

ETIKA BISNIS DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Oleh: Agus Harjito

PENDAHULUAN

Menurut Hughes dan Kapoor (Alma, 1993), pengertian bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini ada dalam masyarakat dan ada dalam industri. Dari pengertian tersebut, maka bisnis merupakan suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Barang dan jasa tersebut dihasilkan oleh pemerintah dan pihak swasta yang disediakan untuk melayani anggota masyarakat.

Bisnis penting dilakukan oleh manusia. Kita tahu bahwa semua manusia mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda, baik kebutuhan fisik maupun non fisik yang semuanya itu harus terpenuhi, seperti kebutuhan sandang, papan, pangan, rekreasi, dan religius. Perbedaan kebutuhan diantara manusia terjadi karena perbedaan selera, kekayaan, kesempatan, dan rezeki (kemampuan daya beli). Hal ini tercermin dalam Firman Allah surat Al-Isra ayat 70 yang artinya: "Sesungguhnya telah Kami muliakan anak-anak Adam, Kami angkat mereka di daratan dan di lautan, Kami beri mereka rezki yang baik-baik dan Kami lebihkan mereka daripada kebanyakan makhluk yang Kami ciptakan dengan kelebihan yang sempurna". Ayat ini mengingatkan kepada kita bahwa rezki Allah yang diberikan kepada kita tidaklah sama, tergantung pada usaha kita dan ridlo-Nya. Sebagian orang diberi rezki yang banyak, dan sebagian yang lain diberi rezki sedikit. Rezeki yang banyak maupun sedikit, sebenarnya merupakan ujian bagi manusia sebagaimana tercantum dalam surat al-Anam ayat 165 yang artinya: "Dialah yang menjadikan kamu penguasa di bumi dan sebagian kamu ditinggikan Allah beberapa tingkat dari yang lain, karena Allah hendak menguji kamu dengan apa yang diberikan-Nya kepadamu".

Sebagian manusia ditinggikan dari sebagian yang lain. Ditinggikan di sini dapat berarti ditinggikan dalam hal derajat pendidikannya, pangkat yang diperoleh, ilmu yang dimiliki, maupun ditinggikan kekayaannya. Allah memberi janji seperti itu dimaksudkan untuk mengetahui ketabahan mereka baik yang ditinggikan derajatnya maupun yang tidak ditinggikan (direndahkan). Namun pengertian ditinggikan derajatnya di sini adalah menurut pengertian Allah SWT bukan menurut pengertian manusia yang bersifat duniawi. Kita, manusia tidak diperbolehkan mempunyai sifat iri-dengki karena adanya perbedaan derajat, kekayaan dan segala yang telah dikaruniakan Allah kepada kita. Karena sebenarnya kekayaan, ilmu pengetahuan, dan derajat kepangkatan itu semua merupakan cobaan atau ujian Allah kepada manusia. Dari penjelasan dua ayat tersebut terlihat bahwa rezki yang diberikan Allah kepada manusia berbeda satu sama lain. Perbedaan ini menimbulkan perbedaan kesempatan dalam memenuhi segala kebutuhannya. Oleh karena itu dalam masyarakat harus ada pihak yang bersedia memproduksi dan menjual kebutuhan masyarakat yang dilakukan dalam kegiatan bisnis, dan sebagian masyarakat yang lain bersedia membeli hasil produksi tersebut. Apabila hal ini terjadi maka kegiatan bisnis akan berjalan secara wajar.

Meningkatnya perkembangan ekonomi dewasa ini menuntut para pelaku bisnis bertindak efektif dan efisien. Efektif dalam mencapai tujuan yang diinginkan dan efisien dalam mengelola usahanya sehingga diperoleh hasil produksi yang berkualitas baik dengan biaya yang minimal. Secara konvensional, tujuan utama kegiatan bisnis adalah mencari keuntungan yang maksimal untuk kelangsungan hidup perusahaan dalam proses produksinya. Namun apakah tujuan kegiatan bisnis hanya sebatas mencari keuntungan saja? Bagaimana tanggung-jawab perusahaan kepada masyarakat dan Allah SWT?

