

BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)

Norvadewi

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Samarinda

norvadewi@yahoo.com

ABSTRACT

Business with all that stuff going on in people's lives every day widely. Many businesses and the variety of motifs and business orientation as well as the increasing complexity of business problems, sometimes making businesses stuck to try anything to achieve its goal, especially if the goal is only for profit and profit alone. So frequent negative actions, which eventually becomes a habit in business behavior. If so, it is not uncommon for businesses identified with the dirty deed, because there are behaviors lying, treasonous, broken promises, deception and deceiving others. This article describes the business in the Islamic approach that includes the Islamic business concept, the principles of Islamic business and normative foundation of Islamic business. Islamic business must be based on Islamic ethics derived from the Qur'an and the Sunnah of the Prophet Muhammad. Generally, business ethics is a normative discipline, whereby particular ethical standards are formulated and then applied. It makes specific judgments about what is right or wrong, which is to say, it makes claims about what ought to be done or what ought not to be done.

Keywords: *Islamic Business, the Principles of Islamic Business, Business Behavior.*

PENDAHULUAN

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan mempunyai peranan yang sangat vital dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan bisnis mempengaruhi semua tingkat kehidupan manusia baik individu, sosial, regional, nasional maupun internasional. Tiap hari jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, perantara maupun sebagai konsumen.

Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Hal-hal yang terjadi dalam kegiatan ini adalah tukar menukar, jual beli, memproduksi-memasarkan, bekerja-memperkerjakan, serta interaksi manusiawi lainnya, dengan tujuan memperoleh keuntungan (Bertens,

2000 : 17). Dalam kegiatan perdagangan (bisnis), pelaku usaha atau pebisnis dan konsumen (pemakai barang dan jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Untuk itu sangat diperlukan aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan bisnis tersebut agar tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dan dieksploitasi baik pihak konsumen, karyawan maupun siapa saja yang ikut terlibat dalam kegiatan bisnis tersebut.

Kenyataan yang kita hadapi sekarang di masyarakat adalah perilaku yang menyimpang dari ajaran agama, merosotnya nilai etika dalam bisnis. Bagi kalangan ini bisnis adalah kegiatan manusia yang bertujuan mencari laba semata-mata. Bisnis telah ada dalam sistem dan struktur dunianya yang “baku” untuk mencari pemenuhan hidup sehingga bisnis tidak seiring dengan etika (Fauroni, 2003 : 92). Hal inilah yang oleh George (1986 : 5) melahirkan mitos *bisnis amoral*. Bahwa bisnis adalah bisnis, antara bisnis dan moralitas tidak ada kaitan apa-apa. *Mitos bisnis amoral* menganggap bahwa bisnis merupakan kegiatan tak terpuji dan karenanya harus dihindari, *mitos bisnis pengejar maksimalisasi keuntungan*; bahwa bisnis hanyalah kegiatan yang berhubungan dengan keuntungan-keuntungan semata dan *mitos bisnis sebagai permainan*; bahwa bisnis merupakan arena kompetisi atau permainan judi dengan kemenangan menjadi tujuan utama. Dengan mitos tersebut, citra buruk bisnis seakan mendapat legitimasi. Berbagai bentuk kecurangan terjadi dalam bisnis seperti rendahnya solidaritas, tanggung jawab sosial dan tingkat kejujuran, saling curiga, persaingan tidak sehat, penunggakan utang, sogok menyogok, komersialisasi birokrasi bahkan memotong relasi saingan untuk mematikan usaha saingan (Alma & Donni, 2009 : 199).

Beberapa tahun terakhir ada perkembangan menarik berkaitan dengan bisnis, Patricia Aburdence dalam Megatrend 2010 menyatakan terdapat tujuh megatrend yang akan mewarnai dunia bisnis modern, yaitu : *pertama*, muncul dan meningkatnya kekuatan spiritual. *Kedua*, munculnya fajar baru *conscious capitalism*. *Ketiga*,

munculnya kepemimpinan alternative dari tengah. *Keempat*, banyaknya penerapan spritualisme dalam dunia bisnis. *Kelima*, meningkatnya konsumen yang memutuskan perilakunya berdasarkan sistem nilai. *Keenam*, munculnya gelombang pemecahan masalah berdasarkan kesadaran. *Ketujuh*, munculnya ledakan investasi dalam berbagai bidang bisnis yang memiliki etika dan tanggung jawab sosial. Prinsip “*supply creates its own demand*” harus segera diimbangi dengan prinsip pelayanan yang berlandaskan pada nilai etika.

Hal ini juga dinyatakan oleh Fauroni (2003 : 92) bahwa etika bisnis merupakan keharusan. Etika dapat menyatu dengan dunia bisnis. Tanpa etika, dunia bisnis akan menjadi sebuah struktur kehidupan yang tersendiri dan menjadi dunia yang “hitam”. Bisnis modern saat ini adalah bisnis yang diwarnai dengan persaingan yang ketat. Dalam konteks bisnis yang kompetitif, setiap perusahaan berusaha untuk unggul berdasarkan kekuatan objektifnya. Kekuatan objektif itu mencakup dua hal pokok yaitu modal dan tenaga kerja (Keraf, 1998 : 6). Modal yang besar saja tidak cukup memadai, kebutuhan akan tenaga professional juga tidak kalah penting karena tenaga professional akan menentukan kekuatan manajemen dan profesionalisme suatu perusahaan. Namun tenaga yang professional tidak hanya didasarkan pada keahlian dan keterampilannya saja. Hal yang tidak kalah penting adalah komitmen moral mereka: disiplin, loyalitas, kerja sama, integritas pribadi, tanggung jawab, kejujuran, perlakuan yang manusiawi dan sebagainya. Selain itu hal yang juga penting dalam persaingan bisnis adalah pelayanan terhadap konsumen. Hanya perusahaan yang mampu memberikan

pelayanan terbaik kepada konsumen yang akan sukses. Bentuk pelayanan terhadap konsumen antara lain adalah mempertahankan mutu barang dan jasa, permintaan konsumen dengan harga yang tepat, tidak membohongi konsumen, dan sebagainya.

Iniilah yang dikatakan Bertens (2000 : 17) bahwa bisnis harus berlangsung sebagai komunikasi sosial yang menguntungkan bagi pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Hal ini berarti bahwa pencarian keuntungan dalam bisnis tidak bersifat sepihak, tetapi diadakan dalam interaksi antara pemilik perusahaan dengan karyawan, relasi bisnis, konsumen dan sebagainya. Jadi etika bisnis dianggap memiliki peran yang penting dalam mewujudkan tujuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan di dalam dunia bisnis yang kompetitif. Keraf (1998 : 5) menyatakan bahwa hanya perusahaan yang mampu melayani kepentingan semua pihak yang berbisnis dengannya yang akan sukses. Karena itu, berbisnis secara baik dan etis memang menjadi sebuah tuntutan dari setiap perusahaan yang ingin membangun dinasti bisnis yang sukses dan bertahan lama.

Kesadaran bahwa bisnis harus dilandasi dengan etika juga mulai disadari oleh para pengusaha Muslim. Apalagi di dalam ajaran Islam memang telah memberikan tuntunan bagaimana berbisnis yang sesuai dengan norma-norma ajaran Islam sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW yang merupakan pebisnis ulung dengan berbagai keutamaan sifat Beliau. Bagaimana Rasulullah SAW mengelola bisnisnya digambarkan oleh Afzalur Rahman (1997) sebagai berikut :

“Muhammad did his dealing honestly and fairly and never gave his costumers to complain. He always kept his promise and delivered on time the goods of quality mutually agreed between the parties. He always showed a great sense of responsibility and integrity in dealing with other people”. Bahkan dia mengatakan : *“his reputations as an honest and truthful trader was well established while he was still in his early youth.*

Dasar-dasar etika dan manajemen bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah SAW ini telah mendapat legitimasi keagamaan setelah beliau diangkat menjadi Nabi. Prinsip-prinsip etika bisnis yang diwariskan semakin mendapat pembenaran akademis di penghujung abad ke-20 atau awal abad ke-21. Prinsip bisnis modern, seperti tujuan pelanggan dan kepuasan konsumen (*costumer satisfication*), pelayanan yang unggul (*service excellent*), kompetensi, efisiensi, transparansi, persaingan yang sehat dan kompetitif, semuanya telah menjadi gambaran pribadi dan etika bisnis Muhammad SAW sejak beliau masih muda (Gitosardjono, 2009 : 43-44).

PEMBAHASAN

Konsep Bisnis Dalam Islam

Bisnis merupakan suatu istilah untuk menjelaskan segala aktivitas berbagai institusi dari yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari (Manullang, 2002 : 8). Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara

mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Adapun sektor-sektor ekonomi bisnis tersebut meliputi sektor pertanian, sektor industri, jasa, dan perdagangan (Muslich, 2004 : 46).

Lebih khusus Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Menurut Anoraga dan Soegiastuti, bisnis memiliki makna dasar sebagai "the buying and selling of goods and services". Adapun dalam pandangan Straub dan Attner, bisnis tak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit (Yusanto dan Karebet, 2002 : 15).

Adapun dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram) (Yusanto dan Karebet, 2002 : 18).

Pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggung jawab untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah Swt melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk mencari rizki. Sebagaimana dikatakan dalam firman Allah QS. Al Mulk ayat 15 :

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ

Dialah yang menjadikan bumi ini mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rizki Nya...

Begitu juga Allah katakan dalam QS. Al A'raaf ayat 10 :

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ

Sesungguhnya kami telah menempatkan kamu sekalian di bumi dan kami adakan bagimu di muka bumi itu (sumber-sumber) penghidupan...

Di samping anjuran untuk mencari rizki, Islam sangat menekankan (mewajibkan) aspek kehalalannya, baik dari sisi perolehan maupun pendayagunaannya (pengelolaan dan pembelanjaan).

