

ETIKA BISNIS DALAM NILAI-NILAI ISLAM

Angga Gumilar

Dosen STISIP Bina Putera Banjar

Email: gumilarangga@gmail.com

Abstrak

Berbicara tentang bisnis, Kohlberg mengatakan bahwa prinsip-prinsip etika di dalam bisnis dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok, yaitu sebagai berikut : (1) Prinsip manfaat, (2) Prinsip hak asasi, (3) Prinsip keadilan. Sedangkan mengenai istilah "bisnis" yang dimaksud adalah suatu urusan atau kegiatan dagang, industri atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa dengan menempatkan uang dari para entrepreneur dalam resiko tertentu dengan usaha tertentu dengan motif untuk mendapatkan keuntungan. Wujud dari penerapan prinsip-prinsip bisnis, bisa dalam bentuk pengutamakan mutu, pelayanan, disiplin, kejujuran, tanggung jawab, perlakuan yang fair tanpa adanya diskriminasi dan seterusnya. Sementara itu, bisnis berdasarkan pandangan islam merupakan bentuk kegiatan manusia muslim, individu maupun kelompok dalam lapangan ekonomi atau bisnis, di satu sisi diberi kebebasan untuk mencari keuntungan dengan memperhatikan iman dan etika (moral) sehingga tidak bebas mutlak dalam menginvestasikan modalnya atau membelanjakan hartanya dan juga harus melakukan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan kebenaran, serta kemanfaatan bagi usahanya. Etika bisnis menurut hukum Islam, dalam prakteknya menerapkan nilai-nilai moral dalam setiap aktivitas ekonomi dan setiap hubungan antara satu kelompok masyarakat dengan kelompok masyarakat lainnya. Nilai moral tersebut tercakup dalam empat sifat, yaitu shiddiq, amanah, tabligh, dan fathonah.

Kata Kunci : Etika Bisnis, Etika Bisnis Menurut Hukum Islam

Abstract

Speaking of business, Kohlberg said that ethical principles in business can be grouped into three groups, as follows: (1) Principles of benefit, (2) Human rights principles, (3) Principles of justice. While the term "business" in question is a business affair or activity, industry or finance associated with the production or exchange of goods or services by placing money from entrepreneurs in certain risks with a particular business with the motive for profit. The form of application of business principles can be in the form of priority of quality, service, discipline, honesty, responsibility, fair treatment without discrimination and rivalry. Meanwhile, business based on Islamic views is a form of Muslim human activity, individuals or groups in the field of economy or business, on the one hand is given the freedom to seek profits by paying attention to faith and ethics (moral) so not free absolute in investing capital or spend their wealth and also Must conduct its business activities in accordance with the principles of honesty, fairness and truth values, and usefulness for its business. Business ethics according to Islamic law, in practice apply moral values in every economic activity and every relationship between one community group with other community groups. The moral values are covered in four traits, namely shiddiq, amanah, tabligh, and fathonah.

Keywords: Business Ethics, Business Ethics According to Islamic Law

PENDAHULUAN

Dalam Era Globalisasi dewasa ini, perkembangan perekonomian dunia begitu pesat, seiring dengan berkembang dan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang,

pangan, dan teknologi. Kebutuhan tersebut meningkat sebagai akibat jumlah penduduk yang setiap tahun terus bertambah, sehingga menimbulkan persaingan bisnis makin tinggi. Hal ini terlihat dari upaya-

upaya yang dilakukan masyarakat dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup. Akibat lebih lanjut dari perkembangan tersebut meningkatkan hubungan antara masyarakat, tidak saja antara penduduk dalam satu negara, akan tetapi antara warga negara di dunia. Wujud dari hubungan tersebut terbentuknya organisasi-organisasi bisnis, seperti AFTA, NAFTA, APEC, dan lembaga perdangan dunia World Trade Organization (WTO). Pembentukan organisasi tersebut, pada prinsipnya bertujuan agar jalinan kerjasama di bidang bisnis antar negara adanya kesamaan visi dan misi. Namun demikian, dalam praktek tidak demikian, karena peluang untuk terjadi penyimpangan yang mengakibatkan kerugian sesama manusia dan masyarakat dunia masih terjadi.

Sistem ekonomi Islam berbeda dari kapitalisme, sosialisme, maupun Negara Kesejahteraan (*Welfare State*). Berbeda dari kapitalisme karena Islam menentang eksploitasi oleh pemilik modal terhadap buruh yang miskin, dan melarang penumpukan kekayaan.

“Kecelakaanlah bagi setiap pengumpat lagi pencela, yang mengumpulkan harta-harta dan menghitung-hitung, dia mengira bahwa hartanya itu dapat mengekalkannya, sekali-kali tidak! Sesungguhnya dia benar-benar akan dilemparkan ke dalam Huthamah. Dan tahukah apa Huthamah itu ? (yaitu) api (yang disediakan) Allah yang dinyalakan, yang (naik) sampai ke hati. Sesungguhnya api itu ditutup rapat di atas mereka, (sedang mereka itu) diikatkan pada tiang-tiang yang panjang.” (Q.s. Al-Humazah , ayat 1-9).

