

ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Sri Nawatmi

Unisversitas Stikubank, Semarang
(sri_nawatmi@yahoo.com)

ABSTRACT

There is no ethic in business can make a destroy in a live. Because of that, many Businessman aware. Now, business ethic is a trend. The fact indicate that there is positif relation between perform and ethic. In Islam, business ethic explained in Al-Qur'an and Hadits. History about Nabi Muhammad saw said that Nabi is a successful businessman with Islamic ethic. Be based on the law in Islam, there are five principles in Islamic ethic.

Keywords: *business, ethic, perform, law, principles*

PENDAHULUAN

Kesadaran para cendekiawan muslim untuk kembali ke ajaran Qur'an dan hadits, memunculkan pemikiran untuk menggunakan sistem ekonomi yang berdasarkan pada syariah Islam atau disebut sebagai sistem ekonomi Islam. Kesadaran mereka muncul karena ternyata sistem ekonomi yang dijalankan selama ini tidak menyebabkan kondisi ekonomi global semakin membaik khususnya di negara-negara muslim. Kemiskinan justru paling banyak dialami oleh negara-negara muslim. Sistem ekonomi kapitalis membuat negara-negara muslim yang kebanyakan adalah negara sedang berkembang dieksploitasi oleh negara maju sehingga menyebabkan ketergantungan yang semakin tinggi pada negara maju. Kesadaran inilah yang menyebabkan munculnya ekonomi syariah sebagai jawaban atas permasalahan yang dihadapi negara-negara muslim. Apalagi sistem ekonomi Islam jaman Nabi SAW dan para sahabatnya terbukti memunculkan kejayaan Islam. Hal ini lebih dikuatkan lagi dengan adanya hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sistem ekonomi kapitalis selama seratus tahun terakhir, setiap lima tahun sekali selalu terjadi krisis.

Munculnya kesadaran untuk menjalankan syariah Islam dalam kehidupan ekonomi muslim berarti harus mengubah pola pikir dari sistem ekonomi kapitalis ke sistem ekonomi syariah termasuk dalam dunia bisnis. Dunia bisnis tidak bisa dilepaskan dari etika bisnis. Banyak hasil

penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara etika bisnis dan kesuksesan suatu perusahaan. Kisah bangkrutnya Lehman Brothers menggambarkan dampak dari suatu perusahaan yang tidak menggunakan etika bisnis dalam setiap aktivitas bisnisnya. Pada akhirnya praktek bisnis yang tidak jujur, hanya memikirkan keuntungan maksimal dan merugikan pihak lain akan membawa perusahaan, yang tergolong raksasa sekalipun akan hancur juga.

Etika bisnis sebenarnya bukan fenomena dan kajian yang baru. Sejak abad ke-18 hingga kini, hubungan etika dan bisnis telah banyak diperdebatkan. Di AS, kasus bisnis yang berhubungan dengan etika bahkan telah terjadi sebelum kemerdekaan AS. Bermula pada tahun 1870, John D. Rockefeller, pemilik Standard Oil Company Ohio, melakukan kesepakatan rahasia potongan harga dengan perusahaan kereta api yang akan mengangkut minyaknya. Akibatnya pesaing kalah sehingga memutuskan untuk keluar dari bisnis perminyakan. Bisnis yang melibatkan praktek-praktek kecurangan, penipuan dan lain-lain adalah alasan etika bisnis mendapat perhatian yang intensif hingga menjadi kajian tersendiri. Masalah etika bisnis muncul bila terjadi suatu konflik tanggung jawab kepentingan atau dilema memilih antara yang benar dan yang salah, yang salah dengan yang lebih salah atau mempertimbangkan sesuatu yang lebih kompleks yang diakibatkan oleh aktivitas bisnis.

Perilaku bisnis yang tidak beretika terjadi pada hampir semua negara, misalnya Mitsubishi Electric, perusahaan Jepang yang terlambat menarik produk TV-nya yang ternyata menyebabkan terlalu panas dan kebakaran. Perusahaan Nike membayar upah pekerja yang rendah di berbagai negara berkembang untuk membuat sepatu yang berharga tinggi. Di Indonesia, praktek bisnis yang tidak beretika semakin terkuak setelah Orde Baru runtuh di awal 1998. Banyak kasus dan skandal mewarnai praktek bisnis baik itu KKN (korupsi, kolusi dan nepotisme), menyuap, memalsukan, menipu, ataupun menyelewengkan milik perusahaan atau negara. Dari kasus Edi Tanzil, BLBI (Bantuan Likuiditas Bank Indonesia), PT Newmont, Freeport dan yang sekarang lagi hangat adalah kasus Gayus dengan skandal pajaknya. Di Eropa, seperti perusahaan Enron, Merck, Xerox, Global Crossing, Rite-Aid, Oracle, ParMor, AOL Time Warner, Citigroup dan lain-lain.

