BAB II

ETIKA, STRATEGI DAN URGENSI ETIKA BISNIS

A. Kajian Pustaka dan Korporasi

Dalam penelitian untuk disertasi kajian pustaka ini sering tidak dihubungkan dengan bab lain dalam laporan hasil penelitian, apa yang diuraikannya tidak dihubungkan dengan penelitian yang dilakukan. Kajian pustaka secara umum berisikan dua bagian, yaitu review informasi pendukung dan review hasil penelitian sebelumnya dalam kerangka konseptual atau konsep berfikir[1].

1. Manifestasi kajian pustaka dalam penelitian

Kajian pustaka, dalam bahasa Inggris disebut *The Literature Review*, menurut Kemler mengandung beberapa makna. Pertama, kata *the* atau *a* dalam bahasa Inggris menunjukkan bahwa kajian pustaka merupakan objek tunggal yang penting yang ada dalam penelitian, tesis, disertasi dan secara konvensional dipaparkan dalam bab dua.[2]

Selain itu, menurut Rudestam dan Newton kajian pustaka memberikan konteks dari penelitian yang dilakukan dan menunjukkan mengapa penelitian ini penting dan perlu dilakukan sekarang. Kajian pustaka, bisa juga hanya

---

[1] Rudestam dan Newton Eisner, E. W, 1991, *"The enlightened eye : Qualitative inquiry and the enhancement of educational practice."* (NewYork. NY: Macmillan Publishing Company, 2009), 27

[2] Kamler dan James H. McMillan & Sally Schumacher, 2001, *Research In Education a Conceptual Introduction*. 5th Edition, Addison (New York: Wesley Longmen Inc,.2006), 34-35

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

menjelaskan hubungan antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya mengenai topik yang sama[3]. Namun demikian penelitian yang saya lakukan ini berbeda dengan penelitian sebelumnya baik judul ataupun isinya. Seandainya topiknya sama sekalipun, itupun masih bisa penelitian itu dilakukan dan di sinilah menurut Rudestam dan Newton, kapasitas berpikir kritis kita sebagai penulis disertasi.

Kajian pustaka menghasilkan kajian *topic literatur* dan kajian *Metodological Leteratur.* Masing-masing dijelaskan sebagai berikut, yaitu:

a. Kajian pustaka yang berkaitan dengan definisi, kualitas, cakupan atau scope *(topic leterature).*
b. Kajian pustaka yang berkaitan dengan Metodologi (teori mapan) yang disebut *Metodological Leteratur.*[4]

Menurut Hyland kajian pustaka menunjukkan perbedaan atau kekurangan dari pustaka yang dikaji berkaitan dengan apa yang diteliti dalam disertasi yang ditulis, berkaitan dengan kutipan, yang merupakan referensi eksplisit terhadap pustaka sebelumnya yang bersifat teoritis, kajian penelitian terdahulu dan kerangka konseptual atau pemikiran. [5]

Kajian pustaka menghasilkan kompilasi teori, penelitian terdahulu dan kerangka konseptual. Menurut para ahli dibidang riset yang dikemukakan

---

[3] Rudestam dan Newton Eisner, E. W, 1991, *"The enlightened eye : Qualitative inquiry and the enhancement of educational practice."*(New York .NY: Macmillan Publishing Company,2009): 46

[4] Ibid, 49

[5] Hyland Berg, Bruce L, *Qualitative Research Methods For The Social Sciences* (Boston, Pearson Education,Inc, 2007) 51.

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

diantaranya oleh Swetnam (2000), Evans dan Gruba (2002), Murray (2002:), Glatthorn dan Joyner (2005), Pearce (2005), Brown (2006), dan Thody (2006), bahwa, (1) kajian teori memuat *review* informasi pendukung merupakan informasi teori yang diuraikan dalam bentuk diskusi yang membentuk sebuah cerita . Hal ini bertujuan antara lain (a) untuk membangun hipotesis (bila ada), (b) mendukung hipotesis yang dirumuskan secara konsisten dengan tujuan penelitian, dan (c) untuk mendukung *expected result* penelitian tersebut. (2) *Review* hasil penelitian sebelumnya.[6]

Hasil penelitian terdahulu dapat berupa skripsi, tesis, ataupun disertasi, serta jurnal. Penelitian terdahulu yang di*review* betul-betul terkait dengan topik penelitian. Dari kedua *review* tersebut dapat dikemukakan kerangka pemikiran atau kerangka konseptual penelitian.

Pada dasarnya esensi kerangka konseptual berisi: (1) Alur jalan pikiran secara logis dalam menjawab masalah yang didasarkan pada landasan teoretik dan atau hasil penelitian yang relevan, (2) Kerangka logika yang mampu menunjukkan dan menjelaskan masalah yang telah dirumuskan dalam kerangka teori. (3) Model penelitian yang dapat disajikan secara skematis dalam bentuk gambar atau model matematis yang menyatakan hubungan-hubungan variabel penelitian atau merupakan rangkuman dari kerangka pemikiran yang digambarkan dalam suatu model.

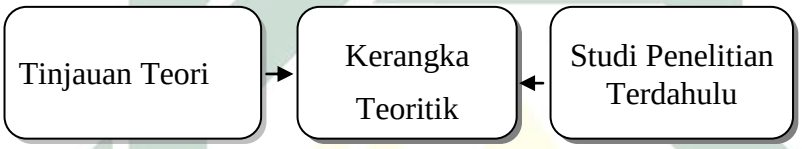
---

[6]Ismail Nawawi, *Metoda Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: VIV Press, 2011) , 24

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

Dalam kajian ini mengacu pada pendapat para ahli sebagaimana di atas, alur kajian teori dan kajian penelitian terdahulu menghasilkan kerangka teoritik atau kerangka konseptual[7]. Hal tersebut diilustrasikan pada gambar 2.1 di bawah ini.

Gambar 2.1 Hubungan Tinjauan Teori Studi Penelitian Terdahulu dan Kerangka Teoritik



2. Korporasi *(business organization)*

Kata *"corporare"* berasal dari kata *"corpus"* yang dalam bahasa Indonesia diartikan dengan badan yang mempunyai arti memberikan badan atau membadankan. Dengan demikian kata *"corporatio"* berasal dari hasil pekerjaan membadankan. Badan yang dijadikan orang kerangka pemikiran teoritis atau kerangka konseptual. Korporasi secara harfiah dari *(corporatie,* Belanda), *corporation* (Inggris), *corporation* (Jerman) berasal dari kata *"corporation"* dalam bahasa Latin. Seperti halnya dengan kata-kata lain yang berakhiran "*tio",*

[7]Miles, Mathew B., and Huberman A. Maichel, *Qualitative Data Analysis*. (Thousand Oaks, CA: Sage, 1999),47

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

"corporation" sebagai kata benda (*substantivum*) berasal dari kata kerja *"corporare".*

Korporasi *(business organization)* secara umum adalah suatu organisasi dimana sumber daya *(input),* seperti bahan baku dan tenaga kerja diproses untuk menghasilkan barang dan jasa *(output)* bagi pelanggan. Tujuan dari perusahaan secara umum ialah laba/keuntungan. Laba *(profit)* adalah selisih antara jumlah yang diterima dari pelanggan atas barang atau jasa yang dihasilkan dengan jumlah yang dikeluarkan untuk membeli sumber daya alam dalam menghasilkan barang atau jasa tersebut.

Korporasi adalah tempat terjadinya kegiatan produksi dan berkumpulnya semua faktor produksi, konsumsi dan distribusi. Setiap perusahaan ada yang terdaftar di pemerintah dan ada pula yang tidak. Bagi perusahaan yang terdaftar di pemerintah, mereka mempunyai badan usaha untuk perusahaannya. Badan usaha ini adalah status dari perusahaan tersebut yang terdaftar di pemerintah secara resmi[8].

Membentuk badan usaha merupakan dasar penting apabila kita akan membangun suatu bisnis sendiri. Keberadaan badan usaha yang berbadan hukum dalam suatu perusahaan baik perusahaan kecil, menengah atau besar akan melindungi perusahaan dari segala tuntutan akibat aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan tersebut.

---

[8]http://id.wikipedia.org/wiki/Perusahaan, di akses tanggal 15 Januari, 2014

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

Meskipun begitu, dalam menjalankan suatu usaha tidak diwajibkan bagi seorang pengusaha untuk mendirikan sebuah badan hukum. Hal tersebut merupakan suatu pilihan bagi pengusaha untuk menentukan bentuk dari penyelenggaraan usaha yang cocok untuk kegiatan usaha yang dijalankannya. Namun, untuk beberapa jenis usaha tertentu yang memang diwajibkan menurut peraturan perundang-undangan harus berbentuk badan usaha yang merupakan badan hukum seperti bank, rumah sakit, penyelenggara satuan pendidikan formal.

Badan usaha merupakan kesatuan yuridis dan ekonomis atau kesatuan organisasi yang terdiri dari faktor-faktor produksi yang bertujuan mencari keuntungan. Badan usaha adalah rumah tangga ekonomi yang bertujuan mencari laba dengan faktor-faktor produksi. Sebuah usaha/bisnis sendiri dapat dikatakan berbadan hukum apabila memiliki "Akte Pendirian" yang disahkan oleh notaris disertai dengan tandatangan diatas materai dan segel.

Badan yang diperoleh dengan perbuatan manusia sebagai lawan terhadap badan manusia yang terjadi menurut alam. *Corporatie* dalam bahasa Belanda berarti korporasi atau badan hukum. Sedangkan *rechtpersoon* diartikan badan hukum, korporasi atau pribadi hukum.[9]Corpus juga dapat diartikan sebagai makhluk hidup, pribadi diri, pesona, dewan, perkumpulan, buku, kitab, dan buku

[9] Soetan K Malikoel Adil, *Pembaharuan Hukum Perdata Kita,* (Jakarta: *PT Pembangunan*, 1995), hlm.13.

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

pegangan atau juga dapat diartikan sebagai property yang dikuasai *(the property for which a trustee is responsible).*[10]

3. Korporasi Sebagai Persero

Korporasi merupakan suatu perseroan yang merupakan badan hukum yang diartikan sebagai suatu perkumpulan atau organisasi yang oleh hukum diperlakukan seperti seorang manusia (personal) ialah sebagai pengemban (atau pemilik) hak dan kewajiban-kewajiban, memiliki hak menggugat ataupun digugat di muka pengadilan.

Subekti memberikan definisi badan hukum pada pokoknya adalah suatu badan atau perkumpulan yang dapat memiliki hak-hak dan melakukan perbuatan seperti seorang manusia, serta memiliki kekayaan sendiri, dapat digugat atau menggugat di depan hakim.[11]

Menurut Wirjono Prodjodikoro badan hukum adalah badan yang disamping manusia perseorangan juga dianggap dapat bertindak dalam hukum dan yang mempunyai hak-hak, kewajiban-kewajiban dan perhubungan hukum terhadap orang lain atau badan lain.[12]

Pengertian yang disampaikan oleh Satjipto Rahardjo yang mengartikan bahwa korporasi sebagai badan hasil cipta hukum. Badan hukum yang diciptakan itu terdiri dari *"corpus",* yaitu struktur fisiknya dan ke dalamnya hukum mema-

---

[10]Hasbullah F. Sjawe, *Direksi dan Perseroan Terbatas serta Pertanggungjawaban Pidana Korporasi*, Cetakan Pertama (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2013) 27-28
[11] Chidir Ali, *Badan Hukum*, (Bandung: Alumni, 1987), 19.
[12] Ibid, 25

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

sukkan unsur "*animus*" yang membuat badan hukum itu mempunyai kepribadian. Oleh karena badan hukum itu merupakan ciptaan hukum, kematiannya pun juga ditentukan oleh hukum.[13]

Hamzah berpendapat bahwa korporasi terbentuk ketika mulai tumbuh kebutuhan untuk mengumpulkan modal, khususnya dengan timbulnya perdagangan antar kota, antar wilayah, antar negara. Sebesar-besar modal yang dapat dikumpulkan oleh perorangan atau keluarga, tidak akan sebesar jika puluhan atau ribuan orang melakukan secara bersama-sama. Lalu, berkembang secara hukum menjadi orang (badan) yang berdiri sendiri terlepas dari peserta pengumpul modal dalam hubungan bisnis. Selanjutnya, dikatakannya bahwa yang istimewa dalam kehidupan korporasi ialah ia tidak mati sebagaimana para pemegang saham setiap saat dan akhirnya akan mati. Ini disebut *immortality* korporasi.

Berdasarkan keadaan yang normal, pemegang saham tidak bertanggung jawab atas kesalahan yang dilakukan oleh korporasi, mereka menikmati ketiadaan tanggungjawab secara hukum, tetapi menerima keuntungan. Modal korporasi adalah modal *legal person* yang tersendiri. Pendapat ini kemudian dikuatkan dengan pendapat Gayus Lumbuun yang mengatakan bahwa istilah korporasi itu di masyarakat biasa disebut orang untuk menunjukan badan usaha *(commercial entity)* yang berbadan hukum *(corporate body/rechtpersoon),*

[13] Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum,* (Bandung: Alumni, 1986), 10

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

walaupun dalam dunia usaha masih terdapat badan-badan usaha yang didirikan tidak berbadan hukum.[14]

Sedangkan menurut Sutan Remy, pengertian korporasi dapat diartikan secara sempit maupun luas. Secara sempit korporasi diartikan sebagai badan hukum yang eksistensi dan kewenangannya melakukan perbuatan hukum diakui oleh hukum perdata.[15]Pengertian ini memberikan suatu anggapan bahwa, keberadaan korporasi untuk melakukan perbuatan hukum ketika perusahaan masih hidup ataupun tidak mempunyai kewenangan untuk melakukan perbuatan hukum, ketika perusahaan sudah mati, ditentukan oleh hukum perdata. Karena apabila keberadaan suatu korporasi tidak diakui eksistensinya oleh hukum perdata maka dia tidak dapat disebut sebagai koporasi yang dapat melakukan perbuatan hukum. Pengertian secara sempit ini menggambarkan korporasi yang diakui dalam ruang lingkup hukum perdata.

Secara luas, korporasi dapat diartikan tidak hanya berbentuk badan hukum, melainkan juga meliputi yang bukan badan hukum atau menurut hukum perdata tidak dapat dikualifikasikan sebagai badan hukum seperti firma, perseroan komanditer atau CV, dan persekutuan atau maatschap. Pengertian korporasi secara luas digunakan dalam ranah hukum pidana, sehingga dalam ranah hukum pidana pengertian korporasi lebih ditekankan pada adanya sekumpulan orang yang terorganisir dan memiliki pimpinan serta melakukan

---

[14] Mustafa Edwin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), 34.
[15] Sutan Remy Sjahdeini, Joko Syahban, *Berbisnis Bersama Tuhan*, (Bandung: Hikmah, PT Mizan Publika, 2008) , 43

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

perbuatan-perbuatan hukum, misalnya perjanjian dalam rangka kegiatan usaha atau kegiatan sosial yang dilakukan oleh pengurusnya untuk dan atas nama kumpulan orang tersebut, juga termasuk dalam pengertian korporasi.

Dari pengertian korporasi diatas, terdapat dua pengertian mengenai apa itu korporasi yaitu ada yang menjelaskan bahwa korporasi itu sama dengan badan hukum dan ada juga yang menjelaskan bahwa korporasi tidak hanya badan hukum melainkan juga termasuk didalamnya korporasi yang tidak berbentuk badan hukum.

Menurut William C. Burton bahwa korporasi tidak semata-mata hanya berbadan hukum melainkan juga yang tidak berbadan hukum, sebagaimana pengertian korporasi yang disampaikan oleh Burton diatas. Dalam dunia bisnis kita mengenal tiga jenis organisasi bisnis. Ketiga jenis organisasi bisnis itu adalah perorangan, persekutuan, dan perseroan terbatas.

B. Etika Bisnis Islam Vs Konvensional

Etika dimulai bila manusia merefleksikan unsur-unsur etis dalam pendapat-pendapat spontan kita. Kebutuhan akan refleksi itu akan kita rasakan, antara lain karena pendapat etis kita tidak jarang berbeda dengan pendapat orang lain. Untuk itulah diperlukan etika, yaitu untuk mencari tahu apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia[16].

[16]Darmaputera, *Etika Sederhana Untuk Semua: Perkenalan Pertama*, (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2007), 94.

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

Etika secara metodologis, tidak setiap hal menilai perbuatan dapat dika-takan sebagai etika. Etika memerlukan sikap kritis, metodis, dan sistematis dalam melakukan refleksi. Karena itulah etika merupakan suatu ilmu. Sebagai suatu ilmu, objek dari etika adalah tingkah laku manusia. Akan tetapi berbeda dengan ilmu-ilmu lain yang meneliti juga tingkah laku manusia, etika memiliki sudut pandang normatif. Maksudnya etika melihat dari sudut baik dan buruk terhadap perbuatan manusia[17].

Etika terbagi menjadi tiga bagian utama: meta etika (studi konsep etika), etika normatif (studi penentuan nilai etika), dan etika terapan (studi penggunaan nilai-nilai etika). Berbagai konsep etika bisnis dapat ditinjau dari sudut padang secara parsial masing-masing pengertian etika bisnis, sebagai berikut dibawah ini.

1. Konsep Etika Bisnis

Istilah Etika berasal dari bahasa Yunani kuno,bentuk tunggal kata 'etika' yaitu *ethos* sedangkan bentuk jamaknya yaitu *ta etha. Ethos* mempunyai banyak arti yaitu : tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan/adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berpikir. Sedangkan arti *ta etha* yaitu adat kebiasaan.

Dari bentuk jamak inilah yang melatarbelakangi terbentuknya istilah etika yang oleh Aristoteles dipakai untuk menunjukkan filsafat moral.

[17] Bertens, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), 25.

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

Jadi, secara etimologis (asal usul kata), etika mempunyai arti yaitu ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan (Bertens, 2000).[18]

Bertens berpendapat bahwa arti kata 'etika' dalam kamus besar bahasa Indonesia tersebut dapat lebih dipertajam dan susunan atau urutannya lebih baik dibalik, karena arti kata ke-3 lebih mendasar daripada arti kata ke-1. Sehingga arti dan susunannya menjadi seperti berikut:

a. Nilai dan norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Misalnya, jika orang berbicara tentang etika orang Jawa, etika agama budha, etika protestan dan sebagainya, maka yang dimaksudkan etika disini bukan etika sebagai ilmu melainkan etika sebagai sistem nilai. Sistem nilai ini bisa berfungsi dalam hidup manusia perorangan maupun pada taraf sosial.
b. Kumpulan asas atau nilai moral. Yang dimaksud disini adalah kode etik. Contoh : kode etik jurnalistik dan sebagainya.
c. Ilmu tentang yang baik atau buruk.

Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.

[18] Ibid, 35.

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

Di dalam melakukan bisnis, kita wajib untuk memperhatikan etika agar di pandang sebagai bisnis yang baik. Bisnis beretika adalah bisnis yang mengindahkan serangkaian nilai-nilai luhur yang bersumber dari hati nurani, empati, dan norma. Bisnis bisa disebut etis apabila dalam mengelola bisnisnya pengusaha selalu menggunakan nuraninya.

Berikut ini ada beberapa pengertian bisnis menurut para ahli, antara lain dikemukakan oleh :

a. Allan Afuah (2004). Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dana menjual barang ataupun jasa agar mendapatkan keuntungan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat dan ada di dalam industri.
b. T. Chwee (1990). Bisnis merupakan suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat.
c. Grifin dan Ebert (2000). Bisnis adalah suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.
d. Steinford (1999). Bisnis adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat.
e. Musselman dan Jackson (1992). Bisnis adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang atau jasa untuk mempertahankan dan memperbaiki standard serta kualitas hidup mereka.
f. Boone dan Kurtz (2002:8). Bisnis adalah semua aktivitas yang bertujuan mencari laba dan perusahaan yang menghasilkan barang serta jasa yang dibutuhkan oleh sebuah sistem ekonomi.
g. Hughes dan Kapoor dalam Alma (1889:21), Bisnis adalah suatu kegiatan individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.[19]

Etika bisnis secara sederhana adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana

[19] Ismail Nawawi, *Etika Bisnis Islam* , (Jakarta: VIV Press, 2012), 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

kita menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku, dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.

Lingkup area bisnis menurut Urwick dan Hunt berkaitan dengan kegiatan produksi, konsumsi dan ditribusi.[20] Sedangkan menurut Gulick, Luther, and Lyndall Urwick berkaitan dengan kegiatan produksi, konsumsi dan ditribusi dan profit atau laba yang merupakan dari tujuan akhir dari korporasi.[21]

Dari kedua pendapat tersebut bahwa bisnis berkaitan dengan tiga hal pokok, yaitu: (1) Produksi adalah kegiatan yang menciptakan, mengolah, mengupayakan pelayanan, menghasilkan barang dan jasa, (2) Konsumsi adalah kegiatan menggunakan, memakai, dan menghabiskan barang dan jasa (3) Distribusi adalah kegiatan menyalurkan barang hasil produksi dari tempat penghasil barang (produsen) ke tempat pemakai barang (konsumen), (4) profit merupakan hasil dari kegiatan konsumsi.

Etika bisnis lebih luas dari ketentuan yang diatur oleh hukum, bahkan merupakan standar yang lebih tinggi dibandingkan standar minimal ketentuan hukum, karena dalam kegiatan bisnis seringkali kita temukan wilayah abu-abu yang tidak diatur oleh ketentuan hukum.