لَا تَزُولُ قَدَمَا عَبْدٌ يَوْمَ الْقِيَامَةِ حَتَّى يُسْأَلَ عَنْ أَرْبَعٍ عَنْ عُمُرِهِ فِيمَا أَفْنَاهُ وَعَنْ حَسَدِهِ فِيمَا أَبْلَاهُ وَعَنْ مَالِهِ مِنْ أَيْنَ أَخَذَهُ وَفِيمَا أَنْفَقَهُ وَعَنْ عِلْمِهِ مَاذَا عَمِلَ بِهِ

Kedua telapak kaki seorang anak Adam di hari kiamat masih belum beranjak sebelum ditanya kepadanya mengenai empat perkara; tentang umurnya, apa yang dilakukannya; tentang masa mudanya, apa yang dilakukannya; tentang hartanya, dari mana dia peroleh dan untuk apa dia belanjakan; dan tentang ilmunya, apa yang dia kerjakan dengan ilmunya itu (HR. Ahmad).

Di samping hadits di atas, Allah menyatakan dengan tegas

menganjurkan mengenai kehalalan rizki dan bagaimana membelanjakannya sebagaimana dalam QS. Al An'aam ayat 141 :

وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ...

Dan janganlah kalian berbuat israf (menafkahkan harta di jalan kemaksiatan), sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat israf.

Prinsip-Prinsip Bisnis dalam Islam

Prinsip-prinsip etika bisnis yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia, hal ini berarti bahwa prinsip-prinsip etika bisnis terkait erat dengan sistem nilai yang dianut oleh masing-masing masyarakat (Keraf, 1998 : 73). Prinsip-prinsip etika bisnis yang berlaku di China akan sangat dipengaruhi oleh sistem nilai masyarakat China, sistem nilai masyarakat Eropa akan mempengaruhi prinsip-prinsip bisnis yang berlaku di Eropa.

Dalam hal ini ternyata sistem nilai yang berasal dari agama memberikan pengaruh yang dominan terhadap prinsip-prinsip etika bisnis pemeluknya. Hal ini telah dibuktikan oleh Max Weber dengan *Protestant Ethics* nya yang membawa kemajuan pesat dalam pembangunan di Eropa. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Nurcholis Majid dalam Alma dan Donni (2009 : 204) bahwa tesis Max Weber tentang Etika Protestan mengatakan kemajuan ekonomi Eropa Barat adalah berkat ajaran *asketisme* (zuhud) dalam ajaran Calvin. Kaum Calvinis menerima panggilan Ilahi untuk bekerja keras dan tetap berhemat terhadap harta yang berhasil dikumpulkan, karena hidup mewah

bukanlah tujuan. Dengan hidup hemat maka terjadilah akumulasi modal menuju kapitalisme.

Lebih jauh Nurcholis Majid mengkritik Weber yang sangat mengagung-agungkan paham Protestan ini. Weber juga telah mempelajari berbagai agama lain, namun Islam hanya dipelajari sedikit dengan tujuan untuk membenarkan tesisnya bahwa agama Protestan ini lebih unggul. Dalam kenyataan muncul bantahan terhadap teorinya berdasarkan fakta di lapangan yaitu beberapa negara lain yang bukan Protestan, seperti Khatolik di Perancis dan Italia juga mengalami kemajuan, begitu juga Jepang dan Korea yang menganut Shinto-Buddhis mengalami kemajuan pesat yang kemudian disusul oleh kemajuan negara lain yang menganut Konfusianisme (Alma & Donni, 2009 : 205).

Islam sebagai agama yang besar dan diyakini paling sempurna telah mengajarkan konsep-konsep unggul lebih dulu dari Protestan, akan tetapi para pengikutnya kurang memperhatikan dan tidak melaksanakan ajaran-ajaran Islam sebagaimana mestinya. Umat Islam seharusnya dapat menggali *inner dynamics* sistem etika yang berakar dalam pola keyakinan yang dominan. Karena ternyata banyak prinsip bisnis modern yang dipraktekkan perusahaan-perusahaan besar dunia sebenarnya telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. Perusahaan-perusahaan besar dunia telah menyadari perlunya prinsip-prinsip bisnis yang lebih manusiawi seperti yang diajarkan oleh ajaran Islam, yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW, yaitu:

1. *Customer Oriented*

Dalam bisnis, Rasulullah selalu menerapkan prinsip *customer oriented*, yaitu prinsip bisnis yang selalu menjaga kepuasan pelanggan (Afzalur Rahman, 1996 :19). Untuk melakukan prinsip tersebut Rasulullah menerapkan kejujuran, keadilan, serta amanah dalam melaksanakan kontrak bisnis. Jika terjadi perbedaan pandangan maka diselesaikan dengan damai dan adil tanpa ada unsur-unsur penipuan yang dapat merugikan salah satu pihak.

Dampak dari prinsip yang diterapkan, para pelanggan Rasulullah SAW tidak pernah merasa dirugikan. Tidak ada keluhan tentang janji-janji yang diucapkan, karena barang-barang yang disepakati dalam kontrak tidak ada yang dimanipulasi atau dikurangi.

