

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA MASYARAKAT NELAYAN DI TELUK BETUNG KOTA BANDAR LAMPUNG

Yufi Wios Rini Masykuroh

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Raden Intan Lampung

Jl. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung

Email: yufiwiyo@radenintan.ac.id

***Abstrak:** Implementasi Etika Bisnis Islam pada Masyarakat Nelayan Di Teluk Betung Kota Bandar Lampung. Penerapan etika bisnis Islam harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk dalam sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada masyarakat nelayan. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana implementasi penerapan etika bisnis Islam bagi pelaku usaha kecil pada masyarakat nelayan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konsep etika bisnis Islam serta bagaimana implementasinya bagi para pelaku usaha kecil nelayan 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 masyarakat nelayan dan Usaha Kecil di daerah Teluk Betung sebagian telah menerapkan etika bisnis Islam, baik oleh pengusaha maupun nelayan. Dalam menjalankan usaha dan kegiatan, para pelaku usaha kecil nelayan 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 dan produk/harga.*

Kata kunci: etika bisnis Islam, usaha kecil, masyarakat nelayan

A. Pendahuluan

Sistem perekonomian saat ini semakin marak dan semakin berbeda penerapannya di setiap negara. Pada pelaksanaan dan penerapan perekonomian ini hendaknya memberikan tanggung jawab dan kewajiban yang seimbang pada kelestarian dan kesetaraan seluruh manusia. Penerapan etika bisnis 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 pemilikinya, bisnis harus tetap mempertimbangkan segala sesuatu yang mempengaruhi pencapaian tujuan terbatas tersebut.

Penerapan etika bisnis yakni dengan konsep Islam maka etika bisnis Islam

juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk dalam sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Kegagalan pola pembangunan ekonomi yang bertumpu pada konglomerasi usaha besar telah mendorong para perencana ekonomi untuk mengalihkan upaya pembangunan dengan bertumpu pada pemberdayaan usaha kecil dan menengah. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) telah terbukti mampu hidup dan berkembang di kala krisis melanda Indonesia. Saat krisis finansial Asia melanda Indonesia di tahun 1997, banyak usaha berskala besar yang mengalami kerugian besar bahkan berhenti aktivitasnya, sedangkan UMKM terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Bahkan UMKM mampu menjadi penggerak perekonomian daerah/lokal dalam penciptaan lapangan kerja dan lapangan usaha baru. Demikian pula di kala krisis finansial global yang bermula di Amerika Serikat.

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 Islam 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.

Metode penelitian yang digunakan berupa deskriptif dengan menggunakan studi literatur serta mengambil data primer dalam bentuk pengisian kuesioner dan wawancara. Subjek penelitian ini adalah pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang meliputi pemilik usaha maupun masyarakat nelayan (karyawan). Beberapa hal pertanyaan yang diajukan terkait dengan penerapan etika bisnis Islam di tempat yang menjadi objek penelitian.

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif.

Data yang sudah diperoleh melalui kuesioner dan wawancara secara terstruktur tersebut kemudian diolah secara tabulasi untuk menjawab tujuan dan hipotesis yang telah dibuat berdasarkan teori dan kerangka pemikiran yang ada. Setiap butir soal maupun indikator yang ada di analisis secara deskriptif yaitu suatu penjelasan dan penginterpretasian secara logis, sistematis. Dari hasil tersebut kemudian ditarik suatu kesimpulan yang merupakan jawaban atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini dengan menggunakan cara berfikir deduktif.

Cara berfikir adalah metode analisis data dengan cara bermula dari data yang bersifat umum tersebut, kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat khusus.

B. Pembahasan

1. 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 sunnaterrasul. 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 tjaraha, 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 pada dasarnya sama dengan bisnis secara umum, hanya saja 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:

- a. Proses mencari rezeki bagi seorang muslim merupakan suatu tugas wajib.
- b. Rezeki yang dicari haruslah rizki yang halal.
- c. Bersikap jujur dalam menjalankan usaha.
- d. Semua proses yang dilakukan dalam rangka mencari rezeki haruslah dijadikan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.
- e. Bisnis yang akan dan sedang dijalankan jangan sampai menimbulkan kerusakan lingkungan hidup.
- f. Persaingan dalam bisnis dijadikan sebagai sarana untuk berprestasi secara fair dan sehat (*fastabikul al-khayrat*).

- g. Tidak boleh berpuas diri dengan apa yang sudah didapatkan.
- h. Menyerahkan setiap amanah kepada ahlinya, bukan kepada sembarang orang, sekalipun keluarga sendiri.

Dan dalam bertransaksi secara syari'ah, ada beberapa prinsip yang harus dipegang, yakni: saling ridha (*'An Taradhin*), bebas manupulasi (*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 Jumuah: 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:

- a. Jika seseorang memerlukan sesuatu, kita harus memberikan dengan

laba yang minimal. Jika perlu tanpa keuntungan.

- b. Jika seseorang membeli barang dari orang miskin, harga sewajarnya dlebihkan.
- c. Jika ada orang yang berhutang dan tidak mampu membayar, maka diperpanjang, tidak memberatkan dan sebaiknya dibebaskan.
- d. Bagi mereka yang sudah membeli, tidak puas dan ingin mengembalikannya, maka harus diterima kembali.
- e. Pengutang dianjurkan untuk membayar hutangnya lebih cepat.
- f. Jika penjualan dilakukan dengan kredit, maka sebaiknya jangan memaksa pembayaran jika pembeli belum mampu.

2. Analisis

Masyarakat nelayan adalah masyarakat yang pekerjaannya sebagai pemburu ikan. Sebagai pemburu ikan dilaut maka menangkap ikan banyak tantangan yang sifatnya spesifik sesuai dengan kekhususan dari pekerjaan tersebut yang mengandung banyak bahaya dan berisiko tinggi. Oleh karena pekerjaan nelayan adalah memburu ikan, maka hasilnya tidak dapat ditentukan kepastiannya dan sangat spekulatif (Acheson, 1981; Imron, 2011).

Untuk meminimalkan risiko pekerjaan yang sangat spekulatif, nelayan mengembangkan pola adaptasi yang berbeda dan seringkali tidak difahami oleh masyarakat di luar komunitas nelayan. Bagi nelayan, laut bukanlah objek produksi, tetapi sebagai subjek produksi. Sebagai subjek produksi, keterlibatan nelayan dalam proses produksi tidak banyak, mereka sebatas hanya sebagai "pemburu" ikan. Meskipun demikian, dinilai tetap penting bagi nelayan pengetahuan

terhadap iklim, musim ikan, perilaku berbagai jenis ikan, dan ketrampilan penguasaan teknis penangkapan ikan. Apabila hasil tangkapan nelayan berkurang, semaksimal mungkin nelayan berusaha mencari daerah tangkapan baru yang diperkirakan masih banyak ikannya. Oleh karena itu sistem *andon* merupakan pola kebiasaan yang hidup subur di kalangan nelayan.

Pola pendapatan nelayan yang tidak teratur, tidak jelas dan berisiko tinggi inilah yang membentuk kebiasaan hidup cenderung tidak terprogram. Bilamana hasil tangkapan nelayan cukup banyak, sangat lumrah nelayan membelanjakan hasilnya secara kurang terencana dan cenderung boros. Sebagaimana yang dinyatakan oleh seorang nelayan di salah satu tinggal di daerah Teluk Betung:

“Kebanyakan nelayan di sini kalau penghasilannya sekali miyang (melaut) sebesar lima ribu (rupiah), maka yang dibelanjakannya bisa lebih dari itu...”

Pola hidup konsumtif cenderung membelanjakan pendapatannya secara boros, salah satu diantaranya adalah kebiasaan berfoya-foya. Tradisi *andon* yang jauh dari keluarga dan pola hidup boros merupakan sifat yang membentuk karakter nelayan cenderung “permisif”. Sebaliknya pada saat sedang tidak memperoleh hasil, maka pendapatan mereka relatif kecil sehingga nelayan mengalami kekurangan. *Nelayan andon*, adalah kebiasaan nelayan berpindah daerah penangkapan untuk sementara waktu bilamana daerah tangkapan semula sedang mengalami paceklik hasil tangkapan. Untuk itu, mereka juga sementara waktu berpindah pelabuhan basis di luar daerah asal. hidup, mereka utang kepada patronnya dan saat mendapatkan hasil berlebih

mereka berkewajiban membayar utangnya. Begitu selalu berulang, dan dalam persepsi nelayan “*besok masih ada waktu untuk menangkap dan mendapatkan ikan lagi*”. Kalau sedang bernasib baik, maka hasil tangkapannya melimpah sehingga mereka mampu membayar utang-utangnya. Dengan demikian siklus kehidupan nelayan cenderung berputar secara tidak pasti, tidak menentu dan penuh spekulasi.

Pada penelitian yang dilakukan di Masyarakat Teluk nelayan dari wawancara terbuka yang dilakukan dapat diambil beberapa hal terkait dengan etika bisnis Islam menurut para pelaku usaha kecil nelayan, 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 pekerja nelayan
- c. Jujur, tanpa penipuan/ pemalsuan informasi
- d. Harga: menetapkan harga sesuai ekspektasi laba, tidak mengambil untung secara berlebihan
- e. Jika kita lihat dari ciri-ciri etika bisnis Islam sebagaimana yang diajarkan Rasulullah SAW, terlihat bahwa para pelaku usaha kecil nelayan 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 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). 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).
- 14). 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).
- 15). Memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar. Sabda Nabi Saw, “Barang siapa yang menanggihkan 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).
- 16). 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 mengumunkan 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.

C. Kesimpulan

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 nelayan di Teluk Betung . 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. Masyarakat nelayan di Teluk Betung sudah menyadari bahwa hidup konsumtif boros dan berfoya foya bukan merupakan perilaku yang terkandung dalam etika bisnis Islam.

D. Daftar Pustaka

- Al Arif, M. N. R. 2011. *Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Surakarta: Era Intermedia 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, Karim, Adiwarmam. 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. Syafei, Rahmat. 2000. *Fikih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia
- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani

