



pedoman bertindak, sebagai acuan proses mencapai target capaian hasil bisnis, (3) Prinsip mengandung hukum kausalitas atau hubungan sebab dan akibat berbisnis.

Prinsip etika bisnis Islam ini lebih memungkinkan untuk ditaati oleh pebisnis muslim, karena mereka mendasarkannya dengan keyakinan akan adanya reward and punishment di kehidupan akherat.

Manifestasi atau perwujudan dari prinsip etika bisnis Islam sesuai dengan hasil penelitian ini adalah (1) Kesatuan, kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep *tauhid* dan *khilafah*, dalam bisnis (2) Keseimbangan dan keadilan selalu diwujudkan dalam bisnis (3) Kehendak bebas, dalam menjelaskan bisnis bebas dari manipulasi dan monopoli (4) Tanggungjawab menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas dasar *ḥablun min al Allah* dan *ḥablun min al nas* (berkaitan dengan Allah dan sesama manusia), (5) Kebenaran sesuai dengan ranah *sharīah* (bisnis selalu berpedoman kepada *sharīah*), (6) Komitmen yang bersifat *nubuwwah*. Bisnis dengan mengedepankan kejujuran (*ṣidiq*), komunikatif dan transparansi (*tablik*), mengemban kepercayaan (*amanah*) dan bisnis secara profesional (*fathanah*), (7) Komitmen pada efektifitas dan efisiensi bisnis dan selalu memperhatikan tetap waktu dan tetap guna pada *stakeholder*.

## 2. Etika strategi bisnis Islam

Dalam mencapai tujuan bisnis pelaku bisnis menetapkan dan menggunakan strategi bisnis. Strategi bisnis proses penentuan rencana manajerial

yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Strategi merupakan tindakan yang bersifat senantiasa meningkat (*incremental*) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan dan selalu merespon tuntutan pasar dan kebutuhan konsumen.

Adapun strategi bisnis sesuai dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut, yaitu: (1) Strategi pengelolaan bisnis secara profesional, dengan kompetensi wawasan general dan keahlian yang spesial, (2) Strategi usaha dalam Islam berdasarkan *uswatun hasanah*, meneladani bisnis yang dicontohkan Rasulullah saw, (3) Strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen, dengan memberikan pelayanan prima (4) Strategi Bisnis Melalui Merek, bisnis menjaga kualitas produk yang termanifestasi pada merek dan citra perusahaan (5) Loyalitas pelanggan, dengan menciptakan dukungan pelanggan akan fanatik pada produk yang disediakan oleh perusahaan (6) Membangun budaya bisnis.

### **3. Urgensi etika bisnis Islam**

Etika bisnis merupakan upaya untuk mencari jalan keluar atau paling tidak mengklarifikasi berbagai moral issues bisnis yang secara spesifik muncul berkaitan dengan aktivitas bisnis. Proses moral issues bisnis dimulai dari analisis terhadap 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. Dalam berbisnis berkaitan dengan empat hal pokok yang terfokus pada produksi, konsumsi, distribusi dan profit. Masing-masing di lakukan analisis sebagai berikut di bawah ini.

#### **a. Produksi**

Produksi dalam aktivitas korporasi merupakan kegiatan yang menciptakan, mengolah, mengupayakan pelayanan, menghasilkan barang dan jasa yang sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan pelanggan atau konsumen dan stakeholder.

Dalam hal ini produsen harus memperhatikan, (1) dampak sosial (*social return*) sebagai akibat atas proses produksi yang dilakukan dan (2) Produsen harus memperhatikan nilai-nilai spirirualisme, dimana nilai tersebut harus dijadikan sebagai penyeimbang dalam melakukan produksi. Di samping produksi bertujuan untuk mendapatkan profit yang maksimal, produsen harus berkeyakinan dalam memperoleh riḍa Allah.

#### **b. Konsumsi**

Dalam kaitannya berbisnis konsumsi adalah kegiatan menggunakan, memakai, dan menghabiskan barang dan jasa. Dalam hal ini harus terhindar dari Pelarangan *Israf*, *Tabdzir*, dan *Safih*. Istilah *Israf* adalah melampaui batas hemat





Dalam kaitan ini peneliti menggabungkan atau melakukan inovasi/ pengembangan teorinya Ismail Nawawi tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam bukunya yang berjudul *Etika Bisnis Islam* yang mengemukakan 6 (enam) variabel atau determinan, yaitu (1) Kesatuan tauhid dan khilafah, (2) Keseimbangan dan keadilan, (3) Keprilakuan bebas beretika, (4) Tanggungjawab, (5) Kebenaran sesuai shari'ah, (6) Komitmen yang bersifat nubuwah. Keenam determinan tersebut, peneliti tambahkan determinan yang ke(7), yaitu efektif dan efisien. Penambahan tersebut berdasarkan temuan hasil kajian literatur dalam bisnis harus menjalankan atau menggunakan prinsip efektif dan efisien dalam berbisnis.

Dalam etika strategi bisnis Islam peneliti menggabungkan teori *James Brian Quinn* dalam bukunya yang berjudul *Are You an Entrepreneur* dengan teori Ismail Nawawi dalam bukunya yang berjudul *Bisnis Shari'ah* yang mengemukakan 6 (enam) determinan, yaitu (1) Mengelola bisnis secara profesional, (2) Strategi usaha dalam Islam berdasarkan uswatun hasanah, (3) Strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen, (4) Strategi bisnis melalui merek, (5) Loyalitas pelanggan. determinan 1 (satu), sampai 5 (lima) merupakan determinan yang dikemukakan oleh Ismail Nawawi dan peneliti tambahkan determinan ke (6) Menciptakan kultur bisnis dari pendapat James Brian Quinn.

Sedangkan terkait dengan Urgensi Etika bisnis Islam peneliti menggabungkan teorinya Urwick dan Hunt dalam Ciptono Total Quality Management dan teorinya Gulick, Luther, and Lyndall Urwick, dalam bukunya:





penelitian, dan juga membuat fokus pada topik penelitian menjadi berubah. Sebenarnya idealnya adalah mengumpulkan bahan pustaka, kemudian dibaca dan dilanjutkan dengan menelaahnya.

2. Sumber pustaka internet sering berubah. Sumber pustaka kurang ‘memuaskan’ sering tidak dapat dibuka. Bila menemukan sumber dari Internet atau buku/jurnal yang merupakan hasil terjemahan, seringkali sumber internet dapat diakses dalam waktu terbatas. Karena itu, sangat penting mencatat tanggal saat mengakses pustaka tersebut. Pada beberapa kasus, makalah/penelitian yang ditulis dan diterbitkan di internet tidak benar-benar dapat ditelusuri penanggungjawabannya.
3. Minimnya wawasan tematik yang diteliti. Wawasan dan keterbatasan peneliti dalam memaknai data, karena hasil peneliti sangat banyak tetapi tema literatur-literatur ilmiah, terutama yang berkaitan dengan tema penelitian, sangat langka dan sulit ditemukan.
4. Sistematika pembahasan hasil penelitian kurang tersistem dengan baik. Peneliti hanya mengumpulkan literatur-literatur yang sesuai dengan tema, kemudian menggabungkan menjadi satu.
5. Analisis sumber data otentik yang bisa untuk dikembangkan dan sumber data sekunder sebagai tambahan untuk dijadikan penjelasan, menyebabkan hasil penelitian yang semakin melebar (bias) dan bisa terjadi ketidak fokusan dalam membahasnya.