Untuk memuaskan pelanggan ada beberapa hal yang selalu Nabi perintahkan. Beberapa hal tersebut antara lain, adil dalam menimbang, menunjukkan cacat barang yang diperjual belikan, menjauhi sumpah dalam jual beli dan tidak mempraktekkan apa yang disebut dengan *bai' Najasy* yaitu memuji dan mengemukakan keunggulan barang padahal mutunya tidak sebaik yang dipromosikan, hal ini juga berarti membohongi pembeli.

Selain itu prinsip *customer oriented* juga memberikan kebolehan kepada konsumen atas hak *Khiyar* (meneruskan atau membatalkan transaksi) jika ada indikasi penipuan atau merasa dirugikan (A.W. Muslich, 2010 : 215). Konsep *Khiyar* ini dapat menjadi faktor untuk menguatkan posisi konsumen di mata produsen, sehingga produsen atau perusahaan manapun tidak dapat berbuat semena-mena terhadap pelanggannya.

2. Transparansi

Prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam bisnis merupakan kunci keberhasilan. Apapun bentuknya, kejujuran tetap menjadi prinsip utama sampai saat ini. Transparansi terhadap kosumen adalah ketika seorang produsen terbuka mengenai mutu, kuantitas, komposisi, unsur-unsur kimia dan lain-lain agar tidak membahayakan dan merugikan konsumen.

Prinsip kejujuran dan keterbukaan ini juga berlaku terhadap mitra kerja. Seorang yang diberi amanat untuk mengerjakan sesuatu harus membeberkan hasil kerjanya dan tidak menyembunyikannya. Transparansi baik dalam laporan keuangan, mapuun laporan lain yang relevan.

3. Persaingan yang Sehat

Islam melarang persaingan bebas yang menghalalkan segala cara karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, yang berarti bahwa persaingan tidak lagi berarti sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik bagi usahanya.

Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan jujur dengan kondisi barang dagangan serta melarang kolusi dalam persaingan bisnis karena merupakan perbuatan dosa yang harus di jauhi. Sebagaimana disebutkan dalam QS. Al Baqarah ayat 188 :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا
بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ
النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.

Juga disebutkan dalam hadits Rasulullah SAW berikut ini :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ
صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : لَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى
الرَّاشِي وَالْمُرْتَشِي فِي الْحُكْمِ (رواه أحمد
وأبو داود والترمذي)

Dari Abu Hurairah berkata, Rasulullah SAW bersabda: Laknat Allah terhadap penyuaap dan penerima suap di dalam hukum. (HR. Ahmad, Abu Dawud, dan Tirmizi).

4. Fairness

Terwujudnya keadilan adalah misi diutusnya para Rasul. Setiap bentuk ketidakadilan harus lenyap dari muka bumi. Oleh karena itu, Nabi Muhammad SAW selalu tegas dalam menegakkan keadilan termasuk keadilan dalam berbisnis. Saling menjaga agar hak orang lain tidak terganggu selalu ditekankan dalam menjaga hubungan antara yang satu dengan yang lain sebagai bentuk dari keadilan.

Keadilan kepada konsumen dengan tidak melakukan penipuan dan menyebabkan kerugian bagi konsumen. Wujud dari keadilan bagi karyawan

adalah memberikan upah yang adil bagi karyawan, tidak mengeksploitasinya dan menjaga hak-haknya.

Dalam pemberian upah, Nabi Muhammad SAW telah mengajarkannya dengan cara yang sangat baik yaitu memberikan upah kepada pekerja sebelum kering keringatnya (HR. Ibnu Majah dari Umar).

Selain itu bentuk keadilan dalam berbisnis adalah memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar. Hal ini dicontohkan Rasulullah SAW dalam hadits Beliau :

مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُظِلَّهُ اللَّهُ فِي ظِلِّهِ - فَلْيُنْظِرْ
مُعْسِرًا أَوْ لِيَضَعْ لَهُ

Barangsiapa yang ingin dinaungi Allah dengan naungan-Nya (pada hari kiamat), maka hendaklah ia menangguhkan waktu pelunasan hutang bagi orang yang sedang kesulitan, atau hendaklah ia menggugurkan hutangnya. (HR. Ibnu Majah).

Selain itu bentuk keadilan dalam bisnis adalah bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba karena riba mengakibatkan eksploitasi dari yang kaya kepada yang miskin. Oleh karena itu Allah dan RasulNya mengumumkan perang terhadap riba. Larangan riba ini disebutkan dalam QS. Al Baqarah ayat 278 ;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ
مِنَ الرِّبَا إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum

dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.

Juga di dalam ayat 275 QS. Al Baqarah berikut :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا
يُقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ
اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ
رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ
وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
خَالِدُونَ

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Landasan Normatif Etika Bisnis dalam Islam

Landasan normatif etika bisnis dalam Islam bersumber dari al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW. Dalam konteks ini dapat dibagi menjadi empat kelompok, yaitu;

landasan tauhid, landasan keseimbangan, landasan kehendak bebas, dan landasan pertanggungjawaban (Muslich, 2010 : 27).