Pendapat lain menurut Von der Embse dan R.A. Wagley memberikan tiga pendekatan dasar dalam merumuskan tingkah laku etika bisnis, yaitu :

a. *Utilitarian Approach*: setiap tindakan harus didasarkan pada konsekuensinya. Oleh karena itu, dalam bertindak seseorang seharusnya mengikuti cara-cara yang dapat memberi manfaat sebesar-besarnya

[20] Urwick dan Hunt dalam Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana.. *Total Quality Manajemen. Edisi Revisi*, (Yogyakarta: Andy, 2003), 185

[21] Gulick, Luther, and Lyndall Urwick, *Papers on the Science of Administration. Routledge* (California: Brooks/ Cple Publishing Company a Pacific Grove, 2002),180

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

kepada masyarakat, dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya serendah-rendahnya.

b. *Individual Rights Approach*: Setiap orang dalam tindakan dan kelakuannya memiliki hak dasar yang harus dihormati. Namun tindakan ataupun tingkah laku tersebut harus dihindari apabila diperkirakan akan menyebabkan terjadi benturan dengan hak orang lain.
c. *Justice Approach*: para pembuat keputusan mempunyai kedudukan yang sama, dan bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara perseorangan ataupun secara kelompok.[22]

2. Prinsip Etika Bisnis

Peristilahan prinsip adalah suatu pernyataan fundamental atau kebenaran umum maupun individual yang dijadikan oleh seseorang atau kelompok sebagai sebuah pedoman untuk berpikir atau bertindak. Sebuah prinsip merupakan roh dari sebuah perkembangan ataupun perubahan, dan merupakan akumulasi dari pengalaman ataupun pemaknaan oleh sebuah obyek atau subyek tertentu.

Istilah Prinsip berpikir, disebut dengan nama yang berbeda. Misalnya Ueberweg menyebutnya dengan *Axioms of Inference*, John Stuart Mill menyebutnya dengan *Universal Postulates of Inference*. Istilah prinsip dapat diartikan dengan kaidah atau hukum, yang inti artinya adalah suatu pernyataan yang mengandung kebenaran universal. Kebenaran ini tidak terbatas oleh ruang dan waktu, dimana dan kapan saja dapat digunakan.

Menurut Yusuf Qardhawi dalam berekonomi harus berprinsip:

1) Teori dua kehidupan . Islam memiliki konsep dua kehidupan yaitu kehidupan dunia dan akherat. Apa yang diperbuat di dunia ini akan dipertanggung

[22] Von der Embse dan R.A. Wagley dalam artikelnya, *Advance Managemen Journal* (1999),4

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

jawabkan di akherat. Dengan demikian maka ketika masih hidup di dunia akan berhati-hati dalam berbuat. Ingin selalu berbuat selaras dengan aturan etika yang diajarkan oleh Islam.[23]

2) Teori tauhid. Dalam teori ini seorang muslim percaya bahwa Tuhan itu satu. Dan Dialah yang mengawasi kehidupan kita. Karena itu kita sebagai makhluk, harus bertindak sesuai dengan kemauan Tuhan, yaitu berbuat kebaikan terhadap Tuhan , terhadap sesama manusia , terhadap hewan, tumbuhan dan lingkungan. Segala urusan yang kita perbuat tidak bisa lepas dari kemauan Tuhan, termasuk etika dalam berbisnis.
3) Teori kemanusiaan. Seorang muslim diajari oleh nabi untuk peka terhadap kehidupan manusia yang lemah. Yaitu fakir miskin dan anak yatim. Seorang muslim diharapkan oleh ajaran Islam untuk membantu yang lemah. Karena itu seorang muslim harus membiasakan diri untuk tidak menyakiti sesama manusia, artinya harus beretika dalam berbuat.
4) Teori pertengahan. Allah memberitahukan kepada kita bahwa seorang muslim itu posisinya berada di tengah-tengah diantara dua extrim. Kalau orang yahudi banyak yang membunuh nabi, kemudian sebaliknya orang nasrani menyembah nabi, maka seorang muslim tidak membunuh nabi dan tidak menyembahnya. Artinya tingkah laku seorang muslim berada di tengah-tengah diantara mereka. Dalam kehidupan etika bisnis ternyata juga demikian. Ketika ekonomi kapitalis memanjakan individu, individu bebas memiliki sesuatu tanpa batas, sebaliknya ekonomi sosialis komunis tidak memberi peluang individu untuk memiliki sesuatu, kepemilikan ada di tangan Negara, maka Islam mengajarkan bahwa seorang muslim bebas memiliki tetapi dibatasi oleh hokum Tuhan. Artinya kita bebas memiliki tetapi ketika ada kelebihan maka kita diwajibkan untuk menolong sesama, dalam bentuk kewajiban membayar zakat. Demikian juga kita diajarkan oleh Islam untuk tidak pelit, sekaligus juga tidak boros. Tidak boleh rakus terhadap harta, tetapi juga tidak boleh mengabaikan urusan harta. Ternyata hamper dalam segala urusan selalu ada di tengah-tengah. [24]

Menurut Ismail Nawawi prinsip itu tidak membutuhkan suatu pembuktian, yang jelas atau terbukti dengan sendirinya *(self-evident),* karena terlalu sederhana, maka prinsip itu disebut dengan aksioma atau prinsip dasar.[25]Selanjutnya Ismail Nawawi mengemukakan prinsip etika bisnis sebagai berikut:

---

[23] Yusuf Qardhawi,*Normadan Etika Ekonomi Islam,*(Jakarta: Gema Insani Press,1997),35
[24] Yusuf Qardhawi,*Normadan Etika Ekonomi Islam,*(Jakarta: Gema Insani Press,1997),29
[25]Ismail Nawawi, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta : VIV Press, 2012), 45

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

a. Kesatuan tauhid dan azas khilafah dalam bisnis

Dalam bisnis Islam adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid (peng-Esaan Allah SWT) yang memadukan keseluruhan aspek aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Hal tersebut semuanya semata-mata berpijak pada Allah, dan manusia hanya sebagai khilafah Allah di muka bumi dalam melakukan bisnis.

Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan dalam bisnis. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

b. Keseimbangan kesamaan dan keadilan dalam bisnis

Islam menganjurkan dalam beraktivitas bisnis, mengharuskan untuk melakukan keseimbangan untuk kehidupan di dunia dan akhirat serta berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang disukai maupun pihak yang tidak disukai. Dalam dunia bisnis pebisnis harus berlaku adil pada konsumen dan stakeholder sebagai upaya membangun loyalitas konsumen.

c. Keperilakuan Bebas beretika

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam,tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu

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

dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah.

d. Pertanggungjawab dan akuntabilitas dalam bisnis

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya.Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

e. Kebenaran bersifat shar'i.

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (*transaksi)* proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

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. Komitmen terhadap sifat nubuwah.

Dalam menjelaskan bisnis dengan kebenaran, bisnis dikembangkan secara komunikatif, amanah dan dilaksanakan secara rasional dan kompetitif serta profesional *(shidiq, tabligh, amanah dan fathanah)*.

Dalam etika bisnis berlaku prinsip-prinsip yang seharusnya dipatuhi oleh para pelaku bisnis, yaitu:

a. Prinsip Otonomi, yaitu kemampuan mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadaran tentang apa yang baik untuk dilakukan dan bertanggung jawab secara moral atas keputusan yang diambil.
b. Prinsip Kejujuran, bisnis tidak akan bertahan lama apabila tidak berlandaskan kejujuran karena kejujuran merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis (missal, kejujuran dalam pelaksanaan kontrak, kejujuran terhadap konsumen, kejujuran dalam hubungan kerja dan lain-lain).
c. Prinsip Keadilan, bahwa tiap orang dalam berbisnis harus mendapat perlakuan yang sesuai dengan haknya masing-masing, artinya tidak ada yang boleh dirugikan haknya.
d. Prinsip Saling Menguntungkan, agar semua pihak berusaha untuk saling menguntungkan, demikian pula untuk berbisnis yang kompetitif.
e. Prinsip Integritas Moral, prinsip ini merupakan dasar dalam berbisnis dimana para pelaku bisnis dalam menjalankan usaha bisnis mereka harus menjaga nama baik perusahaan agar tetap dipercaya dan merupakan perusahaan terbaik. [26]

Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

Menurut Ahmad Hanafi secara sederhana beberapa prinsip dan etika bisnis dalam Islam yang perlu diperhatikan oleh setiap muslim yang akan menggeluti atau telah bergelut dalam dunia bisnis:

[26]Ibid, 41

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

a. Keikhlasan. Keikhlasan menjadi fondasi utama setiap amalan. Dengan niat ikhlas, kebiasaan (adat) dapat berubah menjadi ibadah (*taqarrub*) dan bernilai pahala di sisi *al-Khaliq*.
b. Ilmu. Setiap perbuatan senantiasa harus didasari dengan ilmu, al-Imam al-Bukhari berkata: "Ilmu harus didahulukan sebelum berkata dan bertindak". Umar bin Khattab juga berkata: "Tidak boleh menjual di pasar kecuali seorang faqih, kalau tidak ia akan terjatuh ke dalam riba mau atau tidak mau".
c. *Amanah* dan Kejujuran *(al-Sidq).* Amanah dan kejujuran adalah idaman seorang muslim dalam setiap aktivitasnya. Dalam bisnis amanah dan kejujuran dalam melakukan transaksi adalah sangat penting.
d. *Al-Wara'. Al-Wara'* dalam aktivitas bisnis adalah sikap kehati-hatian yang disertai dengan meninggalkan dan menjauhi segala perkara yang meragukan dan perkara *subhat* (samar).
e. *Al-Samaḥah* (tenggang rasa dan berlapang dada). Perbedaan yang mencolok antara bisnis Islami dan yang lainnya adalah adanya prinsip tenggang rasa dan berlapang dada dalam melakukan transaksi bisnis.
f. Menjaga hak orang lain serta menjauhi kemuḍaratan dalam berinteraksi. Tabiat muamalah meniscayakan adanya interaksi antara dua pihak atau lebih.
g. *Al-Wala'* (loyalitas) terhadap ajaran Islam dan kaum muslimin. Kepemilikan harta dalam Islam terbagi tiga: Hak Individu (*Haqq al fardi*), Hak Allah (*Haqq Allah*) dan Hak Jamaah *(haqq al Jama'ah).*[27]

Menurut Bertens suatu tindakan bisnis dapat dikatakan baik jika membawa manfaat bagi sebanyak mungkin anggota masyarakat, atau dengan istilah yang sangat terkenal *"the greatest happiness of the greatest numbers".* Perbedaan paham etika utilitarianisme dengan paham egoisme etis terletak pada siapa yang memperoleh manfaat. Egoisme etis melihat dari sudut pandang kepentingan individu, sedangkan paham utilitarianisme melihat dari sudut kepentingan orang banyak (kepentingan bersama, kepentingan masyarakat).[28]

---

[27] Ahmad Hanafi, 213 http://markazinayah.com/prinsip-dan-etika-bisnis-dalam-Islam.html, 25 Peburari, 2014
[28] Bartens,. "*Pengertian Etika Bisnis*" (Yogyakarta: Kanisius, 2000), 35

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

Paham etika bisnis utilitarianisme menurut Bertens dapat diringkas sebagai berikut:

a. Tindakan harus dinilai benar atau salah hanya dari konsekuensinya (akibat, tujuan atau hasilnya).
b. Dalam mengukur akibat dari suatu tindakan, satu-satunya parameter yang penting adalah jumlah kebahagiaan atau jumlah ketidakbahagiaan.
c. Kesejahteraan setiap orang sama pentingnya.[29]

Faktor yang mempengaruhi etika bisnis, pada dasarnya ada tiga menurut Bovee et. al dalam Suyadi Prawirosentono, yaitu:

a. *Cultural Difference.*Sebagaimana telah diketahui bahwa tiap daerah, memiliki kebiasaan sendiri-sendiri, lain Negara lain pula kebiasaannya.
b. *Knowledge.* Orang-orang yang mengetahui, dan berada dalam jalur pengambilan keputusan mencoba berusaha untuk tidak terlibat dalam masalah-masalah menyangkut masalah etika ini. Demikian pula anda jika sudah mengetahuinya bahwa perbuatan itu melanggar etika, maka jangan mau melakukannya, karena hal ini melanggar kata hati anda dan anda akan berhadapan dengan hukum.
c. *Organizational behavior*. Pondasi kokoh dari sebuah etika bisnis adalah iklim yang berlaku pada sebuah organisasi. Ada organisasi yang betul-betul ketat

[29] Ibid 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

menjaga etika, dan memberi pelatihan pada karyawannya agar selalu menjaga etika. Perusahaan besar banyak menerapkan kode etik ini[30].

3. Penerapan Etika Bisnis

Etika bisnis dibutuhkan karena untuk membentuk suatu korporasi yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai yang tinggi, diperlukan suatu landasan yang kokoh. Biasanya dimulai dari perencanaan strategis, organisasi yang baik, sistem prosedur yang transparan didukung oleh budaya korporasi yang handal serta etika korporasi yang dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen.

Bovee et. al, menyatakan bahwa haruslah diyakini bahwa pada dasarnya praktek etika korporasi akan selalu menguntungkan perusahaan untuk jangka menengah maupun jangka panjang karena :

1. Akan dapat mengurangi biaya akibat tercegahnya kemungkinan terjadinya friksi[31] baik intern perusahaan maupun dengan lingkungan eksternal.
2. Akan dapat meningkatkan motivasi pekerja.
3. Akan melindungi prinsip kebebasan berniaga.
4. Akan meningkatkan keunggulan bersaing.[32]

Tindakan yang tidak etis, bagi korporasi akan memancing tindakan balasan dari konsumen dan masyarakat dan akan sangat kontra produktif,

---

[30]Suyadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Modern Studi Kasus Indonesia dan Analisis Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002), 51
[31] perselisihan
[32]Ibid, 57

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 melalui gerakan pemboikotan, larangan beredar, larangan beroperasi. Hal ini akan dapat menurunkan nilai penjualan maupun nilai perusahaan. Sedangkan korporasi yang menjunjung tinggi nilai-nilai etika pada umumnya perusahaan yang memiliki peringkat kepuasan bekerja yang tinggi pula, terutama apabila korporasi tidak mentolerir tindakan yang tidak etis misalnya diskriminasi dalam sistem renumerasi atau jenjang karier. Karyawan yang berkualitas adalah aset yang paling berharga bagi korporasi oleh karena itu semaksimal mungkin harus tetap dipertahankan.

Memang benar, kita tidak bisa berasumsi bahwa pasar atau dunia bisnis dipenuhi oleh orang-orang jujur, berhati mulia dan bebas dari akal bulus serta kecurangan atau manipulasi. Tetapi sungguh, tidak ada gunanya berbisnis dengan mengabaikan etika dan aspek spiritual. Biarlah pemerintah melakukan pengawasan, biarlah masyarakat memberikan penilaian, dan sistem pasar (dan sistem Tuhan tentunya) akan bekerja dengan sendirinya.

Etika pada dasarnya adalah standar atau moral yang menyangkut benar-salah, baik-buruk. Dalam kerangka konsep etika bisnis terdapat pengertian tentang etika perusahaan, etika kerja dan etika perorangan, yang menyangkut hubungan-hubungan sosial antara korporasi, karyawan dan lingkungannya. Etika korporasi menyangkut hubungan korporasi dan karyawan sebagai satu kesatuan dengan lingkungannya (misalnya dengan korporasi lain atau masyarakat setempat). Etika kerja terkait antara korporasi dengan karyawannya. Dan etika perorangan mengatur hubungan antar karyawan.

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

Perilaku etis yang telah berkembang dalam korporasi menimbulkan situasi saling percaya antara korporasi dan *stakeholders*, yang memungkinkan korporasi meningkatkan keuntungan jangka panjang. Perilaku etis akan mencegah pelanggan, pegawai dan pemasok bertindak oportunis, serta tumbuhnya saling percaya.

Budaya korporasi memberi kontribusi yang signifikan terhadap pembentukan perilaku etis, karena budaya korporasi merupakan seperangkat nilai dan norma yang membimbing tindakan karyawan. Budaya dapat mendorong terciptanya perilaku etis, dan sebaliknya dapat pula mendorong terciptanya perilaku yang tidak etis.

Kebijakan korporasi untuk memberikan perhatian serius pada etika korporasi akan memberikan citra bahwa manajemen mendukung perilaku etis dalam perusahaan. Kebijakan korporasi biasanya secara formal didokumentasikan dalam bentuk kode etik *(code of conduct).* Di tengah iklim keterbukaan dan globalisasi yang membawa keragaman budaya, *code of conduct* memiliki peran yang semakin penting, sebagai *buffer* dalam interaksi intensif beragam ras, pemikiran, pendidikan dan agama.

Sebagai persemaian untuk menumbuhkan perilaku etis, perlu dibentuk iklim etika dalam perusahaan. Iklim etika tercipta, jika dalam suatu perusahaan terdapat kumpulan pengertian tentang perilaku apa yang dianggap benar, dan tersedia mekanisme yang memungkinkan permasalahan mengenai etika dapat diatasi.

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 tiga faktor utama yang memungkinkan terciptanya iklim etika dalam korporasi, yaitu:

a. Suatu kondisi organisasi berdasarkan saling percaya *(trust-based organization)* disinilah akan tercipta budaya etika perusahaan secara baik.
b. Terbangunnya suatu kondisi organisasi berdasarkan saling percaya *(trust-based organization).*
c. Terbentuknya manajemen hubungan antar pegawai *(employee relationship management).*

Iklim etika dalam korporasi dipengaruhi oleh adanya interaksi beberapa faktor, yaitu faktor kepentingan diri sendiri, keuntungan korporasi, pelaksanaan efisiensi dan kepentingan kelompok. Penciptaan iklim etika mutlak diperlukan, meskipun memerlukan waktu, biaya dan ketekunan manajemen. Dalam iklim etika, kepentingan *stakeholders* terakomodasi secara baik karena dilandasi rasa saling percaya.

Dengan demikian, ketika seorang atasan memerintahkan seorang karyawan untuk melakukan sebuah tindakan yang mereka ketahui salah, karyawan secara moral bertanggung jawab atas tindakan itu jika dia melakukannya. Atasan juga bertanggung jawab secara moral, karena faktanya atasan menggunakan bawahan untuk melaksanakan tindakan yang salah.

Manfaat korporasi menerapkan etika bisnis dalam hal ini adalah kinerja korporasi yang akan bertambah baik dengan didukung oleh karyawan atau

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

bawahan yang bermoral dan bertanggungjawab atas sikap dan pekerjaannya serta menaati semua perintah atasan dengan baik.

Dalam zaman informasi seperti ini, baik-buruknya sebuah dunia usaha dapat tersebar dengan cepat dan massif. Memperlakukan karyawan, konsumen, pemasok, pemodal dan masyarakat umum secara etis, adil dan jujur adalah satu-satunya cara supaya kita dapat bertahan di dalam dunia bisnis sekarang.

Adapun manfaat korporasi dalam menerapkan etika bisnis, adalah sebagai berikut, yaitu:

a. Korporasi mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Perusahaan yang jujur akan menciptakan konsumen yang loyal. Bahkan konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan produk tersebut.
b. Citra korporasi di mata konsumen baik. Dengan citra yang baik maka korpo-rasi akan lebih dikenal oleh masyarakat dan produknya pun dapat mengalami peningkatan penjualan.
c. Meningkatkan motivasi pekerja. Karyawan akan bekerja dengan giat apabila perusahaan tersebut memiliki citra yang baik di mata karyawan.
d. Keuntungan korporasi dapat diperoleh. Etika adalah berkenaan dengan bagai-mana kita hidup pada saat ini dan mempersiapkan diri untuk masa depan. Bisnis yang tidak punya rencana untuk menghasilkan keuntungan bukanlah perusahaan yang beretika[33].

Dalam korporasi modern, tanggung jawab atas tindakan korporasi sering didistribusikan kepada sejumlah pihak yang bekerja sama. Tindakan perusahaan biasanya terdiri atas tindakan atau kelalaian orang-orang berbeda yang bekerja sama sehingga tindakan atau kelalaian mereka bersama-sama menghasilkan tindakan korporasi. Jadi, siapakah yang bertanggung jawab atas tindakan yang dihasilkan bersama-sama itu? Pandangan tradisional berpendapat bahwa mereka

[33]Ismail Nawawi, *Etika Bisnis Islam,* (Jakarta:VIV Press , 2013), 75

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

yang melakukan secara sadar dan bebas apa yang diperlukan perusahaan, masing-masing secara moral bertanggung jawab.

Lain halnya pendapat para kritikus pandangan tradisional, yang menyatakan bahwa ketika sebuah kelompok terorganisasi seperti perusahaan bertindak bersama-sama, tindakan korporasi mereka dapat dideskripsikan sebagai tindakan kelompok, dan konsekuensinya tindakan kelompoklah, bukan tindakan individu, yang mengharuskan kelompok bertanggung jawab atas tindakan tersebut.

Dari uraian pembahasan di atas selanjutnya di bawah ini dipaparkan tabel Mapping teori etika bisnis pada tabel 2.1.

