

ETIKA BISNIS ISLAM: KONSEP DAN IMPLEMENTASI PADA PELAKU USAHA KECIL

Fitri Amalia¹

Abstract. *Islamic Business Ethics: Concept and Implementation on Medium Small Enterprise.* 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.

Keywords : Islamic business ethics, small business, descriptive analysis

Abstrak. *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil.* 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: etikabisnis Islam, usaha kecil, analisis deskriptif

¹Naskah diterima: 10 Oktober 2013, direvisi: 12 Nopember 2013, disetujui: 20 Nopember 2013
FEB UIN SyarifHidayatullah Jakarta, Jl. Ir. H. Juanda No. 95, Ciputat, Tangerang Selatan. Email:
v3amalia@gmail.com

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 ke seluruh 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. Prilaku 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/ 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 di atur 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. Penelitian ini merupakan suatu resume dari hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya sehingga nantinya konsep etika bisnis Islam ini dapat menjadi sebuah *framework* bagi pelaku usaha lainnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Etika berasal dari bahasa Yunani yang berarti karakter, kebiasaan atau sekumpulan perilaku moral yang diterima secara luas. Menurut Solomon (1984) yang dikutip dalam Abdul Jalil (2010), etimologi dari etika menunjukkan dasar karakter individu untuk melakukan hal-hal yang baik, aturan sosial yang membatasi seseorang atas sesuatu yang benar atau yang salah yang dikenal juga dengan istilah moralitas. Etika adalah bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang nilai, norma atau moralitas. Terminologi yang paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam disebut sebagai akhlak (bentuk jama'nya khuluq).

Menurut K. Bertens (2000) dalam buku Etika, merumuskan pengertian etika kepada tiga pengertian juga. *Pertama*, etika digunakan dalam pengertian nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. *Kedua*, etika dalam pengertian kumpulan asas atau nilai-nilai moral atau kode etik. *Ketiga*, etika sebagai ilmu tentang baik dan buruk. Rafik Issak Beekum (2004) mengatakan Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.

Etika bisnis merupakan prinsip-prinsip moral atau aturan tingkah laku atau kaidah-kaidah etik yang dianut dalam berbisnis (Dochak Latief, 2006). Menurut Ernawan (2007) yang dikutip dalam Ernani (2009), etika bisnis adalah aturan main prinsip dalam organisasi yang menjadi pedoman membuat keputusan dan tingkah laku

Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangnya. Dalam Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Quran dan sunnaturnasul. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis di kemudian hari.

Bisnis dipengaruhi bukan hanya oleh situasi dan kondisi ekonomi, melainkan juga oleh perubahan-perubahan sosial, politik, ekonomi dan teknologi serta pergeseran-pergeseran sikap dan cara pandang para stakeholdersnya. Bisnis tidak dipandang secara sempit dengan tujuan memaksimalkan nilai (ekonomi) bagi pemiliknya, tetapi bisnis harus tetap mempertimbangkan segala sesuatu yang mempengaruhi pencapaian tujuan tersebut. Tujuan bisnis untuk memaksimalkan keuntungan bagi pemilik perusahaan dapat dicapai secara lebih baik yaitu dengan memperhatikan manusia, memanusiakan manusia dan melakukan langkah-langkah yang harmonis dengan seluruh stake holders, seluruh partisipan dan lingkungan tempat perusahaan berada.

Istilah bisnis dalam Al-Qur'an yaitu *al-tijarah* dan dalam bahasa arab tijaraha, berawal dari kata dasar *t-j-r*, *tajara*, *tajranwatijarata*, yang bermakna berdagang atau berniaga. *At-tijaratunwalmutjar* yaitu perdagangan, perniagaan (menurut kamus al-munawwir). Menurut ar-Raghib al-Asfahani dalam al-mufradat fi gharib al-Qur'an, *at-Tijarah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Menurut Ibnu Farabi, yang dikutip ar-Raghib, *fulanuntajirun bi kadza*,

berarti seseorang yang mahir dan cakap yang mengetahui arah dan tujuan yang diupayakan dalam usahanya.

Bisnis secara Islam padadasarnyasama dengan bisnis secara umum, hanyasaja harus tunduk dan patuh atas dasar ajaran Al-Qur'an, As-Sunnah, Al-Ijma dan Qiyas (Ijtihad) serta memperhatikan batasan-batasan yang tertuang dalam sumber-sumber tersebut. Ada beberapa ayat di dalam Al Qur'an yang berbicara mengenai bisnis, diantaranya: Al-Baqarah (282); An-Nisaa (29); At-Taubah (24); An-Nur (37); Fatir (29); As-Shaff (10) dan Al-Jum'ah (11).