Orang miskin dalam Islam tidak dihujat sebagai kelompok yang malas dan yang tidak suka menabung dan berinvestasi. Disejajarkan dengan sosialisme, Islam berbeda dalam hal kekuasaan negara, yang dalam sosialisme sangat kuat dan menentukan. Kebebasan perorangan yang dinilai tinggi dalam Islam jelas bertentangan dengan ajaran sosialisme. Akhirnya ajaran ekonomi kesejahteraan (*Welfare State*), yang berada di tengah-tengah antara kapitalisme dan sosialisme, memang lebih dekat ke ajaran Islam. Bedanya hanyalah bahwa dalam Islam etika benar-benar dijadikan pedoman perilaku bisnis sedangkan dalam welfare state tidak demikian, karena etika welfare state adalah sekuler yang tidak mengarahkan pada “integrasi vertical” antara aspirasi materi dan spiritual. Demikian dapat disimpulkan bahwa dalam Islam pemenuhan kebutuhan materiil dan spiritual benar-benar dijaga keseimbangannya, dan pengaturan oleh negara, meskipun ada, tidak akan bersifat otoriter. Di Indonesia, meskipun Islam merupakan agama mayoritas, sistem ekonomi Islam secara penuh sulit diterapkan, tetapi sistem ekonomi Pancasila yang dapat mencakup warga non Islam dapat dikembangkan. Merujuk sila pertama Ketuhanan Yang Maha Esa, sistem ekonomi Pancasila menekankan pada moral Pancasila yang menjunjung tinggi asas keadilan ekonomi dan asas keadilan sosial seperti halnya sistem ekonomi Islam.

Sistem ekonomi Indonesia adalah aturan main yang mengatur seluruh warga bangsa untuk tunduk pada pembatasan-pembatasan perilaku sosial-ekonomi setiap orang demi tercapainya tujuan masyarakat Indonesia yang adil dan makmur. 10 Aturan main perekonomian Indonesia

berasas kekeluargaan dan berdasarkan demokrasi ekonomi, yaitu produksi dikerjakan oleh semua untuk semua di bawah pimpinan dan pemilikan anggota-anggota masyarakat. Itulah sebabnya banyak ajaran dan paham dalam ekonomi Barat menunjuk pada kitab Injil (*Bible*), dan etika ekonomi Yahudi menunjuk pada Taurat. Demikian pula etika ekonomi Islam termuat dalam lebih dari seperlima ayat-ayat yang dimuat dalam Al-Qur'an. Namun, jika etika agama Kristen-Protestan telah melahirkan semangat (*spirit*) kapitalisme, maka etika agama Islam tidak mengarah pada kapitalisme maupun sosialisme pada kolektivisme, maka Islam menekankan empat sifat sekaligus, yaitu : (1) Kesatuan (*unity*), (2) Keseimbangan (*equilibrium*), (3) Kebebasan (*free will*), dan (4) Tanggungjawab (*responsibility*).

Manusia sebagai khalifah didunia tidak mungkin bersifat individualistis, karena semua (kekayaan) yang ada di bumi adalah milik Allah semata, dan manusia adalah kepercayaan di bumi. Karena etika dijadikan pedoman dalam kegiatan ekonomi dan bisnis, maka etika bisnis merupakan ajaran Islam juga dapat digali langsung dari Al-Qur'an dan Hadis Nabi. Misalnya karena adanya larangan riba, maka pemilik modal selalu terlibat langsung dan bertanggung jawab terhadap jalannya perusahaan miliknya, bahkan terhadap buruh yang tidak diperkerjakannya. Perusahaan dalam sistem ekonomi Islam adalah perusahaan keluarga bukan Perseroan Terbatas yang pemegang sahamnya dapat menyerahkan pengelolaan perusahaan begitu saja kepada direktur atau manager yang digaji.

Memang dalam sistem yang demikian tidak ada perusahaan yang

menjadi sangat besar, seperti di dunia kapitalis Barat, tetapi juga tidak ada perusahaan yang tiba-tiba bangkrut atau dibangkrutkan. Etika bisnis Islam menjunjung tinggi semangat saling percaya, kejujuran, dan keadilan, sedangkan antara pemilik perusahaan dan karyawan berkembang semangat kekeluargaan (*brotherhood*). Misalnya dalam perusahaan yang Islam gaji karyawannya dapat diturunkan jika perusahaan benar-benar merugi dan karyawan juga mendapat bonus jika keuntungan perusahaan meningkat.

Buruh muda yang tinggal dengan orang tuanya dapat dibayar lebih rendah, sedangkan yang sudah berkeluarga dan mempunyai anak, dapat dibayar lebih tinggi dibanding rekan-rekannya yang muda. Ajaran agama Islam dalam perilaku ekonomi manusia dan bisnis Indonesia makin mendesak penerapannya bukan saja karena mayoritas bangsa Indonesia beragama Islam, tetapi karena makin jelas ajaran moral ini sangat sering tidak dipatuhi. Dengan perkataan lain penyimpangan demi penyimpangan dalam Islam jelas merupakan sumber berbagai permasalahan ekonomi nasional. Manusia dalam hubungannya dengan bisnis dalam rangka menjalankan suatu usaha adalah satu hal yang sangat penting ialah etika. Di mana etika ini memegang peranan yang sangat penting dalam mencapai tujuan usaha yang lebih besar. Kurangnya pemahaman dari warga masyarakat terhadap etika bisnis menurut kaidah dan tata cara Islam baik itu dalam tatanan skala usaha besar, skala menengah maupun dalam skala usaha kecil adalah suatu hal yang tidak dapat ditutupi. Hal ini jelas terlihat dari sedikitnya bahkan tidak terlihatnya penerapan etika Islam dalam menjalankan usahanya. Bentuk konkritnya dapat dilihat dari ulah

pengusaha itu sendiri dalam kesehariannya dalam berusaha untuk mendapatkan maksud dan tujuannya menggunakan cara-cara yang tidak dibenarkan dalam aturan Islam mengenai kaidah berusaha yang menghalalkan semua cara, padahal dalam ajaran Islam ada iman dan moral yang harus dipedomani.