Di samping itu, ada juga perusahaan yang melaksanakan etika bisnis dalam praktek bisnisnya. Misalnya, Nestle di India yang membantu para peternak sapi sehingga produksi susu per peternak meningkat 50 kali lipat dan taraf hidup para peternak juga meningkat. Selain itu, Arnotts, perusahaan biskuit Australia yang berani menarik seluruh produknya sekalipun ada orang yang mau memberitahu produk mana yang beracun asal diberi sejumlah uang. Arnotts lebih suka menarik seluruh produknya demi keselamatan konsumen dan dampaknya luar biasa, enam bulan kemudian pendapatan perusahaan naik tiga kali lipat. Sekarang yang menjadi pertanyaan adalah etika bisnis yang Islami itu seperti apa ?

PEMBAHASAN

Etika Bisnis

Etika 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 (Achyar Eldine,(2009)).

Secara etimologi, etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang berarti sikap, cara berpikir, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan dan watak kesusilaan. Istilah etika telah dipakai Aristoteles, filsuf Yunani, untuk menunjukkan filsafat moral. Jadi etika berarti prinsip, norma dan standar perilaku yang mengatur individu maupun kelompok yang membedakan apa yang benar dan apa yang salah. Etika bisnis (*business ethic*) berusaha untuk melarang perilaku bisnis, manajer perusahaan dan pekerja yang seharusnya tidak dilakukan. Etika bisnis mempengaruhi bagaimana perusahaan berhubungan dengan para pekerjanya, bagaimana pekerja berhubungan dengan perusahaan dan bagaimana perusahaan berhubungan dengan agen atau pelaku ekonomi lain.

Etika mengarahkan manusia menuju aktualisasi kapasitas terbaiknya. Penerapan etika dan kejujuran dalam bisnis akan meningkatkan nilai entitas bisnis itu sendiri. Dengan tingkat persaingan yang semakin tinggi ditambah dengan konsumen yang semakin kritis, maka kalau kepusan konsumen tetap dijaga akan menyebabkan perusahaan *sustainable* dan dapat dipercaya dalam jangka panjang.

Perusahaan yang menerapkan etika akan meningkatkan motivasi para pekerja, karena bekerja selain dituntut menghasilkan yang terbaik, juga diperoleh dengan cara yang baik pula. Penerapan etika bisnis juga melindungi prinsip kebebasan berusaha dan meningkatkan keunggulan bersaing, selain itu juga mencegah terkena sanksi-sanksi pemerintah karena melanggar etika yang dapat digolongkan sebagai perbuatan melawan hukum. Tanpa etika bisnis maka, perusahaan akan

lepas kendali, menggunakan berbagai cara, mengurbankan apa saja demi mencapai tujuan.

Etika bisnis juga berhubungan dengan nilai merk (*brand value*). Perilaku bisnis yang beretika berkontribusi terhadap citra perusahaan. Caranya dengan memberi pelatihan pada para pekerja mengenai etika, hasilnya sungguh luar biasa, misalnya, menurunnya biaya, menurunnya pelanggaran dan perusakan pada merk atau reputasi dan pada akhirnya menurunkan penalti atau hukuman akibat melanggar aturan yang ditetapkan.

Etika Bisnis Dan Kinerja Perusahaan

Para pebisnis kapitalis beranggapan bahwa hubungan antara bisnis dan etika adalah kontradiktif karena ada konflik kepentingan di antara keduanya dalam mengejar keuntungan yang maksimal. Ketika etika berlawanan arah dengan keuntungan perusahaan, pebisnis kapitalis akan memilih keuntungan dan meninggalkan etika bisnisnya dengan menghalalkan segala cara. Akan tetapi bagi perusahaan yang memperhatikan etika maka, perusahaan akan terus hidup dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi. Pelaksanaan etika bisnis dan tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) menjadi salah satu *sustainable competitive advantage*. Contoh perusahaan yang menerapkannya adalah Shell, BP, GE, Johnson & Johnson.