Islam memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk melakukan usaha (bisnis), namun dalam Islam ada beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang harus ditaati ketika seorang muslim akan dan sedang menjalankan usaha, diantaranya:

1. Proses mencari rezeki bagi seorang muslim merupakan suatu tugas wajib.
2. Rezeki yang dicari haruslah rizki yang halal.
3. Bersikap jujur dalam menjalankan usaha.
4. Semua proses yang dilakukan dalam rangka mencari rezeki haruslah dijadikan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.
5. Bisnis yang akan dan sedang dijalankan jangan sampai menimbulkan kerusakan lingkungan hidup.
6. Persaingan dalam bisnis dijadikan sebagai sarana untuk berprestasi secara fair dan sehat (*fastabikul al-khayrat*).
7. Tidak boleh berpuas diri dengan apa yang sudah didapatkan.
8. Menyerahkan setiap amanah kepada ahlinya, bukan kepada sembarang orang, sekalipun keluarga sendiri.

Dan dalam bertransaksi secarasari'ah, ada beberapa prinsip yang harus dipegang, yakni: saling ridha (*An Taradhin*), bebas manipulasi (*Ghoror*), aman/tidak membahayakan (*Mudharat*), tidak spekulasi (*Maysir*), tidak ada monopoli dan menimbun (*ihthikar*), bebas riba, dan halalan thayyiban.

Para pelaku bisnis atau disebut juga sebagai pelaku usaha ataupun wirausaha merupakan orang ataupun sekelompok orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Cara berpikir seorang wirausaha adalah selalu berusaha mencari, memanfaatkan peluang usaha yang dapat memberi keuntungan.

Dalam Al Qur'an, semangat kewirausahaan ada dalam QS. Hud: 61, QS. Al-Mulk: 15, dan QS. Al Jum'ah: 10, QS. Al-Anbiya: 125, QS. Ar-Ra'du:11) dimana manusia diperintahkan untuk memakmurkan bumi dan membawanya ke arah yang lebih baik serta diperintahkan berusaha untuk mencari rizki. Sedangkan dalam Hadits semangat kewirausahaan juga tercermin sebagai berikut: HR. Bukhari; HR. Tirmidzi dan Ibnu Majah; HR. Ahmad; HR. Al-Bazzar.

Dalam etika bisnis Islam, tentunya setiap pelaku usaha harus memegang prinsip-prinsip-prinsip bisnis Islami. Menurut Imam Ghazali yang dikutip dalam Sofyan, ada beberapa prinsip bisnis Islami:

1. Jika seseorang memerlukan sesuatu, kita harus memberikan dengan laba yang minimal. Jika perlu tanpa keuntungan.
2. Jika seseorang membeli barang dari orang miskin, harga sewajarnya dlebihkan.

3. Jika ada orang yang berhutang dan tidak mampu membayar, maka diperpanjang, tidak memberatkan dan sebaiknya dibebaskan.
4. Bagi mereka yang sudah membeli, tidak puas dan ingin mengembalikannya, maka harus diterima kembali.
5. Pengutang dianjurkan untuk membayar hutangnya lebih cepat.
6. Jika penjualan dilakukan dengan kredit, maka sebaiknya jangan memaksa pembayaran jika pembeli belum mampu.

Model produksi konvensional berawal dari masalah kelangkaan (*scarcity*) barang dan jasa yang disebabkan adanya keterbatasan kemampuan produksi untuk memenuhi kebutuhan manusia yang semakin hari semakin tak terbatas. Sedangkan konsep produksi Islam berawal dari status manusia sebagai 'abd dan khalifah di bumi. Kegiatan produksi bukan sekedar untuk memenuhi kebutuhan hidup sebagai *homo economicus* tapi juga sebagai sarana untuk mengupayakan keadilan sosial dan menjaga keluhuran martabat manusia. Pandangan umum Al Quran tentang kegiatan produksi diidentifikasi pada beberapa konteks:

- a. Status manusia sebagai hamba Allah dengan kewajiban beribadah kepada Allah (QS Hud: 61) serta sebagai Khalifah di bumi dengan kewajiban untuk saling menolong dan bekerja sama (QS. Al Anam:165; QS At Taubah: 71, Al Maidah:32)
- b. Kewajiban setiap manusia untuk bekerja dalam mencukupi kebutuhan hidup dan mengaktualisasikan kemampuannya (QS At Taubah: 105, Yunus: 61, 67)
- c. Kewajiban manusia mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam yang telah disediakan Allah swt (QS. Al Baqarah: 29, Al A'raf: 10)

Menurut Rachmat Syafei (2000) harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridhai oleh kedua pihak yang akad. Dari pengertian tersebut dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang /jasa di mana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/ jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.

Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi (1997) "Penentuan harga mempunyai dua bentuk; ada yang boleh dan ada yang haram. Tas'ir ada yang zalim, itulah yang diharamkan dan adayang adil, itulah yang dibolehkan." Ditambahkan pula oleh Qardhawi bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridhai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan Undang-undang untuk tidak menjual di atas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.

Menurut Adiwarmarman Karim (2003) bahwa "penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dankekuatan penawaran". Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa

terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut. Hal ini sesuai dengan firman Allah yang berbunyi :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An Nisa ayat 29).

METODE

Artikel ini menggunakan teknik analisis deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Suatu penelitian yang berusaha menjawab pertanyaan.

Penelitian deskriptif ialah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun status kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ialah untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar-fenomena yang diselidiki (Nazir, 1988).

Menurut Whitney (1960) penelitian deskriptif ialah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tatacara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.

PEMBAHASAN

Pada penelitian yang dilakukan di Kampung Kreatif dari kuesioner terbuka yang disebar dapat diambil beberapa hal terkait dengan etika bisnis Islam menurut para pelaku usaha kecil, yaitu:

1. Prinsip: visi misi sesuai syariat, amal makruf nahi munkar, asas tauhid, kebenaran, keadilan dan amanat
2. Manajemen: memberi hak konsumen dari sisi keamanan dan kesehatan, informasi lengkap, tidak mencampur hal yang halal dan haram, membayar zis, memperhatikan karyawan
3. Marketing/ Iklan/ Promosi:jujur, tanpa penipuan/ pemalsuan informasi, jaminan pelayanan purna jual, detail dari suatu produk
4. Harga: menetapkan harga sesuai ekspektasi laba, tidak mengambil untung secara berlebihan

Pada penelitian yang dilakukan di Bazaar Madinah, Depok dari kuesioner yang disebar dapat diambil beberapa hal terkait dengan etika bisnis Islam ialah:

1. Prinsip: 83% pedagang sudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam
2. Produksi: 96% pedagang sudah menjalankan kegiatan produksi sesuai syariah Islam

3. Harga: 78% pedagang menetapkan harga sesuai yang disyariahkan
4. Manajemen: 80% pedagang menerapkan manajemen secara syariah, yang meliputi manajemen SDM, keuangan serta pemasaran

Pada penelitian yang dilakukan pada pelaku usaha di sekitar Kampus UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, terlihat beberapa hal terkait dengan etika bisnis Islam. Pelaku UMKM di lingkungan UIN Jakarta telah menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan usaha mereka. Besarnya persentase penerapan pada masing-masing dimensi adalah sebagai berikut: (1) Prinsip-prinsip sebesar 86,2%; (2) Produksi sebesar 93,2%; (3) Harga sebesar 78,7%; (4) Sumber Daya Manusia sebesar 80,4%; (5) Keuangan sebesar 70% dan (6) Pemasaran sebesar 80,9%.

Jika kita lihat dari 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, sangat banyak 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 satu jualan 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 menjelekkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya. Nabi Muhammad Saw bersabda, “Janganlah seseorang di antara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkan 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 di antara 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 menanggungkan 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.

Dengan ciri-ciri etika bisnis Islam yang tersebut diatas, kita dapat mengetahui perbedaan bagaimana etika bisnis dalam Islam dengan etika bisnis kebanyakan budaya barat. Perbedaan tersebut antara lain sebagai berikut:

SIMPULAN

Islam menempatkan bisnis sebagai cara terbaik untuk 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 di tiga tempat penelitian, yakni: Kampung Kreatif, Bazaar Madinah serta di lingkungan kampus UIN Syarif Hidayatullah 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.

PUSTAKA ACUAN

- Al Arif, M. N. R. 2011. *Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Surakarta: Era Intermedia
- Beekun, 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 Business Organizations". *International Business Research*. Vol. 3, No. 4, October 2010.
- Karim, Adiwarmanto. 2003. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Penerbit III T Indonesia
- Latief, Doehack. 2006. *Etika Bisnis Antara norma dan realitas*, Muhammadiyah University Press
- Najma, Siti. 2008. *Bisnis Syariah dari Nol*. Jakarta: Hikmah.
- Syafei, Rahmat. 2000. *Fikih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia
- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani