
Jurnal Aksioma Al-Musaqoh

Vol. 1 | No. 1

Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menjalankan Usaha Kecil

Noorma Yunia

STAI La Tansa Mashiro Indonesia

Article Info

Keywords:

Islamic bussniss
ethics, Small
busniss, descriptive
analysis

Abstract

This study is aimed at determining how the concept and application of Islamic business ethics for small businesses (SMEs). The purpose of this study is to determine how the concept of Islamic business ethics and how its implementation for SMEs in which the results of this study might be used as a resume of a framework or model for other entrepreneurs. Research conducted in the form of descriptive literature and resume using the results of previous research. The results showed that Kampoeng Creative, Bazar Medina and SMEs in the environment of UIN Jakarta has implemented a business ethics of Islam, both by employers and employees. In conducting its business and activities, entrepreneurs have to understand and implement the principles or values based on Islam values acoming from the Qur'an and Hadith. The implementation of Islamic business ethics comprises four aspects : principles, management, marketing/advertising and product / price..

Coreresponding

Author:

Noormayunia@gmail.com

Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana konsep dan penerapan etika bisnis Islam bagi pelaku usaha kecil. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konsep etika bisnis Islam serta bagaimana implementasinya bagi para pelaku usaha kecil sehingga nantinya diharapkan hasil resume penelitian ini dapat dijadikan sebuah framework atau model bagi para pelaku usaha lainnya. Penelitian yang dilakukan berupa deskriptif menggunakan studi literatur serta meresume hasil riset sebelumnya. Hasilnya menunjukkan bahwa Kampoeng

Kreati, Bazar Madinah dan Usaha Kecil di Lingkungan UIN Jakarta telah menerapkan etika bisnis Islam, baik oleh pengusaha maupun karyawannya. Dalam menjalankan usaha dan kegiatan, para pelaku usaha telah memahami dan mengimplementasikan prinsip atau nilai-nilai Islam dengan berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadits. Implementasi etika bisnis Islam ini meliputi empat aspek: prinsip, manajemen, marketing/iklan dan produk/harga.

Kata Kunci : *Teologi, Air, Nilai Ekonomi.*

@ 2018 JAAD. All rights reserved

Pendahuluan

Perkembangan ilmu ekonomi dewasa ini semakin marak dengan penerapan system perekonomian yang berbeda pada setiap negara. Pada pelaksanaan dan penerapan perekonomian ini hendaknya memberikan tanggung jawab dan kewajiban yang seimbang pada kelestarian dan kesetaraan seluruh manusia.

Penerapan etika dalam pelaksanaan perekonomian pun dirasakan perlu lebih ditingkatkan. Ini didasarkan pada kenyataan bahwa sejak awal tahun 1980'an, etika bisnis memasuki wacana Amerika Serikat sebelum akhirnya meluas keseluruh dunia. Bisnis dipengaruhi bukan hanya oleh situasi dan kondisi

ekonomi semata, namun juga oleh perubahan-perubahan sosial, politik, ekonomi dan teknologi serta pergeseran-pergeseran sikap dan cara pandang para *stakeholders*nya. Bahkan jika tujuan bisnis dipandang secara sempit, yakni sebagai maksimalisasi nilai (ekonomis) bagi pemiliknya, bisnis harus tetap mempertimbang akan segala sesuatu yang mempengaruhi pencapaian tujuan terbatas tersebut.

Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam

diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka atau ruang lingkup bisnis.

Bersama dengan semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam bisnis. Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah diatur dalam pandangan ajaran Agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis.

Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan). Islam di segala aspek kehidupan termasuk di

dalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan.

Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat.

Penerapan etika bisnis Islam tersebut juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk dalam penyelenggaraan produksi, konsumsi maupun distribusi. Hal inilah yang sudah dilakukan pada beberapa pelaku usaha kecil dengan menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan mereka.

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah actual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Melalui penelitian deskriptif, peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut. (Noor, 2012 : 34).

Pembahasan

Konsep Etika bisnis islam dalam menjalankan usaha kecil

1. Etika bisnis Islam menurut para pelaku usaha kecil, yaitu:

- a. Prinsip: visi misi sesuai syariat, amal makruf nahi munkar, asas tauhid, kebenaran, keadilan dan amanat.
- b. Manajemen: memberi hak konsumen dari sisi keamanan dan kesehatan, informasi lengkap,

tidak mencampur hal yang halal dan haram, membayar zis, memperhatikan karyawan

- c. Marketing/ Iklan/ Promosi: jujur, tanpa penipuan/ pemalsuan informasi, jaminan pelayanan purna jual, detail dari suatu produk
- d. Harga: menetapkan harga sesuai ekspektasi laba, tidak mengambil untuk secara berlebihan

2. Implementasi etika bisnis islam dalam menjalankan usaha kecil

Etika adalah cabang filosofi yang menginvestigasi penilaian normatif tentang tingkah laku benar atau salah, mana yang harus dilakukan dan tidak dilakukan. Kebutuhan akan etika timbul dari keinginan untuk menghindari masalah-masalah di kehidupan nyata. Etika tidak membahas isu apa tentang kepercayaan yang seharusnya atau tidak seharusnya dianut, karena sudah menyangkut masalah keagamaan. Etika berhubungan dengan prinsip yang membimbing perilaku manusia. Etika adalah study tentang norma dan nilai-nilai tentang salah dan benar, baik dan buruk, apa yang

seharusnya kita lakukan dan dihindari. Sebagaimana wawancara dengan Hafis (25) sebagai berikut :

Bahwa usaha yang dijalankan atau dalam manajemen sudah disesuaikan dengan hukum atau aturan islam, dimana sistem pengelolaan atau pelaksanaan tidak merugikan anggota dan konsumen. (Wawancara tanggal 05 Maret 2019)

Berdasarkan wawancara tersebut dapat digambarkan bahwa manajemen dalam usaha diperlukan di koperasi IBDA La Tansa Mashiro, mempunyai manajemen. Fungsi manajemen ini sebagai planning, controlling, processing, organizing, actualizing, dan financing. Usaha kecil sekalipun, harus mempunyai manajemen, agar lebih teratur dan terukur. Karena setiap usaha kecil, sudah pasti mau naik kelas, menjadi usaha besar bahkan korporasi. Usaha besar, awalnya pasti sebagai usaha kecil yang dimenej dan terus berkembang sehingga menyentuh level usaha besar.

Sebagai mana wawancara dengan Hafis (25) tentang prinsip-prinsip syariah sebagai berikut :

Bahwa dalam prinsip-prinsip yang dijalankan dalam pelaksanaan disesuaikan dengan aturan islam atau sesuai dengan ketentuan dalam Al-Qur'an. Bahwa dalam penetapan harga yang

dilakukan disesuaikan dengan aturan islam, dimana dalam pengambilan harga tidak terlalu memberatkan konsumen. (Wawancara tanggal 05 Maret 2019)

Berdasarkan wawancara tersebut dapat digambarkan bahwa prinsip-prinsip Aktifitas Ekonomi telah berkembang dan berjalan dengan seiringnya perkembangan manusia dan perkembangan teknologi. Dan dengan perkembangan sejarah manusia dan teknologi inilah aspek perekonomian menjadi berkembang hingga semakin kongkrit dan komplit, namun perkembangan perekonomian ini juga berkaitan dengan adanya tenaga kerja, sumber daya alam, manajemen, dan lain sebagainya hal ini jika ingin perekonomian itu semakin maju.

Sebagaimana wawancara dengan Hafis (25) tentang produk koperasi IBDA La Tansa Mashiro sebagai berikut :

Bahwa dalam pembuatan produk dalam usaha yang dikelola dicari bahan yang aman dan halal. (Wawancara tanggal 05 Maret 2019)

Berdasarkan wawancara tersebut dapat digambarkan bahwa Pemahaman produksi dalam Islam

memiliki arti sebagai bentuk usaha keras dalam pengembangan faktor-faktor sumber produksi yang diperbolehkan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Qur'an surah Al-Maidah ayat 87. Islam menghargai seseorang yang mengolah bahan baku kemudian menyedekahkannya atau menjualnya sehingga manusia dapat memenuhi kebutuhan hidupnya atau untuk meningkatkan ekonomi untuk mencukupi kebutuhannya sendiri. Pekerjaan seseorang yang sesuai keterampilan yang dimiliki, dikategorikan sebagai produksi, begitupun kesibukan untuk mengolah sumber penghasilan juga dapat dikatakan produksi.