Bagi perusahaan yang beranggapan bahwa keuntungan finansial adalah segala-galanya maka, mereka akan menganggap bahwa moralitas atau etika tidak cocok dengan bisnis sehingga perusahaan tidak akan merasa memiliki tanggung jawab sosial karena bisnis adalah bisnis, tak ada hubungannya dengan kepentingan masyarakat. Kalau perusahaan berada dalam persaingan yang ketat, mereka akan melakukan apapun untuk meningkatkan keuntungannya sekalipun mengurbankan yang lainnya. Misalnya untuk menekan biaya operasional, perusahaan memberikan upah di bawah standar, tidak menjaga keselamatan pekerja, memanipulasi laporan keuangan dan lain-lain, dimana hal itu pada akhirnya akan merugikan masyarakat atau negara akan dianggap sebagai sah-sah saja. Tetapi di era global seperti sekarang ini, dimana informasi mudah sekali untuk diakses maka, akan sulit bagi perusahaan untuk bertahan lama kalau dia melanggar etika bisnis karena kekuatan dalam dunia bisnis sekarang ini bukan

lagi menjadi monopoli individu atau perusahaan tertentu. Konsumen, masyarakat, LSM dan sebagainya dengan dukungan akses internet yang ada serta meningkatnya tuntutan akan transparansi, membuat pelaku bisnis harus hati-hati. Terpaksa atau tidak, mereka harus menjalankan etika bisnis agar bisnis tidak kolaps akibat ditinggalkan konsumen dan hilangnya kepercayaan para pemegang kepentingan (*stakeholder*).

Kenyataan menunjukkan bahwa, masih ada yang menganggap bahwa ukuran kinerja adalah untung rugi dalam bentuk uang. Mereka memandang bisnis adalah bagaimana mencetak laba yang besar karena laba yang tinggi merupakan tanda kesuksesan, laba yang lebih rendah berarti kinerjanya buruk. Tetapi kurun waktu belakangan, isu mengenai etika bisnis menggugah kesadaran banyak pihak khususnya para pelaku bisnis. Mereka menyadari, bisnis yang baik merupakan dampak dari kinerja perusahaan yang baik, dimana kinerja yang baik merupakan hasil dari penerapan etika yang baik oleh organisasi perusahaan.

Hubungan antara etika bisnis dan kinerja finansial telah menjadi isu penting dalam dunia bisnis selama kurang lebih 25 tahun. Meskipun sejumlah peneliti telah menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara etika dan kinerja finansial, sedikit peneliti lainnya menemukan bahwa hubungan antara keduanya bisa jadi terbukti atau tidak terbukti. Menurut Bernard Schwab, menjadi etis tidaklah mudah, dan bisa jadi mahal karena perusahaan harus kehilangan uang untuk menjalankan CSR (*Corporate Social Responsibility*), disamping itu perusahaan juga harus melakukan pelatihan kode etik atau program-program internal lainnya untuk memperkuat etika di perusahaan. Jika keuntungan menjadi tujuan perusahaan satu-satunya, maka hal itu menjadi sesuatu yang tidak mudah. Yang menjadi pertanyaan mereka adalah apakah dengan menjadi perusahaan yang etis akan meningkatkan keuntungan finansial dalam jangka panjang? Apakah kinerja finansial akan menjadi lebih baik dengan menjadi perusahaan yang etis dan bertanggung jawab?

Menurut pendiri General Electric, Reginald Jones, kinerja organisasi dengan etika sangat berhubungan. Begitupun dengan hasil studi dari The Performance Group, sebuah konsorsium yang

terdiri dari Volvo, Unilever, Monsanto, Imperial Chemical Industries, Deutsche Bank, Electrolux dan Gerling, menemukan bahwa pengembangan produk yang ramah lingkungan dan peningkatan *environ mental compliance* bisa menaikkan EPS (*earning per share*) perusahaan, mendorong keuntungan dan menjamin kemudahan dalam mendapat kan kontrak atau persetujuan investasi.

Selain mempengaruhi kinerja, etika perusahaan juga mempengaruhi kehidupan sosial di lingkungan perusahaan yang bisa berdampak pada kinerja perusahaan secara umum. Schwepker, Scott J. Vittel dan Anurson, menemukan adanya hubungan yang positif antara penerapan etika dan kepuasan kerja. Kepuasan kerja bisa berupa kepuasan terhadap kompensasi, atasan, promosi, rekan kerja dan lain-lain. Ketika etika sudah terinstitusio nalisasikan maka, pekerja diharapkan akan diper lakukan dengan adil baik dalam kompensasi, promosi maupun penyelesaian konflik. Dengan demikian, para pekerja akan mendapatkan kepuasan kerja sehingga mereka akan berkinerja lebih produktif dalam mendukung tujuan perusahaan. Oleh karena itu agar perusahaan bisa eksis dalam jangka panjang maka, perusahaan harus menerapkan etika dalam bisnisnya. Dengan adanya etika, para pelanggan akan lebih percaya pada perusahaan. Kepercayaan ini akan menimbulkan komitmen dan loyalitas. Sedangkan para pekerja akan setia bekerja melayani perusahaan yang bersikap adil dan menghargai pekerja. Intinya, perusahaan yang menerapkan etika akan memiliki keunggulan kompetitif dibanding perusahaan yang tidak beretika.

Hasil penelitian Vardi (2001), menunjukkan adanya hubungan yang negatif antara penerapan etika dan penyimpangan perilaku pekerja. Penyimpangan perilaku pekerja, timbul karena buruknya penerapan etika di tempat bekerja. Hal ini akan menimbulkan kerugian bagi organisasi. Hasil penelitian itu diperkuat oleh Murphy, yang menjelaskan adanya kerugian sebesar US\$ 6-200 milyar setiap tahun atas penyimpangan yang dilakukan pekerja. Dampak negatif dari perilaku perusahaan yang tidak etis bukan hanya menimpa perusahaan itu sendiri juga masyarakat secara umum. Ketidaketisan perusahaan, selain menimbulkan persepsi yang buruk di mata masyarakat juga menurunkan moral para pekerja akibat beban psikologis bekerja di perusahaan

yang tidak beretika dan juga memunculkan ketidakpercayaan publik terhadap perusahaan di masa depan.

Etika perusahaan bisa diimplementasikan melalui budaya perusahaan, tata kelola perusahaan (*Good Corporate Govrnance*), manual kode etik perilaku corporate (*Corporate Code of Conduct*), dan tanggung jawab sosial perusahaan pada masyarakat (*Corporate Social Responsibility*).

Budaya bagi perusahaan adalah penting karena keputusan yang dibuat tanpa melihat budaya akan menimbulkan akibat yang tidak dapat diantisipasi. Budaya organisasi bisa menjadi warna perusahaan yang harus diaplikasikan pada seluruh anggota organisasi, stakeholder dan bahkan masyarakat luas. Proses pembudayaan tidak bisa instan tapi butuh waktu dan dukungan faktor lain seperti komitmen yang kuat dan keteladanan dari para pemimpin.

Target *Good Corporate Governance* (GCG) adalah pengembangan perusahaan agar semakin menguntungkan, semakin rendah risikonya dan semakin sesuai dengan kebutuhan para pemangku kepentingan. GCG timbul berkaitan dengan prinsip *agency theory* yaitu untuk menghindari konflik kepentingan antara *principal* dan agennya. Tata kelola yang baik menentukan reputasi perusahaan yang akan menghindarkannya dari kerugian dan biaya yang timbul bila mengabaikan prinsip tata kelola perusahaan. Menurut mantan presiden World Bank 1999, James D. Wolfensohn, pelaksanaan GCG akan mendukung perkembangan sosial yang bagus, menciptakan struktur kepemilikan perusahaan yang luas, mengurangi tersentralisasinya kekuasaan pada pihak-pihak tertentu dalam masyarakat, menunjang perkembangan pasar modal, menstimulasi inovasi, memacu tumbuhnya investasi jangka panjang, mengu rangi gejolak dan menghambat pelarian modal. Selain itu GCG juga memberi manfaat dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan. GCG memiliki lima prinsip yaitu *transparency*, *independency*, *accountability*, *responsibility* dan *fairness*.

Corporate Code Conduct (COC) merupakan dokumen yang berisi filosofi perusahaan dan aturan perilaku yang beretika. COC memberikan pedoman pada pekerja agar berperilaku sesuai etika dan nilai budaya yang dianut oleh

perusahaan, profesional, bertanggung jawab, wajar, patut dan dapat dipercaya baik dalam melakukan hubungan dengan rekan bisnis maupun rekan kerja.

Corporate Social Responsibility (CSR) mengacu pada kewajiban organisasi untuk melindungi dan memberikan kontribusi kepada masyarakat, terutama pada pihak yang berkepentingan (*stakeholder*), lingkungan alam, serta kesejahteraan secara umum. Michael Porter, Christensen dan Rosa beth Moss Kanter dari Harvard Business School berhasil membuktikan bahwa program-program CSR yang disinergi kan dengan strategi perusahaan akan memberi kan dampak yang jauh lebih besar kepada masyarakat dan perusahaan sendiri.

Etika Dalam Perspektif Islam

Islam menempatkan nilai etika di tempat yang paling tinggi. Pada dasarnya, Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia, seperti yang disebutkan dalam hadis: “ Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia”. Terminologi paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam adalah akhlak. 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-Qur’an 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 ilahiyah atau makhluk yang bertuhan. Dengan demikian, dalam berbisnis

manusia tidak lepas dari pengawasan Tuhan dan dalam rangka melaksanakan titah 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. Karena masalah ekonomi, termasuk aspek mu’amalah, bukan ibadah, maka berlaku padanya kaidah umum, “semua boleh kecuali yang dilarang”. Yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba. Dalam tataran ini kebebasan manusia sesungguhnya tidak mutlak, tetapi merupakan kebebasan yang bertanggung jawab dan berkeadilan.

Pertanggungjawaban, berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggung jawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis. Harta sebagai komoditi bisnis dalam Islam, adalah amanah Tuhan yang harus dipertanggungjawabkan di hadapan Tuhan.

Sedangkan pedoman bisnis menurut Imam Ibnu Taymiyyah dalam kitab Al Hisbah antara lain adalah pertama, sempurna dalam timbangan.

“Kecelakaanlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain ia minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”(QS.83:1-3)

Kedua, hindari penipuan/kecurangan. Diriwayatkan dari Hakim bin Hizam r.a. dia berkata : Rasulullah saw pernah bersabda : “ Penjual dan pembeli memiliki hak khiyar (tetap melanjutkan jual beli atau membatalkannya) selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya berkata benar dan menjelaskan apa adanya maka jual beli mereka diberkahi, tetapi jika keduanya menyembunyikan cacat yang ada dan berkata dusta, maka jual beli mereka tidak diberkahi (HR. Muttafaq Alaihi). Ketiga, hindari kontrak bisnis yang tidak sah

(illegal). Kontrak yang terkait dengan riba dan judi seperti jual beli spekulatif (bay al-gharar), membeli bayi ternak yang masih dalam kandungan (mulamasa), menawar tinggi untuk menaikkan harga bukan berniat untuk membeli (najas). Keempat, kondisi ketidaksempurnaan pasar. Diriwayatkan Abdul lah bin Umar r.a. bahwasanya Raulullah pernah bersabda : “Janganlah memperjualbelikan barang yang sedang dalam proses transaksi dengan orang lain dan janganlah menghadang barang dagangan sebelum sampai di pasar/ sebelum penjual mengetahui harga yang berlaku di pasar.” Kelima, hindari penimbunan (ikhtikar).

Prinsip-prinsip etika bisnis menurut Al-Qur'an : pertama, melarang bisnis yang dilaku kan dengan proses kebatilan (QS. 4:29). Bisnis harus didasari kerelaan dan keterbukaan antara kedua belah pihak dan tanpa ada pihak yang dirugikan. Orang yang berbuat batil termasuk perbuatan aniaya, melanggar hak dan berdosa besar (QS.4:30). Sedangkan orang yang menghindarinya akan selamat dan mendapat kemuliaan (QS.4:31). Kedua, Bisnis tidak boleh mengandung unsur riba (QS. 2:275). Ketiga, kegiatan bisnis juga memiliki fungsi sosial baik melalui zakat dan sedekah (QS. 9:34). Pengembangan harta tidak akan terwujud kecuali melalui interaksi antar sesama dalam berbagai bentuknya. Keempat, melarang pengurangan hak atas suatu barang atau komoditas yang didapat atau diproses dengan media takaran atau timbangan karena merupakan bentuk kezaliman (QS. 11:85), sehingga dalam praktek bisnis, timbangan harus disempurnakan (QS. 7:85, QS. 2:205). Kelima, menjunjung tinggi nilai-nilai keseimbangan baik ekonomi maupun sosial, keselamatan dan kebaikan serta tidak menyetujui kerusakan dan ketidakadilan. Keenam, pelaku bisnis dilarang berbuat zalim (curang) baik bagi dirinya sendiri maupun kepada pelaku bisnis yang lain (QS. 7:85, QS.2:205).

Rasulullah Saw memberikan petunjuk mengenai etika bisnis yang sangat banyak, di antaranya ialah: Pertama, bahwa prinsip penting dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda: “Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan

yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya” (H.R. Al-Quzwani). “Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami” (H.R. Muslim). Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang bagus di bagian atas. *Kedua*, kesadaran tentang pentingnya kegiatan sosial dalam bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntunganyang maksimal, seperti yang diajarkan pada ekonomi kapitalis, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta'awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis, bukan mencari untung dalam materi semata, tetapi juga didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.

Ketiga, tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad saw sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis Dalam sebuah HR. Bukhari, Nabi saw bersabda, “Dengan melakukan sumpah palsu, barang-barang memang terjual, tetapi hasilnya tidak berkah”. Dalam HR. Abu Dzar, Rasulullah saw mengancam dengan azab yang pedih bagi orang yang bersumpah palsu dalam bisnis, dan Allah tidak akan memperdulikannya nanti di hari kiamat (H.R. Muslim). Praktek 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.

Keempat, ramah-tamah . Seorang palaku bisnis, harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis. Nabi Muhammad saw mengatakan, “Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis. ” (HR.Bukhari dan Tarmizi). Kelima, tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut. Sabda Nabi Muhammad, “Janganlah kalian melakukan bisnis najas (seorang pembeli tertentu, berkolusi dengan penjual untuk menaikkan harga, bukan dengan niat untuk membeli, tetapi agar menarik orang lain untuk membeli)”.

Keenam, tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya. Nabi

Muhammad Saw bersabda, “Janganlah seseorang di antara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkan apa yang dijual oleh orang lain” (H.R. Muttafaq ‘alaih). Ketujuh, tidak melakukan *ihtikar*. *Ihtikar* ialah menumpuk dan menyimpan barang dalam waktu tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh. Rasulullah melarang keras perilaku bisnis semacam itu. Kedelapan, takaran, ukuran dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan. Firman Allah: “Celakalah bagi orang yang curang, yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi” (QS. 83: 112).

Kesembilan, Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah. Firman Allah, “Orang yang tidak dilalaikan oleh bisnis lantaran mengingat Allah, dan dari mendirikan shalat dan membayar zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang hari itu, hati dan penglihatan menjadi goncang”.

Kesepuluh, membayar upah sebelum keringat karyawan kering. Nabi Muhammad Saw bersabda, “Berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya”. Hadist ini mengindikasikan bahwa pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan kerja yang dilakukan. *Kesebelas*, tidak ada 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 dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral. Individu tersebut mengeruk keuntungan secara pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain. Ini dilarang dalam Islam.

Keduabelas, tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi 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. Ketiga belas, komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dsb. Nabi Muhammad Saw bersabda, “Sesungguhnya Allah mengharamkan bisnis miras, bangkai, babi dan “patung-patung”(HR. Jabir).

Keempatbelas, bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan. Firman Allah, “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan bisnis yang berlaku dengan suka-sama suka di antara kamu” (QS. 4: 29).

Kelimabelas, segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya. Rasulullah memuji seorang muslim yang memiliki perhatian serius dalam pelunasan hutangnya. Sabda Nabi Saw, “Sebaik-baik kamu, adalah orang yang paling segera membayar hutangnya” (H.R. Hakim). Keenambelas, Memberi tenggang waktu apabila pengutang belum mampu membayar. Sabda Nabi Saw, “Barang siapa yang menangguk orang yang kesulitan membayar hutang atau membebaskannya, Allah akan memberinya naungan di bawah naunganNya pada hari yang tak ada naungan kecuali naunganNya. (HR. Muslim). Ketujuhbelas, bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba. Firman Allah, “Hai orang-orang yang beriman, tinggal kanlah sisa-sisa riba jika kamu beriman (QS. Al-Baqarah: 278). Pelaku dan pemakan riba dinilai Allah sebagai orang yang kesetanan (QS. 2: 275). Oleh karena itu Allah dan Rasulnya mengumumkan perang terhadap riba.

Sebelum diangkat menjadi Nabi, Rasulullah saw sebelumnya adalah seorang pedagang. Selama 20 tahun Rasulullah berkiperah di bidang perdagangan, sehingga dikenal di Yaman, Syiria, Basrah, Irak, Yordania dan kota-kota perdagangan di Jazirah Arab. Dalam menjalankan bisnis, Rasulullah menerapkan prinsip-prinsip manajemen jauh sebelum Frederick W. Taylor (1856-1915) dan Henry Fayol (1841-1925) mengangkat manajemen sebagai disiplin ilmu, sehingga bisnisnya tetap untung dan tak pernah merugi. Dia tidak pernah membuat pelanggannya komplain, menjaga janjinya dan menyerahkan barang-barang yang dipesan dengan tepat waktu. Dia senantiasa menunjukkan rasa tanggung jawab yang besar dan

integritas yang tinggi pada siapapun. Prinsip-prinsip etika bisnis yang diwariskan Nabi Muhammad saw semakin mendapat pembenaran akademis di penghujung abad ke-20 atau awal abad ke-21. Prinsip bisnis modern seperti tujuan pelanggan dan kepuasan konsumen (*customer satisfaction*), pelayanan yang unggul (*service excellence*) kompetensi, efisiensi, transparansi, persaingan yang sehat dan kompetitif, semuanya telah menjadi gambaran pribadi dan etika bisnis Rasulullah saw. Oleh karena itu agar menjadi pebisnis yang sukses dunia maupun akherat maka ikutilah apa yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad saw.

Prinsip Dasar Etika Islami Dan Prakteknya Dalam Binis

Ada lima prinsip yang mendasari etika Islam yaitu :

1. *Unity* (Kesatuan)

Merupakan refleksi konsep tauhid yang memadukan seluruh aspek kehidupan baik ekonomi, sosial, politik budaya menjadi keseluruhan yang homogen, konsisten dan teratur. Adanya dimensi vertikal (manusia dengan penciptanya) dan horizontal (sesama manusia). Prakteknya dalam bisnis :

- a. Tidak ada diskriminasi baik terhadap pekerja, penjual, pembeli, serta mitra kerja lainnya (QS. 49:13).
- b. Terpaksa atau dipaksa untuk menaati Allah SWT (QS. 6:163)
- c. Meninggalkan perbuatan yang tidak beretika dan mendorong setiap individu untuk bersikap amanah karena kekayaan yang ada merupakan amanah Allah (QS. 18:46)

2. *Equilibrium* (Keseimbangan)

Keseimbangan, kebersamaan, dan kemoderatan merupakan prinsip etis yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis (QS. 2:195; QS. 25:67-68, 72-73; QS.17:35; QS. 54:49; QS. 25:67). Prakteknya dalam bisnis :

- a. Tidak ada kecurangan dalam takaran dan timbangan
- b. Penentuan harga berdasarkan mekanis me pasar yang normal.

3. *Free Will* (Kebebasan Berkehendak)

Kebebasan disini adalah bebas memilih atau bertindak sesuai etika atau sebaliknya : “ Dan katakanlah (Muhammad) kebenaran itu datangnya dari Tuhanmu, barang siapa yang menghendaki (beriman) hendaklah ia beriman dan barang siapa menghendaki (kafir) biarlah ia kafir” (QS. 18:29). Jadi, jika seseorang menjadi muslim maka ia harus menyerahkan kehendaknya kepada Allah. Aplikasinya dalam bisnis :

- a. Konsep kebebasan dalam Islam lebih mengarah pada kerja sama, bukan persaingan apalagi sampai mematikan usaha satu sama lain. Kalaupun ada persaingan dalam usaha maka, itu berarti persaingan dalam berbuat kebaikan atau *fastabiq al-khairat* (berlomba-lomba dalam kebajikan).
- b. Menepati kontrak, baik kontrak kerja sama bisnis maupun kontrak kerja dengan pekerja. “Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji” (QS. 5:1).

4. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Merupakan bentuk pertanggungjawaban atas setiap tindakan. Prinsip pertanggungjawaban menurut Sayid Quthb adalah tanggung jawab yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya, antara jiwa dan raga, antara orang dan keluarga, antara individu dan masyarakat serta antara masyarakat satu dengan masyarakat lainnya. Aplikasinya dalam bisnis :

- a. Upah harus disesuaikan dengan UMR (upah minimum regional).
- b. *Economic return* bagi pemebri pinjam modal harus dihitung berdasarkan perolehan keuntungan yang tidak dapat dipastikan jumlahnya dan tidak bisa ditetapkan terlebih dahulu seperti dalam sisitem bunga.
- c. Islam melarang semua transaksi alegotoris seperti gharar, system ijon, dan sebagainya.

5. *Benevolence* (Kebenaran)

Kebenaran disini juga meliputi kebajikan dan kejujuran. Maksud dari kebenaran adalah niat, sikap dan perilaku benar dalam melakukan berbagai proses baik itu proses transaksi, proses memperoleh komoditas, proses pengembangan produk maupun proses perolehan keuntungan. Aplikasinya dalam bisnis menurut Al-Ghazali :

- a. Memberikan zakat dan sedekah.

- b. Memberikan kelonggaran waktu pada pihak terutang dan bila perlu mengurangi beban-utangnya.
- c. Menerima pengembalian barang yang telah dibeli.
- d. Membayar utang sebelum penagihan datang.
- e. Adanya sikap kesukarelaan antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian bisnis.
- f. Adanya sikap ramah, toleran, baik dalam menjual, membeli dan menagih utang.
- g. Jujur dalam setiap proses transaksi bisnis.
- h. Memenuhi perjanjian atau transaksi bisnis.

SIMPULAN

Dari penjelasan di atas tampak bahwa Islam sebagai *way of life* tak bisa dipungkiri lagi karena Islam adalah ajaran yang lengkap dan universal. Aturannya jelas dan aplikatif. Tak ada satupun sisi kehidupan manusia yang tidak diatur dalam Islam, termasuk dalam dunia bisnis. Sayangnya banyak perusahaan yang belum menerapkan etika dalam bisnisnya, sehingga yang terjadi adalah persaingan yang tidakimbang antara pemodal kuat dengan pemodal lemah, ada banyak ketidakadilan, munculnya moral *hazard*, penyuapan dan lain-lain. Oleh karena itu perlu pengintegrasian etika ke dalam dunia bisnis. Apalagi banyak penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara etika bisnis dengan kinerja perusahaan. Dengan demikian, penting bagi dunia bisnis khususnya yang mengakui Muhammad saw sebagai Nabinya, untuk menerapkan nilai-nilai Islam dalam bisnisnya. Dalam Islam juga dikatakan bahwa siapapun yang ingin selamat dunia akherat maka ikutilah sunah Rasulullah saw. Apalagi fakta menunjukkan bahwa dengan etika bisnisnya yang Islami menjadikan Nabi sebagai pedagang yang sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Kholiq, Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam, *Pesantren Virtual.com*
- Achyar Eldine, Etika Bisnis Islam, www.uik-bogor.ac.id
- Adiwarman Karim, (2002), Ekonomi Islam-Suatu Kajian Ekonomi Makro, IIT, Jakarta
- Agustianto, (2009), Etika bisnis Dalam Islam, *agustianto weblog*
- Akhmad Mujahidin, Etika Bisnis Dalam Islam (Analisis Terhadap Aspek Moralitas Pelaku Bisnis), *Hukum Islam* Vol.IV No.2 Desember (2005).
- Dominick Salvatore, (2001), Managerial Economics-Dalam Perekonomian Global, Erlangga, Jakarta
- K. Berten, (2004), *Etika*, Gramedia, Jakarta
- Latifa M. Algaoud & Mervyn K. Lewis, (2005), *Perbankan Syariah-Prinsip Praktek dan Prospek*, PT Serambi Ilmu Semesta., Jakarta.
- Riawan Amin dan Tim PEBS FEUI, (2010), *Menggagas Manajemen Syariah - Teori dan Praktik The Celestial Management*, Salemba Empat, Jakarta
- Sabahuddin Azmi, An Islamic Approach to Business Ethics, www.renaissance.com.pk
- Tim Multitama Communication, (2007), *Islamic Business Strategy for Entrepreneurship*, Zikrul Media Intelektual
- Y. Vardi, (2001), The Effects of Organizational and Ethical Climate as on Misconduct at Work, *Journal of Business Ethics*, Februari 2001, 29,4, ABI/INFORM Global, hal. 325

