BAB II

ETIKA PEMASARAN DAN MANAJEMEN KEANGGOTAAN KOPERASI

A. Etika Pemasaran Islam

1. Pengertian etika pemasaran Islam

Secara etimologi kata etika berasal dari kata Yunani *ethos* (bentuk tunggal) yang berarti: kebiasaan, adat, watak, perasaaan, sikap dan cara berpikir. Bentuk jamaknya adalah *ta etha*, yang berarti adat istiadat. Dalam hal ini, kata etika sama pengertiannya dengan moral. Moral berasal dari kata latin *mos* (bentuk tunggal), atau *mores* (bentuk jamak) yang berarti adat istiadat, kebiasaan, watak, tabiat, akhlak dan cara hidup.[1]

Etika disebut juga akhlak yang diartikan dalam bahasa Indonesia dengan kesopanan. Secara terminologi, akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa manusia, sehingga dia akan muncul secara spontan bila diperlukan, tanpa adanya pemikiran dan pertimbangan dahulu, serta tidak memerlukan dorongan luar.[2]

Etika juga disebut moral, mencakup pengertian tentang baik buruknya perbuatan manusia.[3] Etika berkaitan erat dengan pengembangan karakter, manusia yang mempunyai kecerdasan spiritual (SQ) tinggi pasti mempunyai perilaku yang beretika tinggi.[4]

---

[1] Sukrisno Agoes dan I Cenik Ardana, *Etika Bisnis dan Profesi* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 26.

[2] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 23.

[3] Muhamad, "Kesatuan Bisnis dan Etika dalam Al-Quran", *Tsaqafah*, Vol. 9, No. 1 (April, 2013), 53.

[4] Sukrisno Agoes dan I Cenik Ardana, *Etika Bisnis dan Profesi* …, 18.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setiap manusia harus menyadari bahwa kesempatan hidup di dunia dimanfaatkan untuk mencapai tingkat kesadaran spiritual. Bila kesadaran spiritual tercapai, maka kesadaran etika dengan sendirinya tercapai.[5] Perjalanan mencapai kesadaran spiritual memiliki syarat yaitu orang yang bersangkutan harus menjalani perilaku hidup yang etik dan sesuai dengan norma-norma moral yang diajarkan Islam. Tahap awal, perilaku etik akan memengaruhi kesadaran spiritual seseorang. Pada langkah berikutnya, kesadaran spiritual akan menentukan tingkat kesadaran etik seseorang. Manusia sebagai makhluk sosial dituntut memiliki kesadaran etik untuk mempertahankan hidup dengan memenuhi kebutuhan sandang-pangan dan perlindungan.[6] Sehingga manusia diwajibkan untuk bekerja agar kebutuhan terpenuhi.

Bekerja merupakan bagian dari ibadah dan jihad jika pekerja bersikap konsisten terhadap aturan Allah swt., suci niatnya, dan tidak melupakan-Nya. Karena pada dasarnya manusia diciptakan dengan adab yang terikat dengan kebutuhan makan, pakaian, tempat tinggal, dan keturunan.[7] Sehingga untuk memenuhi tabiat manusia tersebut dianjurkan semua umat Muslim untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan kemanfaatan barang melalui produksi dan pemasaran.

---

[5] Ibid.
[6] Zaki Fuad Chalil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan dalam Ekonomi Islam* (Jakarta: Erlangga, 2009), 86.
[7] Ibid., 105.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pemasaran secara etimologi adalah proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangannya.[8] Sedangkan menurut terminologi pemasaran adalah kebutuhan, keinginan dan permintaan (*need, want and demand*), produk, nilai, kepuasan dan mutu (*product, value, satisfaction and quality*), pertukaran, transaksi dan hubungan (*exchange, transaction and realationship*) dan pasar (*market*).[9] Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pedagang dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.[10] Berhasil tidaknya pemasaran dalam mencapai tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka dibidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lainnya.

Pemasaran adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapapun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah Islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam.[11]

Menurut Stanton mendefinisikan pemasaran sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan

---

[8] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa,* ed. 3 (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), 834.

[9] Sampurno, *Manajemen Pemasaran Farmasi* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2011), 6.

[10] Nur Asnawi, "Ajaran Etika Islam dalam Pemasaran Produk *Murabahah*", *Iqtishoduna*, Vol. 5, No. 2 (2011), 7.

[11] Siti Mashnu'ah, "Strategi Pemasaran Produk Fulprotek PT. Asuransi Takaful Keluarga dan Bank Muamalat Indonesia", *Al-Iqtishad*, Vol. 2, No. 2 (Juli, 2010), 108.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan kepada pembeli.[12] Menurut Syakir Sula dan Hermawan pemasaran Islam adalah bentuk pemasaran yang dijiwai nila-nilai spiritual dalam segala proses dan transaksinya, sampai pada suatu tingkat ketika semua *stakeholder* utama dalam bisnis (pelanggan, karyawan, dan pemegang saham), pemasok, distributor, dan pesaing memperoleh kebahagiaan.[13]

Menurut Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, pemasaran Islami adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari satu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip Alquran dan hadis.[14] Menurut Kertajaya sebagaimana dikutip Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, bahwa secara umum pemasaran Islami adalah strategi bisnis yang memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam.[15]

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengertian etika pemasaran Islam adalah nilai-nilai atau norma dalam merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa kepada pembeli

---

[12] Arie Rachmat Sunjoto, "Strategi Pemasaran Swalayan Pamella dalam Perspektif Islam: Studi Kasus Swalayan Pamella Yogyakarta Tahun 2010", *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 1, No. 2 (Desember, 2011), 47.

[13] Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir, *Syari'ah Marketing* (Bandung: PT Mizan Pustaka,2006), 20.

[14] Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2014), 340.

[15] Ibid., 343.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dimana semua prosesnya sesuai dengan ajaran Islam sehingga semua pihak memperoleh kebahagiaan.

2. Konsep pemasaran Islam

Pasar dalam Islam tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli.[16] Keberadaan pasar yang terbuka memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk ambil bagian dalam menentukan harga, sehingga harga ditentukan oleh kemampuan riil masyarakat dalam mengoptimalisasikan faktor produksi yang ada di dalamnya.[17]

Pasar syari'ah adalah pasar yang emosional (*emotional market*) dimana orang tertarik karena alasan keagamaan bukan karena keuntungan finansial semata, tidak ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah dan mengandung nilai-nilai ibadah, sebagaimana firman Allah dalam Alquran surah Al-An'am ayat 162:

قُلۡ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحۡيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ ٱلۡعَٰلَمِينَ [18]

"Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam."[19]

Alquran surah Al-An'am ayat 162 telah menerangkan agar semua kegiatan manusia didasari karena Allah swt. Pemasaran syariah merupakan salah satu kegiatan manusia yang menuntut bisnisnya

[16] Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 201.
[17] Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar* (Yogyakarta: UII, 2008), 229.
[18] Alquran, 6:162.
[19] Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahan* (Surabaya: Fajar Mulya, 2012), 150.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

didasari keikhlasan mencari ridha Allah swt.[20] Pemasaran syariah (*syariah marketing)* merupakan upaya penerapan nilai-nilai spiritual dalam setiap strategi, program, dan nilai yang dijalankan dalam pemasaran.[21] Perilaku Rasulullah saw. menjalankan bisnis di pasar menunjukkan secara nyata mengenai model *spiritual marketing* yang dipraktikkan di *syariah marketing*. Ada beberapa sifat yang membuat nabi Muhammad saw. berhasil dalam melakukan bisnis yaitu :[22]

a. *Sidiq* (jujur atau benar) dalam berdagang, Nabi Muhammad saw. menampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan, baik ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi) yang kemudian diperbaiki secara terus-menerus, menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu (baik kepada diri sendiri, teman sejawat, perusahaan, maupun mitra kerja).[23]
b. *Amanah* (dapat dipercaya), saat menjadi pedagang Nabi Muhammad saw. mengembalikan setiap hak kepada pemiliknya, sedikit maupun banyak, tidak mengambil lebih banyak daripada yang Ia miliki dan tidak mengurangi hak orang lain baik berupa hasil penjualan, *fee*, jasa, atau upah buruh.

---

[20] Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir, *Syari'ah Marketing* …, xxviii.

[21] Arief Yulianto, "Membangun Kemitraan Bank Syariah dengan Pendekatan Shariah Marketing", *Walisongo*, Vol. 19, No. 1 (Mei, 2011), 199.

[22] Suindrawati, "Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan: Studi Kasus di Toko Jesy Busana Muslim Bapangan Mendenrejo Blora", (Skripsi--UIN Walisongo, Semarang, 2015), 31.

[23] Mochamad Yunus, "Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen: Studi Kasus pada UKM Bandeng Tandu Kendal", (Skripsi--UIN Walisongo, Semarang, 2015), 23.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. *Fatanah* (cerdas) dalam hal ini cerdik dan bijaksana agar usahanya bisa lebih efektif dan efisien serta menganalisis situasi persaingan (*competitive setting*) dan perubahan-perubahan *(change)* di masa yang akan datang.

d. *Tabligh* (transparansi, edukatif, dan komunikatif), seorang *marketer* harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran.

Nabi Muhammad saw. merupakan contoh *marketer* yang menjaga hubungan baik dengan pelanggan. *Marketer* dengan pelanggan harus sama-sama rela melakukan transaksi dan mendapat hak pembatalan transaksi. *Marketer* mencari pelanggan saja tidak cukup, perlu meningkatkan hubungan dengan pelanggan melalui *value* yang diberikan kepada pelanggan sehingga dengan bertambahnya pelayanan, pelanggan juga akan mengikuti pertambahan tersebut.[24]

Konsep pada pemasaran Islami yang dilakukan oleh Nabi Muhammad saw. selalu menjelaskan dengan baik kepada pembeli akan kelebihan dan kekurangan produk yang dijualnya,[25] sebagaimana sabda nabi Muhammad saw. (HR Muslim, dari Hakim bin Hizam Ra.) ”Dua orang yang berjual beli masing-masing mempunyai hak pilih (untuk meneruskan jual beli atau tidak) selama keduanya belum pernah berpisah. Jika keduanya

[24] Abdullah Gymnasiar dan Hermawan Kertajaya, *Berbisnis dengan Hati* (Jakarta: Mark Plus & CO, 2004), 47.

[25] Retno Susanti, “Obsesi Konsumen dan Etika Pemasaran: Era Baru Pemasaran”, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan,* Vol. 11, No. 2 (Oktober, 2011), 123.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berlaku jujur dan berterus terang menjelaskan (keadaaan barang yang diperjual belikan), maka keduanya akan mendapat berkat dari jual beli mereka tetapi jika mereka berdusta dan menyembunyikan cacat, hilanglah jual beli mereka."[26] Sesuai dengan firman Allah dalam Alquran surah Al-Ahzab: 70-71:

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ ٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ وَقُولُوا۟ قَوْلًا سَدِيدًا , يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَـٰلَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَن يُطِعِ ٱللَّهَ وَرَسُولَهُۥ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا[27]

"Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar. Niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. dan Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar."[28]

Kejujuran adalah kunci utama dalam perniagaan nabi Muhammad swt. Kejujuran adalah cara yang termurah walaupun sulit dan langka ditemukan sekarang. Jika menjual produk dengan segala kelebihan dan kekuranganya diungkapkan secara jelas, maka produk itu akan terjual dan juga akan dipercayai oleh konsumen. Mereka akan setia karena merasa tidak dibohongi dengan ucapan.[29]

Nabi Muhammad saw. menekankan agar tidak melakukan sumpah palsu. Dinamakan bersumpah palsu menurut Beliau adalah usaha yang dilakukan untuk melariskan barang dagangannya lagi dengan cara yang

---

[26] Thorik Gunara dan Utus Hardiono, *Marketing Muhammad* (Bandung: Madania Prima, 2007), 58.
[27] Alquran, 33:70-71.
[28] Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahan* …, 427.
[29] Suindrawati, "Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan: Studi Kasus di Toko Jesy Busana Muslim Bapangan Mendenrejo Blora", …, 39.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tercela.[30] Sebagaimana firman Allah dalam Alquran surah asy-Syuara ayat 181:

أَوۡفُواْ ٱلۡكَيۡلَ وَلَا تَكُونُواْ مِنَ ٱلۡمُخۡسِرِينَ [31]

"Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan."[32]

Islam memaknai *marketing* yang dilakukan nabi Muhammad swt. sebagai dakwah, karena pada dasarnya dakwah ini adalah menjual dan mempromosikan nilai Islam yang meyakini kebenarannya. Dakwah yang dimaksud yaitu penjualan produk yang sudah Allah berikan kepada manusia melalui nabi Muhammad swt. Oleh karena itu dalam prosesi *marketing* perlu memperhatikan konten, sasaran/segmentasi pasar, pengemasan, pemasaran/promosi, dan *closing*/transaksi/kesepakatan.

3. Etika *marketer* Islam

Ada sembilan etika yang menjadi prinsip-prinsip bagi syariah *marketer* dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran, yaitu:[33]

a. Memiliki kepribadian spiritual

Seorang Muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah, bahkan saat suasana sibuk dalam aktivitas.[34] Kesadaran mengingat Allah swt. menjadi sebuah kekuatan pemicu dalam segala tindakan.

---

[30] Thorik Gunara dan Utus Hardiono, *Marketing Muhammad* …, 59.

[31] Alquran, 26:181.

[32] Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahan* …, 374.

[33] Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* …, 67;
Wira Noer Riadho, "Strategi Pemasaran Pembiayaan Pertanian", *Al-Iqtishad*, Vol. 2, No. 1 (Januari, 2010), 71.

[34] Abu Lubaba, "Studi Etika Pemasaran Pedagang Pasar Sore Kaliwungu Kendal dalam Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi--UIN Walisongo, Semarang, 2015), 16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Misalnya, menghentikan aktivitas bisnisnya saat datang panggilan salat, demikian dengan kewajiban-kewajiban yang lain.

Alquran menegaskan bahwa setiap tindakan dan transaksi bisnisnya ditujukan untuk kehidupan yang lebih mulia.[35] Umat Islam diperintahkan untuk mencari kebahagiaan akhirat dengan nikmat yang Allah swt. karuniakan melalui jalan yang sebaik-baiknya. Sebagaimana firman Allah swt. dalam Alquran surah Al-Jumu'ah ayat 9:

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا نُودِىَ لِلصَّلَوٰةِ مِن يَوْمِ ٱلْجُمُعَةِ فَٱسْعَوْاْ إِلَىٰ ذِكْرِ ٱللَّهِ وَذَرُواْ ٱلْبَيْعَ ۚ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ [36]

"Hai orang-orang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat jumat, maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui."[37]

Alquran memerintahkan untuk mencari dan mencapai prioritas-prioritas yang Allah swt. tentukan di dalam Alquran, misalnya:[38]

1) Mendahulukan pencarian pahala yang besar dan abadi di akhirat daripada keuntungan kecil dan terbatas yang ada di dunia;
2) Mendahulukan sesuatu yang secara moral bersih daripada sesuatu yang secara moral kotor, walaupun mendapat keuntungan yang lebih besar;
3) Mendahulukan pekerjaan yang halal daripada yang haram.

---

[35] Ibid., 68.
[36] Alquran, 62:9.
[37] Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahan* …, 554.
[38] Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* …, 68.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kegiatan bisnis merupakan pekerjaan yang halal, namun kegiatan bisnis tidak boleh menghalangi manusia untuk selalu mengingat Allah swt. dan melanggar perintah-Nya.[39] Seorang Muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah swt. meskipun sedang sibuk dengan kekayaan dan keluarganya.

Nilai-nilai religius yang dihadirkan ketika melakukan transaksi bisnis merupakan bentuk *spiritual marketing*. Seorang *marketer* selalu mengingat kebesaran Allah swt. sehingga terbebas dari sifat mencurangi, membohongi, licik, dan melakukan penipuan dalam bisnis.

Kerja seorang *marketer* bernilai ibadah jika didasari keikhlasan dan menjadikan *marketer* tidak semata-semata mengharapkan imbalan duniawi tetapi juga balasan akhirat.[40] Dengan niatan bahwa pekerjaannya itu untuk mendapat harta sebagai sarana bagi dirinya untuk menyelamatkan dirinya, keluarga dan dapat melaksanakan perintah Allah.

b. Berperilaku baik dan simpatik

Berperilaku baik, sopan santun, dan senyum merupakan pondasi dasar yang harus dimiliki seorang Muslim dalam pergaulan. Seseorang yang memiliki sifat ini akan dihargai dengan nilai yang tinggi oleh sesamanya. Alquran memerintahkan pemeluknya untuk berperilaku

[39] Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil", *Al-Iqtishad*, Vol. 6, No. 1(Oktober – November, 2013), 123.
[40] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* …, 235.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sopan dalam setiap hal, bahkan ketika melakukan transaksi bisnis dengan orang yang bodoh.[41]

Muslim yang baik harus tetap berbicara dengan ucapan dan ungkapan yang baik dan menyejukkan. Alquran mengajarkan untuk berwajah manis, berperilaku baik, bertutur kata manis dan simpatik, sebagaimana firman Allah swt. dalam Alquran surah Al-Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ [42]

> "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya."[43]

Muslim dalam bertransaksi terjadi kontak sosial antara penjual dan pembeli. Seorang *marketer* seharusnya bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Seorang *marketer* harus berperilaku sangat simpatik, bertutur kata yang manis, dan rendah hati. *Marketer* yang memiliki sifat tersebut akan memberikan kesan yang baik dan

---

[41] Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* …, 71.
[42] Alquran, 3:159.
[43] Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahan* …, 71.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bersahabat, sehingga akan mendapat berkah dalam penjualan dan diminati oleh pembeli.[44]

Senyum dari seorang *marketer* terhadap pembeli merupakan wujud refleksi dari sikap ramah yang menyejukkan hati dan membuat pembeli merasa senang. Kesenangan pembeli akan menjadikannya pelanggan setia yang menguntungkan pengembangan bisnis di kemudian hari.[45] Sebaliknya, jika *marketer* bersikap kurang ramah dan kasar dalam melayani pembeli akan mengakibatkan mereka melarikan diri dan tidak mau kembali lagi.

c. Berlaku adil dalam bisnis

Adil berarti mewujudkan kesamaan dan keseimbangan di antara hak dan kewajiban. Adil dalam pasar juga bermakna keadilan yang diperoleh oleh pembeli atas penjual dan penjual atas pembeli.[46] Prinsip ini menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan kriteria yang rasional, objektif dan dapat dipertanggungjawabkan.[47]

Adil merupakan salah satu bentuk akhlak yang harus dimiliki seorang *marketer*. Keadilan yang dimiliki *marketer* yaitu bagaimana proses perdagangan di pasar terjadi keadilan dalam perjanjian, keadilan harga, dengan tidak mengurangi timbangan. Perjanjian tersebut tertuang dalam muamalah, seperti utang-piutang, jual beli, sewa-

---

[44] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 38.
[45] Ibid.
[46] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* …, 251.
[47] Erni R. Ernawan, *Business Ethic* (Bandung: Alfabeta, 2016), 36.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyewa dan sebagainya. Dalam suatu perjanjian, Islam memerintahkan agar perjanjian itu ditulis, sebagaimana firman Allah swt. dalam Alquran surah Al-Baqarah ayat 282.