3. Etika dan Moral

Ensiklopedi Filosofi mendefinisikan etika dalam tiga cara:

1. Suatu pola umum atau cara hidup.
2. Suatu rangkaian peraturan tentang tingkah laku atau moral.
3. Penyelidikan tentang cara hidup dan peraturan tingkah laku.

Menurut Ensiklopedi Filosofi, moralitas dan moral memiliki empat karakteristik yaitu:

1. Keyakinan tentang sifat manusia.
2. Keyakinan tentang apa yang bagus atau berguna untuk diri sendiri.
3. Peraturan yang menentukan apa yang sebaiknya dilakukan dan apa yang sebaiknya tidak dilakukan.
4. Motif yang mendorong kita untuk memilih hal yang benar atau salah.

Setiap aspek di atas akan dieksplorasi menggunakan teori etika yang diaplikasikan dalam membuat keputusan etis dalam sebuah lingkungan bisnis yaitu utilitarianism, deontologi, keadilan dan kejujuran, dan *virtue ethics*.

Setiap teori memberikan penekanan yang berbeda pada empat karakteristik.

Utilitarianism

Menekankan pentingnya peraturan dalam melakukan apa yang baik, di mana deontologi

menerangkan motivasi pembuat keputusan etis.

Virtue ethics

Cenderung menerangkan manusia dalam kebiasaan yang *holistic*. Walaupun setiap teori menekankan aspek yang berbeda tentang moral, akan tetapi teori-teori tersebut memiliki beberapa persamaan, khususnya yang berfokus tentang apa yang seharusnya atau tidak seharusnya dilakukan. Teori-teori tersebut bertujuan untuk membantu dalam membuat keputusan yang etis.

Semua orang mengetahui apa yang baik dan buruk. Dilema etika timbul ketika harus memilih antara dua alternatif. Dilema etika meningkat karena tidak ada pilihan yang sepenuhnya benar. Namun, ada alasan yang memaksakan setiap alternatif bagi individu untuk memutuskan alternatif mana yang dipilih. Seorang pembuat keputusan yang etis seharusnya tidak memilih hanya karena pilihan tersebut sudah dipilih oleh banyak orang supaya konsisten. Namun, sebagai orang yang etis, seseorang dapat memiliki pendirian tentang masalah kehidupan

manusia yang sulit dan penting dan dapat menerangkan serta menjustifikasi pendiriannya. Seseorang harus dapat mengatakan dengan jelas dan mempertahankan alasan mengapa ia memilih suatu tindakan atau keputusan menggunakan teori dan alasan etika.

Di dalam bisnis, ada banyak faktor yang mempengaruhi seorang pembuat keputusan dalam membuat keputusan yang benar. Faktor-faktor tersebut dikelompokkan menjadi kendala organisasional dan karakter personal. Kendala organisasional meliputi sistem *reward*, budaya organisasi, dan sifat manajemen puncak dalam perusahaan tersebut. Orang akan melakukan pekerjaan sesuai dengan upah yang diiterimanya, jika sistem *reward* meningkatkan keraguan atau menurunkan semangat untuk melakukan diskusi etis tentang tindakan yang dianjurkan, maka karyawan tidak akan mempertimbangkan faktor etika dalam pembuatan keputusan. Nilai organisasi mempengaruhi perilaku karyawan dan manajer senior. Jika karyawan mengetahui bahwa

perusahaan memilih atau mendukung konsumen yang melakukan tindakan tidak etis namun dewan direktur menunjukkan tingkah laku yang “bossy”, maka karyawan junior akan berpikir bahwa etika dan melakukan tindakan yang benar adalah tidak penting dalam bisnis.

Karakteristik personal mempengaruhi apa yang sebenarnya dianggap benar misalnya terkait dengan pemahaman bisnis yang menyesatkan, komitmen yang berlebihan terhadap perusahaan, dan ketidakdewasaan etika. Beberapa karyawan memiliki pemikiran yang keliru, yaitu tujuan bisnis adalah hanya mendapatkan laba.

4. Etika dan Bisnis

Terdapat tiga faktor yang dapat menjelaskan mengapa seseorang harus berlaku etis, yaitu agama, hubungan dengan orang lain, dan persepsi tentang diri sendiri.

1. Faktor agama menyebutkan bagaimana seseorang seharusnya hidup berdasarkan prinsip agama.
2. Faktor hubungan dengan orang lain menyebutkan bahwa

manusia adalah makhluk sosial yang hidup bermasyarakat dengan orang lain. Secara alamiah, seseorang mengembangkan emosional yang kuat dengan orang lain, seseorang sering menunjukkan melalui tindakan yang penuh kasih sayang dan pengorbanan. Melalui interaksi, seseorang menjadi simpatik terhadap emosi dan perasaan mereka.

3. Faktor persepsi tentang diri sendiri menyebutkan bahwa seseorang berperilaku etis karena *self-interest*. Aspek fundamental sifat manusia adalah bahwa mereka adalah *self-interest*. Walaupun seseorang hidup dalam masyarakat, setiap orang hidup memiliki kehidupan sendiri yang unik. Contohnya, faktor yang mempengaruhi saya adalah penting bagi saya. Oleh karena itu, ada perbedaan antara *self-interest* dan *selfishness*. *Selfishness* hanya fokus pada diri sendiri dan mengutamakan kepentingan individu di atas

kepentingan orang lain. Sedangkan, *self-interest* adalah ketertarikan yang fokus pada diri sendiri bukan ketertarikan dalam diri sendiri. *Self-interest* tidak didefinisikan hanya ketertarikan yang fokus pada individu tetapi juga tentang semua hal yang berhubungan dengan individu tersebut, yaitu keluarga, teman dan masyarakat di mana ia hidup. *Self-interest* mempunyai hubungan dekat dengan perilaku ekonomi.

5. Etika, Bisnis dan Hukum

Etika, bisnis dan hukum saling berhubungan tetapi ada bagian-bagian yang saling tumpang tindih misalnya masalah aturan dan peraturan yang harus dipatuhi oleh perusahaan dimana hukum dibuat oleh pemerintah, badan-badan regulator, asosiasi profesional dan lainnya. Ada juga tumpang tindih antara hukum dengan etika terkait dengan larangan membunuh, dan juga terdapat area lain yang saling bersinggungan antara aktivitas bisnis dengan norma-norma etika. Intinya adalah etika seharusnya menjadi panduan tingkah laku diatas hukum.

Hukum biasanya adalah standar minimum tentang tingkah laku yang bisa diterima, akan tetapi terkadang seringkali terjadi konflik hukum diberbagai negara yang berlaut-laut, atau mungkin tidak berlaku disuatu tempat. Sehingga dalam kasus seperti itu, etika ditempatkan diatas hukum standar minimal.

6. Teori-teori Utama tentang Etika yang dapat membantu memecahkan masalah dilema etika

1. Teleology: Utilarism dan Consequentialism – Analisis Dampak

Mengevaluasi keputusan sebagai hal baik atau buruk, diterima dan tidak bisa diterima terkait dengan konsekuensi suatu keputusan

2. Etika Deotologi – Motivasi yang mendasari tingkah laku

Mengevaluasi keetisan perilaku berdasarkan motibvasi pembuat keputusan dan berdasarkan tindakan deontologi yang dapat dianggap benar secara etis meskipun keputusan tersebut berdampak buruk terhadap si pembuat keputusan maupun masyarakat pada umumnya

3. Manfaat etika bisnis untuk perusahaan

Pada prakteknya, etika bisnis akan dapat memberikan keuntungan kepada sebuah perusahaan untuk kesinambungan jangka panjangnya. Berikut ini adalah manfaat yang bisa diperoleh jika sistem etika bisnis serta tanggung jawab sosial perusahaan dijalankan dengan tepat.

- a. Mampu mengurangi biaya akibat di cegah nya kemungkinan terjadinya friksi, baik intern perusahaan maupun eksternal.
- b. Akan meningkatkan motivasi untuk semua yang terlibat dengan perusahaan.
- c. Dapat menjadi nilai unggul dalam menuju ketatnya persaingan.