Tabel: 2.1 Mapping Teori Etika Bisnis

No	Teori/judul	Variabel	Katertangan
1.	Bovee et. al, (2004)	1. Akan dapat mengurangi biaya akibat dicegahnya kemungkinan terjadinya friksi baik intern perusahaan maupun dengan eksternal. 2. Akan dapat meningkatkan motivasi pekerja. 3. Akan melindungi prinsip kebebasan berniaga. 4. Akan meningkatkan keunggulan bersaing.	Etika bisnis: motivasi keunggulan bersaing
2.	(Nawawi, 2012)	1. Kesatuan *(Unity).* kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid dan azas khilafah.	Etika Bisnis: keseimbang

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

		2. Keseimbangan*(Equilibrium),*kesamaan dan keadilan.Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai 3. Keperilakuan Bebas *(Free Will)* beretika. Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam. 4. Tanggungjawab*(Responsibility)*akuntabilitas menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas 5. Kebenaran sesuai syariah: kebajikan dan kejujuran 6. Komitmen yang bersifat nubuwah *(ṣidiq, amanah, tabligh dan faṭanah)*	an dan keadilan
3.	Bertens, (2000),	1. Tindakan harus dinilai benar atau salah hanya dari konsekuensinya (akibat, tujuan atau hasilnya). 2. Dalam mengukur akibat dari suatu tindakan, satu-satunya parameter yang penting adalah jumlah kebahagiaan atau jumlah ketidakbahagiaan. 3. Kesejahteraan setiap orang sama pentingnya.	Etika Bisnis: Pengukuran tindakan dan kesejahteraan

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. Etika Strategi Bisnis

Dalam berbisnis agar mencapai suatu keberhasilan pelaku bisnis harus menetapkan strategi bisnis sebagai upaya melakukan kompetitif bisnis. Istilah strategi bisnis secara parsial dapat dikemukakan pengertian sebagai berikut ini.

1. Strategi Bisnis

Kata strategi berasal dari Yunani, yaitu *stratogos* atau strategis yang berarti jendral. Strategi berarti seni para jendral dimana jendral ini yang memimpin dan memberi komando terahadap pasukannya agar bisa menang dalam suatu pertempuran dimana aplikasinya dalam dunia bisnis jendral ini dijabat oleh para CEO *(Chief Executive Officers)* yang menjalankan roda organisasi atau perusahaan agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan baik dan memberi keuntungan kepada para *stakeholders* dan tetap bisa bersaing dengan para kompetitornya dalam dunia bisnis[34].

Bisnis secara etimologi, berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata "bisnis" sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung skupnya. Penggunaan kata bisnis sendiri dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan.

Strategi bisnis terdiri dari berbagai macam tipe, dan, sebagai akibatnya, bisnis dapat dikelompokkan dengan cara yang berbeda-beda. Satu dari banyak

[34]Ismail Nawawi, *Etika Bisnis Islam,* (Jakarta: VIV Pres, 2013),21

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

cara yang dapat digunakan adalah dengan mengelompokkan bisnis berdasarkan aktivitas yang dilakukannya dalam menghasilkan keuntungan.

Pengelompokan strategi bisnis dapat dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan pasar, antara lain sebagai berikut, yaitu:

a. Manufaktur adalah bisnis yang memproduksi produk yang berasal dari barang mentah atau komponen-komponen menjadi barang jadi, kemudian dijual untuk mendapatkan keuntungan. Contoh manufaktur yaitu perusahaan yang memproduksi barang fisik seperti mobil atau pipa.
b. Bisnis jasa adalah bisnis yang menghasilkan barang intangible, dan mendapatkan keuntungan dengan cara meminta bayaran atas jasa yang mereka berikan. Contoh bisnis jasa yaitu konsultan dan psikolog.
c. Pengecer dan distributor adalah pihak yang berperan sebagai perantara barang antara produsen dengan konsumen. Kebanyakan toko dan perusahaan yang berorientasi pada konsumen adalah distributor atau pengecer.
d. Bisnis pertanian dan pertambangan adalah bisnis yang memproduksi barang-barang mentah, seperti tanaman atau tambang mineral.
e. Bisnis finansial adalah bisnis yang mendapatkan keuntungan dari investasi dan pengelolaan modal.
f. Bisnis informasi adalah bisnis menghasilkan keuntungan terutama dari pejualan kembali properti intelektual (*intelellectual property*).
g. Utilitas adalah bisnis yang mengoperasikan jasa untuk publik, seperti listrik dan air, dan biasanya didanai oleh pemerintah.
h. Bisnis *real estate* adalah bisnis yang menghasilkan keuntungan dengan cara menjual, menyewakan, dan mengembangkan properti, rumah, dan bangunan.
i. Bisnis transportasi adalah bisnis yang mendapatkan keuntungan dengan cara mengantarkan barang atau individu dari sebuah lokasi ke lokasi yang lain.[35]

Selanjutnya strategi bisnis secara konsepsional dan operasional dikemukakan di bawah ini.

Dalam kajian bisnis Porter mendefinisikan strategi sebagai "penciptaan posisi unik dan berharga yang didapatkan dengan melakukan serangkaian

[35]Ibid, 27

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

aktivitas.". Porter menjabarkan tiga basis posisi strategis. Ketiganya tidak *mutually exclusive* dan seringkali saling bersinggungan. Basis pertama didapatkan dengan memproduksi bagian kecil (*subset*) sebuah produk dari industri tertentu. Porter menyebutnya sebagai *variety-based positioning* karena posisi ini berasal dari pemilihan produk, bukan berdasarkan segmentasi konsumen. [36]

Dengan kata lain, perusahaan berusaha memenuhi sedikit kebutuhan dari banyak orang. Porter menyontohkan *Jiff Lube International* yang hanya memproduksi pelicin (*lubricant*) otomotif dan tidak menawarkan produk perawatan lainnya. *Variety-based positioning* efektif bila perusahaan memiliki kemampuan menciptakan produk subset tersebut dengan baik, jauh lebih unggul dibanding pesaingnya.

Basis kedua adalah melayani sebagian besar atau bahkan seluruh kebutuhan dari segmen konsumen tertentu, yang disebut sebagai *needs-based positioning*. Contohnya adalah IKEA yang berusaha memenuhi seluruh kebutuhan mebel, bukan hanya sebagian *(subset),* untuk target pasarnya. Posisi ini didapatkan dengan melakukan serangkaian aktivitas dengan cara berbeda dengan yang dilakukan pesaing. Apabila tidak ada perbedaan dalam aktivitas, konsumen tidak akan mampu membedakan perusahaan bersangkutan dengan pesaing. Varian dari model ini adalah memenuhi kebutuhan target pasar untuk

---

[36] Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas* (Jakarta: Indeks, 1999), 72

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

waktu yang berbeda-beda. Seorang konsumen, misalnya, memiliki kebutuhan yang berbeda ketika ia melakukan perjalanan untuk bisnis dan ketika dia melakukan perjalanan untuk liburan. Perusahaan bisa mengambil posisi untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda-beda dari target pasar yang sama.

Basis ketiga didapatkan dengan menarget konsumen yang dapat diakses dalam cara yang berbeda, yang disebut sebagai *access-based positioning*. Konsumen-konsumen ini, meskipun memiliki kebutuhan dan keinginan yang hampir sama dengan konsumen lainnya,tetapi membutuhkan konfigurasi aktivitas yang berbeda untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan tersebut. Porter mencontohkannya lewat Carmike Cinemas, yang mengoperasikan bioskop hanya di kota-kota kecil yang padat, namun dengan populasi kurang dari 200.000 orang.

Meskipun pasarnya kecil dengan kemampuan pembeliannya dibawah kota besar, namun *Carmike Cinemas* berhasil meraih keuntungan karena melakukan aktivitas berbeda dengan yang ditawarkan bioskop-bioskop di kota besar, misalnya dengan melakukan standarisasi, membuka hanya sedikit studio, dan menggunakan teknologi proyektor yang lebih rendah dibanding dengan bioskop di kota besar. Strategi menurut William F Glueck dan Lawrence Jauch dalam Saladin adalah sebuah rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan

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

dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. [37]

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi perusahaan merupakan suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Selanjutnya bisa dikaitkan dengan manajemen bahwa manajemen strategi menurut Gregory G Dees dan Alex Miller dalam Saladin adalah suatu proses kombinasi antara tiga aktivitas yaitu analisis strategi, perumusan strategi dan implementasi strategi.[38]Sedangkan Thomas L Wheelen- J David Hunger memberikan pengertian tentang manajemen strategi yang menuturkan bahwa manajemen strategi merupakan serangkaian daripada keputusan manajerial dan kegiatan-kegiatan yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang. Kegiatan tersebut terdiri dari perumusan atau perencanaan strategi, pelaksanaan atau implementasi, dan evaluasi.[39]

Dari dua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen strategis pada intinya adalah memilih alternatif strategi yang terbaik bagi organisasi atau perusahaan dalam segala hal untuk mendukung gerak usaha perusahaan dan pelaksanaan manajemen strategi ini harus dilakukan oleh perusahaan secara terus menerus serta harus fleksibel dengan tuntutan kondisi di lapangan.

---

[37] Saladin, HH*Piety and Economic Behavior A Study of the Informal Sector in Suralaya, West Java*, (Yogyakarta :Yayasan Bentang Budaya, 2010), 55
[38] Ibid, 55.
[39] Ibid, 57.

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

Menurut James Brian Quinn, manajemen strategi merupakan pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan, urutan-urutan aksi ke dalam keseluruhan yang terkait". Oleh karena itu manajemen strategi sangat penting bagi suatu organisasi atau perusahaan di dunia bisnis karena hal-hal sebagai berikut :

a. Memberikan arah pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan.
b. Membantu memikirkan kepentingan berbagai pihak.
c. Dapat mengantisipasi setiap perubahan secara merata.
d. Penciptaan kultur bisnis[40]

Pendapat lain dikemukakan oleh William Hence (1985) mendefinisikan strategi sebagai "konsentrasi dari sumber-sumber pada peluang-peluang bagi keunggulan kompetitif".

Dari dua definisi itu dapat dipahami bahwa strategi adalah cara untuk mencapai tujuan dengan melibatkan semua faktor andalan dalam organisasi secara strategik. Salah satu cara bagaimana manusia dapat mengelola dan mengurus dunia adalah dengan "berusaha". Dalam Islam, berusaha itu merupakan format penerapan mencari rizki dengan baik, karena Allah swt dalam Al-Qur'an telah menyuruh manusia untuk berusaha mencari rizki yang halal dan baik.

Di samping itu pula, nabi Muhammad saw telah membentangkan bahwa "sepuluh rizki ada dalam dunia usaha". Pendapat lain pun menyatakan hal yang

[40]James Brian Quinn (1980) dalam E. Robbyantono dan Eman Sukirman, *Analisa Kelayakan Bisnis dalam Are You an Entrepreneur* (Bekasi: Pustaka Inti, 2005), 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

sama, yaitu pendapat Syekh Al-Fairuz yang berbincang bahwa "sebagian keberkahan ada dalam dunia usaha".

2. Proses Manajemen Strategi

Proses manajemen strategi dapat diuraikan dari mulai penentuan arah perusahaan meliputi perumusan visi, misi dan tujuan perusahaan. Analisis lingkungan meliputi analisis lingkungan eksternal dan lingkungan internal organisasi. Analisis eksternal meliputi melihat seluruh kondisi lingkungan umum, lingkungan industri dan lingkungan kompetitif yang mempengaruhi pilihan strategis dan menentukan situasi kompetitifnya. Sedangkan analisis internal dengan melihat sumber daya, kapabilitas dan kompetensi inti.

Pada tahap formulasi, strategi mencakup analisis dan pilihan strategi yang sesuai isu. Penyusunan strategi digunakan untuk menentukan strategi mana yang akan memberikan keuntungan terbanyak dengan sumber daya terbatas. Implementasi strategi yaitu bagian kelima yang merupakan proses bagaimana melaksanakan strategi yang telah diformulasikan menjadi tindakan nyata.

Pada tahap Evaluasi strategi merupakan bagian keenam dan terakhir yang berisi evaluasi dan pengendalian strategi. Evaluasi ini merupakan proses mengevaluasi bagaimana strategi diimplementasikan dan sejauh mana keberhasilan strategi mempengaruhi kinerja.

Dalam strategi bisnis diperlukan pengembangan organisasi bisnis. Pengembangan organisasi *organizational diognosis* (OD), adalah penilaian yang

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

sistematis dan keterkaitan antara praktek-praktek organisasi dengan tujuan-tujuan bisnis.[41]

Selanjutnya dikemukakan oleh Ulrich, pada umumnya ada empat tahap dalam *Organizational Diognosis* (OD) bisnis, yaitu :

a. Mempertimbangkan strategi bisnis sebagai strategi utama, dikaitkan dengan sistem-sistem atau pilar organisasi yang diperlukan bagi berlangsungnya strategi secara efektif. Pada tahap ini juga dianalisis, kekuatan dan kelemahan organisasi.
b. Menggali dan menyusun spesifikasi kompetisi unggulan dan perilaku yang diperlukan untuk menjalankan strategi bisnis dengan sukses.
c. Memperhitungkan aktivitas MSDM yang relevan dengan kebutuhan tersebut.
d. Melakukan penilaian terhadap aktivitas-aktivitas MSDM, apakah satu sama lain saling mendukung dan konsisten sehingga mampu menghasilkan keahlian dan kemampuan yang relevan dengan upaya pencapaian tujuan.

Pilar organisasi adalah sistem yang menjamin eksistensi organisasi. Pengoperasian organisasi melalui dukungan sistem yang efektif adalah esensial bagi pencapaian tujuan organisasi. Ulrich mengemukakan dua faktor yang membuat strategi berlangsung dengan sukses:

a. Kompetensi dan perilaku. Kompetensi dan perilaku yang diperlukan tidak selalu berubah bila terjadi perubahan strategi. Tetapi diagnosis terhadap hal ini tetap perlu dilakukan. Sebagai contoh, perubahan strategi bisnis

[41] Ulrich, dalam J.E. Robbyantono dan Eman Sukirman, *Analisa Kelayakan Bisnis Are You an Entrepreneur*, (Bekasi: Pustaka Inti, 2005), 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

dari pengembangan produk ke perluasan pasar baik domestik maupun luar negeri, akan mendorong penggunaan teknologi informasi yang lebih luas.

b. Aktivitas manajemen sumber daya manusia. Strategi organisasi yang meletakkan inovasi sebagai faktor unggulan (*distinctive factor),* menuntut aktivitas MSDM lebih berorientasi pada program perekrutan tenaga kerja baru yang siap pakai daripada program pelatihan dan pengembangan tenaga potensial. Penggunaan tenaga yang terlatih dan terdidik dengan baik, mengandung konsekuensi perubahan sistem kompensasi dalam organisasi.[42]

Semua kebijakan yang tergambar pada masing-masing langkah-langkah tersebut, memerlukan pengkajian secara integral. Apakah faktor-faktor itu saling memperkuat dukungan dan konsisten dengan program peningkatan kemampuan dan keahlian orang-orang dalam organisasi.

Dari semua uraian tentang keterkaitan strategi SDM dengan strategi bisnis dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis merupakan acuan bagi manajer sumber daya manusia (SDM) dalam menyusun strategi SDM. Agar memahami sepenuhnya arah strategik yang dirumuskan pada tingkat korporat maka keterlibatan manajer SDM bersama-sama manajer lini yang lain dalam proses penyusunan strategi bisnis tersebut pada tingkat fungsional sangat penting. Tujuannya adalah untuk memberikan masukan dan memperoleh input tentang arah dan nilai-nilai yang harus ditegakkan dalam implementasi strategi bisnis.

Berikut ini merupakan beberapa unsur kunci yang harus diingat oleh entrepreneur saat mengembangkan sebuah strategi yang etis, yaitu:

a. Prinsip dan komitmen yang menjadi panduan bagi entrepreneur harus tidak bertentangan dengan akal sehat dan bisa dikomunikasikan dengan jelas. Prinsip dan komitmen tersebut harus cerminkan kewajiban perusahaan yang penting dan aspirasi yang dimiliki bersama yang menarik dan menyatukan anggota perusahaan. Para pegawai dalam setiap jenjang

[42] Ibid, 25

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

harus mengedepankan hal ini, merasa nyaman untuk berdiskusi tentang hal itu dan memiliki pemahaman yang konkret mengenai manfaat praktisnya.

b. Entrepreneur harus memiliki komitmen dari dalam dirinya, memiliki kredibilitas, dan bersedia untuk mengambil tindakan jika harus dihadapkan pada ancaman terlanggarnya nilai dan prinsip yang mereka junjung. Mereka ini bukan hanya orang yang bisa berbicara dan menggertak. mereka harus bersedia untuk meneliti dan memutuskan dengan keputusan mereka sendiri. Konsistensi dalam sisi kepemimpinan ialah sesuatu yang mutlak.Entrepreneur harus berpikir bahwa ia juga bertanggung jawab untuk berani menegakkan konflik kewajiban dan kepentingan.
c. Nilai dan prinsip yang dianut harus diintegrasikan ke dalam kanal-kanal kegiatan penting perusahaan misalnya: inovasi perencanaan, alokasi sumber daya, komunikasi informasi dan kemajuan dan promosi personel.
d. Sistem dan struktur usaha harus mendukung dan menegakkan prinsip-prinsipnya. Sistem informasi, misalnya, harus didesain untuk memberikan informasi yang aktual dan akurat. Pelaporan hubungan bisnis juga harus disusun untuk membangun sebuah keseimbangan dalam praktik '*check and balance'* untuk meningkatkan penilaian objektif.
e. Para pegawai diseluruh bagian perusahaan harus memiliki ketrampilan, pengetahuan dan kompetensi pengambilan keputusan yang dibutuhkan untuk membuat keputusan yang etis setiap harinya. Pemikiran dan kesadaran terhadap etika selayaknya menjadi bagian dari keterampilan setiap pegawai yang bekerja dalam suatu perusahaan.[43]

Dalam menentukan sebuah kebijakan, perusahaan harus menentukan suatu kebijakan yang dapat diandalkan dalam proses bisnis, misalnya kebijakan merek. Pada awalnya merek hanyalah sebuah nama untuk membedakan dengan produk lain, tetapi pada perkembangan selanjutnya merek bisa menjadi nama yang dianggap mewakili sebuah objek, setelah itu merek dianggap sebagai simbol dan kemudian berkembang menjadi citra.

Merek merupakan sarana bagi perusahaan untuk mengembangkan dan memelihara loyalitas pelanggan. Merek menurut AAker adalah nama dan atau

[43] Lynn Sharp Paine, *Managing for Organizational Integrity*, (Harvard: Business Review Maret/ April 1994), 106-17

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

simbol yang bersifat membedakan (seperti sebuah logo cap atau kemasan) untuk mengidentifikasikan barang atau jasa dari seorang penjual atau kelompok penjual tertentu serta membedakannya dari barang atau jasa yang dihasilkan para pesaing.[44]

Perkembangan merek selanjutnya dipengaruhi oleh perubahan internal maupun eksternal. Merek adalah *indicator value* yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan. Merek merupakan asset yang menciptakan *value* dimana *value* sebagai *total get* atau semua manfaat yang didapat oleh pelanggan dibagi *total give* atau semua pengorbanan yang diberikan oleh pelanggan.

Citra sebuah merek bisa menurun. Hal ini haruslah diwaspadai oleh perusahaan. Kegagalan layanan *(service failure)* harus segera diimbangi dengan program perbaikan layanan (*service recovery program)* karena apabila pelanggan mengalami ketidakpuasan dalam penggunaan produk, maka mereka akan sangat mudah untuk berpaling ke pesaing .

Merek seperti halnya intangible asset yang lain memang sangat rapuh, merek harus dibangun dan dijaga dari waktu ke waktu tapi karena suatu peristiwa tertentu merek bisa amblas seketika. Perusahaan yang mempunyai ekuitas merek yang kuat bisa habis dalam satu malam.

Ada semacam ledakan *distructive* yang mampu memusnahkan bangunan merek tuntas hingga ke akar-akarnya. Sebuah merek bisa mati dikarenakan merek

[44] Susanto Himawan Wijanarko dalam O.P. Simorangkir, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Aksara Persada, 2004), 176

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

tersebut sudah tidak memiliki integritas dan kredibilitas. Inilah sisi gelap ekuitas merek.

Dalam penurunan sebuah merek Mannie Jackson dalam Kertajaya mempunyai tiga prinsip untuk menyelamatkan merek yang sudah terlanjur merosot yaitu :

a. Produk harus di *reinvented* supaya kembali relevan.
b. Konsumen harus menjadi pusat perhatian.
c. Organisasi harus dirombak agar benar-benar berorientasi bisnis.[45]

Dalam Kartajaya, selain tiga prinsip tersebut Mennie Jackson juga menerapkan prinsip Ed Spencer dalam menaikkan merek yang sedang merosot yaitu:

a. Ciptakan kultur tanggung jawab.
b. Pikirkan bagaimana memanfaatkan waktu.
c. Jangan puas dengan hasil tahun kemarin.
d. Lihatlah potensi orang lain.
e. Dan pikirkan selalu bahwa bos senatiasa bersama kita.
f. Merek yang sudah merosot bisa dihidupkan kembali asal berpegang pada visi yang jelas. [46]

Membangun suatu ekuitas merek yang kuat membawa seribu manfaat dan keuntungan. Yang paling jelas terlihat adalah harga bisa diatas rata-rata pesaing. Dengan memiliki ekuitas merek yang kuat perusahaan bisa lepas dari hukum dasar ekonomi yang menyebutkan bahwa harga di pasar akan turun seiring dengan naiknya penawaran, sebaliknya harga akan naik seiring dengan naiknya permintaan. Jadi harga terbentuk dari adanya keseimbangan antara

---

[45] Kartajaya Kerjaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula,. *Marketing Sharī'ah*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), 111
[46] Ibid, 115

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

penawaran dan permintaan. Perusahaan bisa mematok harga mengikuti kemampuan *value* yang perusahaan tawarkan kepada pelanggannya harga yang dipatok tidak lagi bergantung pada titik keseimbangan harga dalam kurva permintaan penawaran akibatnya perusahaan mampu menjadi *price maker* bukan *price taker*.

Apabila perusahaan sudah memiliki ekuitas merek yang kuat bisa melakukan perluasan merek, perusahaan bisa masuk ke pasar-pasar dan ceruk-ceruk baru untuk meningkatkan penghasilan perusahaan juga bisa menjadi perekat perusahaan dengan pelanggan, serta memiliki hubungan emosional bahkan spiritual dengan para pelanggannya.

Merek tidak bisa berdiri sendiri tanpa didukung upaya-upaya pemasaran yang efektif dan organisasi yang solid bahkan merek yang kuat bisa punya efek negatif yang akan menghancurkan merek itu sendiri kalau dukungan yang dibutuhkan untuk kesuksesannya tidak memadai[47].

3. Penentuan Strategi Bisnis

Menurut Ismail Nawawi, bahwa dalam mengelola dunia bisnis dengan baik sehingga timbul kemanfaatan dan kebahagiaan, oleh karena itu perlu dalam bisnis menentukan strategi untuk mencapai keberhasilan bisnis.

Strategi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Pengelolaan bisnis secara profesional. Salah satu cara bagaimana manusia dapat mengelola dan mengurus dunia adalah dengan "berusaha".
b. Strategi usaha dalam Islam berdasarkan uswatun hasanah. Dalam Islam, istilah usaha sudah tidak asing lagi melainkan sudah sangat popular. Salah

[47]Mahardi Brata (blogspot. com/2013/05/contoh-makalah-strategi-manajemen-dalam-membangun-merek.html), 31 Desember 2014

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

satu usaha dalam Islam adalah transaksi akad jual beli yang memperoleh keuntungan. Jadi, penerapannya adalah siapapun orang yang melakukan akad jual beli demi mencari keuntungan dapat dinamai "usaha".

c. Strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Alternatif dari menjadi pengikut dipasar besar adalah menjadi pemimpin dipasar kecil, atau relung pasar (*niche).* perusahaan kecil umumnya menghindari persaingan melawan perusahaan besar dengan mengincar pasar kecil yang tidak menarik perusahaan besar.
d. Stategi bisnis melalui merek. Pada awalnya merek hanyalah sebuah nama untuk membedakan, pada perkembangan selanjutnya merek bisa menjadi nama yang dianggap mewakili sebuah objek, setelah itu merek dianggap sebagai simbol dan kemudian berkembang menjadi citra.
e. Loyalitas pelanggan. kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasaan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen.[48]

Strategis pada umumnya adalah kompilasi dan penyebarluasan pernyataan misi. Aktivitas ini mendokumentasikan kerangka dasar organisasi dan mendefinisikan lingkup aktivitas yang hendak dijalankan oleh organisasi. Setelah itu, organisasi bersangkutan akan melakukan pemindaian[49] lingkungan untuk membangun keselarasan dengan pernyataan misi yang telah dibuat.

Pembentukan strategi adalah kombinasi dari tiga proses utama sebagai berikut di bawah ini.

a. Melakukan analisis situasi, evaluasi diri dan analisis pesaing: baik internal maupun eksternal, baik lingkungan mikro maupun makro.
b. Bersamaan dengan penaksiran tersebut, tujuan dirumuskan. Tujuan ini harus bersifat paralel dalam rentang jangka pendek dan juga jangka panjang. Maka disini juga termasuk didalamnya penyusunan pernyataan visi (cara pandang

[48] Ismail Nawawi, *Etika Bisnis Islam,* (Jakarta: VIV Press, 2013),71
[49] penataan

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

jauh ke depan dari masa depan yang dimungkinkan), pernyataan misi (bagaimana peran organisasi terhadap lingkungan publik), tujuan perusahaan secara umum (baik finansial maupun strategis), tujuan unit bisnis strategis (baik finansial maupun strategis), dan tujuan.

Ada tiga tingkatan strategi dibuat dalam organisasi yang lebih besar, yakni meliputi strategi perusahaan, bisnis, dan fungsional (atau operasional). Sementara strategi perusahaan akan menentukan bisnis apakah yang perusahaan akan benar-benar beroperasi disana, strategi bisnis akan menentukan bagaimana perusahaan akan bersaing di masing-masing bisnis yang telah dipilih. Dan strategi tingkat operasional akan menentukan bagaimana masing-masing bidang fungsional (seperti sumber daya manusia atau akuntansi) benar-benar akan mendukung strategi-strategi bisnis dan korporasi.

Semua strategi ini harus berkaitan erat untuk memastikan bahwa organisasi bergerak ke arah yang menyatu, hal ini berkaitan dengan:

a. Data dari pemantauan lingkungan ini kemudian digunakan untuk membuat rencana strategis bagi organisasi , yang kemudian dilaksanakan. Sebuah pepatah lama menyatakan bahwa "gagal dalam merencanakan sama dengan merencanakan untuk gagal". Jika sebuah organisasi tidak merencanakan arahnya, dia juga terbilang tidak mengambil kendali atas masa depannya.
b. Tahap implementasi melibatkan hampir semua anggota organisasi. Akibatnya, perusahaan akan perlu melibatkan lebih banyak karyawan dalam tahap perencanaan. Sementara perhatian historis lebih diberikan untuk tahap perencanaan, organisasi saat ini yang cerdik juga menyadari sifat kritis dari aspek pelak-sanaan. Rencana terbaik tak ada artinya jika implementasinya cacat.
c. Komponen terakhir dari manajemen strategis adalah evaluasi dan pemantauan kemajuan perusahaan ke arah sasaran strategisnya. Organisasi-organisasi yang meyakini bahwa proses terbilang selesai setelah rencana diimplementasikan adalah suatu kegagalan strategi,

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

artinya tidak cukup sampai disitu saja. Penting sekali bagi organisasi untuk terus memantau kemajuannya.[50]

Dari uraian pembahasan diatas untuk memudahkan pemilihan strategi dalam bisnis, maka teori yang dipakai dalam penelitian ini dibuatkan mapping di bawah ini pada tabel 2.2

Tabel: 2.2 Mapping Teori Etika Strategi Bisnis

No	Teori/judul	Variabel	Keterangan
1.	Kartajaya dan Sula (2004),	1. Ciptakan kultur tanggung jawab. 2. Pikirkan bagaimana memanfaatkan waktu 3. Jangan puas dengan hasil tahun kemarin, 4. Lihatlah potensi orang lain 5. Dan pikirkan selalu bahwa bos senatiasa bersama kita. 6. Merek yang sudah merosot bisa dihidupkan kembali asal berpegang pada visi yang jelas.	Strategi kultur usaha
2.	Ismail Nawawi, (2012)	1. Pengelolaan bisnis secara Profe-sional 2. Strategi Keusahawanan Islam berdasarkan uswatun hasanah. 3. Strategi Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen 4. Stategi Bisnis Melalui Merek 5. Loyalitas Pelanggan	Strategi loyalitas pelanggan

[50] Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Marketing Sharī'ah*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), 147

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

3.	James Brian Quinn (2005)	1. Memberikan arah pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan. 2. Membantu memikirkan kepenti-ngan berbagai pihak. 3. Dapat mengantisipasi setiap peru-bahan kembali secara merata. 4. Penciptaan kultur bisnis	Strategi efisiensi dan efektifitas

D. Urgensi Etika Bisnis Islam

Dalam kehidupan bisnis baik sebagai aktivitas maupun sebagai entitas, telah ada dalam sistem dan strukturnya yang "baku". Bisnis berjalan sebagai proses yang telah menjadi kegiatan manusia sebagai individu atau masyarakat untuk mencari keuntungan dan memenuhi keinginan dan kebutuhan hidupnya. Sementara itu, etika telah dipahami sebagai sebuah disiplin ilmu yang mandiri dan karenanya terpisah dari bisnis.

Etika adalah ilmu yang berisi patokan-patokan mengenai apa-apa yang benar atau yang salah, yang baik atau buruk, yang bermanfaat atau tidak. Dalam kenyataan itu bisnis dan etika dipahami sebagai dua hal yang terpisah bahkan tidak ada kaitannya. Jika pun ada malah dipandang sebagai hubungan negatif, dimana praktek bisnis merupakan kegiatan yang bertujuan mencapai laba sebesar-besarnya dalam situasi persaingan bebas. Sebaliknya etika bila diterapkan dalam dunia bisnis dianggap dapat mengganggu upaya mencapai tujuan bisnis.

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

Dengan demikian hubungan antara bisnis dan etika telah melahirkan hal yang problematis.

1. **Beberapa hal yang mendasari urgensi etika bisnis**

Penulis berasumsi bahwa suatu organisasi yang beretika, pasti merasa perlu untuk dapat mengadakan beberapa struktur yang dapat memeriksa dan mengawasi prilaku organisasi untuk mendorong organisasi kearah etika bisnis. Organisasi memiliki kode-kode sebagai alat etika perusahaan secara umum. Tetapi timbul pertanyaan," Dapatkah suatu organisasi mendorong tingkah laku etis pada pihak manajer-manajer pembuat kebijakan?"[51] Karena di benak para manajer yang terpenting adalah keuntungan. Sedangkan etika dinomorduakan.

Dari sudut pandang etika, keuntungan bukanlah hal yang buruk, bahkan secara moral keuntungan merupakan hal yang baik dan diterima. Karena pertama, secara moral keuntungan memungkinkan perusahaan bertahan (*survive)* dalam kegiatan bisnisnya. Kedua, tanpa memperoleh keuntungan tidak ada pemilik modal yang bersedia menanamkan modalnya, dan karena itu berarti tidak akan terjadi aktivitas ekonomi yang produktif dalam memacu pertumbuhan ekonomi.

Ketiga, keuntungan tidak hanya memungkinkan perusahaan survive melainkan dapat menghidupi karyawannya ke arah tingkat hidup yang lebih baik. Keuntungan dapat dipergunakan sebagai pengembangan (*expansi*) perusahaan sehingga hal ini akan membuka lapangan kerja baru. Dalam mitos bisnis amoral

[51] Laura Pincus Hartaman dalam O.P. Simorangkir, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Aksara Persada, 1999), 111.

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

diatas sering dibayangkan bisnis sebagai sebuah medan pertempuran. Terjun ke dunia bisnis berarti siap untuk betempur habis-habisan dengan sasaran akhir yakni meraih keuntungan, bahkan keuntungan sebesar-besarnya secara konstan. Ini lebih dikawatirkan lagi dalam bisnis global yang mengandalkan persaingan ketat. Pertanyaan yang harus dijawab adalah, apakah tujuan keuntungan yang dipertaruhkan dalam bisnis itu bertentangan dengan etika?. Atau sebaliknya apakah etika bertentangan dengan tujuan bisnis mencari keuntungan?. Masih relevankah kita bicara mengenai etika bagi bisnis yang memiliki sasaran akhir memperoleh keuntungan?.

Dalam mitos bisnis modern para pelaku bisnis dituntut untuk menjadi orang-orang profesional di bidangnya. Mereka memiliki keterampilan dan keahlian bisnis melebihi orang kebanyakan, ia harus mampu untuk memperlihatkan kinerja yang berada diatas rata-rata kinerja pelaku bisnis amatir. Yang menarik,bahwa kinerja ini tidak hanya menyangkut aspek bisnis, manajerial, dan organisasi teknis semata melainkan juga menyangkut aspek etika. Kinerja yang menjadi prasyarat keberhasilan bisnis juga menyangkut komitmen moral, integritas moral, disiplin, loyalitas, kesatuan visi moral, pelayanan, sikap mengutamakan mutu, penghargaan terhadap hak dan kepentingan pihak-pihak terkait yang berkepentingan*(stakeholders),*yang lama kelamaan akan berkembang menjadi sebuah etos bisnis dalam sebuah perusahaan.

Dalam kaitan ini, etika bisnis merupakan upaya untuk mencari jalan keluar atau paling tidak mengklarifikasi berbagai moral issues yang secara

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

spesifik muncul atau berkaitan dengan aktivitas bisnis tersebut. Dengan demikian prosesnya dimulai dari analisis terhadap *the nature and presuppositions of business* hingga berimplikasi sebagai prinsip-prinsip moral secara umum dalam upaya untuk mengidentifikasi apa yang "benar" di dalam berbisnis.

Pendekatan etika bisnis merupakan proses mengidentifikasi dan menjelaskan berbagai aktivitas manusia dengan berpedoman pada tujuan di dalam melakukan sesuatu aktivitas. Artinya di dalam penilaian etika bisnis pemahaman terhadap "tujuan" dari suatu aktivitas akan sangat menentukan baik atau tidaknya *(goodness)* aktivitas tersebut. Etika bisnis menurut Hartman adalah bisnis yang tidak sekedar menyinggung nilai/masalah kebajikan *(virtue),* melainkan juga perlunya mempertimbangkan karakter secara menyeluruh.[52]Dari perspektif moral, mempelajari karakter, membuat seseorang bisa menjadi manajer yang lebih baik, yang dapat mendorong kecenderungan paling tidak dengan mempertimbangkan bahwa perusahaan yang baik tidak akan menempatkan pekerjanya dalam kondisi ketidakberuntungan.

Namun demikian, Hartman juga menawarkan bahwa etika bisnis tidak sekedar membincangkan masalah *virtue* semata, akan tetapi lebih menekankan kepada aspek karakter. Orang dengan karakter yang kuat bertindak menurut komitmen dan nilai-nilai meskipun menghadapi tekanan dan godaan. Karakter paling kuat adalah kondisi dimana tidak ada konflik antara nilai-nilai dan dorongan sesaat.

---

[52] Hartman dalam Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana, *Total Quality Manajemen. Edisi Revisi.* (Yogyakarta: Andy, 2003), 171

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

Sementara menurut Dalimunthe dalam Kertajaya, Etika merupakan rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat yang akan dapat membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji (*good conduct*) yang harus selalu dipatuhi dan dilaksanakan.[53] Mencermati secara mendalam terhadap makna etika bisnis, maka pendekatan ini sangat krusial dalam perkembangan dunia ekonomi, mengingat sudah banyak fakta membuktikan bahwa pelaksanaan hukum ekonomi dalam dunia usaha acapkali tidak mengindahkan pentingnya penerapan etika.

Fakta ini umumnya dipengaruhi oleh prinsip ekonomi yang bebas nilai. Argumentasi ini diperkuat dengan asumsi bahwa pasar yang kompetitif tidak akan pernah menjadikan aspek moral sebagai pertimbangan penting, melainkan aspek produksi dan efisiensi lah yang menjadi aspek krusial. Sebagaimana dikutip oleh Sethi, Baumol dalam Kertajaya mengatakan bahwa pada dasarnya pengusaha akan senantiasa mengikuti kepentingan individu mereka ketika menjalankan aktivitas produksinya, sebaliknya *perfect markets* akan mengalami apa yang disebut sebagai *highly imperfect markets* manakala *moral conducts* menjadi dasar penting dalam menjalankan usahanya.[54]

Hal ini sangat beralasan mengingat seperti apa yang dikatakan oleh Sethi bahwa pasar yang ideal tidak akan memberikan ruang yang cukup bagi pengusaha untuk melakukan aktivitas sukarela *(voluntary activities)* di luar apa yang

---

[53]Kertajaya Hermawan dan Muhammad Syakir Sula,. *Marketing Sharī'ah*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), 181

[54] Ibid, 190

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

menjadi kewajibannya dan apa yang kebanyakan kelompok anjurkan untuk melakukannya, sebab hal ini akan beresiko terhadap kenaikan pengeluaran atau bertambahnya *cost* yang lebih tinggi.

Urgensi Etika dalam Bisnis terkait dengan seberapa penting etika dalam bisnis, maka dapat dijelaskan di sini bahwa, etika tidak kalah penting untuk bisa mendorong manusia yang beprofesi sebagai pelaku usaha/pebisnis dan sejenisnya, agar menjalankan usaha yang dikembangkannya dengan cara-cara yang baik (tidak melanggar norma serta aturan yang ada) baik bagi lingkungan kerja maupun masyarakat secara umum.[55]

Di sini pengusaha atau para pemilik modal dituntut tidak sekedar harus mempunyai komitmen untuk menjalankan bisnisnya sesuai dengan aturan main yang ada, akan tetapi mempunyai tanggungjawab moral dan sosial terhadap lingkungan kerja dan sekitarnya. Lebih tepatnya, usaha yang dikembangkan pelaku usaha dalam bidang apapun tidak serta merta hanya memikirkan keuntungan semata, melainkan bisa membawa nilai manfaat bagi pekerja dan masyarakat.

Menurut Dalimunthe dalam Kertajaya menciptakan etika bisnis perlu memperhatikan beberapa hal antara lain yaitu pengendalian diri, pengembangan tanggung jawab sosial, mempertahankan jati diri, menciptakan persaingan yang sehat, menerapkan konsep pembangunan tanggung jawab sosial, menerapkan konsep pembangunan yang berkelanjutan, menghindari sikap 5K (katabelece,

---

[55] Ismail Nawawi, *Etika Bisnis Islam* , (Jakarta, VIV Press, 2013)171

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

kongkalikong, koneksi,kolusi, dan komisi) mampu mengatakan yang benar itu benar, dan lain sebagainya.[56] Dalam kaitan ini, etika bisnis sangat diperlukan dalam menerapkan dan menciptakan iklim usaha yang kompetitif, dinamis, dan harmonis. Iklim usaha yang kompetitif tidak hanya berlandaskan kepada asumsi terhadap peningkatan produksi sebanyak-banyaknya *(more supply)* dengan menerapkan harga barang dan jasa semurah-murahnya *(lower price).*

Namun demikian, bagaimana pelaku usaha bisa menjalankan usahanya berlandaskan pada nilai-nilai moral yang menekankan kepada pentingnya memahami dampak dari setiap aktivitas yang dijalankannya terhadap pekerja dan lingkungannya. Penting dicatat bahwa dalam dunia usaha, aspek moral acapkali dikesampingkan sebab mayoritas pelaku ekonomi (pebisnis) selalu mengacu kepada tujuan ekonomi yang umumnya adalah berlandaskan kepada bagaimana mereka mampu memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya.

Jika kondisi ini terus dibiarkan, maka pada gilirannya menyebabkan banyak sekali pengusaha mengabaikan kepentingan-kepentingan pekerja serta masyarakat luas, sebab paradigma yang dipakai adalah bagaimana dengan usaha yang dijalankannya tersebut, mereka bisa meraup keuntungan yang sebesar-besarnya, tanpa memikirkan hak-hak pekerja, serta dampak yang ditimbulkan dari usahanya bagi masyarakat secara menyeluruh.

Konsep inilah yang pada akhirnya menimbulkan banyaknya praktik-praktik yang melanggar etika dalam bisnis seperti kolusi, korupsi dan nepotisme,

---

[56] Kerjaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula,*Marketing Sharī'ah*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), 200

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

perburuan rente, penindasan terhadap pekerja oleh majikan atau pemilik modal, upah buruh yang rendah dan sejenisnya. Bisnis yang dijalankan dengan cara seperti ini tampak jelas semakin jauh dari rasa keadilan terutama bagi pekerja. Praktik-praktik semacam ini jelas mengganggu jalannya proses produksi, merusak kompetisi, dan lain-lain sebab tidak hanya relasi antara pengusaha dan pekerja yang kemudian menemukan masalah atau kendala, tetapi juga timbulnya kerusakan lingkungan karena adanya ketidakseimbangan dalam berusaha. Dalam konteks ini, etika berperan sebagai pengendali bagi pelaku usaha dan pekerja untuk senantiasa menjaga hak dan kewajibannya sesuai dengan rambu-rambu yang telah disepakati sebagai sebuah konsensus bersama.

Dalam hal ini, Ismail Nawawi memberikan penjelasan secara rinci bahwa etika harus senantiasa mengacu kepada hal-hal sebagai berikut:

a. Pengendalian diri. Pelaku bisnis yang menerapkan etika adalah mereka yang mampu mengendalikan diri untuk tidak memperoleh apapun dari siapapun dan dalam bentuk apapun. Pelaku bisnis tidak mendapatkan keuntungan dengan jalan main curang dan menekan pihak lain dan menggunakan keuntungan dengan jalan main curang dan menakan pihak lain dan menggunakan keuntungan tersebut walaupun keuntungan itu merupakan hak bagi pelaku bisnis, tetapi penggunaannya juga harus memperhatikan kondisi masyarakat sekitarnya.
b. Pengembangan tanggungjawab sosial *(social responsibility).* Pelaku bisnis disini dituntut untuk peduli dengan keadaan masyarakat, bukan hanya dalam bentuk "uang" dengan jalan memberikan sumbangan, melainkan lebih kompleks lagi. Sebagai contoh kesempatan yang dimiliki oleh pelaku bisnis untuk menjual pada tingkat harga yang tinggi sewaktu terjadinya *excess demand* harus menjadi perhatian dan kepedulian bagi pelaku bisnis dengan tidak memanfaatkan kesempatan ini untuk meraup keuntungan yang berlipat ganda. Dalam keadaan *excess demand* pelaku bisnis harus mampu mengem-bangkan dan memanifestasikan sikap tanggung jawab terhadap masyarakat sekitarnya. Ketiga, mempertahankan jati diri dan tidak mudah untuk terombang-ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi. Bukan berarti etika bisnis anti perkembangan informasi dan teknologi, tetapi informasi dan teknologi itu harus dimanfaatkan untuk meningkatkan kepedu-lian bagi

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

golongan yang lemah dan tidak kehilangan budaya yang dimiliki akibat adanya tranformasi informasi dan teknologi.

c. Menciptakan persaingan yang sehat. Persaingan dalam dunia bisnis perlu untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas, tetapi persaingan tersebut tidak memati-kan yang lemah, dan sebaliknya, harus terdapat jalinan yang erat antara pelaku bisnis besar dan golongan menengah kebawah, sehingga dengan perkem-bangannya perusahaan besar mampu memberikan *spread effect* terhadap perkembangan sekitarnya. Untuk itu dalam menciptakan persaingan perlu ada kekuatan-kekuatan yang seimbang dalam dunia bisnis tersebut.
d. Menerapkan konsep "pembangunan berkelanjutan". Dunia bisnis seharusnya tidak memikirkan keuntungan hanya pada saat sekarang, tetapi perlu memikirkan bagaimana dengan keadaan dimasa mendatang. Berdasarkan ini jelas pelaku bisnis dituntut tidak meng-"*ekspoitasi*" lingkungan dan keadaan saat sekarang semaksimal mungkin tanpa mempertimbangkan lingkungan dan keadaan dimasa datang walaupun saat sekarang merupakan kesempatan untuk memperoleh keuntungan besar.
e. Menghindari sifat 5K (katabelece, kongkalikong, koneksi, kolusi dan komisi). Jika pelaku bisnis sudah mampu menghindari sikap seperti ini, tidak akan terjadi lagi apa yang dinamakan dengan korupsi, manipulasi dan segala bentuk permainan curang dalam dunia bisnis ataupun berbagai kasus yang mencemarkan nama bangsa dan negara. Etika bisnis dalam pandangan Islam.[57]

Dari perspektif Islam, etika bisnis merupakan problem yang menjadi perhatian penting terutama berkaitan dengan tata cara masyarakat muslim berbisnis. Sebagai sumber nilai, Islam mengatur bagaimana ketika seorang muslim menjalankan bisnisnya agar terhindar dari apa yang dilarang dalam aturan agama.

Ada beberapa aspek terkait dengan bagaimana Islam memandang etika dalam bisnis. Islam mengajarkan agar dalam berbisnis, seorang muslim harus senantiasa berpijak kepada aturan yang ada dalam agama, utamanya bagaimana pengusaha tidak hanya memikirkan kepentingan sendiri, namun juga bisa

[57]Ismail Nawawi, *Etika Bisnis Islam* , (Jakarta: VIV Press, 2013), 97

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

membina hubungan yang harmonis dengan konsumen atau pelanggan, serta mampu menciptakan suasana saling meriḍoi dan tidak ada unsur eksploitasi.

2. Lingkup Aktivitas Bisnis Korporasi

Korporasi adalah tempat berlangsungnya proses produksi, konsumsi dan distribusi. Hal ini juga sekaligus menunjukkan bahwa perusahaan adalah pelaku ekonomi yang berperan sebagai produsen. Untuk memberikan pemahaman lebih lanjut tentang bisnis secara operasional dikemukakan pendapat Haney, ia mengemukakan bahwa, bisnis adalah aktivitas manusia yang dihubungkan dengan produksi ataupun memperoleh kekayaan melalui pembelian dan penjualan barang.

Pengertian Bisnis lebih lanjut dibatasi oleh Peterson dan Plowman yang menjelaskan bahwa bisnis merupakan serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan penjualan ataupun pembelian barang dan jasa yang secara konsisten berulang.[58] Menurutnya, penjualan jasa ataupun barang yang hanya terjadi satu kali saja bukan merupakan pengertian dari bisnis, menurut Urwick dan Hunt bahwa bisnis adalah segala perusahaan yang membuat, produksi, konsumsi dan mendistribusikan, ataupun menyediakan segala barang ataupun jasa yang dibutuhkan oleh anggota masyarakat lainnya serta bersedia dan mampu untuk membeli atau membayarnya.[59]

---

[58] Peterson dan Plowman Peterson dan Plowman dalam Suyadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Modern Studi Kasus Indonesia dan Analisis Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002), 275

[59] Gulick, Luther, and Lyndall Urwick, eds.,*Papers on the Science of Administration*, (Berlin: Routledge, 2012), 37.

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

Produksi adalah kegiatan yang menciptakan, mengolah, mengupayakan pelayanan, menghasilkan barang dan jasa atau usaha untuk meningkatkan suatu benda agar menjadi lebih berguna bagi kebutuhan manusia. Orang atau badan yang mengolah, menciptakan, dan menghasilkan barang atau jasa disebut sebagai produsen.

Konsumsi adalah kegiatan menggunakan, memakai, dan menghabiskan barang dan jasa atau dengan kata lain merupakan kegiatan mengurangi atau menghabiskan kegunaan suatu barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan hidup. Orang atau badan yang menggunakan barang dan jasa disebut sebagai konsumen. Barang-barang yang dapat langsung digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup disebut sebagai barang konsumsi.

Distribusi adalah kegiatan menyalurkan barang hasil produksi dari tempat penghasil barang (produsen) ke tempat pemakai barang (konsumen) dengan cara jual beli. Orang atau badan yang bertugas menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen disebut sebagai distributor.

Ketiga kegiatan tersebut mempunyai keterkaitan dan ketergantungan. Kegiatan produksi tidak akan berjalan sebagaimana mestinya tanpa kegiatan distribusi. Kegiatan distribusi tidak mungkin ada jika tidak ada barang yang diproduksi dan tidak ada yang mengkonsumsi barang. Kegiatan konsumsi tidak mungkin ada jika tidak ada barang dan tidak ada yang mendistribusikannya.

Perusahaan atau yang biasa disebut sebagai perseroan adalah sebuah bentuk kerjasama antara dua orang atau lebih dalam bidang usaha bisnis dengan

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

tujuan profit (keuntungan). Dan bisnis dengan tujuan profit adalah keniscayaan didalam kehidupan ini, sebab dengan cara itulah manusia mampu mengembangkan hartanya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Pengertian bisnis menurut Merriam Webster adalah suatu aktivitas pembuatan, pembelian atau penjualan barang dan jasa yang kemudian dipertukarkan dengan uang, kerja atau aktivitas yang merupakan bagian dari pekerjaan, Jumlah aktivitas yang telah diselesaikan oleh sebuah toko, perusahaan, pabrik dan lain-lain. Ada beberapa karakteristik dari bisnis yaitu:

a. Sebuah institusi atau lembaga ataupun organisasi ekonomi dan sosial *"An economic and social institution".*
b. Berurusan dengan barang-barang dan jasa untuk memenuhi keinginan manusia *"Dealings in goods andservicesto satisfy human wants".*
c. Untuk mencari profit/keuntungan.
d. Menciptakan utiliti.
e. Menetapkan harga.
f. Dalam skala reguler dan dasar yang berlanjut.
g. Selalu ada kemungkinan untuk loss atau merugi.
h. Harus dapat tumbuh dan berkembang untuk dapat survive.[60]

Hughes dan Kapoor dalam Kertajaya beliau mengartikan bisnis adalah aktifitas melalui penyediaan barang dan jasa bertujuan untuk menghasilkan profit (laba). Suatu perusahaan dikatakan menghasilkan laba apabila total penerimaan pada suatu periode *(Total Revenues)* lebih besar dari total biaya *(Total Costs)* pada periode yang sama. Laba merupakan daya tarik utama untuk melakukan

[60]Ismail Nawawi, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: VIV Press, 2013), 121

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, sehingga melalui laba pelaku bisnis dapat mengembangkan skala usahanya untuk meningkatkan laba yang lebih besar.[61]

Berdasarkan dari beberapa pendapat para ahli atau pakar, saya mencoba mencoba menyimpulkan bahwa bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan baik oleh individu maupun sekelompok orang dalam suatu organisasi untuk menciptakan nilai *(value)* melalui produksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta memperoleh keuntungan melalui transaksi atau jual beli.

Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa bisnis mempunyai ciri-ciri sebagai berikut, yaitu :

a. Merupakan kegiatan individu atau kelompok.
b. Terorganisasi (adanya manajemen).
c. Memproduksi barang atau jasa.
d. Menciptakan nilai.
e. Produksi dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.
f. Melakukan transaksi atau pertukaran
g. Mendapatkan laba (keuntungan) dari kegiatannya.[62]

Dari ciri-ciri tersebut diatas, apakah yang dilakukan oleh kawan saya yang berjualan pulsa handphone serta jasa perantara pembayaran listrik, telpon, pam dan lain-lain bisa dikatakan sebagai bisnis?. Jelas ia memperlihatkan hampir semua ciri-ciri tersebut diatas. Namun bagaimana dengan ciri kedua, yaitu adanya manajemen. Terus terang saya lupa menanyakan hal ini kepada kawan saya karena saya kemudian asyik dengan peluang prospek "bisnis" tersebut di

---

[61]Kartajaya Kerjaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula,.*Marketing Sharī'ah*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), 277

[62]Hughes dan Kapoor (2011) https://thepradjna.wordpress.com/2011/10/28/definisi-bisnis/, 27 Januari 2015

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

komplek perumahan, apalagi jika jenis barang atau jasanya ditambah dengan gas dan aqua galon. Yang jelas kegiatan tersebut termasuk kegiatan bisnis walau kurang sempurna.

3. Urgensi etika bisnis pada aktivitas bisnis

Dalam pandangan ekonomi Islam, motivasi produsen semestinya sejalan dengan tujuan produksi dan tujuan kehidupan produsen itu sendiri. Jika tujuan produksi itu adalah menyediakan kebutuhan material dan spiritual untuk menciptakan mashlahah, maka motivasi produsen tentu saja juga mencari mashlahah, dimana hal ini juga sejalan dengan tujuan kehidupan seorang muslim.

Kegiatan produksi dan konsumsi merupakan satu kesatuan yang saling berkait satu dengan lainnya. Kegiatan produksi harus sepenuhnya sejalan dengan kegiatan konsumsi. Tujuan kegiatan produksi adalah menyediakan barang dan jasa yang memberikan mashlahah bagi konsumen yang diwujudkan dalam pemenuhan kebutuhan manusia.[63]

a. Produksi

Nilai-nilai Islam yang relevan dengan produksi dikembangkan dari tiga nilai utama dalam ekonomi Islam, yaitu khilafah, adil dan takaful.

Secara lebih rinci nilai-nilai Islam dalam produksi meliputi, yaitu :

1) Berwawasan jangka panjang, yaitu berorientasi kepada tujuan akhirat.

[63]Ismail Nawawi, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: VIV, 2013), 129

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

2) Menepati janji dan kontrak.
3) Memenuhi takaran, ketepatan, kelugasan, dan kebenaran.
4) Berpegang teguh kepada kedisiplin dan dinamis.
5) Memuliakan prestasi/produktivitas.
6) Mendorong ukhuwah antar sesama pelaku ekonomi.
7) Menghormati hak milik individu.
8) Adil dalam bertransaksi.
9) Mengikuti syarat dan rukun sah akad/transaksi.
10) Memiliki wawasan sosial.
11) Pembayaran upah tepat waktu dan layak.
12) Menghindari jenis dan proses produksi yang diharamkan dalam Islam.[64]

Nilai dan prinsip pokok dalam produksi pada suatu korporasi adalah sebagai berikut :

1) Amanah untuk mewujudkan mashlahah

2) Profesionalisme

3) Pembelajaran sepanjang waktu untuk efisiensi.

Manusia sebagai faktor produksi, dalam pandangan Islam, harus dilihat dalam konteks fungsi manusia secara umum yakni sebagai khalifah Allah dimuka bumi. Sebagai makhluk Allah yang paling sempurna, manusia memiliki unsur rohani dan unsur materi yang keduanya saling melengkapi.

Prinsip-prinsip nilai produksi dalam ekonomi bisnis Islam adalah sebagai berikut, yaitu:

1) Tugas manusia di muka bumi sebagai khalifah Allah adalah memakmurkan bumi dengan ilmu dan amalnya.
2) Islam selalu mendorong kemajuan dibidang produksi. Menurut Yusuf Qardhawi, Islam membuka lebar penggunaan metode ilmiah yang didasarkan pada penelitian, eksperimen dan perhitungan. Akan tetapi Islam tidak membenarkan penuhanan terhadap hasil karya ilmu pengetahuan dalam arti melepaskan dirinya dari Al-Qur'an dan Al-Hadis.

[64]Ibid, 131

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

3) Teknik produksi diserahkan kepada keinginan dan kemampuan manusia.
4) Dalam berinovasi dan bereksperimen, pada prinsipnya Islam menyukai kemudahan, menghindari mudharat dan memaksimalkan manfaat.[65]

Kaidah-kaidah berproduksi dalam ekonomi bisnis Islam antara lain sebagai berikut, yaitu:

1) Memproduksi barang dan jasa yang halal pada setiap tahapan produksi.
2) Mencegah kerusakan di muka bumi, termasuk membatasi polusi, memelihara keserasian, dan ketersediaan sumber daya alam.
3) Produksi dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan individu dan masyarakat serta mencapai kemakmuran.
4) Produksi dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari tujuan kemandirian umat.
5) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia baik kualitas spiritual maupun mental dan fisik.[66]

Dalam Islam menurut Yusuf Qhardawi, perilaku produksi tidak hanya menyandarkan pada kondisi permintaan pasar, melainkan juga berdasarkan pertimbangan kemaslahatan. [67]

b. Konsumsi

Azas Sharī'ah dalam berkonsumsi ditentukan sebagai berikut di bawah ini, yaitu:

1) Azas maslahat dan manfaat. Membawa maslahat dan manfaat bagi jasmani dan rohani dan sejalan dengan nilai maqasid sharī'ah. termasuk dalam hal ini kaitan konsumsi dengan *halal* dan *thoyyib.*
2) Azas kemandirian: Ada perencanaan, ada tabungan, dan menghindarkan diri dari berhutang karena berhutang adalah kehinaan. Dan manusia harus

[65]Ibid, 137
[66]Ibid, 139
[67]Yusuf Qhardawi., *Dārul Qiyām Wa al Aḥlaq fī Iqtiṣādi al Islam* (Kairo Mesir: Maktabah Wahbah, 1995), 175-178.

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

jauhkan dari kegundahan dan kesedihan, kelemahan kebodohan dan kebakhilan, serta tekanan orang lain.

3) Azas kesederhanaan : Bersifat qanaah, tidak mubazir. "Orang-orang yang beriman, janganlah haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan baginya, dan janganlah melampaui batas.
4) Azas sosial: Anjuran berinfaq. Konsumen muslim memiliki keunggulan bahwa mereka dalam memenuhi kebutuhannya tidak sekadar memenuhi kebutuhan individual (materi), tetapi juga memenuhi kebutuhan sosial (spiritual).[68]

Konsumen muslim ketika mendapatkan penghasilan rutinnya, baik mingguan, bulanan, ataupun tahunan, ia tidak berpikir pendapatan yang sudah diraihnya itu harus dihabiskan untuk dirinya sendiri, karena mereka sadar bahwa ia hidup untuk mencari riḍa Allah, sebagian pendapatannya dibelanjakan di jalan Allah *(fi sabilillah).* Dalam perilaku konsumen muslim harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah (*ḥablun min al Allah*) dan manusia (*ḥablun min al nas*). Konsep inilah yang tidak kita dapati dalam ilmu perilaku konsumen konvensional. Selain itu, yang tidak kita dapati pada kajian perilaku konsumsi dalam perspektif ilmu ekonomi konvensional adalah adanya saluran penyeimbang dari saluran kebutuhan individual yang disebut dengan saluran konsumsi sosial[69].

Selanjutnya Ismail Nawawi mengemukakan pendapat Imam Shatibi menggunakan istilah 'maslahah', yang maknanya lebih luas dari sekadar *utility* atau kepuasan dalam terminologi ekonomi konvensional. Maslahah merupakan tujuan hukum syara' yang paling utama.[70]Menurut Imam Shatibi, maslahah adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini. Ada lima elemen

[68]Ismail Nawawi, *Etika Bisnis Islam,* (Jakarta: VIV, 2013), 161
[69]Ibid, 2013, 168
[70]Ibid, 172

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

dasar menurut beliau, yakni: kehidupan atau jiwa *(al-nafs),*properti atau harta benda *(al-mal),* keyakinan *(al-din),* intelektual *(al-aql),* dan keluarga atau keturunan *(al-nasl).* Semua barang dan jasa yang mendukung tercapainya dan terpeliharanya kelima elemen tersebut di atas pada setiap individu, itulah yang disebut maslahah.

Manusia mencapai dan memelihara kesejahteraannya menurut Imam Shatibi dalam Ismail Nawawi menggunakan istilah 'maslahah', yang maknanya lebih luas dari sekadar *utility* atau kepuasan dalam terminologi ekonomi konvensional. Maslahah merupakan tujuan hukum syara' yang paling utama.[71]

Sifat-sifat maslahah bisnis dikemukakan sebagai berikut di bawah ini, yaitu:

1) Maslahah bersifat subyektif dalam arti bahwa setiap individu menjadi hakim bagi masing-masing dalam menentukan apakah suatu perbuatan merupakan suatu maslahah atau bukan bagi dirinya. Namun, berbeda dengan konsep utility, kriteria maslahah telah ditetapkan oleh sharī'ah dan sifatnya mengikat bagi semua individu. Misalnya, bila seseorang mempertimbangkan bunga bank memberi maslahah bagi diri dan usahanya, namun sharī'ah memahami bahwa konsumsi secara Islami telah menetapkan keharaman bunga bank, maka penilaian individu tersebut menjadi gugur.
2) Maslahah orang per orang tidak akan mengurangi maslahah orang banyak. Konsep ini sangat berbeda dengan konsep *pareto optimum*, yaitu keadaan optimal dimana seseorang tidak dapat meningkatkan tingkat kepuasan atau kesejahteraannya tanpa menyebabkan penurunan kepuasan atau kesejahteraan orang lain.
3) Konsep maslahah mendasari semua aktivitas ekonomi dalam masyarakat, baik itu produksi, konsumsi, maupun dalam pertukaran dan distribusi. [72]

Dengan demikian seorang individu muslim akan memiliki dua jenis pilihan, yaitu:

---

[71]Ibid,, 176
[72]Ibid, 191

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

1) Berapa bagian pendapatannya yang akan dialokasikan untuk maslahah jenis pertama(maslahah individu) dan berapa untuk maslahah jenis kedua(maslahah masyarakat).
2) Bagaimana memilih di dalam maslahah jenis pertama, berapa bagian pendapatannya yang akan dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan kehidupan dunia dan berapa bagian untuk kebutuhan akhirat.

Pada tingkat pendapatan tertentu, konsumen muslim, memilih alokasi untuk hal-hal yang menyangkut akhirat. Mereka mengkonsumsi barang lebih sedikit daripada non-muslim. Hal yang membatasinya adalah konsep maslahah tersebut diatas. Tidak semua barang dan jasa yang memberikan kepuasan atau *utility* mengandung maslahah didalamnya, sehingga tidak semua barang dan jasa dapat dan layak dikonsumsi oleh seorang muslim.

Dari paparan diatas, lalu bagaimana sesungguhnya aplikasi teori perilaku konsumen Islami?. Mari kita cermati nasihat sahabat Abu Bakar Al Ṣiddiq,"Sesungguhnya aku membenci penghuni rumah tangga yang membelanjakan atau menghabiskan bekal untuk beberapa hari, dalam satu hari saja". Kalau saja nasehat itu datang dari seseorang yang miskin, kita boleh saja mengabaikannya. Lain halnya bila nasehat itu datang dari seorang sekaya Abu Bakar[73].

c. Distribusi pendapatan

[73]Ibid 191

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

Distribusi pendapatan menyangkut penyaluran pendapatan untuk para pemilik sumber daya. Misalnya sewa tanah untuk para pemilik tanah dan laba pengusaha untuk para pengusaha. Fungsi distribusi adalah untuk menyalurkan barang atau jasa sehingga sampai ke tangan konsumen atau yang membutuhkannya,sehingga dapat membantu produsen dan konsumen sekaligus.

Konsep distribusi adalah setiap kegiatan menyalurkan barang dan jasa dari produsen (penghasil) ke tangan konsumen (pemakai) atau yang membutuhkannya[74]. Contoh kegiatan distribusi diantaranya kegiatan jual beli atau pemasaran, pengangkutan. dan pembagian jatah dari pemerintah. Dengan tersalurnya barang atau jasa tersebut, maka baik produsen maupun konsumen memperoleh kemudahan dan keuntungan demi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sistem distribusi adalah cara-cara yang dilakukan dalam menyalurkan barang dan jasa sehingga sampai ke tangan yang memerlukannya[75].

Distribusi pendapatan juga berfungsi sebagai sarana pembagian penghasilan di dalam masyarakat. Dalam proses produksi, para pemilik faktor produksi[76] akan menerima imbalan seharga faktor produksi yang disumbangkan dalam proses produksi. Imbalan ini datang dari para konsumen sebagai penghargaan atas barang yang dibeli. Dalam proses distribusi pendapatan ini, akan terjadi siklus (perputaran) status. Pada suatu saat seseorang akan berstatus

[74]Ibid 191
[75]Ibid, 196
[76] Faktor produksi adalah menyangkut tanah,modal,organisasi dan tenaga kerja

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

sebagai konsumen yang harus membayar harga barang, akan tetapi pada saat lain akan menjadi penyedia faktor modal, tenaga kerja, sumber alam, atau faktor keahlian, sehingga pada saat tertentu akan menerima bagian pendapatan dan pada saat lain akan membayar harga barang.

Distribusi pendapatan menyangkut penyaluran pendapatan untuk para pemilik sumber daya. Misalnya sewa tanah untuk para pemilik tanah dan laba pengusaha untuk para pengusaha.

Distribusi pendapatan adalah konsep yang lebih luas dibandingkan dengan konsep kemiskinan karena cakupannya tidak hanya menganalisa populasi yang berada di bawah garis kemiskinan. Kebanyakan dari ukuran dan indikator yang mengukur tingkat distribusi pendapatan tidak tergantung pada rata-rata distribusi, oleh karena itu membuat ukuran distribusi pendapatan adalah dengan mempertimbangkan dalam menggambarkan tingkat kesejahteraan.

Masalah utama dalam distribusi pendapatan sebuah daerah adalah ketidakmerataan pendapatan antar kelompok masyarakat dalam daerah tersebut, oleh karenanya sering juga disebut tingkat ketidakmerataan atau kesenjangan *(inequality).*

Menurut Warren J. Keegan dalam Ismail Nawawi, bahwa saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri.[77]

[77]Ibid, 197

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

Menurut Philip Kotler ,bahwa saluran distribusi adalah sekelompok perusahaan atau perseorangan yang memiliki hak pemilikan atas produk atau membantu untuk memindahkan hak kepemilikan produk atau jasa ketika akan dipindahkan dari produsen ke konsumen.[78]

Selanjutnya Kotler, menjelaskan bahwa saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi.[79]

Ketidakmerataan distribusi pendapatan tersebut diakibatkan banyak hal terutama:

1) Perbedaan dalam hal kepemilikan faktor-faktor produksi terutama stok modal *(capital stock)* antar kelompok masyarakat. Teori Neo-Klasik menjelaskan bahwa ketidakmerataan distribusi pendapatan yang diakibatkan oleh kepemilikan faktor capital stock ini secara otomatis dapat diperbaiki oleh upaya pelimpahan dari pendapatan pemilik modal yang berlebih kepada pihak yang kekurangan. Bila mekanisme tidak dapat berjalan secara otomatis maka teori Keynesian mengandalkan peranan pemerintah dalam melakukan subsidi pada pihak yang kekurangan dan tentunya mutlak diperlukan pula kebijakan pemerintah dalam upaya redistribusi pendapatan.
2) Ketidaksempurnaan mekanisme pasar *(market failure)* yang menyebabkan tidak terjadinya mekanisme persaingan sempurna. Tidak berjalannya

[78] Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas,* (Jakarta: Indeks , 2007), 131
[79] Ibid, 140

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

mekanisme persaingan ini karena: (1) perbedaan kepemilikan faktor produksi (sebagaimana telah dijelaskan), (2) timpangnya akses informasi, (3) intervensi pemerintah, serta (4) keterkaitan antara pelaku ekonomi dengan pihak pemerintah yang kemudian mendistorsi pasar (biasanya kebijakan pemerintah dalam satu kebijakan tentang perlindungan industri tertentu).

Dalam proses produksi, masing-masing penyedia faktor produksi akan menerima imbalan jasa sebagai berikut.

1) Pemilik faktor sumber alam berupa tanah akan menerima sewa tanah.
2) Pemilik faktor tenaga kerja akan menerima upah kerja.
3) Pemilik modal akan menerima bunga modal.
4) Pengusaha akan menerima laba usaha.

Dengan proses produksi inilah masing-masing penyedia faktor produksi akan menerima bagian dari distribusi pendapatan. Besar kecilnya pendapatan yang diterima oleh masing-masing penyedia faktor produksi tergantung pada besar kecilnya jasa yang disumbangkan dalam proses produksi.

Distribusi pendapatan ditinjau dan sistem perekonomian dibagi menjadi tiga macam, yaitu sebagai berikut.

1) Distribusi pendapatan sistem *liberalis*, yaitu pembagian pendapatan yang ditentukan oleh hukum permintaan dan penawaran, dalam hal ini pemerintah tidak ikut campur.
2) Distribusi pendapatan sistem *sosialis,* yaitu pembagian pendapatan bagi masyarakat yang ditentukan pihak pemerintah.

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

3) Distribusi pendapatan sistem campuran, yaitu pendistribusian yang ditentukan berdasarkan mekanisme harga di pasar dan oleh pemerintah. Yang jenis ketiga ini yang sesuai dengan harapan Islam.

Distribusi pendapatan menyangkut penyaluran pendapatan untuk para pemilik faktor produksi adalah sewa tanah untuk para pemilik tanah dan laba pengusaha untuk para pengusaha.

Jenis-jenis sistem distribusi secara umum dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu distribusi barang dan jasa, dan distribusi pendapatan. Distribusi barang menyangkut penyaluran dan penyebaran barang-barang melalui berbagai saluran dari produsen ke konsumen. Agar distribusi dapat berjalan, maka diperlukan lembaga saluran distribusi, antara lain sebagai berikut:

1) Pedagang: Pedagang ialah pihak yang menjual dan membeli barang untuk dijual lagi atas namanya sendiri.
2) Makelar: Makelar adalah perantara dalam perdagangan untuk menjualkan atau membelikan barang atas nama orang lain. Balas jasa yang diterima dinamakan provisi atau kurtasi.
3) Komisioner, yaitu perantara dalam perdagangan yang membelikan, atau menjualkan barang atas namanya sendiri dan bertanggungjawab atas apa yang dilakukan. Jumlah barang dan nilai yang diperdagangkan biasanya lebih tinggi. Balas jasanya disebut komisi.
4) Eksportir dan importir. *Eksportir* ialah pedagang yang menjual barang ke luar negeri, sedangkan importir ialah pedagang yang mendatangkan barang dari

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

luar negeri. Badan-badan lain yang termasuk perantara dalam distribusi, antara lain, bank, biro iklan, pergudangan, perusahaan angkutan, dan asuransi.

Dari uraian pembahasan di atas selanjutnya di bawah ini dipaparkan tabel Mapping teori *urgensi etika bisnis pada aktivitas bisnis* pada tabel; 2.3

Tabel: 2.3 Urgensi Etika Bisnis Pada Aktivitas Bisnis

No	Teori/judul	Variabel	Keterangan
1.	Merriam Webster (2010)	1. Institusi atau lembaga ataupun organisasi ekonomi dan sosial. 2. Berurusan dengan barang-barang dan jasa untuk memenuhi keinginan manusia " 3. Untuk mencari profit/keuntungan 4. Menciptakan utiliti 5. Menetapkan harga. 6. Dalam skala reguler dan dasar yang berlanjut 7. Selalu ada kemungkinan untuk loss atau merugi 8. Harus dapat tumbuh dan berkem-bang untuk dapat survive.	Urgensi Etiha bisnis: Pada 8 (delapan) aktivitas
2.	Urwick dan Hunt (2010)	1. Produksi adalah kegiatan yang menciptakan, mengolah, mengupa-yakan pelayanan, menghasilkan barang dan jasa 2. Konsumsi adalah kegiatan menggunakan, memakai, dan menghabiskan barang dan jasa 3. Distribusi adalah kegiatan	Urgensi Etika Bisnis: Pada 3 (Tiga) aktivitas

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

		menyalurkan barang hasil produksi dari tempat penghasil barang (produsen) ke tempat pemakai barang (konsu-men)	
3.	Hughes dan Kapoor(2011)	1. Merupakan kegiatan individu atau kelompok. 2. Terorganisasi (adanya manajemen) 3. Memproduksi barang atau jasa. 4. Menciptakan nilai. 5. Produksi dihasilkan untuk meme-nuhi kebutuhan masyarakat. 6. Melakukan transaksi atau pertu-karan 7. Mendapatkan laba (keuntungan) dari kegiatannya.	Ugensi Etika Bisnis:Pada 7 (tujuh) aktivitas

E. Etika Bisnis Islam

Etika Islam (bahasa Arab: أخلاق إسلامية) atau "*Adab* dan *Aḥlak* Islamiyah" adalah etika dan moral yang dianjurkan di dalam ajaran Islam yang tercantum di dalam Al-Quran dan Sunnah, dengan mengikuti contoh dari teladan Nabi Muhammad saw yang di dalam al-qur'an dinyatakan sebagai manusia yang paling sempurna aḥlaknya. Aḥlak dibagi menjadi dua yaitu aḥlak yang terpuji (*al al-maḥmūdah)*dan aḥlak yang tercela (al aḥlak al madhmumah)[80].

1. Konsep Etika Dalam Islam

[80]Ismail Nawawi, *Etika Bisnis Islam,* (Jakarta: VIV, 2013), 261

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

Aḥlak secara bahasa maknanya adalah perangai atau tabiat, yaitu gambaran batin yang dijadikan tabiat bagi manusia. Pengertian ahlak menurut Imam Al-Qurthubi: "Aḥlak adalah sifat-sifat seseorang, sehingga dia dapat berhubungan dengan orang lain. Aḥlak ada yang terpuji dan ada yang tercela. Secara umum makna aḥlak adalah aḥlak yang terpuji ketika berhubungan dengan sesama, dimana bersikap adil dan bersikap dengan sifat-sifat terpuji dan tidak lalim karenanya.

Sedangkan secara rinci adalah memaafkan, berlapang dada, dermawan, sabar, menahan penderitaan, berkasih sayang, memenuhi kebutuhan hidup orang lain, mencintai, bersikap lemah lembut dan sejenis itu. Sedangkan pengertian aḥlak yang tercela adalah kebalikannya.

Terdapat banyak dalil dari Al-Qur'an dan Al-Sunnah yang menyebutkan tentang tingginya kedudukan seseorang yang beradab dan beraḥlak yang baik dalam bisnis, diantaranya: Firman Allah dalam Al-Qur’an Surat Al-Qalam (68) ayat 4

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴿٤﴾

Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung (Al-Qalam: 4).[81]

Aḥlak yang terkait dengan distribusi kekayaan, adalah menahan marah, suka memaafkan orang lain dan senang berbuat baik. Sebagaimana firman Allah dalam Surat Ali-Imran (3) ayat : 134

[81]Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahannya, 960, Al-qur’an, 68: 4

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

ٱلَّذِينَ يُنفِقُونَ فِي ٱلسَّرَّآءِ وَٱلضَّرَّآءِ وَٱلۡكَٰظِمِينَ ٱلۡغَيۡظَ وَٱلۡعَافِينَ عَنِ ٱلنَّاسِۗ وَٱللَّهُ يُحِبُّ ٱلۡمُحۡسِنِينَ ١٣٤

Yaitu orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan memaafkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan. (QS.Ali-Imran: 134)[82]

Dalam Hadits, etika dalam bisnis Islam antara lain disebutkan sebagai berikut yaitu:

Etika bisnis dalam memasuki pasar, disebutkan dalam hadits sebagai berikut di bawah ini.

حَدَّثَنَا بِشْرُ بْنُ مُعَاذٍ الضَّرِيرُ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ زَيْدٍ عَنْ عَمْرِو بْنِ دِينَارٍ مَوْلَى آلِ الزُّبَيْرِ عَنْ سَالِمِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ –صلى الله عليه وسلم– « مَنْ قَالَ حِينَ يَدْخُلُ السُّوقَ لاَ إِلَهَ إِلاَّ اللَّهُ وَحْدَهُ لاَ شَرِيكَ لَهُ لَهُ الْمُلْكُ وَلَهُ الْحَمْدُ يُحْيِي وَيُمِيتُ وَهُوَ حَىٌّ لاَ يَمُوتُ بِيَدِهِ الْخَيْرُ كُلُّهُ وَهُوَ عَلَى كُلِّ شَىْءٍ قَدِيرٌ – كَتَبَ اللَّهُ لَهُ أَلْفَ أَلْفِ حَسَنَةٍ وَمَحَا عَنْهُ أَلْفَ أَلْفِ سَيِّئَةٍ وَبَنَى لَهُ بَيْتًا فِي الْجَنَّةِ(رواه ابن ماجه)[83]

Menceritakan kepada kami Bishr bin Mu'ad, menceritakan kepada kami Hammad bin Zaid dari Amr bin Dinarkeluarga Zubair dari Salim bin Abdillah bin Umar dari bapaknya dari kakeknya, bersabda Rosulullah SAW:

"Barangsiapa masuk ke salah satu pasar, kemudian dia mengucapkan: 'Tidak ada Tuhan yang berhak disembah kecuali Allah yang maha esa, tidak ada sekutu bagiNya', maka Allah akan mencatat baginya sejuta

[82]Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, 98, Al-qur'an, 3: 134

[83]Shamela,Sunan Ibnu Majah, bab Masuk pasar, hal 83, atau HR Ibnu Majah dalam Nasib al-Rifa'i, Muhammad, Tafsir Ibnu Kathir jld 1, (Bandung: Mizan, 2010), 4

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

kebaikan dan akan menghapuskan darinya sejuta keburukan." (HR Ibnu Majah)

Etika dalam bisnis yang lain dalam hadits yang diriwayatkan Mu'adz bin Jabal radhiyallahu 'anhu, ia berkata: Rasulullah shallallahu alaihi wasallam bersabda:

وقد أخرج الأصبهاني عن معاذ بن جبل قال : « قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : أطيب الكسب كسب التجار الذين إذا حدثوا لم يكذبوا وإذا وعدوا لم يخلفوا وإذا ائتمنوا لم يخونوا وإذا اشتروا لم يذموا وإذا باعوا لم يمدحوا وإذا كان عليهم لم يمطلوا وإذا كان لهم لم يعسروا(البيهقي)[84]

Sesungguhnya sebaik-baik penghasilan ialah penghasilan para pedagang yang mana apabila berbicara tidak bohong, apabila diberi amanah tidak khianat, apabila berjanji tidak mengingkarinya, apabila membeli tidak mencela, apabila menjual tidak berlebihan (dalam menaikkan harga), apabila berhutang tidak menunda-nunda pelunasan dan apabila menagih hutang tidak memperberat orang yang sedang kesulitan." (Diriwayatkan oleh Al-Baihaqi)

Kejujuran dan amanah dalam bisnis. Berbisnis atau berdagang adalah sarana untuk membuka pintu rizqi yang telah dilakukan oleh Rasulullah SAW. Bisnis juga dapat dijadikan sarana untuk menyebarkan agama Islam (berdakwah), jika kita melakukan bisnis seperti yang dilakukan oleh Rasulullah. Lebih spesifik terkait dengan etika dalam berbisnis (berdagang) seperti dalam hadith dari Abu Sa'id Al-Khudri ra, Nabi SAW bersabda:

[84] HR Baihaqi di dalam Tafsir Allūsī, bab 29 ,juz 4 ,hal 29, Maktabah Shamela (atau lihat di dalam Shu'abul Iman, Bab hifẓu al-lisan iv/221

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

عن عبد الله ابن عمر رضي الله عنه :قال رسول الله صلى الله عليه وسلّم :التَّا جِرُ ٱلاَمِيْنُ الصَّدُوْقُ الْمُسْلِمُ مَعَ الشُّهَدَاءِ -وَفِيْ رِوَايَةٍ :مع النَّبِيِّنَ وَالصِّدقِيْنَ وَالشُّهَدَاءِ- يَوْمَ ٱلْقِيَا مَةِ (رواه إبن ماجه و الدارقطني و غير هم)[85]

Dari ‘Abdullah bin ‘Umar radhiallahu ‘anhu bahwa Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Seorang pedagang muslim yang jujur dan amanah (terpercaya) akan (dikumpulkan) bersama para Nabi, orang-orang shiddiq dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat (nanti).

Dalam berbisnis justru akhirat yang menjadi impian, sebagaimana di alqur’an di bawah ini :

وَٱبۡتَغِ فِيمَآ ءَاتَىٰكَ ٱللَّهُ ٱلدَّارَ ٱلۡأٓخِرَةَۖ وَلَا تَنسَ نَصِيبَكَ مِنَ ٱلدُّنۡيَاۖ وَأَحۡسِن كَمَآ أَحۡسَنَ ٱللَّهُ إِلَيۡكَۖ وَلَا تَبۡغِ ٱلۡفَسَادَ فِي ٱلۡأَرۡضِۖ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُفۡسِدِينَ ٧٧

Dan carilah pada apa yang Telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah Telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.[86]

Beberapa pelajaran penting dan faedah ilmiah yang terkandung di dalam alqur’an dan hadith di atas:

a. Agama Islam agama yang paling sempurna dalam segala hal. Diantara bukti kesempurnaan agama Islam dan rahmatnya bagi alam semesta itu ialah bahwa Islam menganjurkan kepada umatnya agar

[85]HR. Ibnu Majah, Kitab Al-Buyu’ Bab Ma Ja-a Fi Al-Tujjār no.1131
[86] Departemen agama,*terjemah alqur’an,* al qaṣaṣ, ayat 77

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

bekerja dan berbisnis dengan jalan yang benar dan menjauhi segala hal yang dilarang oleh Allah dan rasul-Nya. Karena tiada suatu perkara pun yang dilarang oleh Allah dan rasul-Nya melainkan perkara tersebut akan mendatangkan bencana dan mudharat bagi para pelakunya.

b. Berbisnis merupakan salah satu profesi yang sangat mulia dan utama selagi dijalankan dengan jujur dan sesuai dengan aturan serta tidak melanggar batas-batas syari'at yang telah ditetapkan oleh Allah dan rasul-Nya di dalam Al-Qur'an dan Al-Sunnah Al-Ṣāhihah.

c. Hendaknya seorang pengusaha membekali dirinya dengan bekal keimanan dan ilmu syar'i, khususnya yang berkaitan dengan fikih muamalah agar bisa menjadi pengusaha yang baik dan benar serta tidak terjerumus dalam hal-hal yang haram.

d. Hendaknya seorang pengusaha menghiasi dirinya dengan aḥlak Islami yang mulia seperti jujur, pemurah, amanah, kasih sayang, dsb, sebagaimana yang diajarkan dan dicontohkan oleh Rasulullah shallallahu alaihi wasallam.

e. Seorang pengusaha hendaknya melandasi bisnis dan perniagaannya dengan niat yang baik dan ikhlas karena Allah, agar profesi yang dijalankannya mendatangkan pahala dan keriḍaan dari Allah karena bernilai ibadah yang agung.

f. Penghasilan yang diperoleh dari perniagaan dan pekerjaan lainnya akan mengandung berkah dan manfaat yang banyak jika diperoleh dengan jalan

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

yang baik dan benar serta diinfaqkan dan dikeluarkan zakatnya (jika telah terpenuhi syarat wajib zakat) dan diinfaqkan di jalan yang Allah riḍai.

g. Bisnis dan profesi apapun beserta keuntungannya akan menjadi musibah dan petaka bagi pelakunya di dalam kehidupan dunia dan akhirat jika dilakukan dengan cara-cara yang diharamkan oleh Allah dan RasulNya. Apalagi di sana terdapat beberapa hadits dari nabi shallallahu alaihi wasallam yang menunjukkan celaan bagi sebagian para pedagang atau pelaku bisnis.

2. Perbedaan Etika Bisnis Islam dan Konvensional

Aḥlak atau etika dipahami sebagai seperangkat prinsip yang mengatur hidup manusia *(a code or set of principles which people live).* Berbeda dengan moral, etika merupakan refleksi kritis dan penjelasan rasional mengapa sesuatu itu baik dan buruk. Menipu orang lain adalah buruk. Ini berada pada tataran moral, sedangkan kajian kritis dan rasional mengapa menipu itu buruk dan apa alasan pikirnya, merupakan lapangan etika. Perbedaan antara moral dan etika sering kabur dan cenderung disamakan. Intinya, moral dan etika diperlukan manusia supaya hidupnya teratur dan bermartabat.

Orang yang menyalahi etika akan berhadapan dengan sanksi masyarakat berupa pengucilan dan bahkan pidana. Bisnis merupakan bagian yang tak bisa dilepaskan dari kegiatan manusia. Sebagai bagian dari kegiatan ekonomi manusia, bisnis juga dihadapkan pada pilihan-pilihan penggunaan faktor produksi. Efisiensi dan efektifitas menjadi dasar perilaku kalangan pebisnis.

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

Sejak zaman klasik sampai era modern, masalah etika bisnis dalam dunia ekonomi tidak begitu mendapat tempat.

Ekonomi klasik banyak berkeyakinan bahwa sebuah bisnis tidak terkait dengan etika. Dalam ungkapan Theodore Levitt, tanggung jawab perusahaan hanyalah mencari keuntungan ekonomis belaka. Atas nama efisiensi dan efektifitas, tak jarang, masyarakat dikorbankan, lingkungan rusak dan karakter budaya dan agama tercampakkan.

Perbedaan etika bisnis Islam dengan etika bisnis konvensional yang selama ini dipahami dalam kajian ekonomi terletak pada landasan tauhid dan orientasi jangka panjang (akhirat). Prinsip ini dipastikan lebih mengikat dan tegas sanksinya. Etika bisnis sharī'ah memiliki dua cakupan. Pertama, cakupan internal, yang berarti perusahaan memiliki manajemen internal yang memperhatikan aspek kesejahteraan karyawan, perlakuan yang manusiawi dan tidak diskriminatif plus pendidikan. Sedangkan kedua, cakupan eksternal meliputi aspek trasparansi, akuntabilitas, kejujuran dan tanggung jawab. Demikian pula kesediaan perusahaan untuk memperhatikan aspek lingkungan dan masyarakat sebagai *stakeholder* perusahaan.[87]

Jika kita menelusuri sejarah, dalam agama Islam tampak pandangan positif terhadap perdagangan dan kegiatan ekonomis. Nabi Muhammad saw adalah seorang pedagang, dan agama Islam disebarluaskan terutama melalui para pedagang muslim.

---

[87]Ismail Nawawi, *Etika Bisnis Islam* , (Jakarta: VIVPress, 2013), 75

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

Dalam Al-Qur'an terdapat peringatan terhadap penyalahgunaan kekayaan, tetapi tidak dilarang mencari kekayaan dengan cara halal. Firman Allah dalam Surat Al-Baqarah (2) ayat 275)

وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْۚ

Allah telah menghalalkan perdagangan dan melarang riba[88]

Islam menempatkan aktivitas perdagangan dalam posisi yang amat strategis di tengah kegiatan manusia mencari rizki dan penghidupan. Hal ini dapat dilihat pada sabda Rasulullah saw:

عليكم بالتجارة فإن فيها تسعة أعشار الرزقة

Hendaklah kalian berdagang karena berdagang merupakan sembilan dari sepuluh pintu rezeki.[89]

Kunci etis dan moral bisnis sesungguhnya terletak pada pelakunya, itu sebabnya misi diutusnya Rasulullah ke dunia adalah untuk memperbaiki aḥlak manusia yang telah rusak. Seorang pengusaha muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika dan moral bisnis Islami yang mencakup husnul khuluq. Pada derajat ini Allah akan melapangkan hatinya, dan akan membukakan pintu rizki, dimana pintu rizki akan terbuka dengan aḥlak mulia tersebut. Aḥlak yang baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang beretika.

---

[88]Departemen Agama RI, Al-Qur,an dan Terjemahannya, 69, al-qur'an, 2: 275

[89] Al-Hafizh Al-'Iraqi, dalam *Al-Mughni 'an Hamli al Asfar*, pada hadits no. 1576 Hadith ini diriwayatkan oleh Ibrahim Al-Harbi dalam *Gharib Al-Hadith* dari hadith Nu'aim bin 'Abdirrahman. Menurut pakar hadith, hadith ini ḍoif.

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

Salah satu dari aḥlak yang baik dalam bisnis Islam adalah kejujuran (QS: Al –Aḥzab (33) ayat 70-71)[90].

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ ٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ وَقُولُوا۟ قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَـٰلَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَن يُطِعِ ٱللَّهَ وَرَسُولَهُۥ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ﴿٧١﴾

> 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. (Al Ahzab:70-71)[91]

Sebagian dari makna kejujuran adalah seorang pengusaha senantiasa terbuka dan transparan dalam jual belinya ”Tetapkanlah kejujuran karena sesung-guhnya kejujuran mengantarkan kepada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan mengantarkan kepada surga” (Hadits). Aḥlak yang lain adalah amanah, Islam menginginkan seorang pebisnis muslim mempunyai hati yang tanggap, dengan menjaganya dengan memenuhi hak-hak Allah dan manusia, serta menjaga muamalahnya dari unsur yang melampaui batas atau sia-sia.

Seorang pebisnis muslim adalah sosok yang dapat dipercaya, sehingga ia tidak menẓolimi kepercayaan yang diberikan kepadanya. Seperti sabda nabi:

أخبرنا أبو الخير جامع بن أحمد الوكيل ، أخبرنا أبو طاهر المحمدآباذي ، حدثنا عثمان بن سعيد ، حدثنا مسلم بن إبراهيم ، حدثنا أبو هلال ، عن قتادة ، عن أنس ، قال :

[90]Joko Syahban, *Berbisnis Bersama Tuhan*, (Bandung: Hikmah PT Mizan Publika, 2008), 29
[91]Departemen Agama RI, Al-Qur,an dan Terjemahannya, 680, al-qur’an, 33: 70-71

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

خطبنا رسول الله صلى الله عليه وسلم ، فقال : « لا إيمان لمن لا أمانة له ، ولا دين لمن لا عهد له »رواه البيهقى

Tidak ada iman bagi orang yang tidak punya amanat (tidak dapat dipercaya), dan tidak ada agama bagi orang yang tidak menepati janji (HR Baihaqi).,dan hadith:

أخبرنا أبو عبد الله الحافظ ، حدثنا أبو العباس محمد بن يعقوب ، حدثنا أبو جعفر محمد بن عيسى العطار ، حدثنا كثير بن هشام ، حدثنا كلثوم بن جوشن ، عن أيوب ، عن نافع ، عن ابن عمر ، قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : « التاجر الصدوق الأمين المسلم مع الشهداء يوم القيامة(رواه البيهقى)

Pedagang yang jujur dan amanah (tempatnya di surga) bersama para shuhada.[92]

Sifat toleran juga merupakan kunci sukses pebisnis muslim. Toleran membuka kunci rizki dan sarana hidup tenang. Manfaat toleran adalah mempermudah pergaulan, mempermudah urusan jual beli, dan mempercepat kembalinya modal.

حدثنا علي بن عياش حدثنا أبو غسان محمد بن مطرف قال حدثني محمد بن المنكدر عن جابر بن عبد الله رضي الله عنهما : أن رسول الله صلى الله عليه و سلم قال (رحم الله رجلا سمحا إذا باع وإذا اشترى وإذا اقتضى) ش (سمحا) جوادا متساهلا يوافق على ما طلب منه . (اقتضى) طلب الذي له على غيره

(رواه البخاري)

[92] Shamela, Baihaqi, *Sha'bu al iman,* juz 10, hal 365, hadith no 4661

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

Allah mengasihi orang yang lapang dada dalam menjual, dalam membeli serta melunasi hutang.[93]

Konsekuen terhadap akad dan perjanjian merupakan kunci sukses yang lain dalam hal apapun sesungguhnya Allah memerintah kita untuk hal itu, sebagaimana firman-Nya dalam Surat Al-Maidah (4) ayat 1

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَوۡفُواْ بِٱلۡعُقُودِۚ

Hai orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu (QS: Al- Maidah:1),[94]

وَأَوۡفُواْ بِٱلۡعَهۡدِۖ إِنَّ ٱلۡعَهۡدَ كَانَ مَسۡـُٔولٗا ٣٤

Dan penuhilah janji, sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung-jawabannya.(Al-Isra:34)[95]

Menepati janji mengeluarkan orang dari kemunafikan sebagaimana sabda Rasulullah ”

حدثنا سليمان أبو الربيع قال حدثنا إسماعيل بن جعفر قال حدثنا نافع بن مالك بن أبي عامر أبو سهيل عن أبيه عن أبي هريرة عن النبي صلى الله عليه و سلم قال : (آية المنافق ثلاث إذا حدث كذب وإذا وعد أخلف وإذا اؤتمن خان) (رواه البخارى)

Tanda-tanda munafik itu tiga perkara, ketika berbicara ia dusta, ketika sumpah ia mengingkari, ketika dipercaya ia khianat”.[96]

3. Teori Etika Barat ditinjau dari Etika Bisnis Islam

[93]Shamela,Bukhari, Sha’bu al iman,juz 2, hal 730,hadith no 1970 dalam Joko Syahban, *Berbisnis Bersama Tuhan*, (Bandung: Hikmah PT Mizan Publika, 2008), 48
[94]Departemen Agama RI, Al-Qur,an dan Terjemahannya, 156, al-qur’an, 5: 1
[95]Ibid, 429, al-qur’an, 28: 34
[96] Shamela, Bukhari, Alamat munafiq, juz 1, hal 21, hadith no 33

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

Masyarakat Islam adalah masyarakat yang dinamis sebagai bagian dari peradaban. Dalam hal ini, etika dan agama berkaitan erat dengan manusia, dalam masalah upaya pengaturan kehidupan dan perilakunya. Jika barat meletakkan "Akal" sebagai dasar kebenarannya maka, Islam meletakkan "Al-Qur'an" sebagai dasar kebenaran.

Berbagai teori etika Barat dapat dilihat dari sudut pandang Islam, sebagai berikut:

a. *Teleologi Utilitarian* dalam Islam adalah hak individu dan kelompok adalah penting dan tanggungjawab adalah hak perseorangan.
b. *Distributive Justice* dalam Islam adalah Islam mengajarkan keadilan. Hak orang miskin berada pada harta orang kaya. Islam mengakui kerja dan perbedaan kepemilikan kekayaan.
c. *Deontologi* dalam Islam adalah Niat baik tidak dapat mengubah yang haram menjadi halal. Walaupun tujuan, niat dan
d. *Eternal Law* dalam Islam adalah Allah mewajibkan manusia untuk mempelajari dan membaca wahyu dan ciptaan-Nya. Keduanya harus dilakukan dengan seimbang, Islam mewajibkan manusia aktif dalam kegiatan duniawi yang berupa muamalah sebagai proses penyucian diri.
e. *Relativisme* dalam Islam adalah perbuatan manusia dan nilainya harus sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Hadits. Prinsip konsultasi dengan pihak lain sangat ditekankan dalam Islam dan tidak ada tempat bagi egoisme dalam Islam.
f. Teori Hak dalam Islam adalah menganjurkan kebebasan memilih sesuai ke-percayaannya dan menganjurkan keseimbangan. Kebebasan tanpa tanggung jawab tidak dapat diterima. Dan tanggungjawab kepada Allah adalah hak individu.[97]

Pada prinsipnya Islam tidak membatasi bentuk dan macam usaha bagi seseorang untuk memperoleh harta, demikian pula Islam tidak membatasi kadar banyak sedikit hasil yang dicapai oleh usaha seseorang. Hal ini tergantung pada kemampuan, kecakapan dan keterampilan masing-masing orang. Setiap orang

[97]Ismail Nawawi, *Etika Bisnis Islam ,* (Jakarta: VIV Press,2013), 175

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

leluasa melakukan usaha dengan sekuat tenaga untuk memperoleh hasil sebanyak mungkin yang dapat dicapai, sesuai dengan keterampilan dan kemampuannya, selama usaha itu dilakukan dengan wajar dan halal, artinya sah menurut hukum dan benar menurut ukuran moral, serta tidak menganiaya orang lain dan tidak membahayakan masyarakat.

Dalam hal pemilikan harta ini Islam mengakui adanya perbedaan tingkat kemampuan, kecakapan dan keterampilan tiap-tiap orang, demikian pula perbedaan hasil usaha yang diperoleh dalam firman Allah SWT disebutkan :

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۚ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُم مَّعِيشَتَهُمْ فِي ٱلْحَيَوٰةِ ٱلدُّنْيَا ۚ وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَٰتٍ لِّيَتَّخِذَ بَعْضُهُم بَعْضًا سُخْرِيًّا ۗ وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ ﴿٣٢﴾

> "Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat tuhanmu? Kamilah yang akan menentukan antara penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan kami telah meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat bekerja untuk sebagian yang lain. Dan rahmat tuhanmu lebih baik daripada apa yang mereka kumpulkan." (Al-Zuḥruf:32)[98]

Dan untuk itu Islam mewajibkan setiap orang untuk menggunakan sebagian dari hak miliknya untuk kepentingan baik perseorangan, agama, maupun masyarakat. Dalam hal ini Islam telah memberikan garis-garis pokok berupa ajaran dan ketentuan yang wajib dipenuhi dan dilaksanakan oleh setiap orang terhadap harta yang telah menjadi miliknya, agar harta tersebut bermanfaat sesuai dengan kedudukannya dan fungsinya, yaitu tidak saja bermanfaat bagi dirinya tetapi juga bagi masyarakat. Ini semua dikarenakan cara

[98]Ibid, 798, alqur'an,43 : 32

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

usaha untuk memperoleh harta dan penggunaanya adalah juga merupakan amanat Allah.

Ketentuan khusus tentang bentuk pelanggaran yang dilarang dalam memperoleh harta dengan jalan usaha, yaitu : merampas harta benda orang lain (QS.5: 33), mencuri, menipu (Al-Maidah 38 dan 33) firman tersebut di bawah ini.

إِنَّمَا جَزَٰٓؤُاْ ٱلَّذِينَ يُحَارِبُونَ ٱللَّهَ وَرَسُولَهُۥ وَيَسۡعَوۡنَ فِي ٱلۡأَرۡضِ فَسَادًا أَن يُقَتَّلُوٓاْ أَوۡ يُصَلَّبُوٓاْ أَوۡ تُقَطَّعَ أَيۡدِيهِمۡ وَأَرۡجُلُهُم مِّنۡ خِلَٰفٍ أَوۡ يُنفَوۡاْ مِنَ ٱلۡأَرۡضِۚ ذَٰلِكَ لَهُمۡ خِزۡيٞ فِي ٱلدُّنۡيَاۖ وَلَهُمۡ فِي ٱلۡأٓخِرَةِ عَذَابٌ عَظِيمٌ ٣٣

> Sesungguhnya pembalasan terhadap orang-orang yang memerangi Allah dan Rasul-Nya dan membuat kerusakan di muka bumi, hanyalah mereka dibunuh atau disalib, atau dipotong tangan dan kaki mereka dengan bertimbal balik, atau dibuang dari negeri (tempat kediamannya). yang demikian itu (sebagai) suatu penghinaan untuk mereka didunia, dan di akhirat mereka beroleh siksaan yang besar. (QS. Al-Maaidah:33)[99]

Firman yang lain berkaitan dengan melakukan penggelapan (QS, Al-Nisā':58), menyuap dan disuap (QS.Al-Baqarah:188), berjudi (QS,Al-Baqarah: 215) dan memakan riba (QS, Al-Baqarah: 275-279; Ali-Imran :130)[100]

Di dalam berbinis kejujuran adalah satu nilai etika mendasar dalam Islam, Islam adalah nama lain dari kebenaran (Ali- Imran:95). dengan firmannya

قُلۡ صَدَقَ ٱللَّهُۗ فَٱتَّبِعُواْ مِلَّةَ إِبۡرَٰهِيمَ حَنِيفٗاۚ وَمَا كَانَ مِنَ ٱلۡمُشۡرِكِينَ ٩٥

[99]Departemen Agama RI, Al-Qur,an dan Terjemahannya, 164, al-qur'an, 5: 33
[100]Joko Syahban, *Berbisnis Bersama Tuhan*, (Bandung: Hikmah PT Mizan Publika, 2008),55

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

Katakanlah: "Benarlah (apa yang difirmankan) Allah". Maka ikutilah agama Ibrahim yang lurus, dan bukanlah dia termasuk orang-orang yang musyrik[101]

Allah berbicara benar dan memerintahkan semua muslim untuk jujur dalam segala urusan dan perkataan (Al-Ahzab:70), sebagaimana firman-Nya:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَقُولُواْ قَوۡلٗا سَدِيدٗا ٧٠

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar.[102]

Mencatat dalam bertransaksi.

Firman Allah dalam Surat Al Baqarah (2) ayat 282 tersebut di bawah ini

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا تَدَايَنتُم بِدَيۡنٍ إِلَىٰٓ أَجَلٖ مُّسَمّٗى فَٱكۡتُبُوهُۚ وَلۡيَكۡتُب بَّيۡنَكُمۡ كَاتِبُۢ بِٱلۡعَدۡلِۚ

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar[103]

Bermuamalah ialah seperti berjualbeli, hutang piutang, atau sewa menyewa dan sebagainya. Firman Allah dalam Surat An Nisa' (4) ayat: 29

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

[101]Departemen Agama RI, Al-Qur,an dan Terjemahannya, 91, al-qur'an, 3: 95
[102]Departemen Agama RI, Al-Qur,an dan Terjemahannya, 680, al-qurr'an, 33: 70
[103]Ibid, 70, al-qur'qn, 2: 82

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

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama-mu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku de-ngan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu[104]

Firman Allah dalam Surat An Nur (24), ayat : 37

رِجَالٌ لَّا تُلْهِيهِمْ تِجَٰرَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَن ذِكْرِ ٱللَّهِ وَإِقَامِ ٱلصَّلَوٰةِ وَإِيتَآءِ ٱلزَّكَوٰةِ ۙ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ ٱلْقُلُوبُ وَٱلْأَبْصَٰرُ ﴿٣٧﴾

Laki-laki yang tidak melalaikan perniagaan dan tidak (pula) pada jual beli dari mengingati Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang.[105]

Firman Allah dalam Surat As Shaff (61) ayat : 10

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَٰرَةٍ تُنجِيكُم مِّنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ ﴿١٠﴾

Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih?[106]

F. Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang telah dihimpun oleh peneliti dikemukakan di bawah ini.

1. Putri Annisa (2014)

Penelitian ini berjudul: Etika Bisnis Dalam Kegiatan Pemasaran. Perusahaan yang diteliti adalah PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah data sekunder, dan metode analisis

[104]Ibid, 122, al-qur'qn, 4: 29
[105]Ibid, 550, al-qur'qn, 24: 37
[106]Ibid, 929, Al-qur'qn, 61:10

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

yang digunakan adalah analisa deskriptif. Etika Bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat.

Hasil Penelitian bahwa: Etika Bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat. Masalah yang menjadi kajian penelitian mengenai etika bisnis. Pembahasannya mengenai etika yang digunakan oleh pelaku bisnis didalam menjalankan bisnisnya.

Kesuksesan suatu perusahaan dalam menjalankan bisnis tidak hanya dilihat dari produk berkualitas yang dihasilkan, tetapi juga dari layanan yang diberikan dan etika yang dijalankan oleh perusahaan tersebut. Bisnis yang baik harus beretika dan bertanggungjawab sesuai dengan fungsinya, baik secara besar (makro) maupun kecil (mikro). Banyak kasus pelangggaran etika dalam berbisnis, hal ini perlu dibenahi agar tatanan perekonomian negara semakin membaik.

Untuk mencapai hal tersebut maka dalam menjalankan bisnis, salah satu yang terpenting untuk diperhatikan adalah etika berbisnis. Karena seperti yang kita ketahui, bisnis juga memiliki berbagai norma atau etika yang harus dijalankan oleh pelakunya, baik antara sesama pelaku bisnis maupun terhadap masyarakat dalam hubungan langsung maupun tidak langsung.[107]

---

[107]Putri Annisa, *Jurnal Etika Bisnis*, 2014, fakultas ekonomi universitas gunadarma jakarta (https://putriiannisa.wordpress.com/2014/10/17/jurnal-etika-bisnis/) 17 Januari, 2015

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

2. G Gustina (2012)

Penelitian yang dilakukan oleh G Gustina (2012) dengan judul: Etika Bisnis, Nilai Moral Dalam Bisnis. Hasil Penelitian: Masyarakat yang akan bertahan adalah masyarakat yang bisa hidup berdampingan secara damai. Salah satu hal yang bisa mendamaikannya adalah nilai-nilai atau norma dan etika dalam masyarakat itu yang saling menguntungkan bagi semua pihak. Demikian pula halnya dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan masyarakat, termasuk kegiatan bisnis, harus dilandasi moral yang baik.

Moral, atau dalam bisnis sering kita sebut dengan etika bisnis menjadi suatu pedoman penting terjadinya kegiatan bisnis. Tanpa adanya etika bisnis yang baik, jelas dan bisa dipahami secara benar oleh semua pelaku bisnis, niscaya kegiatan bisnis ini tidak akan berlangsung lama. Keberlangsungan kegiatan itu juga bergantung pada cara penerapan etika tersebut oleh pelaku bisnis yang terlibat.

Adanya anggapan bahwa kegiatan bisnis itu kotor, mengandung tipu muslihat, selalu berpihak pada yang kuat akan berangsur-angsur hilang seiring dengan dilakukannya etika bisnis yang benar oleh pelaku bisnis itu sendiri. Jika ada komitmen dari pelaku bisnis untuk menerapkan etika itu secara kuat dan kokoh, mudah-mudahan tidak akan ada lagi kecurangan-kecurangan yang terjadi dalam masyarakat untuk kegiatan bisnis ini.[108]

[108]Jurnal Etika Bisnis, Universitas Guna Darma, http://lusyaspriyani.blogspot.com/2015/01/ jurnal-etika-bisnis.html

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

3. Risa Sarah Septiarani (2013)

Penelitian ini dilakukan oleh Sarah Septiarani dengan judul : Etika iklan, visualisasi iklan dan persepsi konsumen pada kategori industri konsumsi produk toiletries, produk elektronik, otomotif roda dua , minyak pelumas dan produk *fast moving consumer goods*. Hasil penelitian menunjukan bahwa etika persaingan dalam komunikasi pemasaran khususnya kampanye periklanan menjadi perhatian penting dalam upaya menyehatkan perekonomian bangsa. Pasar yang sehat dicerminkan dari terbukanya peluang kepada setiap pelaku untuk bersaing dan memperoleh perlakuan yang adil dalam suatu industri.

Perundang-undangan dan kode etik komunikasi merupakan pedoman dalam bersaing secara sehat. Sebagian besar pelanggaran etika dalam praktik komunikasi periklanan memperlihatkan upaya merendahkan produk-produk pesaing baik secara visual maupun secara verbal dan berbagai bentuk pelanggaran etika bersaing secara sehat dan kode etik periklanan. [109]

4. Mita Wulandari (2014)

Penelitian ini berjudul: Etika Bisnis Bagi Perusahaan", Hasil penelitian menunjukkan bahwa Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Etika bisnis sangatlah diperlukan setiap perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Etika bisnis memberikan kebebasan dan tanggung jawab kepada pelaku bisnis atau perusahaan yang diterapkan dalam kebijakan,

[109]Jurnal Etika Bisnis Guina Darma,blogspot.com/2014/12/*jurnal-etika-bisnis*-tugas-3.html

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

instuisi dan perilaku bisnis. Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui apakah pelaku bisnis atau perusahaan melakukan atau menjalankan etika bisnis.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa masih banyak perusahaan atau pelaku bisnis yang masih melanggar etika bisnis atau tidak menggunakan prinsip-prinsip etika bisnis. Pelaku bisnis yang melanggar etika bisnis tersebut hanya berorientasi pada keuntungan yang maksimal dan menguasai pangsa pasar, sehingga merugikan banyak pihak.[110]

5. Aslikhah (2014)

Penelitian ini berjudul: Strategi Pemasaran Pada BMT Maslahah Sidogiri Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Bisnis merupakan serangkaian peristiwa yang melibatkan pelaku bisnis, terkait dengan pemasaran bisnis dalam persaingan yang semakin kompetitif, maka lembaga keuangan mikro sharī‘ah tidak bisa lepas dari etika bisnis. Etika bisnis dipahami sebagai seperangkat prinsip moral yang benar, maka etika diperlukan dalam bisnis yang professional.

Pelayanan yang menyenangkan diharapkan menarik respon positif pelanggan sehingga pelanggan akan memberikan kepercayaannya kepada lembaga keuangan yang bersangkutan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan *snowballing* informan. Data diambil dengan teknik triangulasi dimana data berasal dari berbagai macam sumber data yang ada. Analisis tema atau *discovering cultural theme* digunakan untuk

[110]Jurnal Etika Bisnis Gunadarma, http://mitawulandari.blogspot.com/2015/02/jurnal-etika-bisnis.html

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

mendapatkan data yang jelas. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BMT Maslahah Sidogiri dalam mengembangkan produk-produknya menggunakan strategi. Pertama ikatan alumni santri Sidogiri dimana para santri menjadi anggota tetap pada BMT Sidogiri. Kedua strategi perekrutan tokoh masyarakat. Artinya tokoh masyarakat di beberapa daerah dijadikan anggota tetap dan juga menjadi ketua atau koordinator kelompok di daerahnya. Ketiga strategi lingkungan pemasaran (*inveronmental marketing*) yaitu lingkungan sebagai lokasi pemasaran. BMT maslahah adalah lingkungan yang memiliki lokasi strategis dan memiliki jaringan alumni dan sim-patisan yang banyak. Keempat strategi sidogiri networking forum dimana BMT Maslahah mendirikan forum-forum kecil terkait dengan kegiatan pembiayaan keuangan sharī‘ah, kelima strategi peduli masyarakat (*corporate social responsi-bility*), strategi ini berbentuk kepedulian BMT Maslahah terhadap kegiatan-kegiatan masyarakat yang bersifat sosial keagamaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kejelasan dari keunggulan yang dimiliki oleh "BMT Maslahah" dalam meningkatkan produk-produknya.

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap berbagai BMT yang ada di wilayah Jawa Timur agar lebih inovatif dan lebih mengedepankan etika bisnis sharī‘ah dalam mengelola bisnis keuangan yang dimiliki. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan wacana baru

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

bagi lembaga-lembaga keuangan yang ada, bahwa lembaga keuangan tidak hanya dikelola secara konvensional saja, melainkan juga bisa dengan cara sharī‘ah Islam. Disamping itu, penelitian ini mampu membuka wacana baru bahwa pesantren mampu mengembangkan dan memberikan kemaslahatan bagi masyarakat Indonesia.[111]

6. Iliovia Maharani (2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Iliovia berjudul, Etika Bisnis Pemasaran Produk. Hasil penelitian menyatakan bahwa untuk mendapatkan profit semaksimal mungkin, perusahaan harus berusaha produknya laku dijual. Berbagai cara dapat dilakukan untuk memasarkan produk perusahaan. Diantaranya melalui promosi di berbagai media baik cetak maupun elektronik, membuat event atau acara tertentu, membuat jalur distribusi yang baik, dan lain sebagainya.

Pemasaran produk yang dilakukan perusahaan tidak hanya memikirkan bagaimana caranya agar produk perusahaan dapat habis terjual namun juga menciptakan, menumbuhkan,dan menjaga keseimbangan pelanggan atau konsumen. Oleh karena itu, dibutuhkan etika bisnis dalam memasarkan produk untuk mencegah praktik-praktik pemasaran yang tidak etis, yang ujungnya menimbulkan persaingan yang tidak sehat dan mencelakakan konsumen. Dalam penelitian ini meliputi etika pemasaran dalam konteks produk, etika pemasaran

[111]UIN Sunan Ampel Surabaya *is powered by EPrints 3 which is developed by the School of Electronics and Computer Science at the University of Southampton. More information and software credits.*

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

dalam konteks harga, etika pemasaran dalam konteks distribusi atau penyaluran, etika pemasaran dalam konteks promosi, dan juga keetisan iklan.[112]

7. Aditya Christianto (2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Aditya Christianto dengan judul, "Pelanggaran Etika Bisnis. Pelanggaran etika bisnis itu dapat melemahkan daya saing hasil industri di pasar internasional". Lebih parah lagi bila pengusaha Indonesia menganggap remeh etika bisnis. Kecenderungan makin banyaknya pelanggaran etika bisnis membuat keprihatinan banyak pihak. Pengabaian etika bisnis dirasakan akan membawa kerugian tidak saja bagi masyarakat, tetapi juga bagi tatanan ekonomi nasional. Disadari atau tidak, para pengusaha yang tidak memperhatikan etika bisnis akan menghancurkan nama mereka sendiri dan negara.

Secara sederhana etika bisnis dapat diartikan sebagai suatu aturan main yang tidak mengikat karena bukan hukum. Tetapi harus diingat dalam praktek bisnis sehari-hari etika bisnis dapat menjadi batasan bagi aktivitas bisnis yang dijalankan. Etika bisnis sangat penting mengingat dunia usaha tidak lepas dari elemen-elemen lainnya. Keberadaan usaha pada hakikatnya adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis tidak hanya mempunyai hubungan

[112]Jurnal Etika Bisnis, http://vitafainurwari.blogspot.com/2014/10/jurnal-tika-bisnis-pada-danone-aqua.html

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

dengan orang-orang maupun badan hukum sebagai pemasok, pembeli, penyalur, pemakai dan lain-lain.[113]

8. Admin Alamsyah (2012)

Penelitian yang dilakukan oleh Admin Alamsyah berjudul, Etika produksi dalam Islam. Hasil penelitiannya menyatakan parameter kepuasan Islam bukan hanya terbatas pada aspek material lahiriyah atau harta benda konkrit keduniawan tapi juga tergantung pada sesuatu yang bersifat abstrak, jiwa dan spiritual, seperti iman, dan amal ṣaleh yang dilakukan manusia. Atau dengan kata lain, bahwa kepuasan dapat timbul dan dirasakan oleh seorang manusia muslim ketika harapan mendapat pahala dari Allah SWT atau mendapat ridho Allah SWT.

Semua sumberdaya yang terdapat di bumi ini disediakan oleh Allah SWT untuk kebutuhan manusia, agar manusia dapat menikmatinya secara sempurna, lahir dan batin, material dan spiritual. Ekonomi Islam bukan hanya berbicara tentang pemuasan materi yang bersifat fisik, tapi juga berbicara cukup luas tentang pemuasan materi yang bersifat abstrak, pemuasan yang lebih berkaitan dengan posisi manusia sebagai hamba Allah SWT.

Al-Qur'an juga telah memberikan tuntunan visi bisnis yang jelas yaitu visi bisnis masa depan yang bukan semata-mata mencari keuntungan sesaat yang "merugikan", melainkan mencari keuntungan yang secara hakikat baik dan

[113]Universitas Gunadarma*This is my blog, i want influence interest for a reader and makes to grow interest read for a reader.. Thanks for a reader which you have read my blog* :D... http://adityacrosmogear.blogspot.com/2013/10/artikel-kasus-pelanggaran-etika-bisnis.html.

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

berakibat baik pula bagi kesudahannya dalam jangka panjang. Salah satu aktifitas bisnis dalam hidup ini adalah adanya aktifitas produksi.[114]

9) . Rizki Afandi (2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Rizki ini , berjudul "Etika Bisnis dalam Aktivitas Berbisnis" Secara tidak sadar, kita sebenarnya menyaksikan banyak pelanggaran etika bisnis dalam kegiatan berbisnis di Indonesia. Banyak hal yang berhubungan dengan pelanggaran etika bisnis yang sering dilakukan oleh para pebisnis yang tidak bertanggung jawab.

Metode penulisan ini dengan cara mengumpulkan berbagai informasi dari sumber-sumber yang terdapat di internet. Berdasarkan pencarian penulis di internet ternyata ada beberapa perusahaan yang sudah taat terhadap etika bisnis dan ada pula yang melanggar etika bisnis.

Dalam hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada perusahaan yang menjalankan etika bisnisnya dengan baik dan ada juga yang tidak menjalankan etika bisnisnya sehingga banyak melakukan pelanggaran. Beberapa faktor yang menyebabkan pelanggaran etika bisnis diantaranya yaitu banyaknya kompetitor baru dengan produk mereka yang lebih menarik, kemudian produsen menambah pangsa pasar, bahkan produsen berkeinginan menguasai pasar secara penuh[115].

Oleh karena itu seorang pebisnis harus memiliki tanggung jawab yang besar kepada pesaing, pelanggan, karyawan, investor, dan masyarakat. Dan

---

[114] https://renungan Islam.wordpress.com/2009/05/01/etika-produksi-dalam-Islam/

[115] Menguasai pasar secara penuh adalah monopoli, dan monopoli adalah pelanggaran dalam etika bisnis

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

pemerintah harus membentuk badan pengawas untuk mengawasi dan memberikan hukuman kepada perusahaan yang melakukan pelanggaran dalam etika bisnis.[116]

10. Katrin A L. Tobing (2014)

Penelitian ini berjudul, Etika Bisnis Bagi Perusahaan. Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Etika bisnis sangatlah diperlukan setiap perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Etika bisnis memberikan kebebasan dan tanggung jawab kepada pelaku bisnis atau perusahaan yang diterapkan dalam kebijakan instuisi dan perilaku bisnis. Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui apakah pelaku bisnis atau perusahaan menjalankan etika bisnis.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa masih banyak perusahaan atau pelaku bisnis yang masih melanggar etika bisnis atau tidak menggunakan prinsip-prinsip etika bisnis. Pelaku bisnis yang melanggar etika bisnis tersebut hanya ber-orientasi pada keuntungan yang maksimal dan menguasai pangsa pasar, sehingga merugikan banyak pihak.

Etika Bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan,mitra kerja, pemegang saham dan masyarakat. Masalah yang menjadi kajian penelitian adalah mengenai etika bisnis. Pembahasannya

[116]Fakultas Ekonomi,UniversitasGunadarma,2013,http://rizkiafandi.blogspot.com/2013/10/etika-dalam-bisnis-tugas-1.html

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

mengenai etika yang digunakan oleh pelaku bisnis di dalam menjalankan bisnisnya.

11. **Awika Bahami (2010)**

Penelitian ini berjudul : Etika Bisnis dan Perdagangan. Semua kegiatan yang mencakup penyediaan barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan mendapatkan keuntungan, itulah yang bisa disebut bisnis. Tujuan utama dari bisnis ialah memperoleh keuntungan, mengejar pertumbuhan ekonomi, meningkatkan efisiensi dan melindungi masyarakat. Ele-men-elemen yang terdapat dalam sistem bisnis seperti, modal (*capital*), material (bahan-bahan), SDM (sumber daya manusia), dan keterampilan management (*management skill*).

Hasil Penelitian ini bahwa, kegiatan yang biasa dilakukan dalam dunia bisnis seperti produksi, distribusi, dan konsumsi, kemudian juga bermacam-macam bentuk kepemilikan dalam berbisnis. Kemudian juga menjelaskan jenis perusahaan seperti perusahaan perseorangan, perseroan dan koperasi. Perusahaan perseorangan adalah bisnis yang kepemilikannya dipegang oleh satu orang. Pemilik perusahaan perseorangan memiliki tanggung jawab tak terbatas atas harta perusahaan.

Apabila bisnis mengalami kerugian, pemiliklah yang harus menanggung seluruh kerugian itu. Sedangkan perseroan adalah bisnis yang kepemilikannya dipegang oleh beberapa orang dan diawasi oleh dewan direktur. Setiap pemilik memiliki tanggung jawab yang terbatas atas harta perusahaan.

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

Koperasi adalah bisnis yang berbadan hukum, beranggotakan orang banyak dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. Koperasi bertujuan untuk menyejahterakan anggotanya. Karateristik utama koperasi, yang membedakan dengan badan usaha lain adalah bahwa anggota koperasi memiliki identitas ganda. Identitas ganda yang dimaksud adalah anggota koperasi merupakan pemilik sekaligus sebagai pengguna jasa koperasi.

Dari beberapa hasil penelitian sebagaimana diuraikan di atas selanjutnya dipaparkan pada tabel : 2.4

Tabel: 2.4 Mapping Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Putri Annisa, (2014)	Etika Bisnis Dalam Kegiatan Pemasaran.	Etika Bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/ mitra kerja, pemegang saham,dan masyarakat
2	G Gustina (2012)	Etika Bisnis dan Nilai Moral Dalam Bisnis	Komitmen dari pelaku bisnis untuk menerapkan etika secara kuat dan kokoh, tidak akan ada kecurangan yang terjadi dalam masyarakat dalam kegiatan bisnis
3	Risa Sarah Septiarani (2014)	Etika iklan, visualisasi iklan dan persepsi konsumen	Pelanggaran etika dalam praktik komunikasi periklanan dengan memperlihatkan upaya merendahkan produk-produk pesaing baik secara visual maupun secara verbal dan

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

			berbagai bentuk pelanggaran etika bersaing secara sehat dan dan juga membentuk kode etik periklanan.
4	Mita Wulandari (2014)	Etika Bisnis Bagi Perusahaan	Etika bisnis sangatlah diper-lukan setiap perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Etika bisnis memberikan kebe-basan dan tanggung jawab kepada pelaku bisnis atau perusahaan yang diterapkan dalam kebijakan, instuisi dan perilaku bisnis.
5	Aslikhah (2014)	*Strategi Pemasaran Pada BMT Maslahah Sidogiri Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.*	Strategi pemasaran melalui pertama Ikatan alumni santri kedua strategi perekrutan tokoh masyarakat, ketiga strategi lingkungan pemasaran (inveronmental marketing, keempat strategi sidogiri networking forum kelima strategi peduli masyarakat *(corporate social responsibility).*
6	Iliovia Maharani (2013)	Etika Bisnis Pemasaran Produk.	Guna mendapatkan profit semaksimal mungkin, perusahaan berusaha produknya laku terjual. Hal tersebut dengan berbagai cara dapat dilakukan untuk memasarkan produk perusahaan. Diantaranya melalui promosi di berbagai media baik cetak maupun elektronik, membuat event atau acara ter-tentu, membuat jalur distribusi yang baik, dan lainnya.
7	Aditya Christianto (2013)	Pelanggaran Etika Bisnis .	

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

8	Admin Alamsyah (2012)	Etika produksi dalam Islam:	Pelanggaran etika bisnis dapat melemahkan daya saing hasil industri dipasar internasional. Lebih parah lagi bila pengusaha Indonesia me-nganggap remeh etika bisnis. Hasil penelitiannya menyatakan Parameter kepuasan Islam bukan hanya terbatas pada aspek material lahiriyah atau harta benda konkrit keduniawian tapi juga tergantung pada sesuatu yang bersifat abstrak, jiwa dan spiritual, seperti iman, dan amal ṣaleh yang dilakukan manusia.
9	Rizki Afandi (2013	Etika Bisnis dalam Aktivitas Berbisnis	Etika Bisnis dalam Aktivitas Berbisnis. Secara tidak sadar, kita sebenarnya menyaksikan banyak pelanggaran etika bisnis dalam kegiatan berbisnis di Indonesia. Banyak hal yang berhubungan dengan pelanggaran etika bisnis yang sering dilakukan oleh para pebisnis yang tidak bertanggungjawab.
10	Katrin A L. Tobing (2014)	Etika Bisnis Bagi Perusahaan	
11.	Awika Bahani (2010)	Etika Bisnis dan Perdagangan	Pelaku bisnis yang melanggar etika bisnis hanya berorientasi pada keuntungan yang maksimal dan menguasai pangsa pasar, sehingga merugikan banyak pihak. Tujuan utama dari bisnis ialah memperoleh keuntungan, mengejar pertumbuhan ekonomi, meningkatkan

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

			efisiensi dan melindungi masyarakat. Elemen yang terdapat dalam sistem bisnis seperti, modal (capital) , material (bahan-bahan) , SDM (sumber daya manusia), dan keterampilan management (management skill).

Dari *mapping* hasil penelitian terdahulu dapat peneliti kelompokan hasil penelitian tersebut sebagai berikut. Penelitian terkait dengan pembentukan nilai etika, komitment, persaingan, strategi pemasaran, promosi, kepuasan pelanggan dan etika yang berorientasi pada keuntungan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah Etika keperilakuan bisnis korporasi kontemporer.

G. Kerangka Konseptual Penelitian

Pemikiran Konseptual *(Conceptual Thinking)* adalah kemampuan untuk mengidentifikasi pola atau hubungan yang tidak nampak dengan jelas. Termasuk di dalamnya menyimpulkan informasi yang beragam dan tidak lengkap menjadi sesuatu yang jelas dan lengkap. Mengidentifikasi kunci atau dasar permasalahan di dalam situasi yang kompleks dan menciptakan konsep-konsep baru.

Peneliti dalam mengemukakan kerangka berpikir berkaitan dengan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Penyusunan kerangka berpikir ini merupakan kelanjutan dari penyusunan permasalahan rencana penelitian.

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

Kerangka berpikir ini menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti.

Kerangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi obyek permasalahan. Kriteria utama agar suatu kerangka pemikiran bisa meyakinkan adalah, alur pikiran yang logis dalam membangun suatu kerangka berpikir yang membuahkan hasil penelitian.

Kerangka berpikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Alur logika yang sistematis dan analitis yang disajikan dalam kerangka pemikiran lebih lanjut disajikan dalam bentuk skema yang mampu menjawab permasalahan penelitian. Pemecahan tersebut bersifat sementara yang akan dibuktikan secara empiris.

Dengan demikian, alur skema harus konsisten dengan permasalahan penelitian dan harus mampu menjadi dasar alur logika perumusan hipotesis. Dengan konsep memungkinkan individu-individu untuk mengklasifikasikan berbagai objek, ide dan membuat aturan serta prinsip tentang itu. Pendekatan konsep adalah suatu pendekatan pengajaran yang secara langsung menyajikan konsep tanpa memberi kesempatan kepada siswa untuk menghayati bagaimana konsep itu diperoleh (Sagala, 2008: 71).

Variabel yang akan diteliti ini peneliti jelaskan dalam diskusi kerangka berpikir, harus dapat menunjukkan dan menjelaskan pertautan/hubungan antar variabel yang diteliti, dan ada teori yang mendasari. Diskusi juga harus menunjukkan dan menjelaskan apakah hubungan antar variabel positif atau negatif

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

perlu dinyatakan dalam bentuk diagram, sehingga pihak lain dapat memahami kerangka berpikir yang dikemukakan dalam penelitian. Variabel secara teoritis dan operasional dituangkan dalam tabel sebagai berikut di bawah ini yang merupakan gaiden peneliti dalam melakukan penelitian.

Tabel: 2.5 Mapping Variabel atau Determinan Penelitian Sebagai Gaiden Perekaman Data

No	Teori	Variabel	Katertangan
1.	Ismail Nawawi, (2012)	1. Kesatuan *(Unity).* kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid dan khilafah. 2. Keseimbangan *(Equilibrium),* kemasaan dan keadilan. Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai 3. Keperilakuan Bebas *(Free Will).* Keprilakuan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam. 4. Tanggungjawab *(Responsibility)* dan akuntabilitas menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas dalam bisnis 5. Kebenaran sesuai sharī‘ah: kebajikan dan kejujuran 6. Komitmen yang bersifat nubuwah *(ṣidiq, tabligh, amanah dan faṭanah)* 7. Efektifitas dan efisiensi bisnis	Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam
2.	Saladin, (2013) dan Nawawi, (2012)	1. Pengelolaan bisnis secara Profesional 2. Strategi usaha dalam Islam berdasarkan uswatun hasanah.	Etika strategi bisnis Islam perpaduan

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

		3. Strategi Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen 4. Stategi Bisnis Melalui Merek 5. Loyalitas Pelanggan 6. Menciptakan Budaya bisnis	(Pendapat Nawawi dan Saladin)
3.	Urwick dan Hunt (2010)	1. Produksi adalah kegiatan yang menciptakan, mengolah, mengupayakan pelayanan, menghasilkan barangdan jasa 2. Konsumsi adalah kegiatan menggunakan, memakai, dan menghabiskan barang dan jasa. 3. Distribusi adalah kegiatan menyalurkan barang hasil produksi dari tempat penghasil barang (produsen) ke tempat pemakai barang (konsumen). 4. Profit, berbisnis dengan tujuan mendapatkan keuntungan	Urgensi Etika Bisnis: Pada aktivitas bisnis

Dari tabel di atas memperjelas posisi pemilihan tiga teori (prinsip etika bisnis Islam, etika strategis bisnis Islam dan teori urgensi etika bisnis) sebagai gaiden perekaman data untuk memperoleh data dalam penelitian.

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