Sikap adil juga dilakukan dalam menentukan harga, takaran, ukuran, dan timbangan. Sebagaimana dalam Alquran surah Al-Isra' ayat 35:

وَأَوۡفُواْ ٱلۡكَيۡلَ إِذَا كِلۡتُمۡ وَزِنُواْ بِٱلۡقِسۡطَاسِ ٱلۡمُسۡتَقِيمِۚ ذَٰلِكَ خَيۡرٞ وَأَحۡسَنُ تَأۡوِيلٗا [48]

"Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama bagimu dan lebih baik akibatnya."[49]

Jadi, keadilan bisnis dalam Islam mengharuskan adil dalam menimbang, adil menentukan harga, dan adil pada perjanjian. Islam selalu menghargai itu semua dengan didasarkan pada kemaslahatan umat, disertai dengan kepedulian sosial untuk menegakkan kesejahteraan, sesuai dengan nilai dan norma agama, baik dalam aktivitas ekonominya maupun keadilan distribusi pendapatan.

d. Bersikap melayani dan rendah hati

Bersikap melayani merupakan sikap utama yang dimiliki seorang pemasar. Tanpa sikap melayani yang melekat pada kepribadian

[48] Alquran, 17:35.
[49] Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahan* …, 285.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemasar, seseorang belum memiliki jiwa pemasar. Nabi Muhammad saw. memiliki kiat dalam bersikap melayani dengan 4S, diantaranya:[50]

1) Senyum, Muhammad saw. terkenal sebagai orang yang murah senyum. Dari pentingnya senyum, beliau menganggap perilaku senyum ini pun menjadi sunnah dan tercatat dalam hadis. Senyum dari seorang penjual terhadap pembeli merupakan wujud refleksi dari sikap ramah yang menyejukkan hati sehingga para pembeli akan merasa senang;[51]
2) Salam, Muhammad saw. selalu mendahulukan memberi salam kepada orang-orang yang ditemuinya;
3) Sapa, Muhammad saw. selalu mendahului menyapa tentang keadaan orang-orang yang ditemuinya;
4) Sopan santun, Muhammad saw. selalu berlaku sopan dan santun, baik kepada teman sebayanya, orangtua, bahkan anak-anak yang lebih muda. Beliau jauh dari sifat sombong serta takabur.

Marketer Islam juga tidak boleh terbawa dalam gaya hidup yang berlebihan, dan harus menunjukkan iktikad baik dalam semua transaksi bisnisnya. Allah berfirman dalam Alquran surah An-Nisa' ayat 29:

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ لَا تَأْكُلُوٓا۟ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَـٰطِلِ إِلَّآ أَن
تَكُونَ تِجَـٰرَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوٓا۟ أَنفُسَكُمْ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمْ

[50] Mokh. Syaiful Bakhri Abdussalam, *Sukses Berbisnis Ala Rasulullah SAW* (Jakarta: Erlangga, 2012), 58.

[51] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* …, 38.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

رَحِيمًا [52]

> "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan yang berlaku suka sama suka diantara kamu."[53]

Maksud rendah hati di sini seorang *marketer* bermurah hati kepada setiap pembelinya dengan mudah menjual atau membeli tanpa terlalu lama menawar harganya, juga mudah memaafkan ketika orang lain tidak bisa memenuhi apa yang menjadi hak dirinya.[54] Untuk menciptakan kasih sayang dengan pelanggan, *marketer* mencari tahu siapa pelanggannya, apa kesukaannya, dan apa kebutuhannya. Layani pelanggan dengan ikhlas dan sepenuh hati.[55]

e. Menepati janji dan tidak curang

Janji adalah ikrar dan kesanggupan yang telah dinyatakan kepada seseorang. Ketika membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janji tersebut. Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak yang disepakati.[56] Menepati janji merupakan bentuk amanat yang disebutkan dalam Alquran surah al-Maidah ayat 1:

---

[52] Alquran, 4:29.
[53] Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahan* …, 83.
[54] Mokh. Syaiful Bakhri Abdussalam, *Sukses Berbisnis Ala Rasulullah SAW* …, 100.
[55] Ibid., 80.
[56] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 159.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَوۡفُواْ بِٱلۡعُقُودِۚ أُحِلَّتۡ لَكُم بَهِيمَةُ ٱلۡأَنۡعَـٰمِ إِلَّا
مَا يُتۡلَىٰ عَلَيۡكُمۡ غَيۡرَ مُحِلِّي ٱلصَّيۡدِ وَأَنتُمۡ حُرُمٌۗ إِنَّ ٱللَّهَ يَحۡكُمُ مَا يُرِيدُ [57]

> ”Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya. Aqad (perjanjian) mencakup: janji prasetia hamba kepada Allah dan Perjanjian yang dibuat oleh manusia dalam pergaulan sesamanya.”[58]

Seorang *marketer* Islam, harus dapat menjaga amanat yang diberikan kepadanya sebagai wakil dari perusahaan dalam memasarkan dan mempromosikan produk kepada pelanggan. Ketika seorang *marketer* mendapat amanat untuk melakukan survei terhadap jaminan bagi pinjaman di bank syariah, ia melaporkan apa adanya kondisi nasabah, tidak merekayasa jumlah angka pencairan dana dan pengangsuran.[59] Sikap sebaliknya adalah sikap curang, serakah, dan sikap tidak adil untuk memperoleh keuntungan yang besar dalam menentukan harga, takaran, ukuran, timbangan. Praktik curang yang disebut Alquran, yaitu orang yang menjual suatu barang dengan cara mengurangi takarannya, sedangkan bila membeli meminta dilebihkan takarannya.[60]

---

[57] Alquran, 5:1.
[58] Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahan* …, 106.
[59] Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* …, 78.
[60] Ibid., 80.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f. Jujur dan terpercaya

Di antara akhlak yang harus dimiliki pebisnis syariah adalah kejujuran dan dapat dipercaya.[61] Islam menjelaskan bahwa kejujuran yang hakiki terletak pada kegiatan muamalah.[62] Bisnis tidak akan bertahan lama jika tidak ada kejujuran, karena kejujuran merupakan modal utama untuk memperoleh kepercayaan dari mitra bisnisnya, baik berupa kepercayaan komersial, material, dan moril. Kejujuran menuntut adanya keterbukaan dan kebenaran. Sikap jujur dalam menghadapi pelanggan dilakukan dengan menjelaskan semua keunggulan, kekurangannya serta proses akad.

Adapun kejujuran yang dilakukan dalam bisnis:[63]

1) Kejujuran relevan dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Pelaku bisnis saling percaya satu sama lain, bahwa masing-masing pihak jujur melaksanakan janjinya. Jika salah satu pihak melanggar, maka tidak mungkin pihak yang dicuranginya mau bekerjasama lagi, dan pihak pengusaha lainnya akan tahu dan malas berbisnis dengan pebisnis yang curang;
2) Kejujuran relevan dengan penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang baik. Kepercayaan konsumen merupakan prinsip pokok dalam berbisnis. Jika ada konsumen yang merasa tertipu,

---

[61] Didin Komarudin, "Bisnis Orang Sunda: Studi Teologi dalam Etika Bisnis Orang Sunda", *El-Harakah*, Vol.18, No.1 (2016), 106; A. Dian Sri Rezeki Natsir dan Mustika Sufiati Purwanegara, "Pengaruh Dimensi Etika terhadap Sikap Konsumen pada *Viral Stealth Marketing", Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 9, No. 2 (2010), 230.

[62]Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* …, 82.

[63] Erni R. Ernawan, *Business Ethics* …, 36.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tentunya hal tersebut akan menyebar yang menyebabkan konsumen beralih ke tempat lain;

3) Kejujuran relevan dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan yaitu antara pemberi kerja dan pekerja, dan berkait dengan kepercayaan.

Kejujuran berarti tidak merahasiakan informasi penting untuk perjanjian yang berakibat pihak yang dirugikan atas informasi tersebut berhak membatalkan perjanjian.[64] Menyimpan segala informasi yang berhubungan dengan harga atau penyusunan sebuah perjanjian dengan cara tertentu di mana para pihak dalam kontrak tidak mengetahui spesifik pokok isi masalah dimasukkan sebagai *gharar*.[65] Maka sistem etika Islam mengharuskan seluruh informasi yang terkait dengan investor harus bisa diakses oleh seluruh investor, sehingga tercipta keterbukaan dan transparansi dalam kegiatan bisnisnya.

g. Tidak suka berburuk sangka

Saling menghormati merupakan ajaran Islam yang harus diimplementasikan dalam perilaku bisnis modern. Tidak boleh satu pengusaha menjelekkan pengusaha lain, hanya karena persaingan bisnis. Apalagi bagi pengusaha yang memiliki atribut syariah, harus memberikan teladan bagi umat. Sebagaimana dalam Alquran surah Al-Hujurat ayat 12:

---

[64] Veithzal Rivai, Et.Al., *Islamic Business and Economis Ethis* …, 404.
[65] Ibid., 405.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ ٱجْتَنِبُوا۟ كَثِيرًا مِّنَ ٱلظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ ٱلظَّنِّ إِثْمٌ ۖ
وَلَا تَجَسَّسُوا۟ وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا ۚ أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن
يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ ۚ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ[66]

> "Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan dari prasangka. Sesungguhnya sebagaian prasangka itu dosa. Janganlah kamu menggunjing sebagian yang lain. Sukakah di antara salah seorang kamu memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima tobat lagi Maha Penyayang."[67]

Islam melindungi kehormatan pribadi dari pembicaraan oleh yang tidak disukainya disebut *ghibah*, padahal pembicaraan itu benar adanya. Maka jika pembicaraan tersebut dibuat-buat dan tidak sesuai dengan fakta merupakan dosa besar. Karena bentuk penodaan kehormatan yang paling berat ialah menuduh orang.[68] Tuduhan itu akan membawa bahaya yang besar bagi masa depan orang yang dituduh dan keluarganya. Oleh karena itu akan lebih mulia jika seorang *marketer* menonjolkan kelebihan saudaranya, rekan sekerjanya, perusahaannya, bahkan pesaingnya.[69] Sehingga akan tergambar akhlak yang indah, yang akan menarik simpatik pelanggan untuk bermitra.

h. Tidak suka menjelek-jelekkan atau tidak *ghibah*

Ghibah adalah membicarakan orang lain tentang sesuatu yang tidak disukai orang yang *ghibah*. *Ghibah* adalah keinginan untuk

---

[66] Alquran, 49:12.
[67] Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahan* …, 517.
[68] Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* …, 87.
[69] Ibid., 89.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menghancurkan orang, menodai harga diri, kemuliaan, dan kehormatan orang lain, sedangkan mereka itu tidak ada dihadapannya.[70] Biasanya seorang *marketer* sehari-hari senang jika mengetahui kelemahan, kejelekan, dan kekurangan lawan bisnisnya. Biasanya kelemahan dan kejelekan ini dijadikan senjata untuk memenangkan persaingan di pasar dengan menjelek-jelekan (karena faktanya benar).[71] Sebagaimana firman Allah swt. dalam Alquran surah Al- Hujarat ayat 12:

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ ٱجْتَنِبُوا۟ كَثِيرًا مِّنَ ٱلظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ ٱلظَّنِّ إِثْمٌ ۖ
وَلَا تَجَسَّسُوا۟ وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا ۚ أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن
يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ ۚ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ[72]

"Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan dari prasangka. Sesungguhnya sebagaian prasangka itu dosa. Janganlah kamu menggunjing sebagian yang lain. Sukakah di antara salah seorang kamu memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima tobat lagi Maha Penyayang."[73]

Bagi *marketer* Islam, *ghibah* merupakan perbuatan sia-sia, dan membuang waktu. Akan lebih baik jika menggunakan waktunya untuk bekerja dengan profesional, menempatkan semua prospeknya sebagai sahabat baik, dan harus memperlihatkan terlebih dahulu bagaimana menjadi sahabat baik, berbudi pekerti, dan memiliki akhlak yang

[70] Ibid., 90.
[71] Ibid.
[72] Alquran, 49:12.
[73] Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahan* …, 517.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

baik.[74] Karena orang yang memiliki akhlak baik pasti disenangi semua orang, dan orang sering mengenangnya karena kebaikan perilakunya. Sehingga muncul kepercayaan yang menjadi salah satu kunci sukses dalam bisnis.

i. Tidak melakukan suap

Islam mengajarkan menyuap hukumnya haram, karena menyuap termasuk dalam kategori memakan harta orang lain dengan cara batil. Memberikan sejumlah uang dengan maksud agar dapat memenangkan hati seseorang, atau memberikan sejumlah uang kepada hakim atau penguasa agar kita dapat memperoleh keuntungan dalam kegiatan bisnis yang dilakukan termasuk dalam kategori suap.[75] Memberi dan menerima uang suap dalam bentuk apapun dalam menjalankan tugas diharamkan oleh Islam. Sebagaimana dijelaskan dalam Alquran surah Al-Baqarah ayat 188:

وَلَا تَأْكُلُوٓاْ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَٰطِلِ وَتُدْلُواْ بِهَآ إِلَى ٱلْحُكَّامِ لِتَأْكُلُواْ فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَٰلِ ٱلنَّاسِ بِٱلْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ [76]

"Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan janganlah kamu membawa urusan harta itu kepada hakim, dengan maksud supaya kamu dapat memakan sebagian dari harta harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui."[77]

[74] Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* …, 92.
[75] Ibid., 93.
[76] Alquran, 2:188.
[77] Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahan* …, 29.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dunia perdagangan wajar terjadi praktik pinjam meminjam, maksud tidak menyuap disini yaitu tertib administrasi tertib disini agar terhindar dari kesalahan dan penipuan.[78]

B. Manajemen Keanggotaan Koperasi

Sumber daya yang dimiliki koperasi tidak berbeda dengan perusahaan lainnya, yaitu finansial, manusia, serta kemampuan teknologi dan sistem.[79] Pada organisasi koperasi, sumber daya manusia merancang dan menghasilkan barang atau jasa, memasarkan barang atau jasa tersebut, mengalokasikan sumber daya finansial, dan menetapkan keseluruhan strategi dan berusaha mencapai tujuan koperasi. Koperasi adalah organisasi ekonomi yang mana anggota sebagai pemilik sekaligus pelanggan utama koperasi dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Anggota menginginkan peningkatan taraf hidup melalui peningkatan usaha pribadinya yang didukung oleh perusahaan koperasi. Manajemen keanggotaan menyangkut bagaimana mengelola anggota sehingga mereka berpartisipasi aktif dalam koperasi sebagai jalan untuk menuju peningkatan kesejahteraan.[80]

1. Keanggotaan koperasi

Anggota koperasi adalah pemilik sekaligus pengguna jasa koperasi. Masyarakat yang dapat menjadi anggota yaitu mereka yag memenuhi

---

[78] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* …, 40.
[79] Hendar, *Manajemen Koperasi* (Jakarta: Erlangga, 2010), 136.
[80] Ibid., 136.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

persyaratan sebagaimana ditetapkan dalam anggaran dasar. Keanggotaan koperasi harus didasarkan pada kesamaan kepentingan ekonomi dalam lingkup usaha koperasi, dapat diperoleh setelah syarat sebagaimana diatur dalam anggaran dasar, tidak dapat dipindahtangankan, dan setiap anggota memiliki kewajiban dan hak yang sama terhadap koperasi sesuai yang diatur dalam anggaran dasar (UU No 25 tahun 1992).[81] Anggota merupakan sasaran utama koperasi sebagai pembeli maupun penjual sesuai dengan kegiatan usaha koperasi.[82] Semakin banyak hubungan ekonomi antara anggota dengan koperasi, semakin besar kemungkinan berkembangnya koperasi. Dengan demikian, koperasi dapat meningkatkan kemampuannya dalam memberikan pelayanan.

Seseorang akan menjadi anggota atau tetap menjadi anggota dalam sebuah koperasi bila mendapat manfaat yang lebih besar daripada tidak menjadi anggota koperasi. Setiap orang yang menjadi anggota koperasi pasti didasari oleh kebutuhan tertentu yang dapat diraih dari koperasi tersebut.[83] Bagi orang yang memiliki ekonomi cukup kuat, mungkin kebutuhan nonekonomi lebih kuat dibandingkan dengan kebutuhan ekonominya. Sebaliknya bagi orang yang ekonomi lemah, harapan meningkatkan kesejahteraan hidupnya sebagai alasan menjadi anggota koperasi.[84]

---

[81] Ibid., 138.
[82] Revrisond Baswir, *Koperasi Indonesia* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2010), 90.
[83] Alfred Hanel, *Organisasi Koperasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 74.
[84] Revrisond Baswir, *Koperasi Indonesia* …, 90.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jika suatu koperasi memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada seseorang daripada organisasi lain, berarti koperasi lebih tinggi kemampuannya dalam memuaskan keinginan orang.[85] Karena setiap individu akan mendasarkan keputusan-keputusan mereka dengan membandingkan keunggulan dengan kekurangan.

Keputusan dari seorang individu untuk menggabungkan diri atau tetap menjadi bagian dari instansi tergantung pada proses evolusi ekonomi, di mana individu membandingkan manfaat yang dapat diperoleh dari organisai tertentu dibanding dengan para pesaingnya.[86] Individu dalam membangun evolusi ekonominya mengenai keuntungan dan biaya melalui kegiatan institusi-institusi yang saling bersaing, biasanya dengan menduga atau mempelajari dari pengalaman yang dimiliki.

Koperasi bila ingin menarik anggota, mereka harus menawarkan kelebihan khusus yang tidak dapat diberikan oleh organisasi lain. Dalam pengertian lain, kelebihan itu akan diperoleh jika mereka menjadi pemilik dan pada saat yang bersamaan juga menjadi pemakai dari pelayanan-pelayanan yang diberikan koperasi tersebut.

Koperasi agar lebih menarik bagi anggota dapat memberikan alih kendali organisasi dengan tidak hanya menjadi pemakai pelayanannya tetapi juga menjadi pemiliknya.[87] Dengan cara seperti itu, para anggota mempunyai hak/kekuasaan untuk meminta promosi atas kepentingan

---

[85] Jochen Ropke, *Ekonomi Koperasi* (Jakarta: Salemba Empat, 2003), 29.
[86] Ibid., 32.
[87] Alfred Hanel, *Organisasi Koperasi* …, 80.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bisnisnya yang tidak mungkin diperoleh dari perusahaan nonkoperasi. Sehingga ada hubungan identitas dalam koperasi, maka dengan kondisi tertentu manajemen dapat memberikan pelayanan lebih baik kepada para anggota daripada yang diberikan oleh manajemen perusahaan nonkoperasi. Dengan demikian setiap orang yang tertarik menjadi anggota koperasi atau tetap menjadi anggota koperasi disebabkan oleh[88] *advantages*/manfaat kemajuan/promosi koperasi (khusus) lebih besar daripada *disadvantages*/promosi pasar (biasa)/keunggulan promosi perusahaan nonkoperasi.

Para anggota mengharapkan promosi khusus dari kepentingan mereka. Dengan demikian setiap orang yang tertarik menjadi anggota koperasi atau tetap menjadi anggota koperasi disebabkan oleh keunggulan karena promosi khusus koperasi lebih besar daripada keunggulan promosi perusahaan nonkoperasi. Ada dua kondisi yang harus dipenuhi bagi suatu koperasi agar menjadi alternatif yang menarik bagi para anggota dan calon anggota, yaitu:[89]

a. Koperasi harus dapat menghasilkan paling tidak kelebihan yang sama dengan perusahaan nonkoperasi. Koperasi harus menjadi pemenang dalam persiangan dan harus mempunyai potensi untuk memberikan keunggulan khusus pada para anggotanya;

[88] Hendar, *Manajemen Koperasi* …, 140.
[89] Jochen Ropke, *Ekonomi Koperasi* …, 36.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Meskipun koperasi dapat memenangkan persaingan dalam suatu kondisi khusus, jika para anggota tidak dapat berpartisipasi dalam memertahankan keunggulan akan kehilangan hasratnya untuk tetap menjadi anggota koperasi. Anggota harus mampu mengendalikan manajemen koperasi dengan cara menuntut agar manajemen mampu dan bersedia mempromosikan kepentingan para anggota.

Perusahaan koperasi dibiayai dan dikelola oleh anggota, karena itu anggota memberikan kontribusi keuangan dan kontribusi perorangan sendiri untuk menghasilkan jasa-jasa yang dapat digunakan oleh anggota untuk memajukan koperasi. Pada koperasi, pribadi anggota dan hubungannya dengan kelompok koperasi merupakan kepentingan utama. Kontribusi modal anggota diperlukan, namun lebih diutamakan keikutsertaan aktif anggota dalam koperasi dan memanfaatkan pelayanan koperasi oleh anggota sebagai pelanggan.[90] Keikutsertaan anggota akan menentukan hak dan kewajiban anggota.

Hak perorangan anggota koperasi sebagai berikut:[91]

a. Hak untuk menghadiri, mengajukan usul, berpendapat, saran, kritik, memberikan informasi, ide dan memberikan suara dalam rapat anggota;
b. Hak untuk memilih dan dipilih menjadi pengurus;

[90] Hendar, *Manajemen Koperasi* …, 143.
[91] Revrisond Baswir, *Koperasi Indonesia* …, 93.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Hak untuk memanfaatkan fasilitas koperasi dan mendapat pelayanan yang sama antara sesama anggota;
d. Hak meminta diadakan rapat anggota menurut ketentuan dalam angggaran dasar;
e. Hak mendapatkan keterangan mengenai perkembangan koperasi menurut ketentuan dalam anggaran dasar;
f. Hak mengundurkan diri dari keanggotaan koperasi.

Hak keuangan anggota koperasi sebagai berikut:[92]

a. Hak untuk mendapatkan keuntungan dari koperasi;
b. Hak untuk menerima kembali uang anggota, keuntungan, dan bonus atas modal yan disetor;
c. Hak untuk menuntut pembayaran kembali kontribusi modal saham dari dana koperasi karena pengunduran diri dari anggota. saham koperasi tidak dapat dijual, dipindahtangankan, dan diwariskan. Saham ini sama dengan simpanan pokok anggota.

Kewajiban anggota koperasi sebagai berikut:[93]

a. Mematuhi anggaran dasar dan anggaran rumah tangga koperasi serta semua keputusan yang telah disepakati bersama dalam rapat anggota;
b. Berpartisipasi aktif dalam kegiatan usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang disediakan koperasi;

[92] Hendar, *Manajemen Koperasi* …, 145.
[93] Revrisond Baswir, *Koperasi Indonesia* …, 92.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Mengembangkan dan memelihara kebersamaan berdasar asa kekeluargaan.

Kewajiban keuangan anggota koperasi sebagai berikut:[94]

a. Kewajiban untuk membayar kontribusi keuangan yang yang ditentukan dalam anggaran dasar;
b. Kewajiban bertanggungjawab atas hutang koperasi jika koperasi dibubarkan, tanggungjawab hanya sebatas kekayaan koperasi.

Hak dan kewajiban yang diberikan kepada anggota koperasi mengandung nilai demokrasi satu orang satu suara pada pengambilan keputusan. Kekuasaan tertinggi berada pada rapat anggota. Anggota dapat memberhentikan dan mengangkat pengurus. Anggota memiliki hak yang sama untuk menyampaikan pendapat, memberi saran, mengajukan ide, mengkritik dan mengawasi jalannya koperasi.[95] Jumlah dana yang ditanam anggota di koperasi tidak dapat menggantikan hak suara dalam mengambil keputusan.

Demokrasi memberikan ruang bagi anggota untuk mendapat keadilan diperlakuan sama tanpa memandang jumlah simpanan yang dimiliki anggota di koperasi.[96] Keadilan akan menciptakan kesadaran kerjasama dengan semangat kesetiakawanan saling menolong antaranggota.[97] Kerjasama akan mendorong anggota memperbaiki taraf hidup, bahu-membahu menyatukan visi dan misi dalam upaya meningkatkan

[94] Hendar, *Manajemen Koperasi* …, 145.
[95] Bernhard Limbong, *Pengusaha Koperasi* (Jakarta: Margaretha Pustaka, t.t.), 69.
[96] Hendar, *Manajemen Koperasi* …, 12.
[97] Ibnoe Soedjono, *Jati Diri Koperasi dan Nilai Ekonomi Islam untuk Keadilan Ekonomi* …, 67.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kesejahteraan bersama dengan bergotong royong dan saling tolong menolong.

2. Kompensasi keanggotaan

Kompensasi adalah sesuatu yang dikonstitusikan atau yang dianggap sebagai suatu balas jasa. Kompensasi meliputi imbalan finansial dan jasa-jasa tidak berwujud yang diterima oleh para anggota sebagai ganti kontribusi mereka terhadap koperasi. Jadi kompensasi menggambarkan manfaat yang diterima anggota sebagai peran sertanya dalam koperasi. Kompensasi diberikan untuk memikat anggota, menahan anggota koperasi yang potensial dan memotivasi para anggota.[98]

Kompensasi akan memotivasi anggota apabila sistemnya dilakukan secara adil, baik keadilan eksternal, internal, maupun individual.[99] Keadilan eksternal diartikan sebagai imbalan yang pantas dengan imbalan yang berlaku bagi pekerjaan atau bidang yang serupa di tempat lain. Keadilan internal menggambarkan besarnya imbalan yang sesuai dengan prestasi yang diberikan pada koperasi. Sedangkan keadilan individual berarti masing-masing anggota merasa bahwa mereka diperlakukan secara wajar dibandingkan dengan rekan anggota lainnya. Berdasarkan keadilan eksternal, internal, dan individual kompensasi yang diberikan koperasi berupa kompensasi finansial dan kompensasi non finansial.

[98] Ibi., 151.
[99] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kompensasi finansial anggota koperasi tercermin pada pembagian SHU secara proposional berdasarkan prestasi anggota dalam kontribusi terhadap SHU total bukan berdasarkan pemilikan modal.[100] Kompensasi non finansial pertama akan memperoleh keterbukaan. Bagi anggota sebagai pemilik koperasi, keadaan koperasi tidak menjadi rahasia. Anggota mempunyai hak untuk mengetahui keadaan koperasi sebenarnya setiap saat, pengurus juga berkewajiban memberikan informasi kondisi koperasi secara transparan kepada anggota.[101] Keterbukaan yang dilakukan koperasi mencerminksn kejujuran manajemen koperasi kepada anggota yang akan menumbuhkan kepercayaan anggota kepada koperasi. Kepercayaan anggota akan meningkatkan rasa ikut memiliki koperasi yang berakibat peningkatan partisipasi anggota dalam mengembangkan koperasi.[102]

Kompensasi non finansial kedua yang diberikan koperasi yaitu menolong diri sendiri, artinya motif kerja sama dalam koperasi bertujuan menggalang potensi anggota untuk menghimpun kekuatan dalam memecahkan masalah bersama melalui kerja sama atau memperbaiki nasib secara bersama-sama untuk menegakkan kebebasan ekonomi dalam menentukan haluan koperasi. Anggota memiliki kebebasan untuk masuk atau keluar dari koperasi. Namun tidak juga membuat semua orang dengan latar belakang dan kepentingan bisa menjadi anggota koperasi.

