jasmaniah semata.

Banyak kalangan yang memahami bahwa bisnis adalah kegiatan manusia yang bertujuan semata-mata mencari laba sebanyak-banyaknya. Hukum ekonomi klasik yang mengendalikan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin telah menjadikan para pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolaan dan pemasaran yang dilakukan seefektif dan seefisien mungkin. Sementara, etika yang merupakan disiplin ilmu yang berisi patokan-patokan mengenai apa yang benar atau salah, yang baik atau buruk, dianggap tidak seiring dengan sistem dan struktur bisnis. Tidak mengherankan jika para pelaku bisnis

jarang memperhatikan tanggung jawab sosial dan mengabaikan etika bisnis.

Anggapan bahwa etika tidak sejalan dengan sistem bisnis inilah yang melahirkan mitos bisnis amoral, bahwa bisnis adalah bisnis, antara bisnis dan moralitas tidak ada kaitan apa-apa. Lahir juga mitos bisnis immoral, yang menganggap bahwa bisnis merupakan kegiatan tak terpuji dan karenanya harus dihindari. Atau mitos bisnis pengejar keuntungan maksimal, bahwa bisnis adalah kegiatan yang hanya berhubungan dengan keuntungan-keuntungan semata. Serta mitos bisnis sebagai permainan, bahwa bisnis merupakan arena kompetisi tertutup yang mengasyikkan atau suatu permainan judi dimana kemenangan menjadi tujuan utama. Dengan mitos-mitos tersebut, citra buruk bisnis seakan mendapat legitimasi (Saifullah, 2011: 128).

Perkembangan bisnis kontemporer juga ditandai dengan mobilitas yang tinggi, akselerasi informasi dan teknologi, dan penguatan sistem melalui ketersediaan infrastruktur bisnis yang handal dan berkualitas serta birokrasi yang akomodatif. Bisnis kontemporer juga semakin mempersempit disparitas ruang dan jarak antar wilayah. Dengan berbagai keunggulan yang ada, bisnis kontemporer mewarnai dinamika hidup manusia. Bisnis membentuk dan mencipta peradaban. Kualitas inilah

*Email: nuur.fatma.hassan@gmail.com.

yang kemudian mengantarkan bisnis pada kedudukan yang sentral dalam kehidupan.

Persoalan bisnis kontemporer ditengarai tidak hanya berkuat pada situasi sistem namun juga pada wilayah kultur. Kecenderungan heterogenitas kultur menciptakan posibilitas bagi keterciptaan konflik horizontal akibat persaingan bisnis yang tidak sehat dan berimbang. Bisnis sebagai bagian dari dinamika kehidupan tanpa terkecuali beroleh imbas dari dinamika tersebut. Pada kondisi semacam ini urgensi etika bisnis diperlukan guna menjembatani berbagai potensi konflik yang ada agar memiliki ruang penyelesaian persoalan yang berujung pada solusi berdimensi humanis.

Karena itu untuk melakukan suatu perubahan diperlukan pertama, suatu rekonstruksi kesadaran baru tentang bisnis. Bisnis baik sebagai aktivitas yakni yang dilakukan oleh perseorangan maupun entitas bisnis yang dilakukan melalui organisasi atau perusahaan, semuanya bukanlah semata-mata bersifat duniawi semata. Pandangan bahwa etika bisnis sebagai bagian tak terpisahkan atau menyatu merupakan struktur fundamental sebagai perubah terhadap anggapan dan pemahaman tentang kesadaran sistem bisnis amoral yang telah memasyarakat. Dengan adanya padangan kesatuan bisnis dan etika, maka timbul juga pemahaman atas prinsip-prinsip etika bisnis dan pemahaman tentang prinsip-prinsip yang melandasi praktek-praktek mal bisnis. Dengan demikian, implementasi etika bisnis dapat mengejawantah oleh siapapun, kapanpun, di manapun serta tidak terbatas oleh pergeseran dan perkembangan media media bisnis seperti, pasar bebas atau *e-bussiness* sekalipun.

B. PENTINGNYA ETIKA BISNIS

Etika berasal dari bahasa Yunani yang berarti karakter, kebiasaan, atau sekumpulan perilaku moral yang diterima secara luas. Etimologi dari etika menunjukkan dasar karakter individu untuk melakukan hal-hal yang baik, aturan sosial yang membatasi seseorang

atas sesuatu yang benar atau yang salah yang dikenal juga dengan istilah moralitas. Etika adalah bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang nilai, norma, atau moralitas.

Menurut Nugroho (2012: 25) konsep dan pemahaman tentang etika berlandaskan lima isu umum, yaitu: (1) *Bribery*, merupakan tindakan menawarkan, memberi, dan menerima suatu nilai dengan tujuan untuk mempengaruhi tindakan pejabat (*official*) untuk tidak melakukan kewajiban publik atau legal mereka. Nilai tersebut dapat berupa pembayaran langsung atau barang; (2) *Coercion*, merupakan tindakan pemaksaan, pembatasan, memaksa dengan kekuatan atau tangan atau ancaman, dimana kekuatan fisik digunakan untuk memaksa atau sebagai tindakan melawan seseorang, yang secara tidak langsung mempengaruhi atau membatasi kebebasannya; (3) *Deception*, adalah tindakan memanipulasi orang dengan menyesatkannya. Dengan kata lain, *deception* adalah kegiatan menipu, sengaja menyesatkan dengan tindakan atau perkataan yang tidak benar, mengetahui kebenaran tetapi sengaja membuat pernyataan yang salah; (4) *Theft*, secara harfiah berarti mencuri. Konsep *theft* adalah mengambil atau mengklaim sesuatu yang bukan milik menjadi milik pribadi atau golongan; (5) *Unfair discrimination*, adalah perlakuan yang tidak adil atau tidak normal karena ras, umur, jenis kelamin, kebangsaan, atau agama.

Etika secara konseptual memiliki kecenderungan dipandang sebagai suatu sistem nilai apa yang baik dan buruk bagi manusia dan masyarakat. Batasan-batasan nilai normatif dalam interaksi dengan masyarakat dan lingkungannya itulah yang kemudian dapat dikatakan sebagai nilai-nilai etika. Nilai-nilai dalam diri seseorang yang akan mengendalikan dimunculkan atau tidaknya kepatuhan terhadap nilai-nilai etika dapat disebut dengan moral atau moralitas.

Aktivitas bisnis saat ini tidak dapat dilepaskan dari aspek etika. Etika bisnis merupakan pemikiran atau refleksi tentang

moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas berarti aspek baik dan buruk, terpuji atau tercela, dan oleh karenanya diperbolehkan atau tidak dari perilaku manusia. Moralitas selalu berkaitan dengan apa yang dilakukan manusia dan kegiatan ekonomis merupakan suatu bidang perilaku manusia yang penting.