PEMBAHASAN DAN HASIL

1. Etika Bisnis Secara Umum

Untuk memahami apa yang dimaksud dengan etika bisnis secara umum, maka kita perlu membandingkan dengan moral. Baik etika dan moral sering dipakai secara dapat dipertukarkan dengan pengertian yang sering disamakan begitu saja. Ini sesungguhnya tidak sepenuhnya salah. Hanya saja perlu diingat bahwa etika bisa saja mempunyai pengertian yang sama sekali berbeda dengan moral. Sehubungan dengan itu, secara teoritis dapat dibedakan dalam dua pengertian, walaupun dalam penggunaan praktis sering tidak mudah dibedakan.

Pertama, etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*), berarti “adat istiadat” atau “kebiasaan”. Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang yang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. Kebiasaan ini lalu terungkap dalam perilaku berpola yang terus berulang sebagai sebuah kebiasaan. Yang menarik dalam hal ini, adalah bahwa pengertian etika justru persis sama dengan pengertian moral yang berasal

dari kata Latin “*mos*”, bentuk jamaknya “*mores*”, berarti “adat istiadat” atau “kebiasaan”. Jadi, dalam pengertian pertama ini, yaitu secara harfiah, etika dan moral, sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah diinstruksionalisasikan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang terulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan.

Kedua, etika juga dipahami dalam pengertian yang sekaligus berbeda dengan moral. Etika dalam pengertian ini dimengerti sebagai filsafat moral, atau ilmu yang membahas dan mengkaji nilai dan norma yang diberikan oleh moral dan etika dalam pengertian pertama di atas.

Dengan demikian, etika dalam pengertian pertama, sebagaimana halnya moral, berisikan nilai dan norma-norma konkrit yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupannya. Ia berkaitan dengan perintah dan larangan langsung yang bersifat konkrit. Maka, etika dalam pengertian ini lebih bersifat normatif dan karena itu lebih mengikat setiap pribadi manusia. Sebaliknya, etika dalam pengertian kedua sebagai filsafat moral tidak langsung memberi perintah konkrit sebagai pegangan siap pakai. Sebagai sebuah cabang filsafat, etika lalu sangat menekankan pendekatan kritis dalam melihat dan menggumbuli nilai dan norma moral serta permasalahan-permasalahan moral yang timbul dalam kehidupan manusia, khususnya dalam bermasyarakat. Dengan demikian, etika dalam pengertian kedua ini dapat dirumuskan sebagai refleksi kritis dan rasional mengenai (a) nilai dan norma

yang menyangkut bagaimana harus hidup baik sebagai manusia, dan (b) masalah-masalah kehidupan manusia dengan mendasarkan diri pada nilai dan norma-norma moral yang umum diterima. Dalam kaitan dengan itu, Magnis Suseno mengatakan bahwa etika adalah sebuah ilmu dan bukan ajaran, yang ia maksudkan adalah etika dalam pengertian kedua ini. Agar lebih konkrit, dapat dicontohkan nilai dan norma kejujuran. Pertanyaan etis yang dihadapi pelaku bisnis tertentu adalah mengapa kita harus jujur dalam menawarkan barang dan jasa kepada masyarakat konsumen? Apakah memang ada nilai dan norma tertentu bahwa kita harus berbisnis secara jujur sebagai manusia. Namun, persoalannya adalah apakah memang dalam situasi konkrit yang kita hadapi adalah sebuah kejujuran? atau justru sebaliknya, ketidak jujur? Pertanyaan ini penting diajukan, karena kita ingin mengetahui tekad atau niat, apakah ada kemauan kita untuk berbuat jujur atau tidak, karena di sanalah letak dasar moral tindakan jujur atau ketidakjujuran tadi dapat dibuktikan, yaitu pada saat menawarkan barang dan jasa kepada para konsumen atau masyarakat pengguna bisnis kita. Oleh karena itu, kejujuran tidak lagi merupakan sebuah tuntutan moral dari luar diri, melainkan juga merupakan tuntutan dari dalam diri dan perusahaan demi kepentingan pihak lain (konsumen, relasi bisnis, dan lainnya) dan juga demi kepentingan bisnis jangka panjang.

Selanjutnya Hamzah Ya'qub mengatakan bahwa etika ialah ilmu tentang tingkah laku manusia, prinsip-prinsip yang disistimatisir tentang tindakan moral yang betul. Etika ialah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk dengan memperhatikan amal perbuatan

manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akal pikiran. Secara umum, etika terdiri dari, etika umum dan etika khusus. Etika umum, pada umumnya membahas mengenai norma dan nilai moral, kondisi-kondisi dasar bagi manusia untuk bertindak secara etis, bagaimana manusia mengambil keputusan etis, teori-teori etika, lembaga-lembaga normatif (yang terpenting di antaranya adalah suara hati), dan semacamnya. Etika umum sebagai ilmu atau filsafat moral dapat dianggap sebagai etika teoritis, kendati istilah ini tidak tepat karena bagaimanapun juga etika selalu berkaitan dengan perilaku dan kondisi praktis dan aktual dari manusia dalam kehidupannya sehari-hari dan tidak hanya semata-mata bersifat teoritis. Sedangkan, etika khusus adalah penerapan prinsip-prinsip atau norma-norma moral dasar dalam bidang kehidupan yang khusus. Baik etika umum maupun etika khusus sama-sama mempunyai bidang lingkup yang sangat luas. Misalnya saja, dikenal etika dalam lapangan hukum keluarga atau perkawinan, etika gender yang sekarang khusus membahas pola hubungan pria dan wanita dalam mewujudkan emansipasi persamaan hak-hak dan kewajiban sesuai kodratnya masing-masing, etika berpolitik, etika lingkungan hidup, etika ilmu pengetahuan dan etika profesi dan lain sebagainya. Kalau kita ambil sebagai contoh mengenai etika profesi, yang mempunyai cakupan yang sangat luas, karena hampir semua profesi dapat mengembangkan etikanya sendiri, seperti etika kedokteran untuk medis (kesehatan), etika bisnis untuk kegiatan bisnis, etika hukum untuk etika profesi hukum, etika pendidikan, etika pegawai negeri, etika media massa, etika polisi, jaksa, hakim, pengacara, dan sebagainya.

Dari berbagai macam bentuk atau jenis etika tersebut di atas, berkaitan dengan etika bisnis untuk kegiatan bisnis, Kwik Kian Gie mengatakan bahwa penerapan dari apa yang benar adan apa yang salah dari kumpulan kelembagaan, teknologi, transaksi, kegiatankegiatan dan sarana-sarana disebut bisnis. Berbicara tentang bisnis, Kohlbeng mengatakan bahwa prinsip-prinsip etika di dalam bisnis dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok, yaitu sebagai berikut : (1) Prinsip manfaat, (2) Prinsip hak asasi, (3) Prinsip keadilan. Sedangkan mengenai istilah “bisnis” yang dimaksud adalah suatu urusan atau kegiatan dagang, industri atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa dengan menempatkan uang dari para enterpreneur dalam resiko tertentu dengan usaha tertentu dengan motif untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis adalah suatu kegiatan di antara manusia yang menyangkut produksi, menjual dan membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dasar pemikirannya adalah pertukaran timbal balik secara fair di antara pihak-pihak yang terlibat. Menurut Adam Smith, pertukaran dagang terjadi karena saru otang memproduksi lebih banyak barang tertentu sementara ia sendiri membutuhkan barang lain yang tidak bisa dibuatnya sendiri. Dengan kata lain, tujuan utama bisnis sesungguhnya bukan untuk mencari keuntungan melainkan untuk memenuhi kebutuhan hidup orang lain, dan melalui itu ia bisa memperoleh apa yang dibutuhkannya. Matsushita, mengatakan bahwa tujuan bisnis sebenarnya bukanlah mencari keuntungan melainkan untuk melayani kebutuhan masyarakat. Sedangkan kuntungan tidak lain hanyalah simbol

kepercayaan masyarakat atas kegiatan bisnis suatu perusahaan.

Secara umum, prinsip-prinsip yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia. Demikian pula, prinsip-prinsip itu sangat erat terkait dengan sistem nilai yang dianut oleh masing-masing masyarakat. Prinsip-prinsip etika bisnis yang berlaku di Indonesia akan sangat dipengaruhi oleh sistem nilai masyarakat kita. Namun, sebagai etika khusus atau etika terapan, prinsip-prinsip etika yang berlaku dalam bisnis sesungguhnya adalah penerapan dari prinsip-prinsip etika pada umumnya. Karena itu, tanpa melupakan kekhasan sistem nilai dari setiap masyarakat bisnis, secara umum dapat dikemukakan beberapa prinsip etika bisnis, yakni :

Pertama, prinsip otonomi, yaitu sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Orang bisnis yang otonom adalah orang yang sadar sepenuhnya akan apa yang menjadi kewajibannya dalam dunia bisnis.

Kedua, prinsip kejujuran, sekilas kedengarannya adalah aneh bahwa kejujuran merupakan sebuah prinsip etika bisnis karena mitos keliru bahwa bisnis adalah kegiatan tipu menipu demi meraup untung. Harus diakui bahwa memang prinsip ini paling problematic karena masih banyak pelaku bisnis yang mendasarkan kegiatan bisnisnya pada tipu menipu atau tindakan curang, entah karena situasi eksternal tertentu atau karena dasarnya memang ia sendiri suka tipu-menipu.

Ketiga, prinsip keadilan, yaitu menuntut agar setiap orang diperlukan secara sama sesuai dengan aturan yang

adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Demikian pula, prinsip keadilan menuntut agar setiap orang dalam kegiatan bisnis apakah dalam relasi eksternal perusahaan maupun relasi internal perusahaan perlu diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.

Keempat, prinsip saling menguntungkan, yaitu menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak. Prinsip ini terutama mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis. Maka, dalam bisnis yang kompetitif, prinsip ini menuntut agar persaingan bisnis haruslah melahirkan suatu win-win solution.

Kelima, prinsip integritas moral, yaitu prinsip yang menghayati tuntutan internal dalam berperilaku bisnis atau perusahaan agar menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik perusahaannya. Dengan kata lain, prinsip ini merupakan tuntutan dan dorongan dari dalam diri pelaku dan perusahaan untuk menjadi yang terbaik dan dibanggakan. Dari semua prinsip bisnis di atas, Adam Smith menganggap bahwa prinsip keadilan sebagai prinsip yang paling pokok. Pertanyaan penting yang perlu dijawab adalah bagaimana menerapkan prinsip-prinsip bisnis tadi secara tepat sesuai dengan keperluan atau kebutuhan dalam operasionalnya. Sehingga, dengan penerapan prinsip-prinsip bisnis yang tepat ke dalam sebuah perusahaan, yang pertama terbentuk tentu akan terbangun budaya kerja perusahaan (*corporate cultur*) yang memenuhi aspek pembudayaan atau pembiasaan dan penghayatan nilai-

nilai, norma atau prinsip moral yang dianggap sebagai inti kekuatan dari sebuah perusahaan yang sekaligus juga membedakannya dengan perusahaan yang lain.

Wujud dari penerapan prinsip-prinsip bisnis, bisa dalam bentuk pengutamaan mutu, pelayanan, disiplin, kejujuran, tanggung jawab, perlakuan yang fair tanpa adanya diskriminasi dan seterusnya.

2. Etika Bisnis Menurut Hukum Islam

Mengenai etika bisnis dalam Islam, Sudarsono dalam bukunya yang berjudul Etika Islam tentang Kenakalan Remaja, mengatakan bahwa, etika Islam adalah doktrin etis yang berdasarkan ajaran-ajaran agama Islam yang terdapat di dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad Saw., yang di dalamnya terdapat nilai-nilai luhur dan sifat-sifat yang terpuji (mahmudah). Dalam agama Islam, etika ataupun perilaku serta tindak tanduk dari manusia telah diatur sedemikian rupa sehingga jelas mana perbuatan atau tindakan yang dikatakan dengan perbuatan atau tindakan asusila dan mana tindakan atau perbuatan yang disebut bermoral atau sesuai dengan arturan agama. Berkaitan dengan nilai-nilai luhur yang tercakup dalam Etika Islam dalam kaitannya dengan sifat yang baik dari perbuatan atau perlakuan yang patut dan dianjurkan untuk dilakukan sebagai sifat terpuji, lebih jauh Sudarsono menyebutkan, antara lain : "Berlaku jujur (*Al Amanah*), berbuat baik kepada kedua orang tua (*Birrul Waalidaini*), memelihara kesucian diri (*Al Iffah*), kasih sayang (*Ar Rahman dan Al Barry*), berlaku hemat (*Al Iqtishad*), menerima apa adanya dan sederhana (*Qona'ah dan Zuhud*), perikelakuan baik (*Ihsan*), kebenaran (*Shiddiq*), pemaaf (*'Afu*), keadilan (*'Adl*),

keberanian (*Syaja'ah*), malu (*Haya'*), kesabaran (*Shabr*), berterima kasih (*Syukur*), penyantun (*Hindun*), rasa sepenanggungan (*Murwastt*), kuat (*Qurwwah*)”.

Dalam etika Islam, ukuran kebaikan dan ketidakbaikan bersifat mutlak, yang berpedoman kepada Al-Qur'an dan Hadis Nabi Muhammad Saw. Dipandang dari segi ajaran yang mendasar, etika Islam tergolong *Etika Theologis*. Menurut Hamzah Ya'qub, bahwa yang menjadi ukuran *etika theologis* adalah baik buruknya perbuatan manusia didasarkan atas ajaran Tuhan. Segala perbuatan yang diperintahkan Tuhan itulah yang baik dan segala perbuatan yang dilarang oleh Tuhan itulah perbuatan yang buruk, yang sudah dijelaskan dalam kitab suci. Etika Islam mengajarkan manusia untuk menjalain kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan sikap iri, dengki dan dendam. Manusia muslim, individu maupun kelompok dalam lapangan ekonomi atau bisnis, di satu sisi diberi kebebasan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Namun di sisi lain, ia terikat dengan iman dan etika (moral) sehingga ia tidak bebas mutlak dalam menginvestasikan modalnya atau membelanjakan hartanya. Ia harus melakukan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan kebenaran, serta kemanfaatan bagi usahanya. Di samping itu, ia harus mepedomani norma-norma, kaidah-kaidah yang berlaku dan terdapat dalam sistem hukum Islam secara umum.

3. Bisnis-bisnis yang Sesuai dengan Hukum Islam

Mengenai bisnis yang sesuai dengan hukum Islam adalah semua aspek kegiatan untuk menyalurkan barang-barang melalui saluran

produktif, dari membeli barang mentah sampai menjual barang jadi. Pada pokoknya kegiatan bisnis meliputi : (1) Perdagangan, (2) Pengangkutan, (3) Penyimpanan, (4) Pembelanjaan, (5) Pemberian informasi.

Islam adalah agama yang mengatur tatanan hidup manusia dengan sempurna, kehidupan individu dan masyarakat, baik aspek rasio, materi maupun spiritual yang didampingi oleh ekonomi, sosial dan politik. Ekonomi adalah bagian dari tatanan Islam yang perspektif. Pengusaha Islam adalah manusia Islam yang bertujuan untuk mendapatkan kebutuhan hidupnya melalui usaha perdagangan, dan selanjutnya memberikan pelayanan kepada masyarakat melalui perdagangan tersebut. Aspek penting tentang aktivitas pengusaha dalam masyarakat Islam bertumpu pada tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang memuaskan, melayani masyarakat dan mengamalkan sikap kerja sama. Manusia dalam perspektif Islam adalah sebagai “*Ummatan-Waahidatan*”, kelompok yang bersatu pada dalam kesatuan atau entitas yang utuh.

Sebagaimana diketahui bahwa, ekonomi adalah suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia sebagai hubungan antara berbagai tujuan dan alat-alat untuk mencapai tujuan yang langka adanya dan karena itu mengandung alternatif dalam penggunaannya. Munculnya wacana pemikiran etika bisnis, didorong oleh realitas bisnis yang mengabaikan nilai-nilai moral atau akhlak. Bagi sementara pihak, bisnis adalah aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan mencari laba semata-mata. Karena itu, cara apapun boleh dilakukan demi meraih tujuan tersebut. Konsekuensinya bagi pihak ini, aspek moral tidak bisa dipakai untuk menilai bisnis. Aspek moral

dalam persaingan bisnis, dianggap akan menghalangi kesuksesannya. Pada satu sisi, aktivitas bisnis dimaksudkan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya, sementara prinsip-prinsip moral “membatasi” aktivitas bisnis. Berlawanan dengan kelompok pertama, kelompok kedua berpendapat bahwa bisnis bisa disatukan dengan etika. Kalangan ini beralasan bahwa etika merupakan alasan-alasan rasional tentang semua tindakan manusia dalam semua aspek kehidupan, tidak terkecuali aspek bisnis. Secara umum, bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, atau juga sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Ide mengenai etika bisnis bagi banyak pihak termasuk ahli ekonomi merupakan hal yang problematik. Problematikanya terletak pada kesangsian apakah moral atau akhlak mempunyai tempat dalam kegiatan bisnis dan ekonomi pada umumnya. Dari kalangan yang menyangsikan kemudian muncul istilah “mitos bisnis amoral”. Menurut Ricard T. De George dalam *Business Ethic*, mitos bisnis amoral berkeyakinan bahwa perilaku tidak bisa dibarengkan dengan aspek moral. Antara bisnis dan moral tidak ada kaitan apa-apa dan karena itu, merupakan kekeliruan jika aktivitas bisnis dinilai dengan menggunakan tolak ukur moralitas.

Selain itu, dalam realitas bisnis kekinian terdapat kecenderungan bisnis yang mengabaikan etika. Persaingan dalam dunia bisnis adalah persaingan kekuatan modal. Pelaku bisnis dengan modal besar berusaha

memperbesar jangkauan bisnisnya, sehingga para pengusaha kecil (pemoda kecil) semakin terseret. Demikian juga praktek Kolusi, Korupsi dan Nepotisme (KKN) telah memainkan peranan penting dalam proses tersebut. Krisis moneter yang berkepanjangan di Indonesia, pada kenyataannya tidak bisa dilepaskan dari proses kegiatan perekonomian yang demikian, yakni menipisnya nilai-nilai moral dalam aktivitasnya. Dari realitas inilah yang melahirkan anggapan bahwa bisnis adalah “dunia hitam”. Sementara itu, pemikiran etika bisnis dalam Islam muncul ke permukaan, dengan landasan bahwa Islam adalah agama yang sempurna. Ia merupakan kumpulan aturam-aturan ajaran (doktrin) dan nilai-nilai yang dapat menghantarkan manusia dalam kehidupannya menuju tujuan kebahagiaan hidup baik di dunia maupun di akhirat. Islam merupakan agama yang memberikan cara hidup terpadu mengenai aturan-aturan aspek sosial, budaya, ekonomi, sipil dan politik. Ia juga merupakan suatu sistem untuk seluruh aspek kehidupan, termasuk sistem spiritual maupun sistem perilaku ekonomi dan politik. Namun, dalam perkembangannya etika bisnis Islam tidak sedikit dipahami sebagai representasi dan pengejawantahan dari aspek hukum. Misalnya, keharaman jual beli (gharar), menimbun, mengurangi timbangan, dan lain-lain. Pada tataran ini, etika bisnis Islam, tidak jauh berbeda dengan pengejawantahan hukum dalam fiqh muamalah. Dengan kondisi demikian, maka pengembangan etika bisnis Islam yang mengedepankan etika sebagai landasan filosofisnya merupakan agenda yang signifikan untuk dikembangkan.

Menurut Quraish Shihab, dalam Muhammad Fauroni R Lukman, secara

normatif, Al-Qur'an relatif lebih banyak memberikan prinsip-prinsip mengenai bisnis yang bertumpu pada kerangka penanganan bisnis sebagai pelaku ekonomi dengan tanpa membedakan kelas. Dalam mengajak dan mengamalkan tuntutan-tuntutannya, Al-Qur'an seringkali menggunakan istilah-istilah yang dikenal dalam dunia bisnis, seperti jual beli, sewa menyewa, utang-piutang, dan lain sebagainya. Al-Qur'an merupakan wahyu yang diturunkan dengan berbagai tujuan. Di antara tujuan tersebut adalah untuk membasmi kemiskinan material dan spiritual, kebodohan, penyakit dan penderitaan hidup lainnya, serta pemerasan manusia atas manusia dalam bidang sosial, ekonomi, politik, hukum dan agama. Selain itu, Al-Qur'an juga merupakan sumber ajaran agama Islam yang menyangkut semua dimensi kehidupan manusia. Dengan tujuan dan eksistensinya, Al-Qur'an merupakan sumber ajaran yang memuat nilai-nilai dan norma-norma yang mengatur aktivitas-aktivitas manusia termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis. Dengan demikian, diharapkan etika bisnis menurut Al-Qur'an melalui kajian yang mendalam dapat menghasilkan atau memberikan kontribusi positif bagi pengembangan etika bisnis Islam yang bersih dan sehat.

Di Indonesia, semangat pengembangan pemikiran ekonomi Islam sedang giat-giatnya digalakkan oleh berbagai kalangan, baik melalui lembaga pendidikan tinggi formal maupun non formal. Pemberlakuan sistem perbankan syari'ah oleh Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991, kemudian Bank Syari'ah Mandiri (BSM) dan Bank Negara Indonesia Syari'ah (BNI Syari'ah) yang didukung oleh Undang-Undang Perbankan No.

10 Tahun 1998 yang telah dirubah dengan Undang-Undang Perbankan Syari'ah No. 23 Tahun 2008, merupakan momentum dan bukti adanya upaya-upaya pengembangan konsep ekonomi Islam (syari'ah) dalam wilayah praktis.

4. Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis

Visi adalah kemampuan atau daya untuk melihat pada inti persoalan dengan pandangan yang luas. Visi etika dan bisnis Al-Qur'an dengan demikian merupakan kemampuan, kekuatan dan cara pandang yang dimiliki oleh Al-Qur'an dalam memandang persoalan etika dan 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, sewa menyewa, untung rugi, dan sebagainya. Dalam konteks ini, Allah Swt. dalam firman-Nya, Al-Qur'an surat At-Taubah ayat (111) yang artinya (lebih kurang) :

“Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mukmin harta dan jiwa mereka dan sebagai imbalannya mereka memperoleh syurga. Siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) Allah, maka gembiralah dengan jual beli yang kamu lakukan itu. Itulah kemenangan yang besar”.

Ayat tersebut di atas, memberikan penjelasan bahwa 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. Dengan demikian, prinsip dasar yang ditekankan Al-Qur'an adalah kerja dan kerja keras. Pandangan Islam mengenai visi tentang etika bisnis harus berlandaskan pada tiga tema kunci utama yang juga merupakan pedoman bagi semua kegiatan umat Islam. Ketiga tema kunci utama itu adalah Iman, Islam, dan Taqwa. Dalam Al-Qur'an terdapat terma-terma atau istilah-istilah yang dapat mewakili apa yang dimaksud dengan etika maupun bisnis. Di antara terma-terma bisnis dalam Al-Qur'an terdapat *terma al-tijarah*, *al-bai'u*, *tadayantum* dan *isy tara*. Masing-masingnya dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Terma *tijarah*, berawal dari kata *t-j-r*, *tajara*, *tajran wa tijaratan*, yang bermakna berdagang, berniaga. Menurut ar-Raqib al-Asfahani dalam *al-Mufradat fi qharib al-Qur'an*, *at-tijarah*, bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Dengan demikian, dari penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa beriman kepada Allah dan Rasul-Nya, berjihad dengan harta dan jiwa adalah termasuk bisnis, yakni bisnis sesungguhnya yang pasti mendapat keuntungan hakiki.
- b) Sedangkan *al-bai'* berasal dari kata *bai'a*, yang terdapat dalam Al-Qur'an dalam berbagai variasinya. *Al-bai'u*, berarti menjual, lawan kata dari *isy tara* atau memberikan sesuatu yang berharga dan mengambil (menetapkan) dari padanya suatu harga dan keuntungannya. Terma *bai'un* dalam Al-Qur'an digunakan dalam dua pengertian, (1) jual beli dalam konteks tidak ada jual beli pada hari qiamat, karena itu, Al-Qur'an menyeru

agar membelanjakan, mendayagunakan dan mengembangkan harta benda berada dalam proses dan tujuan yang tidak bertentangan dengan keimanan, (2) *al-bai'* dalam pengertian jual beli yang halal, dan larangan untuk memperoleh atau mengembangkan harta benda dengan jalan riba.

- c) Kata *baya'tum*, *bibai'ikum* dan *tabaya'tum*, digunakan dalam pengertian jual beli yang dilakukan oleh kedua belah pihak harus dilakukan dengan ketelitian dan dipersaksikan (dengan cara terbuka dan dengan tulisan). Kemudian Al-Qur'an menggunakan terma *isy tara* sebagaimana terdapat dalam surat At-Taubah (9) ayat (111), digunakan dalam pengertian membeli yaitu dalam konteks Allah membeli diri dan harta orang-orang mukmin. Dengan demikian, istilah *isy tara* dan derivasinya lebih banyak mengandung makna transaksi antara manusia dengan Allah atau transaksi sesama manusia yang dilakukan karena dan untuk Allah, juga transaksi dengan tujuan keuntungan manusia walaupun dengan menjual ayat-ayat Allah. Transaksi Allah dengan manusia terjadi bila manusia berani mengorbankan jiwa dan hartanya untuk mencari keridhoan Allah dan Allah menjanjikan balasannya, membeli dari orang-orang mukmin tersebut dengan kenikmatan dan keuntungan yang tiada terhitung yaitu syurga. Selain itu, Al-Qur'an menggunakan juga istilah *tadayantum* yang disebutkan satu kali, yaitu pada Al-Qur'an surat Al-Baqarah (2) ayat (282),

digunakan dalam pengertian mua'malah yakni jual beli, utang piutang, sewa menyewa dan lain sebagainya. Ayat Al-Quran surat Al-Baqarah (2) ayat (282) tersebut berbunyi, yang artinya (lebih kurang) :

“Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu melakukan mua'malah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar (Q.s. (2): 282).

Selain istilah-istilah di atas, dalam Al-Qur'an terdapat pula istilah yang berdekatan dengan kandungan bisnis. Di antaranya adalah, *anfaqa* dan *la ta'kulu amwalakum*. Sedangkan yang berhubungan dengan etika secara langsung adalah *al-khuluq*, yang berasal dari kata dasar *khuluq-khuluqan*, yang berarti tabi'at, budi pekerti, kebiasaan, kesatriaan, keprawiraan. Etika Al-Qur'an mempunyai sifat *humanistik* dan *rasionalistik*. Sifat humanistik dalam pengertian mengarahkan manusia pada pencapaian hakikat kemanusiaan yang tertinggi dan tidak bertentangan dengan fitrah manusia itu sendiri. Sifat rasionalistik, bahwa semua pesan-pesan yang diajarkan oleh Al-Qur'an terhadap manusia sejalan dengan prestasi rasionalitas manusia yang tertuang dalam karya-karya para filosof. Pesan-pesan Al-Qur'an seperti ajakan kepada kebenaran, keadilan, kejujuran, kebersihan, menghormati orang tua, bekerja keras, cinta ilmu, semuanya tidak ada yang berlawanan dengan kedua sifat di atas. Oleh karena itu, harus menjadi pedoman atau perhatian oleh para pengusaha muslim dalam kegiatan bisnisnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa secara normatif, etika bisnis dalam Al-Qur'an memperlihatkan adanya suatu struktur yang berdiri sendiri dan terpisah dari struktur lainnya. Hal itu disebabkan bahwa dalam ilmu akhlak (moral), struktur etika dalam Al-Qur'an lebih banyak menjelaskan nilai-nilai kebaikan dan kebenaran baik pada tataran niat atau ide hingga perilaku. Dengan demikian, etika bisnis dalam Al-Qur'an tidak hanya dipandang dari aspek etika secara parsial, tetapi juga secara keseluruhan yang memuat kaidah-kaidah yang berlaku umum dalam agama Islam. Artinya, bahwa etika bisnis menurut hukum Islam harus dibangun dan dilandasi oleh prinsip-prinsip kesatuan (*unity*), keseimbangan/keadilan (*equilibrium*), kehendak bebas/ikhtiar (*free will*), pertanggungjawaban (*responsibility*) dan kebenaran (*truth*), kebajikan (*wisdom*) dan kejujuran (*fair*). Kemudian, harus memberikan tuntutan *visi bisnis* masa depan yang bukan semata-mata mencari keuntungan yang bersifat “sesaat”, melainkan mencari keuntungan yang mengandung “hakikat” baik, yang berakibat atau berdampak baik pula bagi semua umat manusia. Dengan kata lain, etika bisnis menurut hukum Islam, dalam prakteknya menerapkan nilai-nilai moral dalam setiap aktivitas ekonomi dan setiap hubungan antara satu kelompok masyarakat dengan kelompok masyarakat lainnya. Nilai moral tersebut tercakup dalam empat sifat, yaitu *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathonah*. Keempat sifat ini diharapkan dapat menjaga pengelolaan institusi-institusi ekonomi dan keuangan secara profesional dan menjaga interaksi

ekonomi, bisnis dan social berjalan sesuai aturan permainan yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Suggono, 2003, *Metodologi Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Bambang Waluyo, 1996, *Penelitian Hukum dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Kwik Kian Gie, dkk, 1996, *Etika Bisnis Cina: Suatu Kajian Terhadap Perekonomian di Indonesia*, Gramedia, Jakarta.
- Mohammad Daud Ali, 2002, *Hukum Islam : Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Islam di Indonesia*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Mubyarto, 2002, "Etika Agama dan Sistem Ekonomi", Artikel.
- Muhammad, Fauroni Lukman, 2002, *Visi Al-Qur'an : Tentang Etika Bisnis*, Salemba Diniyah, Jakarta.
- Rachmat Djatnika, 1985, *Sistem Ethika Islam*, Pustaka Islam, Surabaya.
- Soekarsono Tyas Utomo, 2004, *Kisah Sukses Pebisnis Muslim Indonesia*, Pustaka Al-Kautsar, Jakarta.
- Soerjono Soekanto, 1984, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta.
- Sonny Keraf, 1998, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Kanisius, Yogyakarta.
- Sudarsono, 1989, *Etika Islam Tentang Kenakalan Remaja*, Bina Aksara, Jakarta.
- Suhrawardi K. Lubis, 2000, *Hukum Ekonomi Islam*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Swastha Basu, Ibnu Sukotjo, 1988, *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*, Liberty, Yogyakarta.
- TM Hasbi Ash-Shiddieqy, 1975, *Falsafah Hukum Islam*, Bulan Bintang, Jakarta.

Yahya Harahap, 1986, *Segi-segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung.

Yusuf Qordhawi, 1997, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Gema Insani, Jakarta.