Beberapa ranah etika dan tanggung jawab sosial yang dapat dijadikan landasan dalam melakukan kegiatan secara etis dan bertanggung jawab agar mampu diterima di area bisnis nasional maupun multinasional harus patuh pada beberapa hal, sebagai berikut:

- 1) Produsen memberikan produk yang aman dan harga wajar,

serta kemudahan konsumen mendapatkan informasi akurat terhadap produk yang dikonsumsi.

- 2) Perusahaan memiliki kewajiban dalam menyediakan pengambilan investasi dari investor yang menarik dengan memaksimalkan laba perusahaan.
- 3) Perusahaan bertanggung jawab terhadap karyawan mulai dari perencanaan, perekrutan, penggajian, orientasi, penempatan keselamatan kerja serta kesejahteraan.

Dari penjelasan di atas tentang cakupan etika bisnis dan tanggung jawab sosial yang dijalankan oleh perusahaan, hal tersebut demi sebuah konsisten dalam menerapkan dan mengimplementasikan etika bisnis dan tanggung jawab sosial dalam segala aspek aktifitas organisasi.

Ciri-Ciri Bisnis Dalam Etika Islam

Ciri-ciri etika bisnis Islam sebagaimana yang diajarkan Rasulullah SAW, terlihat bahwa para

pelaku usaha kecil di tiga tempat tersebut sebagian besar telah mempraktikkan etika bisnis Islam. Rasulullah Saw, sanga tbanyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis, Ciri-ciri Rasulullah Saw berbisnis diantaranya adalah:

1. Bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda: “Tidak dibenarkan seorang muslim menjual sesuatu yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya” (H.R. Al-Quzwani). “Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami” (H.R. Muslim). Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas
2. Kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta’awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis, bukan mencari untung material semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.
3. Tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad saw sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis. Dalam sebuah hadis riwayat Bukhari, Nabi bersabda, “Dengan melakukan sumpah palsu, barang-barang memang terjual, tetapi

hasilnya tidak berkah”. Dalam hadis riwayat Abu Zar, Rasulullah saw mengancam dengan azab yang pedih bagi orang yang bersumpah palsu dalam bisnis, dan Allah tidak akan memperdulikannya nanti di hari kiamat (H.R. Muslim). Praktek sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau pemasaran. Namun, harus disadari, bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah.

4. Ramah-tamah. Seorang pelaku bisnis, harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis. Nabi Muhammad Saw mengatakan, “Allah merahmati seseorang yang ramah dan

toleran dalam berbisnis” (H.R. Bukhari dan Tarmizi).

5. Tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut. Sabda Nabi Muhammad,
“Janganlah kalian melakukan bisnis najsyah (seorang pembeli tertentu, berkolusi dengan penjual untuk menaikkan harga, bukan dengan niat untuk membeli, tetapi agar menarik orang lain untuk membeli).
6. Tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya. Nabi Muhammad Saw bersabda, “Janganlah seseorang di antara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkkan apa yang dijual oleh orang lain” (H.R. Muttafaq ‘alaih).
7. Tidak melakukan ihtikar. Ihtikar ialah (menumpuk dan menyimpan barang

dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh). Rasulullah melarang keras perilaku bisnis semacam itu.

8. Takaran, ukuran dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan. Firman Allah: “Celakalah bagi orang yang curang, yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi” (QS. 83: 112).
9. Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah. Firman Allah, “Orang yang tidak dilalaikan oleh bisnis lantaran mengingat Allah, dan dari mendirikan shalat dan membayar zakat. Mereka

takut kepada suatu hari yang hari itu, hati dan penglihatan menjadi goncang”.

10. Membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Nabi Muhammad Saw bersabda, “Berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya”. Hadist ini mengindikasikan bahwa pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan kerja yang dilakukan.
11. Tidak monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara dan tanah dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral. Individu tersebut mengeruk keuntungan secara pribadi, tanpa

memberi kesempatan kepada orang lain. Ini dilarang dalam Islam.

12. Tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (mudharat) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial. Misalnya, larangan melakukan bisnis senjata di saat terjadi chaos (kekacauan) politik. Tidak boleh menjual barang halal, seperti anggur kepada produsen minuman keras, karena ia diduga keras, mengolahnya menjadi miras. Semua bentuk bisnis tersebut dilarang Islam karena dapat merusak esensi hubungan sosial yang justru harus dijaga dan diperhatikan secara cermat.

13. Komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras,

ekstasi, dan sebagainya. Nabi Muhammad Saw bersabda, “Sesungguhnya Allah mengharamkan bisnis miras, bangkai, babi dan “patung-patung” (H.R. Jabir).

14. Bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan. Firman Allah, “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan bisnis yang berlaku dengan suka-sama suka diantara kamu” (QS. 4: 29).

15. Segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya. Rasulullah memuji seorang muslim yang memiliki perhatian serius dalam pelunasan hutangnya. Sabda Nabi Saw, “Sebaik-baik kamu, adalah orang yang paling segera membayar hutangnya” (H.R. Hakim).

16. Memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar. Sabda Nabi Saw, “Barang siapa yang menangguk orang yang kesulitan membayar hutang atau membebaskannya, Allah akan memberinya naungan di bawah naunganNya pada hari yang tak ada naungan kecuali naungan-Nya” (H.R. Muslim).

17. Bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba. Firman Allah, “Hai orang-orang yang beriman, tinggalkanlah sisa-sisa riba jika kamu beriman (QS. al-Baqarah: 278) Pelaku dan pemakan riba dinilai Allah sebagai orang yang kesetanan (QS. 2: 275). Oleh karena itu Allah dan Rasulnya mengumumkan perang terhadap riba.

mendapatkan harta. Karenanya, segala kegiatan bisnis harus dilakukan dengan cara-cara terbaik

dengan tidak melakukan kecurangan, riba, penipuan, dan tindakan kezaliman

lainnya. Kesadaran terhadap pentingnya etika dalam bisnis merupakan kesadaran tentang diri sendiri dalam melihat dirinya sendiri ketika berhadapan dengan hal

baik dan buruk, yang halal dan yang haram. Etika bisnis Islam juga telah diterapkan oleh para pelaku usaha tempat penelitian, yakni: kantin dan koperasi di lingkungan kampus STAI La Tansa Mashiro sendiri. Para pelaku usaha ini meyakini bahwa apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan (profit) sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapat keberkahan dan keridhaan dari Allah swt atas apa yang diusahakan.

Saran

Sebaiknya para pelaku usaha kecil harus selalu menerapkan etika bisnis islam dalam menjalankan usahanya, karena Rosullah SAW

Kesimpulan

Islam menempatkan bisnis sebagai cara terbaik untuk

tidak menyukai kecurangan, riba, penipuan, dan tindakan kezaliman lainnya. Dan itu harus timbul dari kesadaran pada dirinya dan diterapkan dalam pelaksanaan usaha.

Daftar Pustaka

- Al Arif, M. N. R. 2011. *Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Surakarta: Era Intermedia
- Amalia. ETIKA BISNIS ISLAM: KONSEP DAN IMPLEMENTASI PADA PELAKU USAHA KECIL, Jurnal Ekonomi Syariah Vol.6 No.1, Noember 2013.
- Beekum , Rafik Issa. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta.: Pustaka Pelajar
- Bertens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Jakarta: Kanisius
- Hadiyati, Ernani. 2009. “Pengaruh Etika Bisnis terhadap Kewirausahaan pada Usaha Kecil Bengkel Les di Pujon”, Jurnal Manajemen Gajayana, Vol. 6, No.1, Juni 2009
- Irfan Sukarna, Muhammad. 2012. *Peta Sistem Ekonomi Islam Indonesia: Peluang dan Tantangan Sektor Perbankan*. Diseminarkan pada Seminar Nasional
- Ekonomi Indonesia IAEI-UMJ, 2012
- Jalil, Abdul. 2010. “Implementation Mechanism of Ethics in Busines Organizations”. International Business Research. Vol. 3, No. 4, October 2010.
- Karim, Adiwarman. 2003. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Penerbit III T Indonesia
- Latief, Dochack. 2006. *Etika Bisnis Antara norma dan realitas*, Muhammadiyah University Press
- Najma, Siti. 2008. *Bisnis Syariah dari Nol*. Jakarta: Hikmah.
- Noor, Metodologi Penelitian, Jakarta, Prenada Media Group, 2012
- Syafei, Rahmat. 2000. *Fikih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia
- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani