

individu, yang mengharuskan kelompok bertanggung jawab atas tindakan tersebut.

Urgensi dan Wacana bahwa nilai-nilai etika bisnis, ikut berperan dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat tertentu, telah banyak digulirkan dalam masyarakat sejak memasuki abad modern. Pandangan tentang etika bisnis seringkali muncul berkaitan dengan bisnis tertentu, yang apabila beretika maka bisnisnya terancam pailit.

Di sebagian masyarakat yang mengedepankan urgensi nilai normatif dan hedonistik materialistik, pandangan ini tampaknya bukan merupakan rahasia lagi karena dalam banyak hal ada konotasi yang melekat bahwa dunia bisnis dengan berbagai lingkungannya dipenuhi dengan praktik-praktik yang tidak sejalan dengan etika itu sendiri.

Dalam konteks Etika Bisnis Islam yang merupakan seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip moralitas, ada beberapa urgensi yang dapat dikemukakan yaitu : (1) menanamkan kesadaran akan adanya dimensi etis dalam bisnis, (2) memperkenalkan argumentasi moral dibidang ekonomi dan bisnis serta cara penyusunannya, (3) membantu untuk menentukan sikap moral yang tepat dalam menjalankan profesi bisnis.

Etika Bisnis Islam bersama dengan agama berkaitan erat dengan manusia tentang upaya pengaturan kehidupan dan perilaku bisnisnya. Islam meletakkan “teks suci” (Al-Qur’an dan Hadits) sebagai dasar kebenaran, sedangkan filsafat barat meletakkan “akal” sebagai dasar. Substansi bisnis dengan kemahakuasaan Tuhan (Allah) merupakan tanggung jawab manusia.

- a. Keunggulan kompetitif bisnis diciptakan dengan satu tujuan, yaitu membuat nilai yang dimiliki tidak ada di tempat lain. Masalahnya, dengan berbagai macam kemudahan akses dan aliran informasi, seringkali nilai kompetitif tidak bertahan lama.
- b. Korporasi bisnis memformulasikan strategi yang menempatkannya pada suatu posisi yang menguntungkan berkaitan dengan korporasi lainnya.
- c. Keunggulan kompetitif muncul bila pelanggan merasa bahwa mereka menerima nilai lebih dari transaksi yang dilakukan dengan sebuah korporasi ,dibanding korporasi pesaingnya.
- d. Etika bisnis dalam korporasi memiliki prinsip dan peran yang sangat penting, yaitu untuk membentuk suatu korporasi yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai yang tinggi.
- e. Etika strategi bisnis merupakan pilihan pola tindakan atau rencana tentang apa yang ingin dicapai perusahaan dan hendak menjadi suatu korporasi yang bisa bersaing di masa yang akan datang.
- f. Korporasi mengintegrasikan tujuan-tujuan, kebijakan-kebijakan serta bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan dengan mengalokasikan sumber daya yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan.
- g. Etika bisnis dalam korporasi memiliki urgensi yang sangat penting, yaitu untuk membentuk suatu korporasi yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai .

G. Deskripsi Singkat Metode Penelitian

Metode penelitian berhubungan erat dengan prosedur, teknik, alat, serta desain penelitian yang digunakan. Dalam desain penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian yang terpilih, berkaitan dengan prosedur, teknik, serta alat yang digunakan dalam penelitian yang cocok dengan metode penelitian yang ditetapkan.

Sebelum penelitian yang dilaksanakan, peneliti mendeskripsikan, sebagai berikut, yaitu:

1. Penelitian berkaitan dengan area peneliti menggunakan jenis studi kepustakaan (*library research*), juga menggunakan paradigma kualitatif (*qualitative research*) dengan pendekatan non interaktif (*non interactive inquiry*) disebut juga penelitian naratif analitik.
2. Dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder sebagai berikut, yaitu:
 - a. Data primer: buku yang secara langsung berkaitan dengan objek materi penelitian, yaitu buku Yusuf Qardhawi, *Dārul Qiyām Wa al Aḥlaq fī Iqtisādi al Islam* (Kairo Mesir: Maktabah Wahbah, 1995), Buku Ismail Nawawi Uha yang berjudul Etika Bisnis Islam (Jakarta: VIV Pres, 2013), dan buku Bisnis Shari'ah, Pendekatan Ekonomi dan Manajemen, Doktrin Teori dan Praktek, (Jakarta:VIV Pres Jakarta, 2012).

- b. Data sekunder: yaitu (a) berupa buku kepustakaan yang berkaitan objek penelitian yang tercantum dalam daftar perpustakaan, (b) sumber dari internet dan ekstranet.
3. Analisis data: Memadukan model penelitian naratif analitik Creswell, yaitu: Analisis *deskriptif-kualitatif*, analisis Bogdan dan Biklen yaitu: Tesa, Antitesa dan Sintesa, dan model analisis *International Federation of Institutes of Advance Study* (IFIAS), yaitu: Nilai-nilai sains Islam, etika Islam, Akal atau pemikiran yang objektif, intelektualitas Islam, Objektivitas sains dan pengujian kembali teori-teori itu jika mungkin.

H. Sistematika Penulisan

Dalam disertasi ini sistematika penulisan terdiri dari 5 (lima) bab, secara berurutan masing-masing bab dikemukakan sebagai berikut dibawah ini.

Bab I Pendahuluan yang membahas tentang, Latarbelakang, Identifikasi dan batasan (fokus) masalah, Rumusan masalah, Tujuan penelitian, Kegunaan penelitian dan Sistematika pembahasan.

Bab II. Kajian Teori Etika, prinsip etika bisnis, strategi dan urgensi etika bisnis. Pada sub bab ini membahas, kajian pustaka dan korporasi. Sub bab ini terkait dengan manifestasi kajian pustaka dan perusahaan (*business*). Sub bab etika bisnis Islam vs konvensional membahas tentang konsep etika bisnis, prinsip etika bisnis, menerapkan etika bisnis, sub bab etika strategi bisnis membahas tentang, strategi bisnis, proses manajemen strategi.

Urgensi Etika Bisnis Islam pada sub bab ini membahas tentang, beberapa hal yang mendasari urgensi etika bisnis dalam kegiatan bisnis, lingkup aktivitas bisnis perusahaan, urgensi etika bisnis pada aktivitas bisnis, sub bab etika bisnis Islam membahas tentang, etika dalam Islam dan etika bisnis Islam, landasan hukumnya dan selanjutnya terkait dengan sub bab studi penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran konseptual.

Bab III. Metode Penelitian secara berurutan membahas tentang, setting penelitian, paradigma dan pendekatan penelitian, alur berfikir dalam penelitian, sumber data dan klasifikasi perpustakaan, teknik pengumpulan data di lapangan dan analisis data hasil penelitian.

BAB IV. Paparan Hasil penelitian dan pembahasan terdiri dari tiga sub bab secara berurutan masing-masing membahas: prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu kesatuan tauhid dan *Khilafah*, keseimbangan dan keadilan, kehendak bebas, tanggungjawab dan akuntabilitas.

Sub bab kedua, kebenaran dan toleransi dalam komitmen bisnis yang bersifat nubuwah (shidiq, tabliq, amanah dan fathanah) efektif dan efisien dalam bisnis, etika strategi bisnis Islam, mengelola bisnis profesional, strategi usaha dalam islam berdasarkan uswatun hasanah, strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen, strategi bisnis melalui merek dan citra bisnis loyalitas pelanggan, dan terakhir menciptakan kultur bisnis.

Kemudian sub bab ketiga, membahas urgensi etika bisnis Islam dalam aktivitas bisnis, urgensi Etika Bisnis Islam dalam produksi dan konsumsi dalam