Tugas utama etika bisnis dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menyelaraskan kepentingan strategis suatu bisnis dengan tuntutan moralitas. Etika bisnis juga bertugas melakukan perubahan kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan suatu pemahaman atau cara pandang baru, yakni bahwa bisnis tidak terpisah dari etika. Menurut Saifullah (2013: 51) bisnis merupakan aktivitas manusia secara keseluruhan dalam upaya mempertahankan hidup, mencari rasa aman, memenuhi kebutuhan sosial dan harga diri serta mengupayakan pemenuhan aktualisasi diri, yang pada kesemuanya secara inhern terdapat nilai-nilai etika.

Peran etika dalam dunia bisnis sangat unik, terutama dalam kaitannya dengan kompetisi bisnis. Bagaimanapun etika diperlukan dalam kegiatan bisnis. Suatu bisnis secara otomatis akan melahirkan persaudaraan dan kemitraan yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan. Namun kegiatan bisnis terkadang rusak ketika diserang isu-isu yang tidak etik. Isu ini kemudian menulari keseluruhan sistem bisnis yang dapat menyebabkan pada situasi yang ekstrim (Fakhar Zaman, 2015: 1).

Revitalisasi etika bisnis dalam rangka membangun perekonomian yang beradab demikian urgen dan mendesak. Menurut Mu'min (2015: 26) diantara etika bisnis yang harus direvitalisasi, yaitu nilai-nilai kejujuran, kepercayaan, bertanggung jawab, keberanian moral, fairness, realistis dan kritis, rendah hati, rasa hormat terhadap stakeholders. Bisnis tanpa etika yang reliable tidak bisa mengantarkan pada kesuksesan. Jika bisnis (Yusuf, 2011: 58) merupakan sebuah aktivitas manusia, etika bisnis bisa dianggap sebagai sebuah refleksi aktor-aktornya dalam perilaku

mereka. Jika etika dikompromikan, maka tidak ada bisnis yang mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama. Etika pada kenyataannya menyediakan dukungan penting untuk memaksimalkan hubungan bisnis yang erat dan lama (Zamin Abbas, 2012: 101).

C. BISNIS DALAM PANDANGAN ISLAM

Istilah bisnis dalam Al-Qur'an yaitu al-tijarah dan dalam bahasa Arab tjaraha, berawal dari kata dasar t-j-r, tajara, tajran wa tjarata, yang bermakna berdagang atau berniaga. At-tijaratun wal mutjar yaitu perdagangan, perniagaan (menurut Kamus al-Munawwir). At-Tijarah bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Fulanun tajirun bi kadza, berarti seseorang yang mahir dan cakap yang mengetahui arah dan tujuan yang diupayakan dalam usahanya. Bisnis secara Islam pada dasarnya sama dengan bisnis secara umum, hanya saja dalam Islam bisnis harus tunduk dan patuh atas dasar ajaran al-Qur'an, as-Sunnah, al-Ijma dan Qiyas (ijtihad) serta memperhatikan batasan-batasan yang tertuang dalam sumber-sumber tersebut.

Dalam al-Qur'an, bisnis disebut sebagai aktivitas manusia yang bersifat material juga immaterial yang sekaligus dalamnya terdapat nilai-nilai etika bisnis. Dengan demikian suatu bisnis dapat disebut bernilai, bila kedua tujuannya yaitu pemenuhan kebutuhan material dan spiritual telah dapat terpenuhi secara seimbang. Hakikat bisnis adalah semua bentuk-bentuk perilaku bisnis yang terbebas dari kandungan prinsip kebatilan, kerusakan dan kezaliman. Sebaliknya terisi dengan nilai kesatuan, kehendak bebas, pertanggung-jawaban, kesetimbangan dan keadilan serta kebenaran (kebajikan dan kejujuran).

Bisnis dipengaruhi bukan hanya oleh situasi dan kondisi ekonomi, melainkan juga oleh perubahan-perubahan sosial, politik, ekonomi dan teknologi serta pergeseran-pergeseran sikap dan cara pandang para stakeholder. Bisnis tidak dipandang secara sempit dengan tujuan memaksimalkan nilai

(ekonomi) bagi pemiliknya, tetapi bisnis harus tetap mempertimbangkan segala sesuatu yang mempengaruhi pencapaian tujuan bisnis.

Tujuan bisnis untuk memaksimalkan keuntungan bagi pengusaha atau pemilik perusahaan dapat dicapai secara lebih baik dengan memperhatikan manusia, memanusiakan manusia dan melakukan langkah-langkah yang harmonis dengan seluruh stakeholder, seluruh partisipan dan lingkungan tempat perusahaan berada. Dalam bisnis tidak patut untuk berbuat egois apalagi keserakahan. Kegiatan bisnis menuntut sikap etis atau keutamaan. Menurut Zulkifli (2015: 13) sikap etis yang penting dalam ekonomi adalah hubungan timbal balik (*reciprocity*), kerjasama (*cooperation*), dan terutama adalah keadilan.

Islam sebagai ajaran yang universal memberikan pedoman tentang kegiatan ekonomi bisnis berupa prinsip-prinsip dan asas-asas muamalah. Prinsip hukum ekonomi Islam menurut Baidowi (2011) antara lain: (1) Prinsip *la yakun dawlatan bayn al-agniya*, yakni prinsip hukum ekonomi yang menghendaki pemerataan dalam pendistribusian harta kekayaan; (2) Prinsip *'antaradhin*, yakni pemindahan hak kepemilikan atas harta yang dilakukan secara sukarela; (3) Prinsip *tabadul al-manafi'*, yakni pemindahan hak atas harta yang didasarkan kepada azas manfaat; (4) Prinsip *takaful al-ijtima'*, yakni pemindahan hak atas harta yang didasarkan kepada kepentingan solidaritas sosial; (5) Prinsip *haq al-lah wa hal al-adami*, yakni hak pengelolaan harta kekayaan yang didasarkan kepada kepentingan milik bersama, di mana individu maupun kelompok dapat saling berbagi keuntungan serta diatur dalam suatu mekanisme ketatanegaraan di bidang kebijakan ekonomi.

Berdasarkan prinsip tersebut, maka (Riyadi, 2015: 82) bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama: (1) target hasil: profit-materi dan benefit-nonmateri; (2) pertumbuhan; (3) keberlangsungan; dan (4) keberkahan.

Target hasil: profit-materi dan benefit-nonmateri. Tujuan bisnis harus tidak hanya untuk mencari profit (qimah madiyah atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi pengusaha dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya. Benefit yang dimaksudkan tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga dapat bersifat nonmateri. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada qimah madiyah. Masih ada tiga orientasi lainnya, yakni qimah insaniyah, qimah khuluqiyah, dan qimah ruhiyah. Dengan qimah insaniyah, berarti pengelola berusaha memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial (sedekah), dan bantuan lainnya. Qimah khuluqiyah, mengandung pengertian bahwa nilai-nilai akhlak mulia menjadi suatu kemestian yang harus muncul dalam setiap aktivitas bisnis sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang Islami, bukan sekedar hubungan fungsional atau profesional. Sementara itu qimah ruhiyah berarti aktivitas dijadikan sebagai media untuk mendekatkan diri kepada Allah swt.

Pertumbuhan. Jika profit materi dan profit nonmateri telah diraih, pengusaha harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Upaya peningkatan ini juga harus selalu dalam koridor syariah, bukan menghalalkan segala cara.

Keberlangsungan. Target yang telah dicapai dengan pertumbuhan setiap tahunnya harus dijaga keberlangsungannya agar perusahaan dapat eksis dalam kurun waktu yang lama.

Keberkahan. Semua tujuan yang telah tercapai tidak akan berarti apa-apa jika tidak ada keberkahan di dalamnya. Maka bisnis Islam menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia. Keberkahan ini (Norvadewi, 2015: 44) menjadi bukti bahwa

bisnis yang dilakukan oleh pengusaha muslim telah mendapat ridla dari Allah swt, dan bernilai ibadah. Hal ini sesuai dengan misi diciptakannya manusia adalah untuk beribadah kepada Allah baik dengan ibadah mahdah maupun ghairu mahdah.

D. KONSEP ETIKA DALAM DUNIA BISNIS

1. Etika Bisnis

Secara umum, prinsip etika adalah: (1) keindahan; (2) persamaan; (3) kebaikan; (4) keadilan; (5) kebebasan; dan (6) kebenaran.

Prinsip keindahan (*beauty*). Prinsip ini mendasari segala sesuatu yang mencakup penikmatan rasa senang terhadap keindahan.

Prinsip persamaan (*equality*). Hakekat kemanusiaan menghendaki adanya persamaan antara manusia yang satu dengan manusia yang lain. Setiap manusia yang lahir memiliki hak dan kewajiban masing-masing yang pada dasarnya adalah sama atau sederajat. Etika yang dilandasi oleh prinsip persamaan ini dapat menghilangkan perilaku diskriminatif (yang membedakan) dalam berbagai aspek interaksi manusia.

Prinsip kebaikan (*goodness*). Prinsip kebaikan sangat erat kaitannya dengan hasrat dan cita-cita manusia. Apabila orang menginginkan kebaikan dari suatu ilmu pengetahuan, maka akan mengandalkan pada obyektivitas ilmiah, kemanfaatan pengetahuan, rasionalitas, dan sebagainya.

Prinsip keadilan (*justice*). Definisi tertua yang hingga kini masih sangat relevan untuk merumuskan keadilan adalah *justice*. *Justice* berasal dari zaman Romawi Kuno, "justitia est contants et perpetua voluntas jus suum cuique tribuendi" (Keadilan adalah kemauan yang tetap dan kekal untuk memberikan kepada setiap orang apa yang semestinya).

Prinsip kebebasan (*liberty*). Kebebasan dapat dirumuskan sebagai keleluasaan untuk bertindak atau tidak bertindak berdasarkan pilihan yang tersedia bagi seseorang. Kebebasan muncul dari doktrin bahwa setiap orang memiliki hidupnya sendiri serta memiliki

hak untuk bertindak sendiri kecuali jika pilihan tindakan tersebut melanggar kebebasan yang sama dari orang lain. Kebebasan manusia mengandung pengertian: (1) Kemampuan untuk menentukan diri sendiri, (2) Kesanggupan untuk mempertanggungjawabkan perbuatan, (3) Syarat-syarat yang memungkinkan manusia untuk melaksanakan pilihan-pilihannya beserta konsekuensi dari pilihan itu. Tidak ada kebebasan tanpa tanggung jawab dan tidak ada tanggung jawab tanpa kebebasan, semakin besar kebebasan yang dimiliki semakin besar pula tanggung jawab yang dipikul.

Prinsip kebenaran (*truth*). Ide kebenaran biasanya dipakai dalam pembicaraan mengenai logika ilmiah. Kebenaran mutlak dapat dibuktikan dengan keyakinan, bukan dengan fakta yang ditelaah oleh teologi dan ilmu agama. Kebenaran harus dapat dibuktikan dan ditunjukkan kepada masyarakat agar masyarakat merasa yakin akan kebenaran itu. Menurut Fauzan (2013: 55) perlu ada penghubung antara kebenaran dalam pemikiran (*truth in mind*) dengan kenyataan (*truth in reality*) atau kebenaran yang terbukti.

Dalam teori etika bisnis, dikenal adanya relativism theory, divine command theory, utilitarianism theory, egoism theory, deontology theory, dan virtue ethics theory.

Relativism theory. Bila selalu dalam kondisi perilaku normal, maka pada dasarnya setiap orang cenderung bersedia berperilaku utama atau baik. Mereka yakin bahwa adat-istiadat, agama atau kepercayaan yang dianutnya dari daerah di mana ia dibesarkan diyakini merupakan adat istiadat terbaik dibandingkan dengan lainnya. Dengan keadaan ini, maka setiap orang berkondisi kejiwaan normal tidak dapat membantah peristiwa serupa. Banyak fakta menunjukkan bahwa hal tersebut merupakan perilaku atau pendapat umum dan menjadi adat istiadat turun temurun suatu daerah.

Divine command theory. Etika yang benar berarti diperintah oleh Tuhan, dan etika yang salah berarti dilarang oleh Tuhan. Dalam teori ini, agama merupakan satu-satunya standar untuk mengenali etika.

Utilitarianism theory. Teori utilitarianisme mengatakan bahwa suatu kegiatan bisnis adalah baik dilakukan jika bisa memberikan manfaat kepada sebagian besar konsumen atau masyarakat. Teori utilitarianisme sebagai teori etika kegunaan suatu tindakan ekonomis, sesuai sekali dengan prinsip-prinsip ekonomis. Teori ini cukup jelas dengan dijelaskan melalui teori cost benefit analysis yang dipakai dalam konteks ekonomi. Manfaat utilitarianisme mampu menghitung keuntungan dan kerugian dalam bisnis. Banyak penganut utilitarianisme mengusahakan melaksanakan perhitungan etis ekonomis tersebut.

Egoism theory. Seseorang harus selalu bertindak sesuai dengan kepentingannya masing-masing. Sebuah tindakan dianggap benar secara etika hanya ketika dapat memajukan kepentingan seorang individu.

Deontology theory. Deontologi berasal dari kata Yunani “deon”, berarti kewajiban. Suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan atau tujuan baik dari tindakan itu, melainkan berdasarkan kewajiban bertindak baik kepada orang lain sebagaimana keinginan diri sendiri selalu berlaku baik baik pada diri sendiri. Deontologi merupakan teori etika yang menyatakan bahwa yang menjadi dasar bagi baik buruknya suatu perbuatan adalah kewajiban seseorang untuk berbuat baik kepada sesama manusia. Merupakan teori etika yang memberi jawaban atas pertanyaan “mengapa suatu perbuatan adalah baik dan perbuatan itu harus ditolak sebagai buruk”, deontologi menjawab: “karena perbuatan pertama menjadi kewajiban seseorang untuk berbuat baik pada orang lain dan karena perbuatan kedua dilarang untuk dilakukan”.

The virtue ethics theory. Keutamaan didefinisikan sebagai penggambaran watak mengenai perilaku seseorang dan memungkinkannya bertingkah laku baik secara moral. Kebijakan, merupakan suatu keutamaan seseorang sehingga bermodal hal tersebut seseorang mampu mengambil keputusan tepat dalam berbagai kondisi. Keadilan merupakan perwujudan nilai keutamaan lainnya

mendorong seseorang mampu memberikan kepada sesama segala sesuatu yang menjadi haknya. Kerendahan hati adalah keutamaan dimana seseorang tidak ingin menonjolkan diri, sekalipun situasi mengizinkan. Suka bekerja keras juga nilai keutamaan yang menjamin seseorang untuk menghindari tindakan bermalasma. Prestasi bisnis yang baik adalah prestasi bisnis didasari oleh nilai nilai keutamaan. Hidup yang baik adalah virtuous life, hidup adalah utama dan sangat berharga maka gunakan setiap menit yang ada untuk berbuat sesuatu kebaikan kepada umat manusia.

2. Etika Bisnis Islam

Islam memiliki wawasan yang komprehensif tentang etika bisnis. Mulai dari prinsip dasar, pokok-pokok kerusakan dalam perdagangan, faktor-faktor produksi, tenaga kerja, modal organisasi, distribusi kekayaan, masalah upah, barang dan jasa, kualifikasi dalam bisnis, sampai kepada etika sosio ekonomik menyangkut hak milik dan hubungan sosial.

Terminologi yang paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam disebut sebagai akhlak (bentuk jamak dari khuluq). Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al Islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya. Dalam Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah al-Quran dan sunnah rasul. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan, dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis di kemudian hari.

Etika bisnis Islam menurut Haidar Naqvi yaitu etika yang menganut prinsip kesatuan (tauhid/unity), prinsip kesetimbangan (keadilan/equilibrium), prinsip kehendak bebas (freewill), prinsip tanggung jawab (responsibility), dan prinsip kebenaran.

a. Prinsip kesatuan

Yang dimaksud kesatuan adalah kesatuan sebagaimana terefleksi dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial, menjadi suatu keseluruhan homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Atas dasar pandangan konsep tersebut, maka etika dan ekonomi atau etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam yang homogen yang tidak mengenal kekusutan dan keterputusan (Nawab Naqvi, 1993: 51).

Berdasarkan prinsip kesatuan, seorang pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas maupun entitas bisnisnya tidak akan melakukan paling tidak tiga hal, yaitu *pertama*, diskriminasi antara pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama. *Kedua*, terpaksa atau dipaksa melakukan praktek-praktek mal bisnis. *Ketiga*, menimbun kekayaan atau serakah.

b. Prinsip kesetimbangan

Kesetimbangan (*equilibrium*) atau keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada alam semesta. Hukum dan tatanan yang dilihat pada alam semesta mencerminkan kesetimbangan yang harmonis. Sifat kesetimbangan atau keadilan bukan hanya sekedar karakteristik alami, melainkan merupakan karakteristik dinamis yang harus diperjuangkan oleh setiap pengusaha dalam kehidupannya. Dengan demikian, kesetimbangan, kebersamaan, dan kemoderatan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis.

Pada struktur ekonomi dan bisnis, agar kualitas kesetimbangan dapat mengendalikan semua tindakan manusia, maka harus memenuhi: *pertama*, hubungan-hubungan dasar antara konsumsi, distribusi, dan produksi harus berhenti pada suatu kesetimbangan tertentu demi menghindari pemusatan

kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam genggaman segelintir orang. *Kedua*, 'keadaan' perekonomian yang tidak konsisten dalam distribusi pendapatan dan kekayaan harus ditolak karena Islam menolak daur tertutup pendapatan dan kekayaan yang menjadi semakin menyempit. *Ketiga*, sebagai akibat dari pengaruh sikap egalitarian yang demikian kuat, maka dalam ekonomi dan bisnis Islam tidak mengakui adanya hak milik yang tak terbatas maupun sistem pasar yang bebas tak terkendali. Hal ini disebabkan bahwa ekonomi dan bisnis dalam pandangan Islam bertujuan bagi penciptaan keadilan sosial.

c. Prinsip kehendak bebas

Manusia sebagai khalifah di muka bumi (sampai batas-batas tertentu) mempunyai kehendak bebas untuk mengarahkan kehidupannya kepada tujuan pencapaian kesucian diri. Manusia dianugerahi kehendak bebas (*free will*) untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Berdasarkan prinsip ini, para pelaku bisnis mempunyai kebebasan untuk membuat perjanjian, mengadakan kegiatan bisnis seperti kontrak-kontrak kerja sama atau kontrak kepegawaian, melaksanakan etika berdagang tidak hanya kepada pelanggan namun juga dengan sesama pedagang, saling menjaga komitmen baik antara pedagang dengan pengepul dan pedagang dengan pelanggan.

d. Prinsip tanggung jawab

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Dalam bidang ekonomi dan bisnis prinsip ini dijabarkan menjadi suatu pola perilaku tertentu. Ia mempunyai sifat berlapis ganda dan terfokus baik pada tingkat mikro (individual) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial), yang kedua-duanya harus dilakukan secara bersama-sama.

Prinsip pertanggungjawaban ini secara mendasar akan mengubah perhitungan ekonomi dan bisnis karena segala sesuatunya

harus mengacu pada keadilan. Hal ini diimplementasikan paling tidak pada tiga hal; *pertama*, dalam menghitung margin, keuntungan nilai upah harus dikaitkan dengan upah minimum yang secara sosial dapat diterima oleh masyarakat. *Kedua*, *economic return* bagi pemberi pinjaman modal harus dihitung berdasarkan pengertian yang tegas bahwa besarnya keuntungan tidak dapat diramalkan dengan probabilitas kesalahan nol dan tak dapat lebih dahulu ditetapkan (seperti sistem bunga). *Ketiga*, Islam melarang semua transaksi alegotoris semisal *gharar* atau sistem ijon yang dikenal dalam masyarakat Indonesia.

e. Prinsip kebenaran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebenaran adalah nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar, yang meliputi, proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih dan menetapkan keuntungan. Adapun menurut Beekun (2011: 28) kebajikan adalah sikap ihsan, *benevolence* yang merupakan tindakan yang dapat memberi keuntungan terhadap orang lain.

Dalam aplikasinya, menurut al-Gazali terdapat tiga prinsip pengejawantahan kebajikan: *pertama*, memberi kelonggaran waktu kepada pihak terhutang dan jika perlu mengurangi beban utangnya. *Kedua*, menerima pengembalian barang yang telah dibeli. *Ketiga*, membayar utang sebelum waktu penagihan tiba. Termasuk ke dalam kebajikan dalam bisnis adalah sikap kesukarelaan dan keramah-tamahan. Kesukarelaan dalam pengertian, sikap suka-rela antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian bisnis. Hal ini ditekankan untuk menciptakan dan menjaga keharmonisan hubungan antar mitra bisnis. Sedangkan keramah-tamahan merupakan sikap ramah, toleran baik dalam menjual, membeli maupun

menagih. Adapun kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dari sikap kebenaran, kebajikan (kesukarelaan), dan kejujuran demikian maka suatu bisnis secara otomatis akan melahirkan persaudaraan, dan kemitraan yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan.

Dalam etika bisnis Islam, tentunya setiap pelaku usaha harus memegang prinsip-prinsip bisnis Islam tersebut. Bahkan prinsip bisnis Islami menurut Imam Ghazali (dalam Amalia, 2014: 137) adalah sebagai berikut: (1) Jika seseorang memerlukan sesuatu, kita harus memberikan dengan laba yang minimal. Jika perlu tanpa keuntungan; (2) Jika seseorang membeli barang dari orang miskin, harga sewajarnya dibiarkan; (3) Jika ada orang yang berhutang dan tidak mampu membayar, maka diperpanjang, tidak memberatkan dan sebaiknya dibebaskan; (4) Bagi mereka yang sudah membeli, tidak puas dan ingin mengembalikannya, maka harus diterima kembali; (5) Pengutang dianjurkan untuk membayar hutangnya lebih cepat; (6) Jika penjualan dilakukan dengan kredit, maka sebaiknya jangan memaksa pembayaran jika pembeli belum mampu.

Sedangkan Amalia (2014: 138) berpendapat bahwa etika bisnis Islam menurut para pelaku usaha kecil, yaitu: (1) Prinsip: visi misi sesuai syariat, *amar ma'ruf nahi munkar*, asas tauhid, kebenaran, keadilan dan amanat; (2) Manajemen: memberi hak konsumen dari sisi keamanan dan kesehatan, informasi lengkap, tidak mencampur hal yang halal dan haram, membayar zakat, infak, atau shodaqoh, serta memperhatikan karyawan; (3) Marketing/iklan/promosi: jujur, tanpa penipuan atau pemalsuan informasi, jaminan pelayanan purna jual, serta detail dari suatu produk; (4) Harga: menetapkan harga sesuai ekspektasi laba, tidak mengambil untuk secara berlebihan.

Etika bisnis Islam bersifat universal dan sangat komprehensif dalam menjelaskan yang benar dan yang salah. Berikut adalah pandangan Islam terhadap beberapa teori etika bisnis yang sudah memasyarakat.

Tabel 1. Teori Etika dan Perspektif Islam¹

Teori	Ide Pokok	Perspektif Islam
<i>Relativism Theory</i>	Etika bersifat relatif terhadap lingkungan tertentu. Masyarakat berbeda dimungkinkan memiliki kode etik yang berbeda. Tidak ada kebenaran universal pada prinsip-prinsip etika yang dapat dipegang sepanjang waktu oleh masyarakat.	Ditolak, karena dimungkinkan kebudayaan masyarakat tertentu melawan prinsip-prinsip Islam.
<i>Divine Command Theory</i>	Etika yang benar berarti diperintah oleh Tuhan, dan etika yang salah berarti dilarang oleh Tuhan. Agama merupakan satu-satunya standar untuk mengenali etika.	Diterima, tetapi teori ini ditolak oleh literatur Barat.
<i>Utilitarian Theory</i>	Etika yang benar berarti tindakan yang menghasilkan kepuasan dalam jumlah yang lebih besar dari yang dapat diterima oleh tindakan lain.	Ditolak, karena satu-satunya dasar teori ini adalah konsekuensi terbesar untuk jumlah yang terbesar.
<i>Egoism Theory</i>	Seseorang harus selalu bertindak sesuai dengan kepentingannya masing-masing. Sebuah tindakan dianggap benar secara etika hanya ketika dapat memajukan kepentingan seorang individu.	Ditolak, karena melawan prinsip-prinsip keadilan dalam Islam: membantu sesama dan altruisme.
<i>Deontology Theory</i>	Teori ini menitikberatkan pada kewajiban sebagai dasar kategori moral yang dapat dilihat sebagai penilaian baik atau buruk. Teori ini tidak melihat konsekuensi dari tindakan. Dan terdapat banyak tindakan etika universal yang harus diterima setiap orang.	Ditolak, karena teori ini tidak jelas tentang sumber etika universal, dalam Islam satu-satunya sumber sistem etika adalah prinsip Islam.
<i>Virtue Ethics Theory</i>	Teori ini lebih fokus kepada apa yang membuat individu baik daripada apa yang membuat tindakan baik. Setiap orang harus mempunyai karakter kerbersamaan, kesetiakawanan, kejujuran, keterbukaan, keadilan, toleransi, percaya diri, dan sebagainya	Ditolak, karena satu-satunya dasar dalam teori ini adalah keutamaan.

3. Cermin Etika Islam dalam Bisnis: Nabi Muhammad

Menurut catatan peristiwa dalam sejarah, agama Islam memiliki pandangan lebih positif dan membangun terhadap image perdagangan dan kegiatan ekonomis. Islam tidak memperkenankan diberlakukan perdangan secara riba karena merugikan orang lain. Islam mewajibkan pemberian zakat kepada orang yang tidak punya karena hal tersebut menolong kehidupan orang miskin. Selain itu dianjurkan pula kepada orang Islam untuk memberikan sebagian hartanya kepada orang yang membutuhkannya. Islam berpendapat bisnis dapat dilakukan sepanjang saling memberikan keuntungan kepada pihak yang berdagang. Islam tidak mencurigai kegiatan bisnis sekalipun di era awal Islam modern. Nabi

Muhammad sendiri adalah seorang pedagang, ajaran agama Islam diawali dan disebarluaskan terutama melalui para pedagang.

Jika meneladani Nabi Muhammad saat melakukan perdagangan, maka beliau sangat mengedepankan adab dan etika berdagang yang luar biasa. Etika dan adab perdagangan inilah yang dapat disebut sebagai strategi dalam berdagang. Menurut Azizaturrohman (2014: 279) etika adalah disiplin ilmu yang berisi ilmu normatif yang memberikan dasar atau standar mengenai hal yang benar atau salah, yang baik atau buruk, yang membawa manfaat atau kerusakan.

Etika bisnis yang dimiliki oleh Nabi Muhammad (dalam Saifullah, 2011: 154) adalah bersikap jujur, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi *gharar*, tidak menimbun barang, tidak melakukan *al-ghlab* dan *tadlis*, dan saling menguntungkan (*mutual benefit principle*) antara penjual dan pembeli. Pola bisnis yang dipraktikkan Nabi Muhammad

¹Al-Hasan Al-Aidaros, Faridahwati Mohd. Shamsudin & Kamil Md. Idris, "Ethics and Ethical Theories from an Islamic Perspective", *International Journal of Islamic Thought*, Vol. 4 (Desember, 2013), 8.

ini tentu perlu diadaptasi oleh para pebisnis di masa kini yang terkadang mudah keluar dari etika-etika seperti yang dipraktikkan oleh Nabi.

Tata cara Nabi Muhammad dalam berbisnis menurut Mardatillah (2013: 96-98) sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis, di antaranya adalah:

- a. Bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Nabi Muhammad sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Nabi Muhammad sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas;
- b. Kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Bapak Ekonomi Kapitalis Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta'awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis, bukan mencari untung material semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang;
- c. Tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis. Praktik sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau pemasaran. Namun, harus disadari, bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah;
- d. Ramah-tamah. Seorang palaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis;
- e. Tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut. Nabi Muhammad melarang melakukan bisnis *najsya* (yaitu seorang pembeli tertentu, berkolusi dengan penjual untuk menaikkan harga, bukan dengan niat untuk membeli, tetapi agar menarik orang lain untuk membeli);
- f. Tidak boleh menjelekkan bisnis orang lain agar orang membeli kepadanya;
- g. Tidak melakukan *ihtikar*. *Ihtikar* ialah (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh). Nabi Muhammad melarang keras perilaku bisnis semacam itu;
- h. Takaran, ukuran dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan. Islam melarang berbuat curang, yaitu apabila menerima takaran dari orang lain, minta dipenuhi, tetapi apabila menakar atau menimbang untuk orang lain justru dikurangi;
- i. Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah;
- j. Membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan kerja yang dilakukan;
- k. Tidak monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara, dan tanah beserta kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral. Individu tersebut mengeruk keuntungan secara pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain. Hal ini dilarang dalam Islam.
- l. Tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (*mudharat*) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial. Misalnya, larangan melakukan bisnis senjata di saat terjadi *chaos* (kekacauan) politik. Tidak boleh menjual barang halal, seperti anggur kepada produsen minuman keras, karena

ia diduga keras, mengolahnya menjadi miras. Semua bentuk bisnis tersebut dilarang Islam karena dapat merusak esensi hubungan sosial yang justru harus dijaga dan diperhatikan secara cermat;

- m. Komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dan sebagainya;
- n. Bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan;
- o. Segera melunasi kredit yang menjadi kewajiban. Rasulullah memuji seorang muslim yang memiliki perhatian serius dalam pelunasan hutangnya;
- p. p. Memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar;
- q. q. Bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba.

E. Implementasi Etika Islam dalam Dunia Bisnis

Aktivitas bisnis merupakan bagian integral dari wacana ekonomi. Sistem ekonomi Islam berangkat dari kesadaran tentang etika, sedangkan sistem ekonomi lain, seperti kapitalisme dan sosialisme, cenderung mengabaikan etika sehingga aspek nilai tidak begitu tampak dalam bangunan kedua sistem ekonomi tersebut. Keringnya kedua sistem itu dari wacana moralitas, karena keduanya memang tidak berangkat dari etika, tetapi dari kepentingan (*interest*). Kapitalisme menurut Koni (2015: 78) berangkat dari kepentingan individu sedangkan sosialisme berangkat dari kepentingan kolektif, meskipun kini mulai muncul era baru etika bisnis di pusat-pusat kapitalisme.

Bisnis pada hakikatnya berada dalam suatu cakrawala bahwa semua jenis kegiatan bisnis pada dasarnya dibolehkan, kecuali yang secara jelas bertentangan dengan nilai-nilai etika bisnis atau yang secara tegas dilarang oleh syariat. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (*syariah*) dalam ajaran Islam di bidang muamalah khususnya perilaku bisnis adalah

agar tercipta pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat (Amalia, 2014: 134).

Adapun batasan wilayah bisnis yang bertentangan dengan etika bisnis atau larangan syariat dapat diketahui demi kebaikan para pelaku bisnis maupun masyarakat pengguna dengan keadilan dan kejujuran serta untuk menghilangkan kebathilan, kerusakan dan kezaliman. Dengan demikian ketiga prinsip landasan praktek mal-bisnis, yaitu kebatilan, kerusakan dan kezaliman dapat dijadikan tolok ukur apakah suatu bisnis termasuk ke dalam wilayah yang bertentangan dengan etika bisnis atau tidak. Bisnis adalah baik dan benar kecuali yang mengandung kebatilhan, kerusakan atau kezaliman.

Etika bisnis Islam merupakan jawaban atas problematika umat di bidang ekonomi. Berbagai persoalan menyangkut bisnis dan perekonomian mengemuka disebabkan oleh kurangnya pemahaman manusia akan eksistensi diri dan konsekuensi logis yang ditimbulkannya. Bisnis pada esensinya merupakan refleksi atas kehidupan manusia. Hal ini ditunjukkan oleh perilaku bisnis yang jamak ditemui dalam perilaku keseharian hidup manusia. Nilai-nilai dalam bisnis tidak ubahnya merupakan nilai kehidupan yang juga diadaptasi oleh kehidupan manusia. Perilaku bisnis yang menyalahi etika terutama disebabkan kegagalan manusia memahami jati diri manusia.

Hal yang patut dipertimbangkan dalam upaya pengejawantahan etika bisnis untuk membangun tatanan bisnis yang Islami yaitu diperlukan suatu cara pandang baru dalam melakukan kajian-kajian keilmuan (bisnis dan ekonomi) yang lebih berpijak pada paradigma pendekatan normatifetik sekaligus empirik induktif yang mengedepankan penggalian

dan pengembangan nilai-nilai al-Qur'an, agar dapat mengatasi perubahan dan pergeseran zaman yang semakin cepat. Atau dalam kategori pengembangan ilmu pengetahuan modern harus dikembangkan dalam pola pikir *abductive pluralistic*. Menurut Fauroni (2003: 105) dengan pola pikir ini pengembangan ilmu-ilmu keislaman akan menjadi tajam dan proaktif terhadap persoalan-persoalan kontemporer dan dapat mentransformasikan norma-norma dan nilai-nilai agama ke dalam bingkai keilmuan sebagai *cultural force*.

Eksistensi etika bisnis Islam sebagai sarana pertimbangan etis bisnis dibutuhkan oleh bisnis kontemporer. Entitas bisnis kontemporer mencakup entitas bisnis konvensional maupun bisnis berlabelkan syariah. Etika bisnis Islam sendiri tidak mengkhususkan diri pada entitas berbasis syariah. Lebih jauh, etika bisnis Islam mengakomodasi kepentingan bisnis konvensional. Etika bisnis konvensional maupun etika bisnis Islam berada dalam satu *mainstream idealisme* yang sama yaitu menciptakan bisnis yang luhur dan bermartabat. Kendati persoalan yang dihadapi etika bisnis konvensional tidak mudah disebabkan oleh dimensi ontologis yang menopang etika tersebut namun keberadaannya tetap pada muara yang sama dengan etika bisnis Islam.

Semua manusia menginginkan kebahagiaan namun dalam upayanya mengejar kebahagiaan, manusia menganulir kebahagiaan orang lain. Manusia justru menjadi *causa* bagi penderitaan orang lain. Tak urung bisnis hanya memperpanjang usia penderitaan manusia yang dikonkretisasi melalui kemiskinan, ketimpangan dan kesenjangan ekonomi. Tujuan dari etika adalah mengembalikan aktivitas atau kegiatan manusia pada dimensi humanis. Maka bisnis pun harus ditempatkan pada situasi yang menghargai dan menghormati manusia. Kecenderungan bisnis kontemporer yang bergerak bebas dan didasarkan pada filosofi pasar menghendaki etika bisnis Islam responsif terhadap pergerakan tersebut.

Tujuan yang dicapai ekonomi kontemporer berkembang sesuai tuntutan

zaman. Bisnis kontemporer bertujuan untuk mengoptimalkan laba. Berbeda dengan etika bisnis Islam, orientasi etika bisnis Islam adalah *falah*, kehidupan yang mulia dan sejahtera di dunia dan akhirat. Tendensi tujuan ekonomi konvensional yang fokus pada urusan dunia diperkuat basis fundamentalnya oleh etika bisnis Islam dengan menyertakan urusan akhirat. Perilaku bisnis pelaku usaha dibingkai pada dimensi pencapaian tujuan secara total, dunia dan akhirat. Tindakan dan perilaku bisnis pada dasarnya merupakan cerminan dari tujuan, visi dan misi serta imajinasi manusia.

Eksistensi bisnis kontemporer memperlihatkan realitas ketercapaian manusia dalam memanfaatkan dan mendayagunakan seluruh potensi ekonomi yang dimilikinya. Namun perlu disadari pula bahwa dibalik kemajuan dan progresivitas bisnis kontemporer termanifestasi residu negatif kegiatan ekonomi manusia. Persaingan antar manusia, tujuan menghalalkan segala cara, kerusakan lingkungan dan dehumanisasi adalah serangkaian residu yang diproduksi sistem ekonomi.

Praktik bisnis yang melanggengkan paradigma *homo homini lupus* berakibat pada ketimpangan dan kesenjangan ekonomi yang dramatis. Kecemburuan sosial sebagai dampak kompetisi ekonomi jamak ditemui pada kondisi ekonomi yang tak menentu. Berbagai kerusakan lingkungan yang dipelopori usaha manusia memenuhi kebutuhan hidup menyeruak ke permukaan. Kegagalan ini menunjukkan tujuan dan kepentingan bisnis yang bertolak belakang dengan tujuan alamiah bisnis. Bisnis tidak sepenuhnya melahirkan kebahagiaan. Kebahagiaan yang diusahakan nyatanya hanya dinikmati sebagian yang lain. Ketimpangan ini tentu saja menarik perhatian etika mengingat gugatan etika adalah ketidakadilan, ketimpangan dan kesenjangan ekonomi.

Etika bisnis Islam hadir untuk mengembalikan perilaku bisnis pada perilaku yang humanis sekaligus *Ilahiah*. Tujuan bisnis didedikasikan untuk kepentingan horizontal

maupun vertikal. Manifestasi dari kesadaran akan etika bisnis Islam adalah tindakan dan perilaku seseorang dalam berkegiatan bisnis. Etika bisnis Islam dituntut mampu menjamin kepentingan umat Islam melalui seruan – seruan moral Islam yang sesuai perkembangan bisnis. Etika bisnis Islam harus mengcover keterbutuhan umat dengan aturan-aturan yang jelas dan sistematis agar umat memahami bagaimana berbisnis dalam situasi bisnis yang terus bergerak mengikuti perubahan zaman. Etika bisnis Islam memberikan arahan sebagai tindakan berbisnis yang sesuai dengan ketentuan syariat. Aturan berbisnis sesuai syariat dimaknai sebagai upaya seorang muslim memahami kedudukannya dalam kontelasi bisnis. Manusia dalam bisnis dimaknai sebagai seorang manusia dengan kecenderungan naluriah sekaligus juga sebagai seorang hamba (abdullah) yang tunduk kepada aturan – aturan Ilahiah. Koridor inilah yang kemudian mengantarkan seorang manusia pada keluhuran dan martabat dalam berbisnis. Nilai-nilai positif yang tertuang dalam etika bisnis Islam dianggap mampu memberi jawaban atas persoalan bisnis kontemporer. Nilai-nilai tersebut juga linear dengan nilai-nilai bisnis konvensional.

Beberapa pandangan tentang etika bisnis Islam menempatkan etika bisnis Islam sebagai etika pertengahan. Dengan kata lain tidak mempunyai kecenderungan berat sebelah atau pemihakan secara radikal terhadap sistem perekonomian tertentu. Beberapa nilai etika bisnis Islam seperti keadilan, keseimbangan, tanggung jawab, dan kebajikan merupakan nilai universal yang diperjuangkan oleh berbagai sistem perekonomian. Nilai tersebut sekaligus merupakan keutamaan yang dituntut oleh manusia tanpa perkecualian.

Upaya untuk mewujudkan perilaku bisnis bermartabat bukan persoalan yang mudah mengingat etika bisnis Islam kerap menghadapi dilema dalam penerapannya. Normativitas versus positività etika bisnis Islam, sampai hari ini masih menjadi diskursus. Normativitas ajaran Islam yang mengidealkan tujuan

ekonomi membutuhkan instrumen berupa institusi dan entitas bisnis syariah. Keberadaan lembaga ekonomi dan keuangan syariah memberi legitimasi bagi eksistensi etika bisnis syariah kendati ruang aplikasi etika bisnis syariah tidak terbatas pada lembaga syariah. Namun demikian etika bisnis Islam tidak bisa dianggap eksklusif karena etika bisnis Islam secara positif dapat dijumpai dalam lingkungan bisnis Islami. Perilaku, tindakan dan kegiatan ekonomi yang dipresentasikan pelaku bisnis khususnya pelaku bisnis muslim menunjukkan positività etika bisnis Islam dalam wilayah praksis. Di wilayah ini pula etika bisnis Islam aplikatif dalam memberi jawaban permasalahan bisnis kontemporer.

Etika bisnis Islam yang masih dianggap sebagai utopia atau imajiner ini berawal dari ketiadaan representasi aktual perilaku bisnis, sehingga mengakibatkan pemahaman akan etika bisnis Islam sebatas pada wilayah normatif. Persoalan di atas merupakan salah satu dilema yang dihadapi etika bisnis Islam dalam pengimplementasian etika di ranah praksis. Menurut Ardi (2015: 66) problem tersebut secara tidak langsung merupakan tantangan yang harus diatasi oleh etika bisnis Islam. Sehingga harapannya, etika bisnis Islam tidak hanya menampilkan himbauan moral namun lebih jauh menghadirkan realitas sesungguhnya bisnis yang luhur dan bermartabat.

F. PENUTUP

Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah diatur dalam pandangan ajaran Agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis

pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Prilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka atau ruang lingkup bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Azmin, Adi Anuar, Azizi Abu Bakar, dan Abdullah Abd Ghani. "Determinant Concept of Ethical Islamic Business Practices among Housing Developers in Malaysia", *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship*, Vol. 1, No. 1 (2015).
- Al-Hasan Al-Aidaros, Faridahwati Mohd. Shamsudin & Kamil Md. Idris, "Ethics and Ethical Theories from an Islamic Perspective", *International Journal of Islamic Thought*, Vol. 4 (Desember, 2013).
- Annisa Mardatillah. "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam", *JIS*, Vol. 6, No. 1 (April, 2013).
- Aris Baidowi, "Etika Bisnis Perspektif Islam", *JHI*, Vol. 9, No. 2 (Desember, 2011).
- Che Mohd Zulkifli, *et.al.*, "Concept of Business Ethics In Islam - Approach to the Entrepreneur", *Journal of Asian Business Strategy*, Vol. 5, NO. 1 (2015).
- Fauzan, "Pengaruh Religiusitas terhadap Etika Berbisnis", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 15, No. 1 (Maret, 2013).
- Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil", *Al-Iqtishad*, Vol. 6, No. 1 (Januari, 2014).
- Fuad Riyadi, "Urgensi Manajemen dalam Bisnis Islam", *Bisnis*, Vol. 3, No. 1 (Juni, 2015).
- Hafiz Muhammad Fakhar Zaman, *et. al.*, "Islamic Values and Ethical System Towards Business: Does Islam Provide Best Framework to the Corporate World?", *International Journal of Economics, Commerce and Management*, Vol. 3, No. 2 (Februari, 2015).
- Lukman Fauroni, "Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif Al-Qur'an", *Iqtisad Journal of Islamic Economics*, Vol. 4, No. 1 (Maret, 2003), 105.
- Ma'mun Mu'min, "Revitalisasi Etika Bisnis dalam Membangun Sistem Perekonomian yang Beradab", *Bisnis*, Vol. 3, No. 1 (Juni 2015).
- Mahendra Adhi Nugroho, "Konsep Teori dan Tinjauan Kasus Etika Bisnis PT Dirgantara Indonesia (1960-2007)", *Jurnal Economica*, Vol. 8, No. 1 (April, 2012).
- Muhamad, "Kesatuan Bisnis dan Etika dalam al-Qur'an: Upaya Membangun Kerangka Bisnis Syariah", *Jurnal Tsaqafah*, Vol. 9, No. 1 (April, 2013).
- Muhammad Saifullah, "Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah", *Walisongo*, Vol. 19, No. 1 (Mei, 2011).
- Muhammad Shulthoni Yusuf, "Etika Bisnis Komunitas Tionghoa Muslim Yogyakarta (Kajian atas Etos Kerja Konfusianisme dalam Perspektif Islam)", *Religia*, Vol. 14, No. 1 (April, 2011).
- Mulia Ardi, "Diskursus Etika Bisnis Islam dalam Dinamika Bisnis Kontemporer", *An-Nisbah*, Vol. 1, No. 2 (April, 2015).
- Norvadewi, "Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)", *Al-Tijary*, Vol. 1, No. 1 (Desember, 2015).
- Rafiq Issa Beekun, "Islamic Business Ethics", (Virginia: International Institute of Islamic Thought).

Rana Zamin Abbas, *et.al.*, “Managerial Ethics in Islamic Framework”, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3, No.7 (April, 2012).

Siti Nur Azizaturrohmah dan Imron Mawardi, “Pemahaman Etika Berdagang pada Pedagang Muslim Pasar Wonokromo Surabaya (Studi Kasus Pedagang Buah)”, *JESTT*, Vol. 1, No. 4 (April, 2014).

Syed Nawab Naqvi, “Ethics and Economics: An Islamic Syntesis”, *terj.* Husin Anis, “Etika dan Ilmu Ekonomi: Suatu Sintesis Islami”, (Bandung: Mizan, 1993).

Wiwin Koni, “Etika Bisnis Islam dan Solusi Islam dalam Krisis Ekonomi Global”, *Al-Buhuts*, Vol. 11, No. 1 (Juni, 2015).