1. Tauhid (Kesatuan)

Tauhid merupakan konsep serba eksklusif dan serba inklusif. Pada tingkat absolut ia membedakan khaliq dengan makhluk, memerlukan penyerahan tanpa syarat kepada kehendak-Nya, tetapi pada eksistensi manusia memberikan suatu prinsip perpaduan yang kuat sebab seluruh umat manusia dipersatukan dalam ketaatan kepada Allah semata. Konsep tauhid merupakan dimensi vertikal Islam sekaligus horizontal yang memadukan segi politik, sosial ekonomi kehidupan manusia menjadi kebulatan yang homogen yang konsisten dari dalam dan luas sekaligus terpadu dengan alam luas (Naqvi, 1993 : 50-51).

Dari konsepsi ini, maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas maupun entitas bisnisnya tidak akan melakukan paling tidak tiga hal (Beekun, 1997 : 20-23): *Pertama*, diskriminasi terhadap pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama (QS. Al Hujurat ayat 13). *Kedua*, Allah lah semestinya yang paling ditakuti dan dicintai. Oleh karena itu, sikap ini akan terefleksikan dalam seluruh sikap hidup dalam berbagai dimensinya termasuk aktivitas bisnis (QS. Al An'aam ayat 163). *Ketiga*, menimbun kekayaan atau serakah, karena hakikatnya kekayaan merupakan amanah Allah (QS. Al Kahfi ayat 46).

2. Keseimbangan (Keadilan)

Ajaran Islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain (masyarakat) dan dengan lingkungan (Muslich, 2010 : 24).

Keseimbangan ini sangat ditekankan oleh Allah dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatan wasathan*. *Ummatan wasathan* adalah umat yang memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak, arah dan tujuannya serta memiliki aturan-aturan kolektif yang berfungsi sebagai penengah atau pembenar. Dengan demikian keseimbangan, kebersamaan, kemoderenan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis (Muhammad dan Fauroni, 2002 : 13).

Dalam al-Qur'an dijelaskan bahwa pembelanjaan harta benda harus dilakukan dalam kebaikan atau jalan Allah dan tidak pada sesuatu yang dapat membinasakan diri (QS. Al Baqarah ayat 195). Harus menyempurnakan takaran dan timbangan dengan neraca yang benar (QS. Al Israa' ayat 35). Dijelaskan juga bahwa ciri-ciri orang yang mendapat kemuliaan dalam pandangan Allah adalah mereka yang membelanjakan harta bendanya tidak secara berlebihan dan tidak pula kikir, tidak melakukan kemusyrikan, tidak membunuh jiwa yang diharamkan, tidak berzina, tidak memberikan kesaksian palsu, tidak tuli dan tidak buta terhadap ayat-ayat Allah. Sebagaimana disebutkan dalam QS. Al Furqan ayat 67-68:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ
بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا وَالَّذِينَ لَا يَدْعُونَ مَعَ اللَّهِ
إِهًا آخَرَ وَلَا يَتَّخِذُونَ النَّفْسَ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ
إِلَّا بِالْحَقِّ وَلَا يَزُنُونَ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ يَلْقَ
أَنَامًا

Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian. Dan orang-orang yang tidak menyembah tuhan yang lain beserta Allah dan tidak membunuh jiwa yang diharamkan Allah (membunuhnya) kecuali dengan (alasan) yang benar, dan tidak berzina, barang siapa yang melakukan demikian itu, niscaya dia mendapat (pembalasan) dosa (nya).

Selain itu juga masih dalam QS. Al Furqan ayat 72-73 :

وَالَّذِينَ لَا يَشْهَدُونَ الزُّورَ وَإِذَا مَرُّوا بِاللَّغْوِ
مَرُّوا كِرَامًا وَالَّذِينَ إِذَا ذُكِّرُوا بِآيَاتِ رَبِّهِمْ لَمْ
يَخْرُوا عَلَيْهَا صُمًّا وَعُمْيَانًا

Dan orang-orang yang tidak memberikan persaksian palsu, dan apabila mereka bertemu dengan (orang-orang) yang mengerjakan perbuatan-perbuatan yang tidak berfaedah, mereka lalui (saja) dengan menjaga kehormatan dirinya. Dan orang-orang yang apabila diberi peringatan dengan ayat-ayat Tuhan mereka, mereka tidaklah menghadapinya sebagai orang-orang yang tuli dan buta.

Keseimbangan ekonomi akan dapat terwujud apabilamemenuhi syarat-syarat berikut. *Pertama,*

produksi, konsumsi dan distribusi harus berhenti pada titik keseimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam genggaman segelintir orang. *Kedua*, Setiap kebahagiaan individu harus mempunyai nilai yang sama dipandang dari sudut sosial, karena manusia adalah makhluk *teomorfis* yang harus memenuhi ketentuan keseimbangan nilai yang sama antara nilai sosial marginal dan individual dalam masyarakat. *Ketiga*, tidak mengakui hak milik yang tak terbatas dan pasar bebas yang tak terkendali (Naqvi, 1993 : 99).

3. Kehendak Bebas

Manusia sebagai khalifah di muka bumi sampai batas-batas tertentu mempunyai kehendak bebas untuk mengarahkan kehidupannya kepada tujuan yang akan dicapainya. Manusia dianugerahi kehendak bebas (*free will*) untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Berdasarkan aksioma kehendak bebas ini, dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktivitas bisnis tertentu, berkreasi mengembangkan potensi bisnis yang ada (Beekun, 1997 : 24).

Dalam mengembangkan kreasi terhadap pilihan-pilihan, ada dua konsekuensi yang melekat. Di satu sisi ada niat dan konsekuensi buruk yang dapat dilakukan dan diraih, tetapi di sisi lain ada niat dan konsekuensi baik yang dapat dilakukan dan diraih. Terdapat konsekuensi baik dan buruk oleh manusia yang diberi kebebasan untuk memilih tentu sudah harus diketahui sebelumnya sebagai suatu risiko dan manfaat yang bakal diterimanya.

Secara Islami dua pilihan yang diniatkan dan berkonsekuensi tersebut sebagai suatu pilihan di mana di satu pihak mengandung pahala yang berguna bagi diri sendiri maupun masyarakat dan di lain pihak mengandung dosa yang berpengaruh buruk bagi diri sendiri maupun bagi orang banyak (Muslich, 2010 : 42). Sebagaimana disebutkan dalam QS. An Nisa ayat 85 :

مَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ
مِنْهَا وَمَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ
مِنْهَا وَكَانَ اللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ مُقِيتًا

Barang siapa yang memberikan hasil yang baik, niscaya ia akan memperoleh bagian (pahala) darinya. Dan barang siapa yang memberikan hasil yang buruk, niscaya ia akan memikul bagian (dosa) daripadanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.

Juga QS. Al Kahfi ayat 29 :

وَقُلِ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ
شَاءَ فَلْيُكْفُرْ إِنَّا أَعْتَدْنَا لِلظَّالِمِينَ نَارًا أَحَاطَ
بِهِمْ سُرَادِقُهَا وَإِنْ يَسْتَعِيثُوا يُعَاثُوا بِمَاءٍ
كَالْمُهْلِ يَشْوِي الْوُجُوهَ بِئْسَ الشَّرَابُ
وَسَاءَتْ مُرْتَفَقًا

Katakanlah bahwa kebenaran itu datang dari Tuhan Mu. Maka barang siapa yang ingin (beriman), hendaknya beriman, dan barang siapa yang ingin (kafir) biarlah ia kafir. Sesungguhnya kami telah menyediakan bagi orang-orang yang zalim neraka yang gejolaknya mengepung mereka.

4. Pertanggungjawaban

Segala kebebasan dalam melakukan bisnis oleh manusia tidak lepas dari pertanggungjawaban yang

harus diberikan atas aktivitas yang dilakukan Sesuai dengan apa yang ada dalam al-Qur'an surah Al Mudatsir ayat 38 :

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

”Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”

Kebebasan yang dimiliki manusia dalam menggunakan potensi sumber daya mesti memiliki batas-batas tertentu, dan tidak digunakan sebebas-bebasnya, melainkan dibatasi oleh koridor hukum, norma dan etika yang tertuang dalam al-Qur'an dan Sunnah rasul yang harus dipatuhi dan dijadikan referensi atau acuan dan landasan dalam menggunakan potensi sumber daya yang dikuasai.

Tidak kemudian digunakan untuk melakukan kegiatan bisnis yang terlarang atau yang diharamkan, seperti judi, kegiatan produksi yang terlarang atau yang diharamkan, melakukan kegiatan riba dan lain sebagainya.

Apabila digunakan untuk melakukan kegiatan bisnis yang jelas-jelas halal, maka cara pengelolaan yang dilakukan harus juga dilakukan dengan cara-cara yang benar, adil dan mendatangkan manfaat optimal bagi semua komponen masyarakat yang secara kontributif ikut mendukung dan terlibat dalam kegiatan bisnis yang dilakukan (Muslich, 2010 : 43).

Pertanggungjawaban ini secara mendasar akan mengubah perhitungan ekonomi dan bisnis karena segala sesuatunya harus mengacu pada keadilan. Hal ini diimplementasikan paling tidak pada tiga hal, yaitu: *Pertama*, dalam menghitung margin, keuntungan nilai upah harus dikaitkan dengan upah minimum yang secara sosial dapat diterima oleh masyarakat. *Kedua*, *economic return* bagi pemberi

pinjaman modal harus dihitung berdasarkan pengertian yang tegas bahwa besarnya tidak dapat diramalkan dengan probabilitas nol dan tak dapat lebih dahulu ditetapkan (seperti sistem bunga). *Ketiga*, Islam melarang semua transaksi *alegtoris* yang dicontohkan dengan istilah *gharar* (Naqvi, 1993 : 103).

Orientasi Bisnis dalam Islam

Bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama: (1) target hasil: profit-materi dan benefit-nonmateri, (2) pertumbuhan, (3) keberlangsungan, (4) keberkahan (Yusanto dan Karebet, 2002 : 18).

Target hasil: *profit*-materi dan *benefit*-nonmateri. Tujuan bisnis harus tidak hanya untuk mencari profit (*qimah madiyah* atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.

Benefit, yang dimaksudkan tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga dapat bersifat nonmateri. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada *qimah madiyah*. Masih ada tiga orientasi lainnya, yakni *qimah insaniyah*, *qimah khuluqiyah*, dan *qimah ruhiyah*. Dengan *qimah insaniyah*, berarti pengelola berusaha memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial (sedekah), dan bantuan lainnya. *Qimah khuluqiyah*, mengandung pengertian bahwa nilai-nilai akhlak mulia menjadi suatu kemestian yang

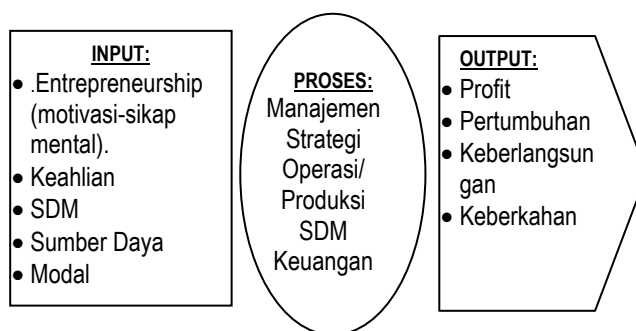
harus muncul dalam setiap aktivitas bisnis sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang Islami, bukan sekedar hubungan fungsional atau profesional. Sementara itu *qimah ruhiyah* berarti aktivitas dijadikan sebagai media untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt (Yusanto dan Karebet, 2002 : 19).

Pertumbuhan, jika profit materi dan profit non materi telah diraih, perusahaan harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Upaya peningkatan ini juga harus selalu dalam koridor syariah, bukan menghalalkan segala cara.

Keberlangsungan, target yang telah dicapai dengan pertumbuhan setiap tahunnya harus dijaga keberlangsungannya agar perusahaan dapat *exis* dalam kurun waktu yang lama.

Keberkahan, semua tujuan yang telah tercapai tidak akan berarti apa-apa jika tidak ada keberkahan di dalamnya. Maka bisnis Islam menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia. Keberkahan ini menjadi bukti bahwa bisnis yang dilakukan oleh pengusaha muslim telah mendapat ridla dari Allah Swt, dan bernilai ibadah. Hal ini sesuai dengan misi diciptakannya manusia adalah untuk beribadah kepada Allah baik dengan ibadah *mahdah* maupun *ghairu mahdah* (Yusanto dan Karebet, 2002 : 20).

Gambar berikut adalah Anatomi Sistemik Bisnis dalam Islam:



Gambar Anatomi Sistemik Bisnis Islami
Sumber : Yusanto dan Karebet, 2002 : 20

PENUTUP

Bisnis dengan segala macamnya terjadi dalam kehidupan manusia setiap hari secara luas. Banyaknya pelaku bisnis dan beragamnya motif dan orientasi bisnis serta semakin kompleksnya permasalahan bisnis, terkadang membuat pelaku bisnis terjebak untuk melakukan segala cara untuk mencapai tujuannya, apalagi jika tujuannya hanya untuk mencari laba dan keuntungan semata. Maka sering terjadi perbuatan negatif, yang akhirnya menjadi kebiasaan dalam perilaku bisnis. Jika demikian, maka tidak jarang bisnis diidentikkan dengan perbuatan yang kotor, karena terdapat perilaku bohong, khianat, ingkar janji, tipu menipu dan lain sebagainya.

Dunia bisnis yang merupakan interaksi antara berbagai tipe manusia sangat berpotensi menjerumuskan para pelakunya ke dalam hal-hal yang diharamkan. Baik karena didesak oleh kebutuhan ekonomi, baik dilakukan secara sendiri atau bersekongkol dengan orang lain secara tidak sah atau karena ketatnya persaingan yang membuat dia melakukan hal-hal yang terlarang dalam agama.

Prilaku semacam ini bukanlah prilaku pelaku bisnis yang baik dan utama sebagaimana diajarkan dalam Islam. Kegiatan bisnis dalam Islam, tidak boleh dilaksanakan tanpa aturan. Islam memberikan rambu-rambu pedoman dalam melakukan kegiatan usaha, mengingat pentingnya masalah ini juga mengingat banyaknya manusia yang tergelincir dalam perkara bisnis ini. Karena itulah seorang Muslim yang akan menjadi pelaku bisnis harus memahami hukum-hukum dan aturan Islam yang mengatur tentang mu'amalah. Sehingga ia bisa memilah yang halal dari yang haram, atau bahkan yang bersifat samar-samar atau *syubhat*.

DAFTAR PUSTAKA

- Afzalurrahman. 1997. *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, Jakarta : Yayasan Swarna Bhumi.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung : Alfabeta
- Badroen, Faisal, dkk. 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta : Kencana.
- Beekun, Rafiq Issa. 1997. *Islamic Business Ethict*, Virginia: International Institute of Islamic Thought
- Bertens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*, Yogyakarta : Kanisius.
- Bukhari, Imam. 1992. *Shahih Bukhari Jilid II*, trj. H. Zainuddin Hamidy, dkk, Cet. 13, Jakarta : Widjaya
- Chapra, M. Umer. 1999. *Islam dan Tantangan Ekonomi*, Surabaya: RisalahGusti
- D. George, R. 2002. *Business Ethics*, Upper Saddle River, N.J. : Prentice-Hall, 5th Ed.
- Dawabah, Asyraf M. 2005. *Menjadi Pengusaha Muslim*, Jakarta : Pustaka Al Kautsar
- Fauroni, Lukman. 2003. "Rekonstruksi Etika Bisnis : Perspektif Al Qur'an", *Journal IQTISAD, Journal of Islamic Economics*, Vol. 4 No. 1, Maret 2003
- Gibson, Ivancevich dan Donnelly. 1985. *Organisasi, Perilaku Struktur Proses*, Jakarta : Erlangga.
- Gitosardjono, Sukamdani Sahid. 2009. *Bisnis dan Kewirausahaan Syariah*, Jakarta : Yayasan Sahid Jaya – STAIT Modern Sahid
- Hafidhuddin, Didin, Hendri Tanjung. 2003. *Manajemen Syariah dalam Praktik*, Jakarta : Gema Insani
- Hasibuan, Malayu, S. P. 2005. *Manajemen, Dasar, Pengertian dan Masalah*, Jakarta : Bumi Aksara
- Kartajaya, Hermawan. 2000. *Marketing Plus 2000, Siasat Memenangkan Persaingan Global*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2008. *Marketing Syariah*. Bandung : Mizan.
- Keraf, Sonny. A. 1998. *Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta : Kanisius
- Komenaung, Anderson Guntur, *Etika Dalam Bisnis*
- Kotey, B and Meredith, G. G. 1997. "Relationship Among Owner / Manager Personal Values, Business Strategies, and Enterprise Performance", *Journal of Small Business Management*, pp : 37 – 64).
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*, India : Prentice Hall International Inc.

- Linda Kiebe Trevino, Katherine A. Nelson. 1995. *Managing Business Ethics*, John Wiley & Sons, Inc.
- Manullang, M. 2002. *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta : UPP AMP YKPN
- Muhammad dan Alimin. 2004. *Etika & Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*
- Muhammad dan Lukman Fauroni. 2002. *Visi al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah
- Munawwir, A. Warson. 1984. *Kamus al-Munawwir*, Yogyakarta: Pustaka Progresif.
- Muslich. 2010. *Etika Bisnis Islami*; Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII
- Mustaq, Ahmad. 1995. *Business Ethic in Islam*, Islamics Research Institute Press, Islam Abad Pakistan
- Nabhani, Taquyuddin. 1996. *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif dalam Perspektif Islam*, terj. Maghfur Wachid, Surabaya: Risalah Gusti
- Naqvi, Syed Nawab Haider. 2009. *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- _____. 1993. *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami*, terj. Husin Anis, Bandung: Mizan
- Qardhawi, Yusuf. 1995. *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, Jakarta : Robbani Press.
- _____. 1997. *Sistem Masyarakat Islam dalam Al Qur'an & Sunnah (Malaamihu Al Mujtama' Al Muslim Alladzi Nasyuduh)*, Solo : Citra Islami Press
- Rahardjo, M. Dawam. 1990. *Etika Ekonomi dan Manajemen*, Yogyakarta : Tiara Wacana
- _____. 1999. *Islam dan Transformasi Sosial Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sabiq, Sayid. 1981. *Fiqh Sunnah*, Juz 3, Beirut : Dar al Fikr
- Schoell, William F. Gary Dessler, John A. Reinecke. 1993. *Introduction to Business*, Boston : Allyn and Bacon.
- Schroeder, R.G.. 1994. *Manajemen Operasi, Pengambilan Keputusan dalam Suatu Fungsi Operasi*, Jakarta : Erlangga
- Shihab, Quraish. 1997. "Etika Bisnis dalam Wawasan al-Qur'an", *Jurnal Ulumul Qur'an*, No 3/VII/97.
- Straubb, J.T. dan R.F. Attner. 1994. *Introduction to Business*, California : Wadsworth Publishing
- Umam, Khaerul. 2010. *Perilaku Organisasi*, Bandung : Pustaka Setia.
- William C. Frederick; Keith Davis; James. E. Post. 1988. *Business and Society Corporate Strategy, Public Policy, Ethics*, Mc. Graw-Hill Publishing Company.
- Wilson, Rodney. 1988. *Bisnis Menurut Islam, Teori dan Praktek*, Jakarta : Intermasa
- Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press
- Zuhayly, Wahbah. 1997. *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*, Bandung: Remaja Rosdakarya.