

Bab 1

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Etika menjadi bagian tak terpisahkan dari dunia bisnis. Bukan hanya sebagai alat untuk menilai pantas atau tidak pantas; benar atau salah; buruk atau baik; etika menjadi perekat dalam setiap transaksi bisnis, menjadi aturan yang menjamin terlaksananya transaksi yang adil dan saling menguntungkan pihak yang terlibat.

Thorik Gunara dan Sudibyو (2008, hal. 4) mengatakan bahwa etika adalah sebuah peraturan sosial yang tidak tertulis, tetapi secara tidak langsung disepakati dan dilaksanakan oleh seluruh masyarakat dalam konteks sosial. Sehingga hukuman yang akan muncul apabila etika tersebut dilanggar juga bersifat sosial, seperti dijauhi atau diacuhkan. Kejadian yang paling parah mungkin dimasukkan dalam daftar hitam oleh masyarakat. Hal ini berbeda dengan perundang-undang yang ditetapkan oleh pemerintah yang mempunyai sanksi hukum yang jelas apabila terjadi pelanggaran.

Setiap masyarakat mempunyai etika yang berbeda. Begitu pula dengan profesi dan bidang usaha termasuk bisnis. Etika dalam berbisnis sering sekali diabaikan oleh pelaku bisnis, terkadang sering dilanggar oleh para pelaku bisnis, memilih jalan pintas dengan mengharapkan hasil yang cepat atau menghindar dari resiko yang berat, mereka mendobrak dinding etika dalam berbisnis.

Perkembangan bisnis saat ini telah memasuki era globalisasi, dimana terjadi pergerakan komoditas, modal, dan juga manusia yang seolah tanpa batas menembus ke segala penjuru dunia. Modal paling utama dalam bisnis adalah nama dan kepercayaan. Ukuran etika dan sopan satun dalam dunia bisnis sangatlah keras, kalaulah ada pengusaha yang melanggar etika, mereka lebih banyak mendapat hukuman dari masyarakat,

dibandingkan dari pemerintah. Karena pada dasarnya juga masyarakat bisnis itu punya jaringan tersendiri, yang sangat luas dan efektif, sehingga setiap pengusaha yang berbuat curang atau tidak etis, maka namanya akan segera tersiar, hal itu tentunya akan merusak nama baiknya sendiri. Etika bisnis itu tidak hanya terlihat dalam hubungan antara pengusaha saja, namun juga terkait hubungan dengan pemerintah dan tentunya masyarakat. Walaupun sejauh ini ukuran etis atau tidak etisnya praktek perusahaan dalam masyarakat masih susah diukur, namun paling tidak kita bisa kembalikan ke hati nurani pengusaha itu sendiri.

Terjadinya krisis multi dimensional beberapa tahun terakhir menjadikan etika bisnis sebagai sorotan dan perhatian dari masyarakat dan para pengamat. Tuntutan masyarakat akan etika dan tolak ukur etika meningkat, hal ini disebabkan pula oleh pengungkapan beberapa kasus dalam lembaga, instansi pemerintah, kecurangan-kecurangan para pengusaha dan bentuk pelanggaran lainnya dalam dunia bisnis yang merugikan semua pihak. Oleh sebab itulah dalam berbisnis etika sangat dibutuhkan, sangat relevan, dan mempunyai tempat yang sangat strategis dalam setiap usaha dewasa ini. Ada beberapa alasan yang menjadikan etika bisnis sedemikian pentingnya menurut Faisal Afiff yang di informasikan oleh Erni R. Ernawan (2007, hal. 18):

1. Adanya kelaziman masyarakat yang sudah maju untuk cenderung menuntut para pembisnisnya agar mampu bertindak etis, atau masyarakat pada umumnya mengharapkan kinerja etik yang tinggi. Suatu perusahaan yang memiliki kinerja etik yang tinggi akan mendapat dukungan dan pembenaran dari masyarakat.
2. Untuk menghindari kerugian kelompok kepentingan dalam masyarakat, seperti para pelanggan, perantara, pemasok dan pesaing.
3. Untuk melindungi pembisnis dari kemungkinan tumbuh suburnya perilaku tidak etis, baik dari karyawan (internal) maupun dari para pesaing (eksternal).

4. Untuk melindungi masyarakat yang akan bekerja di sektor bisnis dari ancaman lingkungan kerja yang tidak adil, produk berbahaya, dan bahkan pemalsuan laporan keuangan dan juga memberikan kontribusi pada ketenangan, keamanan dan kenyamanan psikologi bagi para pembisnis agar mampu berkipra melakukan tindakan bisnis yang konsisten sesuai dengan norma-norma yang berlaku.
5. Umumnya orang menginginkan akan bertindak konsisten dengan pandangan hidupnya, menyangkut nilai-nilai kebaikan dan keburukan perilaku dirinya. Sesuatu yang dipaksakan dan bertentangan dengan nilai pribadinya, lazimnya akan melahirkan sumber konflik batin dan stress emosional yang besar.

Sedangkan Sonny Keraf (1998, hal. 63-66) berpendapat, bahwa ada beberapa argument yang dapat diajukan, untuk menunjukkan bahwa etika sangat dibutuhkan dalam berbisnis, seperti : *Pertama*, dalam bisnis modern dewasa ini pelaku bisnis dituntut untuk menjadi orang-orang professional di bidangnya. Mereka dituntut mempunyai keahlian dan ketrampilan bisnis yang melebihi keterampilan dan keahlian bisnis orang kebanyakan lainnya. Hanya orang profesional yang akan menang dan berhasil dalam bisnis yang penuh persaingan yang ketat. Dalam persaingan bisnis yang ketat para pelaku bisa sadar betul bahwa perusahaan yang unggul bukan hanya perusahaan yang mempunyai kinerja bisnis-manajerial-finansial yang baik. Melainkan juga perusahaan yang mempunyai kinerja etis, etos bisnis yang baik. Hanya perusahaan yang mampu melayani kepentingan semua pihak yang berbisnis dengannya, hanya perusahaan yang mampu mempertahankan mutu, hanya perusahaan yang mampu memenuhi permintaan pasar (konsumen) dengan tingkat harga, mutu dan waktu yang tepat akan menang. Hanya perusahaan yang mampu menawarkan barang dan jasa sesuai dengan apa yang dianggapnya baik dan diterima masyarakat itulah yang akan berhasil dan bertahan lama.

Kedua, dalam persaingan bisnis yang ketat para pelaku bisnis modern sadar bahwa konsumen adalah benar-benar raja. Karena itu, hal yang paling pokok untuk bisa untung

dan bertahan dalam pasar penuh persaingan adalah sejauh mana suatu perusahaan bisa merebut dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Ini bukan hal yang mudah, karena dalam pasar yang bebas dan terbuka, dimana ada beragam barang dan jasa ditawarkan dengan harga dan mutu yang kompetitif, sekali konsumen dirugikan mereka akan berpaling dari perusahaan tersebut. Ini punya efek berangkai yang mempengaruhi konsumen lainnya sehingga lama kelamaan kalau perusahaan tidak hati-hati malah akan dijauhi oleh semua konsumen.

Dengan kata lain, kepercayaan konsumen tidak hanya dipertahankan dengan bonus, kartu langganan, hadiah dan seterusnya. Yang paling pokok, para pelaku bisnis modern sadar betul bahwa kepercayaan konsumen hanya mungkin dijaga dengan memperlihatkan citra bisnisnya sebagai bisnis yang baik dan etis. Termasuk di dalamnya adalah pelayanan, tanggapan terhadap keluhan konsumen, hormat terhadap hak dan kepentingan konsumen, menawarkan barang dan jasa dengan mutu yang baik dan harga sebanding, tidak menipu konsumen dengan iklan yang bombastis dan seterusnya. Hal ini kini benar-benar diperhitungkan oleh perusahaan-perusahaan yang memang ingin membangun sebuah kerajaan bisnis yang bertahan lama. Karena mereka sadar bahwa konsumen kini kritis dan tidak mudah di bohongi.

Ketiga, dalam sistem pasar terbuka dengan peran pemerintah yang bersifat netral tak berpihak tetapi efektif menjaga agar kepentingan dan hak semua pihak dijamin, para pelaku bisnis berusaha sebisa mungkin untuk menghindari campur tangan pemerintah, yang baginya akan sangat merugikan kelangsungan bisnisnya. Salah satu cara yang paling efektif adalah dengan menjalankan bisnisnya secara baik dan etis, yaitu dengan menjalankan bisnis sedemikian rupa tanpa secara sengaja merugikan hak dan kewajiban semua pihak yang terkait dengan bisnisnya. Asumsinya, kalau sampai terjadi bahwa ia menjalankan bisnisnya dengan merugikan pihak-pihak tertentu, maka pemerintah yang tugasnya adalah menjaga dan menjamin hak dan kepentingan semua pihak tanpa

terkecuali, dan ini kita andaikan dijalankan secara konsumsien akan serta merta turun tangan mengambil tindakan tertentu untuk menertibkan praktek bisnis yang tidak baik itu. Termasuk dalam tindakan tersebut adalah larangan atau pencabutan surat izin usaha perusahaan tersebut, yang akan sangat fatal bagi nasib perusahaan tersebut. Jadi, daripada melakukan bisnis dengan melanggar hak dan kepentingan pihak tertentu, para pelaku bisnis lalu berusaha sedapat mungkin untuk secara proaktif berbisnis secara baik dan etis.

Keempat, perusahaan-perusahaan modern juga semakin menyadari bahwa karyawan bukanlah tenaga yang siap untuk di eksploitasi demi mengeruk keuntungan sebesar-besarnya. Justru sebaliknya, karyawan semakin dianggap sebagai subjek utama dari bisnis suatu perusahaan yang sangat menentukan berhasil tidaknya, bertahan tidaknya suatu perusahaan tersebut. Karena itu, yang paling ideal bagi perusahaan modern sekarang ini adalah bagaimana menjaga dan mempertahankan tenaga kerja profesional. Kenyataan ini mendorong perusahaan modern untuk memperhatikan hak dan kepentingan karyawan sebaik-baiknya dan menjaga agar mereka merasa betah bekerja pada perusahaan tersebut. Ini menunjukkan dengan jelas bahwa justru demi bertahan dalam persaingan yang ketat, justru demi tetap meraih keuntungan, perusahaan modern menyadari bahwa mereka perlu memperlakukan karyawannya secara baik dan etis.

Tingkat urgensi etis bagi perusahaan sangat menentukan, karena dalam jangka panjang bila perusahaan tidak berperilaku etis dalam berbisnis maka kelangsungan hidupnya akan terganggu. Hal ini terjadi akibat manajemen dan karyawan yang cenderung mencari keuntungan sehingga terjadi penyimpangan norma-norma etis, segala kompetensi, ketrampilan, keahlian, potensi dan modal lainnya ditujukan sepenuhnya untuk memenangkan kompetisi. Dalam jangka pendek mungkin akan meningkatkan keuntungan perusahaan, akan tetapi untuk jangka panjang akan merugikan perusahaan itu sendiri akibat hilangnya kepercayaan konsumen terhadap perusahaan tersebut, karena kepercayaan merupakan salah satu unsur keutamaan yang sangat vital dalam aktivitas bisnis. Tanpa ada

kepercayaan tidak akan ada transaksi dan kemitraan. Penyimpangan atau pelanggaran etika akan mengundang sanksi dari masyarakat bisnis. Bentuknya bisa ditinggalkan konsumen dan relasi, dikomplain langsung via telepon atau surat pembaca, dan sebagainya. Akibatnya nama baik akan hancur, sehingga konsumen akan berkurang, dan bisnis menjadi terhambat.

Pelanggaran etika bisnis memang banyak dilakukan, munculnya kasus-kasus yang melahirkan problematik etika bisnis bisa beragam sifatnya, seperti adanya kepentingan pribadi yang berseberangan dengan kepentingan orang lain, hadirnya tekanan persaingan dalam meraih keuntungan yang timbulnya konflik perusahaan dengan pesaingnya, munculnya pertentangan antara tujuan perusahaan dengan nilai-nilai pribadi yang melahirkan pertentangan antara kepentingan atasan dan bawahannya akibat adanya mentalitas pebisnis yang otoriter.

Melihat dari realita di atas, persoalan etika ini menjadi sangat penting dalam pengelolaan manajemen perusahaan, berbagai organisasi, lembaga lainnya yang ada dalam masyarakat. Karena memang dalam menjalankan bisnis sangat perlu etika, ini menyadarkan kita semua bahwa dalam menjalankan bisnis memang dibutuhkan etika bisnis yang baik dan benar, bukan hanya berdasarkan tuntutan etis belaka melainkan juga berdasarkan tuntutan kelangsungan bisnis atau lembaga itu agar dapat bertahan dalam jangka panjang dapat terwujud.

Terutama etika bisnis Islam, karena sistem etika bisnis Islam memiliki perbedaan mendasar dibanding sistem etika bisnis Barat. Pemaparan pemikiran yang melahirkan sistem etika di Barat cenderung memperlihatkan perjalanan yang dinamis dengan cirinya yang berubah-ubah dan bersifat sementara sesuai dinamika peradaban yang dominan. Lahirnya pemikiran etika biasanya didasarkan pada pengalaman dan nilai-nilai yang diyakini para pencetusnya. Pengaruh ajaran agama kepada model etika di Barat justru menciptakan teori baru dimana cenderung merenggut manusia dan keterlibatan duniawi

dibandingkan sudut lain yang sangat mengemukakan rasionalisme dan keduniawian. Sedangkan dalam Islam mengajarkan kesatuan hubungan antar manusia dengan Penciptanya. Kehidupan totalitas duniawi dan ukhrawi dengan berdasarkan sumber utama yang jelas yaitu *Al-Quran* dan *Hadis*.

Etika bisnis Islam merupakan hal yang vital dalam perjalanan sebuah aktivitas bisnis profesional. Sebagaimana diungkapkan oleh Syahata yang dikutip oleh Erni R. Ernawan (2007, hal. 81), bahwa etika bisnis mempunyai fungsi substansial membekali para pelaku bisnis beberapa hal sebagai berikut ini :

1. Membangun kode etik Islami yang mengatur, mengembangkan, dan menancapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini juga menjadi simbol arahan agar melindungi bisnis dari risiko.
2. Kode etik Islam dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat, dan di atas segalanya adalah tanggung jawab di hadapan Allah.
3. Kode etik dipersepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, dari pada harus diserahkan kepada pihak peradilan.
4. Kode etik dapat memberi kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis, antara pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja. Sebuah hal yang dapat membangun persaudaraan (*fraternity*) dan kerjasama (*cooperatioan*) antara mereka semua.
5. Kode etik dapat membantu mengembangkan kurikulum pendidikan, pelatihan dan seminar yang diperuntukkan bagi pelaku bisnis yang menggabungkan nilai-nilai, moral, dan perilaku baik dengan prinsip-prinsip bisnis kontemporer.
6. Kode etik ini dapat merepresentasikan bentuk aturan Islam yang konkret dan bersifat kultural sehingga dapat mendeskripsikan *comprehensiveness (universalitas)* dan

orasionalitas ajaran Islam yang dapat diterapkan di setiap zaman dan tempat, tanpa harus bertentangan dengan nilai-nilai Ilahi.

Etika bisnis dalam Islam dengan demikian memposisikan usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah SWT. Bisnis tidak hanya bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, Negara dan Allah SWT. Oleh karena itu, dalam rangka mengembangkan sistem ekonomi Islam khususnya dalam upaya penerapan etika bisnis Islam sebagai nilai-nilai dasar dalam berbisnis yang berfungsi menolong pembisnis untuk memecahkan problem-problem (moral) dalam praktek bisnis mereka dan juga sebagai jawaban bagi kegagalan sistem ekonomi, baik kapitalis maupun sosialisme, dan upaya mengali nilai-nilai dasar Islam tentang aturan bisnis dari al-Qur'an maupun as-Sunnah, merupakan suatu hal yang niscaya untuk dilakukan. Dengan kerangka berfikir di atas, mendorong penulis untuk meneliti dan melihat penerapan etika bisnis Islam, dalam hal ini penulis secara khusus meneliti pada lembaga koperasi. Untuk itulah penelitian ini diberi judul : *"Etika Bisnis Islam"* (*Studi kasus pada koperasi Harapan Jaya kota Sekayu*).

Perumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang masalah di atas, maka dapatlah dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah penerapan etika bisnis pada koperasi Harapan Jaya dalam perspektif etika bisnis Islam ?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan etika bisnis Islam pada koperasi Harapan Jaya?
3. Bagaimanakah relevansi etika bisnis Islam dengan visi, misi, tujuan, dan fungsi serta program kerja koperasi Harapan Jaya?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan etika yang berlangsung di koperasi Harapan Jaya. Secara rinci, tujuan penelitian diurai sebagai berikut:

1. Mengetahui penerapan etika bisnis di koperasi Harapan Jaya menurut etika bisnis Islam;
2. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat penerapan etika bisnis Islam pada koperasi Harapan Jaya;
3. Mengetahui relevansi etika bisnis Islam dengan visi, misi, tujuan dan fungsi serta program kerja koperasi Harapan Jaya.

Kegunaan Penelitian

Secara teoritis, penelitian ini berguna bagi pengayaan informasi keilmuan studi ekonomi Islam, terutama mengenai koperasi dan etika bisnis. Secara praktis, dapat berguna bagi koperasi Harapan Jaya dan masyarakat sebagai tambahan bahan informasi dan pertimbangan dalam pengembangan bisnis yang etis.

Kerangka Teori

Dalam upaya melakukan deskripsi dan analisis untuk menjawab beberapa permasalahan yang timbul dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa teori yang berhubungan satu sama lainnya berupa : *Teori Utilitarianisme, Teori Keadilan, dan Teori Ralativisme serta diakhiri dengan Teori Maslahat.*

Teori Utilitarianisme

Teori utilitarianisme memandang bahwa setiap tindakan harus di dasarkan atas konsekwensinya. Oleh karena itu, dalam bertindak, seseorang seharusnya mengikuti cara-cara yang dapat memberi manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya serendah-rendahnya. Secara konkrit prinsip teori ini dapat dirumuskan sebagai berikut : Bertindaklah sedemikian rupa sehingga tindakan itu mendatangkan keuntungan sebesar mungkin bagi sebanyak mungkin orang (Sonny Keraf, 1998, hal. 93-97).

Teori Keadilan Distribusi

Pendekatan teori keadilan distribusi, memandang bahwa para pembuat keputusan memberikan hak yang sama dan bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, baik secara perorangan maupun kelompok. Hal itu, relevan dengan kaidah : *"al-ashl fī al-uqud ridha al-muta'qidain"* (dasar aqad adalah kerelaan dari kedua belah pihak pelaku). Kaidah ini mengandung prinsip bahwa kedua belah pihak yang melakukan aqad harus sama-sama merasa puas. Intin dari teori ini bahwa "Perbuatan disebut etis bila menjunjung keadilan distribusi barang dan jasa" (Erni R. Ernawan, 2007, hal. 93).

Teori Relativisme

Teori ini berpendapat bahwa etika itu bersifat relatif. Jawaban etika tergantung dari situasinya. Dasar pemikiran teori ini adalah bahwa tidak ada kriteria universal untuk menentukan perbuatan etis. Setiap individu menggunakan kriterianya sendiri-sendiri dan berbeda setiap budaya atau negara (Erni R. Ermawan, 2007, hal. 97).

Teori Maslahat

Teori maslahat ini sama dengan mengambil manfaat, dapat juga diartikan setiap suatu pekerjaan yang mengandung manfaat, apabila dikatakan bahwa perdagangan itu suatu kemaslahatan dan menurut ilmu itu suatu kemaslahatan, maka hal tersebut berarti bahwa perdagangan dan menuntut ilmu itu dapat memperoleh manfaat lahir dan batin. Dalam konteks pengertian maslahat terdapat beberapa definisi maslahat yang dikemukakan ulama *Ushul Fiqh* tetapi seluruh definisi tersebut mengandung esensi yang sama (Haroen, 1996, hal. 114).

Teori maslahat pada prinsipnya sesuatu yang bisa mendatangkan manfaat dan bisa menjauhkan keburukkan serta hendak diwujudkan aturan *syari'at* Islam agar menyuruh kita untuk memperhatikan maslahat tersebut untuk semua lapangan hidup termasuk bisnis atau usaha yang kita lakukan demi kebaikan umat secara umum dapat tercapai.

Metode Penelitian

Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian adalah jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang dapat diungkapkan dalam bentuk kata-kata (Soeratno, 1999, hal. 70). Sumber data dari penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber sekunder. Data primer adalah hasil kajian lapangan atas praktek transaksi pada Koperasi Harapan Jaya. Data sekunder diambil semua wacana dari berbagai pemikiran yang berkenaan dengan permasalahan yang di bahas dalam penelitian ini. Seperti buku yang berjudul *Etika Bisnis; Tuntutan dan Relevansinya, Business Ethics, Visi al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis, Etika Bisnis Islami; Landasan Filosofis, Normatif dan Substansi Implementatif, Islamic Economics; Ekonomi Syari'ah Bukan Opsi Tetapi Solusi, Fiqh Muamalah, Etika Bisnis, Ekonomi Koperasi; Teori dan Praktik, Ushul Fiqh, Etika Bisnis*

dalam Wawasan al-Qur'an; dalam Ulumul Qur'an, dan Pengantar Pengetahuan Koperasi. Serta beberapa literatur yang digali dari internet.

Teknik Pengumpulan Data

Penghimpunan data yang diperlukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

- a. Pengamatan berpartisipasi, suatu pengamatan dengan mengutamakan keterlibatan peneliti di dalam proses aktifitas yang berlangsung di koperasi Harapan Jaya, yaitu mengamati keadaan umum kantor dan kegiatan di koperasi, tempat usaha, suasana kerja dan proses pelayanan;
- b. Wawancara mendalam yang dilakukan secara tidak terstruktur dan bersifat informal dalam berbagai situasi.
- c. Studi dokumen dan kepustakaan. Teknik ini menghimpun data tertulis, gambar, maupun elektronik untuk dianalisis, dibandingkan, dan dipadukan.

Analisis Data

Analisi data dalam penelitian ini dilakukan baik pada saat maupun setelah pengumpulan data melalui langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Melakukan reduksi data, yaitu melakukan penyederhanaan dan transformasi data kasar dari catatan tertulis yang dilakukan di lapangan;
 - b. Melakukan analisis domain, yaitu aktifitas mengkategorikan berbagai fenomena yang terjadi atau berlangsung dalam seting koperasi Harapan Jaya;
 - c. Menarik kesimpulan tertentu sesuai dengan perumusan masalah yang telah ditentukan.
- Pada langkah ini dilakukan interpretasi terhadap makna dari berbagai bahan empirik yang telah dikumpulkan dan dikategorisasi secara tematik di atas.

Tinjauan Pustaka

Dari hasil pelacakan yang terkait dengan penelitian yang berjudul "Etika Bisnis Islam" (Studi kasus pada koperasi Harapan Jaya kota Sekayu) belum dijumpai atau belum ada yang meneliti tentang permasalahan tersebut. Diantara beberapa peneliti yang telah dilakukan pada koperasi Harapan Jaya, diantaranya oleh Alamsyah Latif (1998) dengan judul skripsi mengenai : "*Urgensi etika bisnis dan budaya koperasi*" Hasil penelitian, mengemukakan bahwa etika adalah isu penting dalam kajian-kajian manajemen mengenai pengelolaan sumber-sumber daya. Hal itu, akan menyingkap permasalahan : Seperti apa corak etika yang ada dalam struktur-struktur kegiatan suatu pengelolaan manajemen yang memproses masukan (*in-put*) menjadi keluaran (*out-put*)?; Apakah ada pedoman etikanya atau tidak?; Atau apakah pedoman etika itu ada yang ideal (yang dicita-citakan dan yang dipamerkan) dan yang aktual (yang betul-betul digunakan dalam proses-proses manajemen dan biasanya disembunyikan dari pengamat umum)?

Lebih lanjut, ia mengemukakan bahwa meskipun negeri kita kaya raya akan sumber-sumber daya alam dan kaya akan sumber-sumber daya manusia yang berkualitas. Namun, pada masa sekarang ini kita bangsa Indonesia, tergolong bangsa yang tergolong paling miskin di dunia dan bangsa-bangsa yang negaranya paling korup. Kajian masalah tersebut, akan terlihat seperti apa nilai-nilai budaya yang berlaku dan etika yang digunakan sebagai pedoman dalam pengelolaan manajemen suatu kegiatan, organisasi, lembaga atau pranata. Selanjutnya, akan mampu memberikan pemecahan yang terbaik mengenai pedoman etika yang seharusnya digunakan menurut dan sesuai dengan konteks-konteks macam kegiatan dan perusahaan serta berbagai macam usaha lainnya.

Yabani (2008) dengan judul skripsi : "*Evaluasi Terhadap Sistem Akutansi Simpan Pinjam Pada Koperasi Pegawai Negeri Harapan Jaya.*" Hasil penelitian menemukan pelaksanaan sistem akutansi pada Koperasi Harapan Jaya sudah dilaksanakan dengan baik dan telah berjalan sesuai dengan ketentuan menurut peraturan yang berlaku. Hal tersebut

dapat di lihat dari bagan-bagan akutansi yang terkait dengan simpan pinjam dan prosedur simpan pinjam pada Koperasi Harapan Jaya, dan juga prosedur simpan pinjam yang diterapkan tidak mempersulit dalam proses transaksinya.

Subandi (2008) dengan judul skripsi : *"Etika dan kewaspadaan fraud pada Koperasi Pegawai Negeri Harapan Jaya"* mengidentifikasi bahwa salah satu pelanggaran etika di kalangan swasta adalah *fraud*, yaitu suatu perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh orang-orang dari dalam dan atau luar organisasi, dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan pribadi dan atau kelompoknya yang secara langsung merugikan orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum di koperasi Pegawai Negeri Harapan Jaya tidak terjadinya *fraud* pada aspek perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan kegiatan, dan pengawasan berada dalam katagori "belum pernah terjadi *fraud*". Kegiatan yang dianggap signifikan dalam intensitas kemunculan *fraud*-nya adalah meninggikan anggaran dalam pengajuan kegiatan serta menggunakan barang milik Negara untuk kepentingan pribadi.

Nita Rismawanti (2009) dengan judul skripsi : *"Analisis Atas Sistem Penagihan Piutang Dalam Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas pada Koperasi Pegawai Negeri Harapan Jaya."* Hasil penelitian menunjukan bahwa efektivitas penerimaan piutang dan efesiensi biaya pemungutan yang dikeluarkan dalam penegihan piutang dari tahun 2005 sampai dengan tahun 2008 dengan hasil efesiensi dan efektivitas dengan baik. Penerimaan terus meningkat dan biaya yang dikeluarkan terus menurun. Hal ini disebabkan adanya kebijakan dan selalu memonitoring pengaturan piutang setiap tahun.

Beberapa penelitian mengenai koperasi, sebelum ini, telah banyak dilakukan oleh para peneliti lainnya, *"Mengenai aspek-aspek manajemen, keuangan, permodalan dan lain sebagainya. Seperti Analisi Pendapatan dan Beban Jasa Transportasi Pada Koperasi Pegawai Negeri Harapan Jaya Kota Sekayu."* Oleh Tati Ulpasari dari Universitas Muhammadiyah Palembang tahun 2005; *"Hubungan perputaran modal kerja dengan*

perolehan hasil usaha pada Koperasi Pegawai Negeri Harapan Jaya.” oleh Yuyu Wardah Hindani, pada tahun 2004; *”Analisis Pengelolaan Kas Dalam Rangka Evaluasi Terhadap Kinerja Keuangan Pada Koperasi Pegawai Negeri Harapan Jaya”* oleh Rini Dewi Angriani dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rahmadiyah Sekayu tahun 2009; *”Analisis Sistem Pengendalian Intren Modal Kerja Pada Koperasi Pegawai Negeri Haran Jaya.”* oleh Nila Yuniar dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rahmadiyah Sekayu tahun 2009; dan juga peneliti lainnya.

Adapun penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis keberadaan koperasi Harapan Jaya kota Sekayu dari aspek pengembangan nilai-nilai etika bisnis maupun penerapan etika bisnis secara Islami, dalam organisasi dan manajemen serta faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan etika bisnis Islam.

Tentunya masih ada lagi bentuk-bentuk penelitian pada koperasi pegawai negeri Harapan Jaya pemerintah kabupaten Musi Banyuasin kota Sekayu, namun dari hasil pelacakan kami belum dijumpai hasil penelitian tentang *”Etika Bisnis Islam” (studi kasus pada koperasi Harapan Jaya kota Sekayu)*. Oleh sebab itulah penulis tertarik meneliti hal tersebut yang dikembangkan oleh koperasi Harapan Jaya.

Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini antara lain memuat beberapa bab dan sub-bab, yang meliputi poin penting terhadap permasalahan yang ada, yaitu:

Bab 1 : Pendahuluan, yang meliputi pembahasan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka teori, metodologi penelitian, tinjauan pustaka dan sistematika penelitian.

Bab 2 : Etika bisnis Islam dan konvensional, yang meliputi pembahasan pengertian dari kedua etika bisnis tersebut, prinsip etika bisnis Islam, prinsip etika bisnis

konvensional, dan tentang aktivitas bisnis yang dilarang baik dalam etika bisnis Islam maupun konvensional.

Bab 3 : Koperasi sebagai badan usaha, yang berisikan : pengertian dan sejarah koperasi, yang mencakup sejarah koperasi di masa pra kemerdekaan Indonesia dan pasca kemerdekaan Indonesia, prinsip koperasi serta karakteristik koperasi.

Bab 4 : Etika bisnis Islam pada koperasi Harapan Jaya, yang berisikan : Penerapan etika bisnis pada koperasi Harapan Jaya dalam perspektif etika bisnis Islam, faktor pendukung dan penghambat penerapan etika bisnis Islam pada koperasi Harapan Jaya, serta relevansi etika bisnis Islam dengan visi, misi, tujuan dan fungsi serta program kerja koperasi Harapan Jaya.

Bab 5 : Penutup, meliputi kesimpulan dari penelitian ini dan saran penulis serta rekomendasi.

Bab 2

ETIKA BISNIS ISLAM DAN KONVENSIONAL

Pengertian Etika Bisnis Islam

Banyak defenisi etika yang dikemukakan para ahli, di antaranya Hendro Wibowo dalam tulisannya tentang Konsep Etika Bisnis Dalam Islam. Menurutnya etika (*ethics*) yang berasal dari bahasa Yunani *ethikos* mempunyai beragam arti : *petama*, sebagai analisis konsep-konsep mengenai apa yang harus, mesti, aturan-aturan moral, benar, salah, wajib, tanggung jawab dan lain-lain. *Kedua*, pencairan ke dalam watak moralitas atau tindakan-tindakan moral. *Ketiga*, pencairan kehidupan yang baik secara moral (<http://hendrowibowo.niriah.com/2009/02/09/konsep-etika-bisnis-dalam-islam-2/>).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Depdikbud, 1988) etika dijelaskan dengan membedakan tiga arti :1) Ilmu tentang apa yang baik, apa yang buruk dan tentang hak serta kewajiban moral (akhlak); 2) kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak; 3) nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat. Sedangkan Anderson Guntur komenaung merumuskan pengertian etika : "Etika adalah sebagai aturan-aturan yang tidak dapat dilanggar dari perilaku yang diterima masyarakat sebagai baik atau buruk." (<http://www.akademik.unsri.ac.id/download/journal/files/udejournal/%2812%29%20soca-anderson-etika%20bisnis%281%29.pdf>)

Sedangkan pengertian bisnis Islam ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram (Veithzal Rivai dan Andi Buchari, 2009, hlm. 234)

Menurut Hasbi Ash-Shiddiqie yang dikutip oleh Hendi Suhendi (2005, hlm. 68) mengungkapkan, bisnis (*al-tijarah*) ialah *akad* yang tegak atas dasar penukaran harta dengan harta, maka jadilah penukaran hak milik secara tetap. Menurut Tinjauan Ahli *Fiqh*, yang dikutip oleh Hendro Wibowo (2009) pengertian bisnis adalah saling menukarkan harta dengan harta secara suka sama suka, atau pemindahan hak milik dengan adanya penggantian (<http://hendrowibowo.niriah.com/2009/02/09/konsep-etika-bisnis-dalam-islam-2/>)

Penggabungan etika dan bisnis dapat berarti memasukkan norma-norma agama bagi dunia bisnis, memasang kode etik profesi bisnis, merevisi sistem dan hukum ekonomi, meningkatkan keterampilan memenuhi tuntutan-tuntunan etika pihak-pihak luar untuk mencari aman, dan sebagainya. Bisnis yang beretika adalah bisnis yang memiliki komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial yang sudah berjalan, dan merupakan janji yang harus ditepati (Veithzal Rivai dan Andi Buchari, 2009, hlm.234).

Etika dipahami sebagai perangkat prinsip moral yang membedakan apa yang benar dari apa yang salah, sedangkan bisnis adalah suatu serangkaian aktivitas yang melibatkan pelaku bisnis, maka etika diperlukan dalam bisnis. Etika bisnis adalah norma-norma atau kaidah etik untuk melaksanakannya dengan penuh tanggung jawab dan ketat yang dianut oleh bisnis, yang ditata oleh aturan *syara'* baik sebagai institusi atau organisasi, maupun dalam interaksi bisnisnya dengan “stake holders”nya.

Etika bisnis dalam Islam dengan demikian memosisikan pengertian bisnis pada hakikatnya merupakan usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah swt. Bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadap masyarakat, Negara dan Allah swt.

Dari beberapa penjelasan di atas dapat kita pahami, bahwa yang dimaksud dengan etika bisnis Islam adalah aktivitas pelaku bisnis yang sesuai dengan aturan dan norma yang berlaku dan diterima dalam masyarakat sebagai proses transaksi bisnis yang bersumber pada *al-Qurān* dan *al-Hadīṣ*.

Pengertian Etika Bisnis Konvensional

Pada prinsipnya pengertian etika bisnis sama yang dikemukakan di atas, hanya saja kalau di lihat dari cakupan etika bisnis Islam dengan etika bisnis konvensional, ia mempunyai cakupan yang lebih luas dan tidak terikat dengan aturan-aturan yang ditata dalam Islam.

Etika berasal dari bahasa Yunani kuno, kata Yunani *ethos* di dalam bentuk tunggal mempunyai banyak arti : tempat tinggal yang biasa; padang rumput; kandang; kebiasaan; adat; akhlak; watak; perasaan; sikap; cara berfikir. Dalam bentuk jamak artinya adalah adat kebiasaan (Bambang Eko Turisno, 2007, hlm.12). Etika juga diartikan sebagai ajaran atau ilmu tentang adat kebiasaan yang berkenaan dengan kebiasaan baik atau buruk, yang diterima umum mengenai sikap, perbuatan, kewajiban, dan sebagainya (Emi. R. Ermawan, 2007, hlm.2).

Pengertian lain tentang etika adalah "adat kebiasaan", "watak" atau "kelakuan manusia". Sekurang-kurangnya, dapat dibedakan tiga arti kata etika. *Pertama*, etika adalah ilmu yang melakukan refleksi kritis dan sistematis tentang moralitas. Etika dalam arti ini sama dengan filsafat moral. *Kedua*, etika adalah sistem nilai yaitu nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan hidup atau sebagai pedoman penilaian baik-buruknya perilaku manusia baik secara individual maupun sosial dalam suatu masyarakat. Arti ini digunakan dalam, misalnya, "Etika Islam", "Etika Sunda", "Etika Jawa" dan sebagainya. *Ketiga*, etika dilihat sebagai kode etik, yaitu sekumpulan norma dan nilai moral yang wajib

diperhatikan oleh pemegang profesi tertentu, misalnya, "Etika Bisnis", "Etika Rumah Sakit", "Etika Jurnalistik", dan sebagainya (Usmara, 2007, hlm.23).

Etika juga dapat dikatakan sebagai "moral". Kata moral berasal dari bahasa latin *mos* (jamak *mores*) yang berarti juga kebiasaan, adat. Etika artinya sama dengan moral yaitu nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya.

Menurut K. Bertens dalam buku Etika yang dikutip oleh Hendro Wibowo, merumuskan pengertian etika kepada tiga pengertian; *Pertama*, digunakan dalam pengertian nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. *Kedua*, kumpulan asas atau nilai-nilai moral atau kode etik. *Ketiga*, etika sebagai ilmu tentang baik dan buruk (<http://hndwibowo.blogspot.com/2008/06/etika-bisnis-dalam-islam.html>).

Dari beberapa pengertian etika di atas, dapat dipahami bahwa etika bisnis konvensional adalah perilaku moral seseorang dalam melakukan kegiatan bisnis untuk mencapai tujuan, mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri, dan masyarakat yang sesuai dengan hukum yang berlaku (*legal*) maupun adat kebiasaan yang baik dan diterima dalam masyarakat.

Prinsip Etika Bisnis Islam

Islam sebagai agama yang telah sempurna, sudah barang tentu memberikan rambu-rambu dalam melakukan transaksi, istilah *al-tijarah*, *al-bai'u*, *tadayantum* dan *isyara* yang disebutkan dalam *al-Qurān* sebagai pertanda bahwa Islam memiliki perhatian yang serius tentang dunia usaha atau perdagangan. Dalam menjalankan usaha bisnisnya tetap harus berada dalam rambu-rambu dan prinsip-prinsip yang telah digariskan oleh Islam. Adapun

prinsip-prinsip Rasulullah Saw. telah memberikan contoh yang dapat diteladani dalam berbisnis, misalnya:

1. Prinsip *Tauhid* (Ibadah)

Prinsip *tauhid* ini mengajarkan manusia tentang bagaimana mengakui keesaan Allah. Sehingga terdapat suatu konsekwensi bahwa keyakinan terhadap segala sesuatu hendaknya berawal dan berakhir hanya kepada Allah Swt. Prinsip *tauhid* mengantarkan manusia dalam kegiatan ekonomi untuk meyakini bahwa harta benda yang berada dalam genggamannya adalah milik Allah Swt. keberhasilan para pengusaha bukan hanya disebabkan oleh hasil usahanya sendiri tetapi terdapat partisipasi orang lain. *Tauhid* yang akan menghasilkan keyakinan pada manusia bagi kesatuan dunia dan akhirat. *Tauhid* dapat mengantarkan seorang pengusaha untuk tidak mengejar keuntungan materi saja, tetapi juga mendapat keberkahan dan keuntungan yang lebih kekal (M.A. Fattah Santoso, 2001, hlm. 213-214).

Oleh karena itu, seorang pengusaha dituntut untuk menghindari segala bentuk eksploitasi terhadap sesama manusia. Dari sini dapat dimengerti mengapa Islam melarang segala praktek riba dan pencurian, juga penipuan yang terselubung. Bahkan Islam melarang kegiatan bisnis sewaktu menawarkan barang pada disaat konsumen menerima tawaran yang sama dari orang lain, itu semua dapat direalisasikan apabila seorang pelaku bisnis menjalankan bisnisnya bersumber atas *Tauhid* yang bagus kepada Sang Pencipta yaitu Allah Swt.

2. Prinsip Kejujuran.

Sikap jujur termasuk salah satu karakteristik seorang mukmin yang paling menonjol. Tanpa kejujuran, dunia tidak akan terciptanya kedamaian dan agama tak akan tegak berdiri. Sedangkan kedustaan merupakan ciri orang-orang munafik yang paling merugikan seseorang dan akan berdampak negatif kedepannya.

Sifat jujur atau dapat dipercaya merupakan sifat terpuji yang disenangi Allah, walaupun disadari sulit menemukan orang yang dapat dipercaya. Kejujuran adalah sifat yang amat diperlukan dalam melakukan transaksi bisnis. Lawan dari kejujuran adalah penipuan. Dalam dunia bisnis pada umumnya kadang sulit untuk mendapatkan kejujuran. Perintah kejujuran, termaktub dalam *al-Qurān* surah :

a. *al-Taubah* (9) : 119;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang jujur”

b. *al-Mu‘minūn* (23) : 8;

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

“Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya”

Kejujuran termasuk penyebab keberkahan yang dilimpahkan kepada penjual dan pembeli secara bersamaan. Karena malapetaka perekonomian dan perniagaan bersumber dari dusta dan pemalsuan. Dengan demikian, sifat utama seorang pembisnis yang mendapatkan ridha Allah Swt. adalah pembisnis yang paling jujur (Pustaka Pengetahuan *Al-Qurān*, 2008, hlm.71).

3. Prinsip Keadilan

Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau

menimbang untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. *Al-Qurān* memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan, sebagaimana dijelaskan dalam *al-Qurān* surah :

a. *al-Isra'* (17) : 35;

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ
وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.

b. *al-Muthaffifin* (83) : 1-3;

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang), yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi”

Dari ayat di atas jelas bahwa berbuat curang dalam berbisnis sangat dibenci oleh Allah, maka mereka termasuk orang-orang yang celaka (*wail*). Kata ini menggambarkan kesedihan, kecelakaan dan kenistaan. Berbisnis dengan cara yang curang menunjukkan suatu tindakan yang nista, dan hal ini menghilangkan nilai kemartabatan manusia yang luhur dan mulia. Dalam kenyataan hidup, orang yang semula dihormati dan dianggap sukses dalam berdagang, kemudian ia terpuruk dalam kehidupannya, karena dalam menjalankan bisnisnya ada kecurangan, ketidakadilan dan mendzalimi orang lain. Oleh sebab itulah dalam etika bisnis Islam, seorang pelaku bisnis dianjurkan untuk bersikap adil.

4. Prinsip Barang atau produk yang dijual haruslah barang yang halal

Barang yang halal, baik dari segi dzatnya maupun cara mendapatkannya. Berbisnis dalam Islam boleh dengan siapapun dengan tidak melihat agama dan keyakinan dari mitra bisnisnya, karena ini persoalan *mu'amalah dunyawiyah*, yang penting barangnya halal. Halal dan haram adalah persoalan prinsipil. Memperdagangkan barang yang haram, misalnya alkohol, obat-obatan terlarang, dan barang yang *gharar* dilarang dalam Islam (Muhammad dan R.Lukman, 2002, hlm. 136).

Dalam berbisnis pun barang haruslah yang halal, karena dalam etika bisnis Islam tidak hanya keuntungan pribadi yang dikejar, melainkan kepuasan konsumen atau pembeli barang yang kita jual. Barang atau produk itu haruslah halal dan karena kehalalan itu akan memberikan kemaslahatan bagi pembelinya agar terhindar dari kemudharatan bagi yang mengkonsumsinya, seperti timbulnya penyakit, bertambah parahnya penyakit yang diderita atau dampak mudarat lainnya.

Di bawah ini tabel tentang prinsip-prinsip halal dan haram dalam Islam, adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Prinsip Halal dan Haram

No.	<i>Prinsip Halal dan Haram</i>
1.	Prinsip dasarnya adalah diperbolehkan segala sesuatu.
2.	Untuk membuat absah dan untuk melarang adalah hak Allah semata.
3.	Melarang yang halal dan menbolehkan yang haram sama dengan syirik.
4.	Larangan atas segala sesuatu didasarkan atas sifat najis dan melukai.
5.	Apa yang halal adalah yang diperbolehkan, yang haram adalah yang dilarang.
6.	Apa yang mendorong pada yang haram adalah juga haram.
7.	Menganggap yang haram sebagai halal adalah dilarang.
8.	Niat yang baik tidak membuat yang haram bisa diterima.
9.	Hal-hal yang meragukan sebaiknya dihindari.
10.	Yang haram terlarang bagi siapapun.
11.	Keharusan menentukan adanya pengecualian.

Sumber: Lihat Muhammad dan R. Luman Faurani, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002, hlm. 132. Lihat juga Choril Fuad Yusuf, "Etika Bisnis Islam: Sebuah Perspektif Lingkungan Global", dalam *Ulumul Qur'an*, No. 3/V/1997, hlm. 16.

Secara umum Islam menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu. Nilai-nilai dasar etika bisnis dalam Islam adalah *tauhid*, *khilafah*, *ibadah*, *tazkiyah* dan *ihsan*. Dari nilai dasar ini dapat diangkat ke prinsip umum tentang keadilan, kejujuran, keterbukaan (transparansi), kebersamaan, kebebasan, tanggungjawab dan akuntabilitas.

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang telah tertata dalam aturan syara, sebagai pedoman bagi pelaku bisnis Islam, merukan suatu aturan dalam melakukan transaksi-transaksi bisnis di mana dan kapan saja serta bentuk bisnis apa saja tetap harus direalisasikan. Semua ini akan lebih mudah dipahami dalam bentuk tabel berikut ini:

Tabel 2
Nilai Dasar dan Prinsip Umum Etika Bisnis Islami

<i>Nilai Dasar</i>	<i>Prinsip Umum</i>	<i>Pemaknaan</i>
Tauhid	Kesatuan dan Integrasi	<ul style="list-style-type: none"> ■ Integrasi antar semua bidang kehidupan, agama, ekonomi, dan sosial-politik-budaya. ■ Kesatuan antara kegiatan bisnis dengan moralitas dan pencarian ridha Allah. ■ Kesatuan pemilikan manusia dengan pemilikan Tuhan. Kekayaan (sebagai hasil bisnis) merupakan amanah Allah, oleh karena itu didalam kekayaan terkandung kewajiban sosial.
	Kesamaan	<ul style="list-style-type: none"> ■ Tidak ada diskriminasi diantara pelaku bisnis atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama.
Khilafah	Intelektualitas	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kemampuan kreatif dan konseptual pelaku bisnis yang berfungsi membentuk, mengubah dan mengembangkan semua potensi kehidupan alam semesta menjadi sesuatu yang konkret dan bermanfaat.
	Kehendak Bebas	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kemampuan bertindak pelaku bisnis tanpa paksaan dari luar, sesuai dengan parameter ciptaan Allah.
	Tanggungjawab	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kesiediaan pelaku bisnis untuk bertang

	dan Akuntabilitas	gungjawab atas dan mempertanggung jawabkan tindakannya.
Ibadah	Penyerahan Total	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kemampuan pelaku bisnis untuk membebaskan diri dari segala ikatan penghambaan manusia kepada ciptaan nya sendiri (seperti kekuasaan dan kekayaan). ■ Kemampuan pelaku bisnis untuk men jadikan penghambaan manusia kepada Tuhan sebagai wawasan batin sekaligus komitmen moral yang berfungsi mem berikan arah, tujuan dan pemaknaan terhadap aktualisasi kegiatan bisnisnya.
Tazkiyah	Kejujuran	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kejujuran pelaku bisnis untuk tidak mengambil keuntungan hanya untuk dirinya sendiri dengan cara menyuap, menimbun barang, berbuat curang dan menipu, tidak memanipulasi barang dari segi kualitas dan kuantitasnya.
	Keadilan	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kemampuan pelaku bisnis untuk menciptakan keseimbangan/moderasi dalam transaksi (mengurangi timbangan) dan membebaskan penindasan, misalnya riba dan memonopoli usaha.
	Keterbukaan	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kesiediaan pelaku bisnis untuk meneri ma pendapat orang lain yang lebih baik dan lebih benar, serta menghidupkan potensi dan inisiatif yang konstruktif, kreatif dan positif.
Ihsan	Kebaikan bagi orang lain	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kesiediaan pelaku bisnis untuk memberi kan kebaikan kepada orang lain, misalnya penjadwalan ulang, menerima pengembalian barang yang telah dibeli, pembayaran hutang sebelum jatuh tempo.
	Kebersamaan	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kebersamaan pelaku bisnis dalam membagi dan memikul beban sesuai dengan kemampuan masing-masing, kebersamaan dalam memikul tanggung jawab sesuai dengan beban tugas, dan kebersamaan dalam menikmati hasil bisnis secara proporsional.

Sumber: M.A. Fattah Santoso, "Etika Bisnis: Perspektif Islam", dalam Maryadi dan Syamsuddin (ed.), *Agama Spiritualisme dalam Dinamika Ekonomi Politik*. Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2001, hlm. 213-214.

5. Prinsip Tidak Ada Unsur Penipuan

Penipuan atau *al-tadlis* sangat dibenci oleh Islam, karena hanya akan merugikan orang lain, dan sesungguhnya juga merugikan dirinya sendiri. Apabila seseorang menjual sesuatu barang, dikatakan bahwa barang tersebut kualitasnya sangat baik, kecacatan yang ada dalam barang disembunyikan, dengan maksud agar transaksi dapat berjalan lancar. Tetapi setelah terjadi transaksi, barang sudah pindah ke tangan pembeli, ternyata ada cacat dalam barang tersebut. Berbisnis yang mengandung penipuan sebagai titik awal kehancuran bisnis tersebut. Di dalam transaksi etika bisnis Islam, seorang pelaku bisnis sangat dilarang melakukan penipuan dikarenakan akan berdampak negatif baginya dan juga perkembangan ekonomi.

6. Prinsip Tidak Ada Unsur Pemalsuan

Prinsip bisnis Islam sangat melarang pemalsuan karena dapat menyebabkan kerugian, kezaliman, serta dapat menimbulkan permusuhan dan perpecahan. Sebagaimana Allah berfirman dalam *al-Qurān* Surah *Al-Isra* ayat 35 yang maksudnya: "*Dan sempurnakanlah takaran ketika kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar*". Nabi bersabda "Apabila kamu menjual maka jangan menipu orang dengan kata-kata manis". Dalam bisnis modern paling tidak kita menyaksikan cara-cara tidak terpuji yang dilakukan sebagian pebisnis dalam melakukan penawaran produknya, yang dilarang dalam ajaran Islam. Berbagai bentuk penawaran produk (promosi) yang dilarang tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- a. Penawaran dan pengakuan (testimoni) fiktif, bentuk penawaran yang dilakukan oleh penjual seolah barang dagangannya ditawarkan banyak pembeli, atau seorang artis yang memberikan testimoni keunggulan suatu produk padahal ia sendiri tidak mengkonsumsinya.
- b. Iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan, berbagai iklan yang sering kita saksikan di media televisi, atau dipajang di media cetak, media *indoor* maupun *outdoor*, atau kita dengarkan lewat radio seringkali memberikan keterangan palsu.
- c. Eksploitasi wanita, produk-produk seperti, kosmetika, perawatan tubuh, maupun produk lainnya seringkali melakukan eksploitasi tubuh wanita agar iklannya dianggap menarik. Atau dalam suatu pameran banyak perusahaan yang menggunakan wanita berpakaian minim menjadi penjaga stand pameran produk mereka dan menugaskan wanita tersebut merayu pembeli agar melakukan pembelian terhadap produk mereka.

7. Prinsip Persamaan dan Tolong Menolong

Dalam etika bisnis Islam tidak hanya keuntungan materi tetapi juga ada prinsip menolong seseorang yang membutuhkan barang yang kita jual belikan. Islam melarang pengumpulan atau menyimpan harta semata-mata untuk kepentingan sendiri. Karena keadaan demikian akan menghambat perkembangan ekonomi dan seterusnya menyebabkan keadaan sosial menjadi tidak seimbang.

Ada beberapa dalil yang bisa dijadikan landasan bagi prinsip tolong-menolong dalam bisnis Islam, antara lain :

- a. *Al-Qurān Surah an-Nisā' (4) : 36;*

وَاعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي
 الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ
 الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ
 اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا

”Dan sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apapun. Dan berbuat baiklah kepada kedua orang tua, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga dekat dan tetangga jauh, teman sejawat, ibnuh sabil, dan hamba sahaya yang kau miliki. Sungguh Allah tidak menyukai orang yang sombong dan membangkakan diri.

- b. *Al-Qurān Surah al-Mā'idah (5) : 2;*

وَالْعُدْوَانَ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ

“...dan tolong menolonglah kamu dalam melakukan kebajikan dan taqwa, dan janganlah kamu tolong menolong dalam melakukan berbuat dosa dan pelanggaran...”

Pada dasarnya apa yang dikemukakan prinsip-prinsip etika bisnis di atas, Islam menawarkan etika bisnis yang berkeadilan dengan berlandaskan pada keteladanan Rasulullah Saw. dalam berbisnis, baik pada waktu sebelum diangkat menjadi Rasul maupun setelah menjadi Rasul. *Al-Qurān* memberikan nilai dasar dan prinsip-prinsip umum dalam melakukan bisnis.

Mulai sekarang dan selanjutnya Islam sangat tepat dijadikan rujukan dalam berbisnis, karena didalamnya menjunjung tinggi prinsip-prinsip kemaslahatan, kejujuran, keadilan, persaudaraan, tolong-menolong, kehalalan dan tanggungjawab yang bertumpu pada nilai-nilai *tauhid* yang bertujuan mendapatkan keuntungan jangka panjang yang tidak hanya di dunia ini.

Dari penjelasan prinsip etika bisnis Islam di atas, terlihat jelas bahwa sistem bisnis Islam yang bersumber pada *al-Qurān* dan *al-hadiṣ* mengandung prinsip-prinsip dan petunjuk-petunjuk yang fundamental untuk setiap permasalahan manusia, termasuk masalah-masalah yang berhubungan dengan aktivitas bisnis, itu semua bertujuan untuk kemakmuran manusia.

Prinsip Etika Bisnis Konvensional

Sonny Keraf (1998) menjelaskan bahwa prinsip etika bisnis sebagai berikut :

- a. Prinsip otonomi, yaitu sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan;
- b. Prinsip kejujuran, terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil jika tidak

didasarkan atas kejujuran. *Pertama*, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak; *Kedua*, jujur dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding; *Ketiga*, jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan.

- c. Prinsip keadilan, yaitu sikap memperlakukan setiap orang secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional, obyektif, dan dapat dipertanggung jawabkan;
- d. Prinsip saling menguntungkan, yaitu bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak;
- e. Prinsip integritas moral, dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan, karyawan dan perusahaan.

Prinsip otonomi, yaitu sikap pelaku bisnis dalam mengambil keputusan yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Dalam pengambilan keputusan ada dua prinsip juga yang sering digunakan, sebagaimana yang dikutip oleh Anderson Guntur Komanaung, *Pertama*, prinsip konsenkuensi (*Principle of Consequentialist*) adalah konsep etika yang berfokus pada konsenkuensi pengambilan keputusan. Artinya keputusan dinilai etik atau tidak berdasarkan konsenkuensi keputusan tersebut. *Kedua*, prinsip tidak konsenkuensi (*Principle of Nonconsequentialist*) adalah terdiri dari rangkaian peraturan yang digunakan sebagai petunjuk/panduan pengambilan keputusan etik dan berdasarkan alasan bukan akibat (<http://www.akademik.unsri.ac.id/download/journal/files/udejournal/%2812%29%20soca-anderson-etika%20bisnis%281%29.pdf> Diakses 20/09/2009).

Prinsip kejujuran dalam melakukan transaksi sangat penting sekali, karena norma hukum tidak menjangkau wilayah abu-abu, norma hukum cepat ketinggalan zaman, sehingga sering terdapat celah-celah hukum, dan norma hukum sering tidak mampu mendeteksi dampak secara etis dikemudian hari. Kejujuran dalam berbisnis merupakan modal dasar bagi pelaku bisnis agar ia mampu bertahan dan bersaing sehat dalam setiap

aktivitas bisnisnya, maupun dalam bersosialisasi baik secara intern maupun internal bisnisnya.

Perinsip keadilan dalam bisnis konvensional dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu : *Pertama*, keadilan *distributive*, adalah keadilan yang sifatnya menyeimbangkan alokasi *benefit* dan beban antar anggota kelompok sesuai dengan kontribusi tenaga dan pikirannya terhadap *benefit*. *Benefit* terdiri dari pendapatan, pekerjaan, kesejahteraan, pendidikan dan waktu luang. Beban terdiri dari tugas kerja, pajak dan kewajiban sosial. *Kedua*, keadilan *retributive* adalah keadilan yang terkait dengan *retribution* (ganti rugi) dan hukuman atas kesalahan tindakan. Seorang bertanggung jawab atas konsekuensi negatif atas tindakan yang dilakukan kecuali tindakan tersebut dilakukan atas pemaksaan pihak lain; dan *ketiga*, keadilan kompensatoris adalah keadilan yang terkait dengan kompensasi bagi pihak yang dirugikan. Kompensasi yang diterima dapat berupa perlakuan medis, pelayanan dan barang penebus kerugian. Masalah terjadi apabila kompensasi tidak dapat menebus kerugian, misalnya kehilangan nyawa manusia (Anderson Guntur Komanaung, 2009).

Prinsip saling menguntungkan, pelaku bisnis pada dasarnya menginginkan keuntungan yang sebesar-besarnya, tapi tidak hanya keuntungan sesaat yang diharapkan melainkan jangka panjang. Dalam melakukan transaksi bisnis yang kita prediksikan adalah agar semua pihak dapat keuntungan, yang tentunya berdasarkan aturan bisnis yang disepakati bersama.

Prinsip integritas moral, moralitas adalah pedoman yang dimiliki individu atau kelompok mengenai apa itu benar dan salah, atau baik dan jahat. Pedoman moral mencakup norma-norma yang kita miliki mengenai jenis-jenis tindakan yang kita yakini benar atau salah secara moral, dan nilai-nilai yang kita terapkan pada objek-objek yang kita yakini secara moral baik atau secara moral buruk. Norma moral seperti “selalu katakan kebenaran”, “membunuh orang tak berdosa itu salah”. Nilai-nilai

moral biasanya diekspresikan sebagai pernyataan yang mendeskripsikan objek-objek atau ciri-ciri objek yang bernilai, semacam “kejujuran itu baik” dan “ketidakadilan itu buruk”. Standar moral pertama kali terserap ketika seseorang masa kanak-kanak dari keluarga, teman sepergaulan, guru, pengaruh masyarakat seperti gereja, sekolah, televisi, majalah, musik dan perkumpulan (<http://adesyams.blogspot.com/2009/09/tentang-etika-bisnis.html>).

Prinsip-prinsip etika bisnis konvensional di atas, secara operasional dapat diterapkan dengan membangun budaya organisasi, perusahaan atau industri sering pula disebut budaya kerja koperasi (*corporate culture*) yang dibangun atas dasar visi atau filsafat bisnis pendiri suatu perusahaan sebagai penghayatan pribadi orang tersebut mengenai bisnis yang baik, bisnis yang ideal dan bisnis yang orientasinya kedepan/ jangka panjang.

Dari penjelasan prinsip-prinsip etika bisnis konvensional di atas, dapat kita pahami bahwa etika bisnis merupakan aturan atau norma yang mendasari perilaku bisnis, seperti prinsip otonomi, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan dan bertindak sesuai standar moralitas. Dan diantara prinsip etika bisnis Islam dan konvensional memang ada perbedaannya, prinsip etika bisnis Islam berasaskan kepada *al-Qurān* dan *al-Hadīṣ* yang menjadi panduan dalam berbisnis, yang orientasinya dunia dan akhirat. Sedangkan prinsip etika bisnis konvensional hanya standar tataran etika dan moral individu yang berdasarkan atas pemikiran manusia, peraturan yang berlaku, kehidupan sosial, dan profesional pelaku bisnis itu sendiri, yang orientasinya terpenuhi kebutuhan dan hanya sebatas kehidupan duniawi.

Aktivitas Bisnis Islam Yang Terlarang

Dalam setiap agama pasti ada hal dilarang dan di perbolehkan, terutama agama Islam namun semua yang dilarang oleh agama Islam akan menimbulkan efek tidak baik bagi diri

sendiri, orang lain dan alam. Begitu juga yang terjadi pada dunia bisnis, dalam dunia bisnis yang Islami mempunyai etika-etika yang harus di praktikan dan ada yang harus di jauhi.

Adapun aktivitas bisnis yang terlarang dalam Islam adalah :

- a. Menghindari transaksi bisnis yang diharamkan agama Islam. Seorang muslim harus komitmen dalam berinteraksi dengan hal-hal yang diharamkan oleh Allah SWT. Seorang pengusaha muslim tidak boleh melakukan kegiatan bisnis dalam hal-hal yang diharamkan oleh Islam. Dan seorang pengusaha muslim dituntut untuk selalu melakukan usaha yang mendatangkan kebaikan dan masyarakat. Bisnis, makanan tak halal atau mengandung bahan tak halal, minuman keras, narkoba, pelacuran atau semua yang berhubungan dengan dunia gemerlap seperti *night club discotic café* tempat bercampurnya laki-laki dan wanita disertai lagu-lagu yang menghentak, suguhan minuman dan makanan tak halal dan lain-lain adalah kegiatan bisnis yang diharamkan, dalam etika bisnis Islam.
- b. Menghindari cara memperoleh dan menggunakan harta secara tidak halal. Praktik riba yang menyengsarakan agar dihindari, Islam melarang riba dengan ancaman berat,¹ sementara transaksi spekulatif amat erat kaitannya dengan bisnis yang tidak transparan seperti perjudian, penipuan, melanggar amanah sehingga besar kemungkinan akan merugikan. Penimbunan harta agar mematikan fungsinya untuk dinikmati oleh orang lain serta mempersempit ruang usaha dan aktivitas ekonomi adalah perbuatan tercela dan mendapat ganjaran yang amat berat.² Berlebihan dan menghamburkan uang untuk tujuan yang tidak bermanfaat dan berfoya-foya kesemuanya merupakan perbuatan yang

¹ Lihat Al-Qur'an Surah al-Baqarah ayat 275-279.

² Lihat Al-Qur'an Surah at-Taubah ayat 34-35

- melampaui batas. Kesemua sifat tersebut dilarang karena merupakan sifat yang tidak bijaksana dalam penggunaan harta dan bertentangan dengan perintah Allah.³
- c. Persaingan yang tidak fair sangat dicela oleh Allah sebagaimana disebutkan dalam *Al-Qurān* yang artinya : ”Janganlah kamu memakan sebagian harta sebagian kamu dengan cara yang batil”.⁴ Monopoli juga termasuk persaingan yang tidak fair, makanya Rasulullah Saw, mencela perbuatan tersebut : ”Barangsiapa yang melakukan monopoli maka dia telah bersalah”, ”Seorang tengkulak itu diberi rezeki oleh Allah adapun seseorang yang melakukan monopoli itu dilaknat”. Monopoli dilakukan agar memperoleh penguasaan pasar dengan mencegah pelaku lain untuk menyainginya dengan berbagai cara, seringkali dengan cara-cara yang tidak terpuji tujuannya adalah untuk memahalkan harga agar pengusaha tersebut mendapat keuntungan yang sangat besar. Rasulullah bersabda : ”Seseorang yang sengaja melakukan sesuatu untuk memahalkan harga, niscaya Allah akan menjanjikan kepada singgasana yang terbuat dari api neraka kelak di hari kiamat”.
- d. Pemalsuan dan penipuan, Islam sangat melarang memalsu dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian, kezaliman, serta dapat menimbulkan permusuhan dan percekocokan. Allah berfirman dalam *al-Qurān* yang artinya : ”Dan sempurnakanlah takaran ketika kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar”.⁵ Nabi bersabda “Apabila kamu menjual maka jangan menipu orang dengan kata-kata manis”. Dalam bisnis modern paling tidak kita menyaksikan cara-cara tidak terpuji yang dilakukan sebagian pebisnis dalam melakukan penawaran produknya, yang dilarang dalam ajaran Islam. Berbagai bentuk penawaran (promosi) yang dilarang tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut:
- a. Penawaran dan pengakuan (testimoni) fiktif, bentuk penawaran yang dilakukan oleh penjual seolah barang dagangannya ditawarkan banyak pembeli, atau seorang

³ Lihat Al-Qur'an Surah al-Araf ayat 31

⁴ Lihat Al-Qur'an Surah al-Baqarah ayat 188

⁵ Lihat Al-Qur'an Surah al-Isra' ayat 35

- artis yang memberikan testimoni keunggulan suatu produk padahal ia sendiri tidak mengkonsumsinya.
- b. Iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan, berbagai iklan yang sering kita saksikan di media televisi, atau dipajang di media cetak, media indoor maupun outdoor, atau kita dengarkan lewat radio seringkali memberikan keterangan palsu.
 - c. Eksploitasi wanita, produk-produk seperti, kosmetika, perawatan tubuh, maupun produk lainnya seringkali melakukan eksploitasi tubuh wanita agar iklannya dianggap menarik. Atau dalam suatu pameran banyak perusahaan yang menggunakan wanita berpakaian minim menjadi penjaga stand pameran produk mereka dan menugaskan wanita tersebut merayu pembeli agar melakukan pembelian terhadap produk mereka.

Model promosi tersebut dapat kita kategorikan melanggar '*akhlaqul karimah*', Islam sebagai agama yang menyeluruh mengatur tata cara hidup manusia, setiap bagian tidak dapat dipisahkan dengan bagian yang lain. Demikian pula pada proses jual beli harus dikaitkan dengan etika Islam sebagai bagian utama. Jika pengusaha ingin mendapatkan rezeki yang barokah, dan dengan profesi sebagai pedagang tentu ingin dinaikkan derajatnya setara dengan para Nabi, maka ia harus mengikuti etika bisnis yang Islami secara menyeluruh, termasuk 'etika jual beli' yang di atur oleh *syari'at* Islam.

Dalam bisnis marketing juga banyak terdapat pelanggaran dalam nilai Islam seperti: membuat iklan yang menggunakan wanita yang membuka aurat atau menggunakan pakaian yang seksi. Selain menjadi eksploitasi anak-anak bisa juga meracuni anak-anak perempuan untuk berpenampilan seksi yang auratnya terlihat. Hal ini sebenarnya dilarang oleh agama sesuai dengan etika bisnis Islam, namun kenyataannya terjadi di dalam bisnis modern. Di dalam *Al-Qurān* memberikan dua persyaratan dalam proses bisnis yakni persyaratan horizontal (kemanusiaan) dan persyaratan vertikal (spiritual). Surat *Al-Baqarah* (2) : 2-3: Menyebutkan "Kitab (*Al-Qurān*) ini tidak ada yang diragukan didalamnya, menjadi petunjuk bagi orang-orang yang bertakwa". Ayat ini dapat dijadikan sebagai pedoman dalam etika marketing:

- a. Allah memberi jaminan terhadap kebenaran *Al-Qurān*, sebagai *reability product guarantee*.
- b. Allah menjelaskan manfaat *Al-Qurān* sebagai produk karya-Nya, yakni menjadi *hudan* (petunjuk).
- c. Allah menjelaskan objek, sasaran, customer, sekaligus target penggunaan kitab suci tersebut, yakni orang-orang yang bertakwa.

Isyarat diatas sangat relevan dipedomani dalam melakukan proses marketing, sebab marketing merupakan bagian yang sangat penting dan menjadi mesin suatu perusahaan. Mengambil petunjuk dari kalimat "jaminan" yang dijelaskan Allah dalam *Al-Qurān*, maka dalam rangka penjualan itupun kita harus dapat memberikan jaminan bagi produk yang kita miliki. Jaminan tersebut mencakup dua aspek: *Pertama*, Aspek material, yakni mutu bahan, mutu pengobatan, dan mutu penyajian; *Kedua*, Aspek non material, mencakup; ke-*Halalan*, ke-*Thaharahan* (Higienis), dan ke-Islaman dalam penyajian.

Bahwa jaminan terhadap kebaikan makanan itu baru sebagian dari jaminan yang perlu diberikan, disamping ke-Islaman sebagai proses pengolahan dan penyajian, serta ke-*Halalan*, ke-*Thaharahan*. Jadi totalitas dari keseluruhan pekerjaan dan semua bidang kerja yang ditangani di dalam dan di luar perusahaan merupakan integritas dari "jaminan". Urutan kedua yang dijelaskan Allah adalah manfaat dari apa yang dipasarkan. Jika ini dijadikan dasar dalam upaya marketing, maka yang perlu dilakukan adalah memberikan penjelasan mengenai manfaat produk (ingridients) atau manfaat proses produksi dijalankan. Adapun metode yang dapat digunakan petunjuk Allah: "Beritahukanlah kepadaku (berdasarkan pengetahuan) jika kamu memang orang-orang yang benar".⁶ Ayat tersebut mengajarkan kepada kita bahwa untuk meyakinkan seseorang terhadap kebaikan yang kita jelaskan haruslah berdasarkan ilmu pengetahuan, data dan fakta. Jadi dalam

⁶ Lihat al-Qur'an Surah al-An'am ayat 143

menjelaskan manfaat produk, nampaknya peranan data dan fakta sangat penting, bahkan seringkali data dan fakta jauh lebih berpengaruh dibanding penjelasan.

Pada dasarnya apa yang dilarang dalam al-Qur'an maupun as-Sunnah yang kaitannya dalam dunia bisnis dan juga dari penjelasan di atas mengenai aktivitas bisnis yang di larang dalam Islam, merupakan suatu kewajiban yang harus di jauhi oleh pelaku bisnis muslim, itu semua untuk kemaslahatan baik bagi pelaku bisnis itu sendiri, maupun dalam dunia bisnis Islam itu sendiri. Karena bisnis dalam Islam bukanlah keuntungan dan kepuasan di dunia saja, melainkan keuntungan dunia dan akherat.

Aktivitas Bisnis Konvensional Yang Terlarang

Persaingan dalam dunia usaha merupakan syarat mutlak bagi terselenggaranya ekonomi pasar. Persaingan dapat dibedakan atas persaingan sehat (*fair competition*) dan persaingan tidak sehat (*unfair competition*). Persaingan usaha yang tidak sehat pada akhirnya akan mematikan persaingan dan dapat menimbulkan monopoli.

Monopoli adalah suatu keadaan di mana di dalam pasar hanya ada satu penjual sehingga tidak ada pihak lain yang menyainginya (Boediono, 1989, hlm.125). Dalam undang-undang nomor 5 tahun 1999, Monopoli didefinisikan sebagai suatu bentuk penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku atau satu kelompok usaha.

Monopoli merupakan aktivitas bisnis yang dilarang dan merupakan kejahatan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku usaha yang merugikan para pelaku usaha yang lain, dapat menimbulkan konflik yang tidak kondusif bagi pembangunan ekonomi Negara. Penerapan aturan hukum tegas merupakan salah satu upaya untuk mencegah bentuk – bentuk kejahatan bisnis tersebut.

Lahirnya UU Anti monopoli merupakan salah satu upaya yang dilakukan pemerintah RI untuk menciptakan iklim ekonomi yang sehat dan mencegah persaingan

usaha yang tidak sehat yang dapat mematikan potensi kemajuan ekonomi bangsa. Tujuan dari undang-undang antimonopoli adalah untuk menciptakan efisiensi pada ekonomi pasar dengan mencegah monopoli, mengatur persaingan yang sehat dan bebas, dan memberikan sanksi terhadap kartel atau persengkongkolan bisnis.

Dibawah ini bentuk-bentuk yang dilarang dalam transaksi bisnis berdasarkan UU Antimonopoli meliputi :

- a. Monopoli; dalam Pasal 17 Ayat (1) disebutkan bahwa pelaku usaha bisnis dilarang melakukan penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- b. Monopsoni; dalam Pasal 18 Ayat (1) disebutkan bahwa pelaku usaha dilarang menguasai penerimaan pasokan atau menjadi pembeli tunggal atas barang dan atau jasa dalam pasar bersangkutan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha yang tidak sehat.
- c. Penguasaan Pasar; dalam Pasal 19 disebutkan bahwa pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa :
 - 1). menolak dan atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar bersangkutan; atau
 - 2). menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan usaha dengan pelaku usaha pesaingnya itu; atau
 - 3) membatasi peredaran dan atau penjualan barang dan atau jasa pada pasar bersangkutan; atau
 - 4). melakukan praktek diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.
- d. *Predatory Pricing*; dalam Pasal 20 disebutkan bahwa pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang dan atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha

- pesaingnya di pasar bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.
- e. Penetapan Biaya; dalam Pasal 21 disebutkan bahwa pelaku usaha dilarang melakukan kecurangan dalam menetapkan biaya produksi dan biaya lainnya yang menjadi bagian dari komponen harga barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat.
 - f. Persekongkolan (*Conspiracy to arrange*); dalam Pasal 22 disebutkan bahwa pelaku usaha dilarang bersengkongkol dengan pihak lain untuk mengatur dan atau menentukan pemenang tender sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat.
 - g. Perolehan rahasia perusahaan; dalam Pasal 23 disebutkan bahwa pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain mendapatkan informasi kegiatan usaha pesaingnya yang diklasifikasikan sebagai rahasia perusahaan sehingga mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat.
 - h. Penghambatan produksi dan pemasaran pesaing; dalam Pasal 24 disebutkan bahwa pelaku usaha dilarang bersengkongkol dengan pihak lain untuk menghambat produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa pelaku usaha pesaingnya dengan maksud agar barang dan atau jasa yang ditawarkan atau dipasok di pasar bersangkutan menjadi berkurang baik dari kualitas, maupun ketepatan waktu yang dipersyaratkan.⁷

Dalam Pasal 22 UU Antimonopoli disebutkan bahwa pelaku usaha dilarang bersengkongkol dengan pihak lain untuk mengatur dan atau menentukan pemenang tender sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat. Selanjutnya dalam undang-undang antimonopoli ada tiga bentuk larangan persekongkolan dalam aktivitas bisnis, yaitu :

⁷ Lihat UU No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha yang Tidak Sehat.

- a. Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mengatur dan / atau menentukan pemenang tender sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat
- b. Pelaku usaha dilarang bersekongkol dengan pihak lain untuk mendapatkan informasi kegiatan usaha pesaingnya yang diklasifikasikan sehingga rahasia perusahaan sehingga mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.
- c. Pelaku usaha dilarang bersengkongkol dengan pihak lain untuk menghambat produksi dan/atau pemasaran barang dan / atau jasa yang ditawarkan atau dipasok di pasar bersangkutan menjadi berkurang baik dari jumlah, kualitas, maupun ketepatan waktu yang dipersyaratkan

Selanjutnya, yang di impormasikan oleh Anderson Guntur Komenaung dalam karya tulisnya, masalah aktivitas yang dilarang dalam bisnis secara global dapat di klasifikasikan berikut ini adalah :

- a. Penipuan (*Deception*), adalah tindakan memperdaya, menyesatkan yang disengaja dengan mengucapkan atau melakukan kebohongan.
- b. Paksaan (*Coercion*), adalah tekanan, batasan, dorongan dengan paksa atau dengan menggunakan jabatan atau ancaman.
- c. Suap (*Bribery*), adalah tindakan berupa menawarkan, memberi, menerima, atau memintak sesuatu yang berharga dengan tujuan mempengaruhi seseorang untuk berpihak kepadanya.
- d. Pencurian (*Theft*), adalah merupakan tindakan mengambil sesuatu yang bukan hak kita atau mengambil *property* milik orang lain tanpa persetujuan pemiliknya.
- e. Diskriminasi tidak jelas (*Unfair discrimination*), adalah pelaksanaan tidak adil atau penolakan terhadap orang-orang tertentu yang disebabkan oleh ras, jenis kelamin, kewarganegaraan atau agama (Anderson Guntur Komenaung, 2009).

Aktivitas bisnis yang dilarang di atas merupakan tindakan individu pelaku bisnis dan itu termasuk melanggar aturan bisnis yang ditetapkan oleh negara. Kejahatan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku usaha yang merugikan para pelaku usaha yang lain, dapat

menimbulkan konflik yang tidak kondusif bagi pembangunan ekonomi Negara. Penerapan aturan hukum tegas merupakan salah satu upaya untuk mencegah bentuk – bentuk kejahatan bisnis atau aktivitas bisnis yang dilarang tersebut di atas.

Melihat dari dua sisi aktivitas bisnis yang terlarang di atas, baik dari sisi bisnis Islam maupun bisnis konvensional pada dasarnya sama, segala bentuk yang menyebabkan kerugian atau menzholimi orang lain itu di larang dalam bisnis. Hanya saja dalam bisnis Islam ruang aktivitasnya lebih ketat dengan aturan-aturan *Syari'ah*, tentang halal dan haram, boleh dan tidak boleh yang bersumberkan pada *al-Qurān* dan *al-Hadis*.

Bab 5

PENUTUP

Kesimpulan

1. Penerapan etika bisnis pada koperasi Harapan Jaya secara umum berjalan dengan baik dalam tataran etika bisnis konvensional, sedangkan dalam perspektif etika bisnis Islam secara umum prinsip-prinsipnya searah dengan *muamalat* Islam, akan tetapi penerapan etika bisnis Islam pada koperasi Harapan Jaya belum terealisasi dengan seutuhnya dikarenakan sistem bunga yang dijalankan oleh koperasi Harapan Jaya yang mengandung unsur riba yang dilarang dalam Islam.
2. Beberapa faktor pendukung dan penghambat penerapan etika bisnis Islam pada koperasi Harapan Jaya melalui analisis SWOT Freddy Rangkuti (1999, hal. 19) dalam rumusan variabel, yaitu kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), seperti adanya

legalitas sebagai badan usaha, aspek permodalan, banyaknya unit usaha yang dikelola dan juga 99 persen pengelola menganut agama Islam, lebih-lebih lagi pemerintah kabupaten Musi Banyuasin memprogramkan membangun MUBA yang berbasis agama serta dukungan dari tokoh masyarakat dan para ulama. Sedangkan faktor penghambat penerapan etika bisnis Islam pada koperasi Harapan Jaya dapat dilihat dari kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*), seperti belum adanya SDM yang memahami sistem koperasi *syari'ah*, belum adanya pedoman koperasi *syari'ah* secara tertulis, belum adanya koperasi *syari'ah* percontohan di wilayah Musi Banyuasin, juga persaingan yang semakin ketat dan adanya pihak tertentu yang tidak mau sistem bisnis *syari'ah* berkembang di Indonesia serta belum adanya minat yang kuat dari pengurus untuk membentuk koperasi yang berbasis *syari'ah*.

3. Relevansi etika bisnis Islam dengan visi, misi, tujuan dan fungsi serta program kerja koperasi Harapan Jaya, pada dasarnya sejalan dengan prinsip-prinsip umum etika bisnis Islam untuk mewujudkan kesejahteraan anggota, pengurus dan masyarakat. Tetapi tentunya tetap ada perbedaan yang signifikan dikarenakan koperasi Harapan Jaya masih menganut sistem konvensional yang hanya sebatas tataran etika dan moral serta peraturan undang-undang bagi pelaku bisnis itu sendiri, sedangkan etika bisnis Islam harus sejalan apa yang digariskan oleh *al-Qurān* dan *Hadiş* yang orientasinya tidak hanya didunia, melainkan dunia dan akherat untuk mencari keberkahan dan keridhaan Allah Swt.

Saran

1. Koperasi Harapan Jaya semestinya menjalankan usahanya berdasarkan *syari'ah*, berbagai faktor telah mendukung terbentuknya hal tersebut, agar transaksi dan hasilnya usahanya mendapatkan keberkahan serta berkembangnya sistem koperasi

syari'ah yang dapat dijadikan solusi bagi ekonomi umat serta dapat dijadikan percontohan pada masa depannya.

2. Sistem koperasi *syari'ah* perlu di atur secara khusus dan tertulis sebagai pedoman bagi pelaku bisnis *syari'ah* khususnya koperasi *syari'ah* oleh pemerintah, sehingga dalam perjalanan kedepannya koperasi *syaria'ah* semangkin bermunculan dan berkembang dalam mewujudkan *falah economics*, yaitu suatu masyarakat ekonomi Indonesia yang sejahtera baik secara materiil maupun sprituil.