[100] Bernhard Limbong, *Pengusaha Koperasi* …, 70.
[101] Hendar, *Manajemen Koperasi* …, 13.
[102] Salim Al Idrus, *Kinerja Manajer dan Bisnis Koperasi* …, 59.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Terdapat kriteria dan syarat yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan koperasi. Sehingga siapapun berhak menjadi anggota jika memenuhi syarat tanpa memandang ras, suku, agama, atau aliran politik.

Kompensasi non finansial ketiga yang diberikan koperasi yaitu memiliki tanggung jawab sosial memecahkan masalah yang dihadapi masyarakat antaralain pemeliharaan kelestarian lingkungan, pemberantasan kemiskinan, penanggulangan pengangguran, narkoba, dan sebagainya.[103] Koperasi memberantas kemiskinan bertujuan meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat lingkungannya. Koperasi memberantas kemiskinan sebagai wujud kepedulian sosial, dilihat dari adanya sebagian dana yang disisihkan dari SHU untuk membantu daerah sekitar koperasi.[104] Jika koperasi mengalami kebangkrutan dan masih ada dana tersisa setelah memenuhi kewajiban koperasi, maka dana harus digunakan untuk kepentingan sosial.[105] Jadi, pembagian sebagian SHU untuk masyarakat daerah kerja bermanfaat membantu dan peduli terhadap masalah-masalah sosial.[106]

Pemberian kompensasi yang adil dan layak sehubungan dengan usaha yang dilakukan melalui kegiatan koperasi akan meningkatkan partisipasi aktif anggota dalam koperasi. Hal yang perlu diperhatikan adalah manfaat yang diterima atau dirasakan oleh anggota harus lebih besar

---

[103] Salim Al Idrus, *Kinerja Manajer dan Bisnis Koperasi* …, 60.
[104] Ibid.
[105] Ibid., 61.
[106] Elfina Lebrine S., "Pengaruh Etika Bisnis terhadap Kejahatan Korporasi dalam Lingkup Kejahatan Bisnis", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 12, No. 1 (Maret, 2010), 62.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(menguntungkan) daripada kalau tidak menjadi anggota koperasi. Besar kecilnya manfaat tergantung dari hasil yang diperoleh dan nilai dari hasil tersebut.

Apabila hasil yang diperoleh besar, tetapi memiliki nilai yang rendah akan dirasakan kurang bermanfaat. Apabila hasil yang diperoleh rendah, tetapi mempunyai nilai yang tinggi atau hasilnya tinggi dan nilainya juga tinggi akan lebih bermanfaat.[107] Maksud dari hasil ialah produk barang dan jasa atau tingkah laku tertentu, sedangkan nilai ialah harga barang atau jasa, penghargaan, peningkatan status, promosi, tingkat keamanan, ketepatan, kualitas, efesiensi.

Adapun manfaat yang dapat diterima anggota koperasi, diantaranya:

a. Dapat menyediakan barang dan jasa dengan harga yang lebih rendah, kualitas lebih baik dan waktu yang tepat;[108]
b. Usaha ekonomi atau produksi yang dilakukan anggota lebih efisien, biayanya lebih rendah, termasuk baiaya pengolahan;
c. Dapat menjual barang dan jasa hasil usaha anggota dalam jumlah yang lebih banyak dengan harga yang menguntungkan;
d. Dapat memperoleh modal (kredit) yang lebih murah dalam jumlah dan waktu yang tepat;

[107] Ibid., 152.
[108] Alfred Hanel, *Organisasi Koperasi* …,81.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Dapat menyimpan uang/modal di koperasi yang lebih aman dan dapat diperoleh kembali tepat pada waktunya apabila diperlukan untuk modal kerja usaha anggota;
f. Dapat memperoleh sisa hasil usaha yang adil;
g. Dipenuhinya kebutuhan immaterial, seperti: keamanan lahir dan batin, kesehatan, rekreasi, ketentraman dan unsur-unsur lainnya untuk mencapai kesejahteraan anggota;[109]
h. Peningkatan pelayanan yang efesien dan mengutamakan asas kekeluargaan dalam setiap transaksinya;
i. Anggota dapat memasukkan tujuan, pembuatan keputusan mengenai berbagai kegiatan dan pengawasan pada koperasi.

Jumlah manfaat yang diterima oleh setiap anggota, tergantung pada besar kecilnya partisipasi insentif anggota. Partisipasi insentif adalah anggota sebagai pelanggan/pemakai, para anggota memanfaatkan berbagai potensi pelayanan yang disediakan oleh koperasi untuk menunjang kepentingannya.[110] Semakin banyak anggota melakukan transaksi di koperasi, semakin besar anggota memperoleh manfaat. Dengan meningkatnya partisipasi insentif akan meningkatkan pula partisipasi kontribusi yakni menginvestasikan sebagian modalnya, ikut serta dalam mengambil keputusan dan pengawasan jalannya koperasi

[109] Ibid., 75.
[110] Hendar, *Manajemen Koperasi* …, 169.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk perkembangan usaha koperasi, pelayanan kepada anggota meningkat dan manfaat yang diterimanya juga meningkat.[111]

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, bahwa kompensasi menjadi anggota koperasi selaras dengan nilai-nilai syariah. Prinsip syariah Islam dalam kegiatan usaha pada dasarnya mempresentasikan tuntutan moral dalam muamalah. Prinsip kegiatan usaha dalam Islam mencakup kejujuran, perdagangan yang dilaksanakan dengan keimanan, dan mengutamakan amanat. Prinsisp-prinsip syariah dalam bisnis koperasi akan selaras dengan tujuan ekonomis, bila dibarengi pemahaman dan komitmen dengan tujuan utama keberadaan lemabaga usaha syariah, yakni:[112]

a. Koperasi dapat membantu masyarakat Muslim untuk dapat bertransaksi sesuai norma Islam secara individual maupun sosial.
b. Koperasi mempermudah masyarakat Muslim untuk berperan serta dalam kegiatan mobilisasi dana bagi percepatan pembangunan ekonomi dan kemakmuran sesuai dengan prinsip Islam yang menjamin hak dan kewajiban individu maupun masyarakat terlaksana dengan baik.[113]
c. Koperasi diharapkan dapat memperkuat ikatan persaudaraan dan kekeluargaan yang berlandaskan kemaslahatan bersama.

[111] Ibid., 169.
[112] Ibid.
[113] Ibid., 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id