ETIKA BISNIS DALAM ISLAM

Etika berasal dari bahasa Yunani "ethos" yang berarti adat kebiasaan yang merupakan bagian dari filsafat. Pengertian etika sering dihubungkan dengan pengertian yang muncul di masyarakat seperti akhlak, budi pekerti, perangai, tabiat, moral, adab, dan sopan santun. Jadi jika seseorang memiliki etika yang baik, dia bisa digambarkan sebagai orang yang memiliki tabiat, perangai, perilaku sopan santun, akhlak dan budi pekerti yang baik. Orang-orang yang berbisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya di masyarakat. Pemanfaatan sumber-sumber produksi harus sesuai dengan norma-norma yang diatur di masyarakat. Sumber-sumber produksi ini antara lain meliputi kekayaan alam, tenaga kerja, dan modal. Para pelaku bisnis harus menyadari bahwa sumber-sumber produksi itu adanya terbatas, sehingga suatu waktu akan habis. Oleh karena itu, pengaturan pemanfaatannya harus benar-benar mengacu pelestarian kembali sumber-sumber produksi tersebut.

Dunia bisnis yang baik dan ingin mendapat ridlo Allah SWT maka haruslah menjunjung nilai-nilai etika dan moral ini sehingga usaha dan hasil dari usaha yang dilakukan merupakan hasil yang bersih, halal, dan mendapat berkah baik di dunia dan di akhirat. Pelanggaran-pelanggaran etika dalam bisnis sebenarnya dapat dikembalikan pada hati nurani mereka. Jika tersirat dalam hatinya bahwa perbuatan yang ia lakukan kurang baik, maka jika tetap dilakukannya maka ia sudah melakukan pelanggaran baik yang bersifat pelanggaran etika maupun moral. Apabila setiap pelaku bisnis berpikiran yang demikian, maka betapa indahnya kegiatan bisnis yang berlangsung di muka bumi ini. Tidak ada orang yang memonopoli suatu produk atau jasa, tak ada orang yang menipu timbangan dan lain sebagainya.

Apabila bisnis dalam keadaan monopoli, seperti Bulog menguasai beberapa komoditi pangan; TELKOM menguasai bisnis telekomunikasi maka etika bisnis biasanya kurang diperhatikan. Hal ini karena menganggap bahwa konsumen merupakan pihak yang membutuhkan terhadap barang atau jasa yang diperjual belikan, di samping barang atau jasa tersebut masih langka ditemukan di pasar. Biasanya dalam keadaan ini, produsen tidak banyak memperhatikan selera konsumen dan pelayanan purna jual yang memuaskan konsumen. Akibatnya konsumen merasa dirugikan karena mendapat perlakuan yang tidak memuaskan dari produsen tersebut.

Banyak praktek penipuan dalam bisnis yang marak terjadi. Kegiatan promosi seperti periklanan yang sifatnya memuji-muji barang yang ditawarkan kadang-kadang terlalu berlebihan dan menyesatkan konsumen. Konsumen merasa dibujuk dan dipaksa untuk membeli barang yang ditawarkan. Sering pula kualitas barang yang ditawarkan tidak sesuai dengan barangnya. Jika iklan ini mengandung kebohongan apalagi menipu orang, dapat menimbulkan pengaruh yang negatif. Pengaruh ini dalam Islam sering disebut sebagai istilah najays atau iklan palsu. Maksud iklan palsu ini biasanya untuk memuji-muji dagangannya sendiri secara berlebih-lebihan. Atau bersekongkol dengan teman-temannya yang pura-pura menawar atau membeli barang tersebut dengan harga yang tinggi guna mempengaruhi orang lain. Bahkan banyak pedagang atau penjual yang berani bersumpah atas nama Allah bahwa dia tidak mempunyai untung atau harga yang ditawarkan dibawah harga beli ketika membeli barang tersebut. Hal ini semata-mata untuk mengelabui konsumen agar mau membeli dagangannya secara sukarela.

Praktek penipuan lain yang juga sering dilakukan oleh penjual adalah menyembunyikan adanya cacad barang atau kekurangan barang yang dijual. Berdasarkan prinsip kejujuran yang harus dianut oleh setiap produsen atau penjual, maka mereka harus menjelaskan keadaan kualitas barang yang sebenarnya kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan hadis Nabi yang diriwayatkan oleh Ahmad yang berbunyi: "Tidak halal bagi seseorang menjual sesuatu, melainkan hendaklah dia menerangkan kekurangan (cacad) yang ada pada barang tersebut". Bila terjadi kerusakan atau cacadnya barang harus diberitahukan kepada konsumen secara

terbuka, bukan ditutup-tutupi sehingga pembeli benar-benar membeli barang sesuai dengan kualitas dan harganya.

Ada cerita yang diriwayatkan dalam sebuah Hadis shahih riwayat Muslim menjelaskan bahwa ketika itu Rasulullah lewat di depan para pedagang penjual bahan makanan. Rasulullah melihat dan merasa curiga pada satu tumpukan bahan makanan. Beliau mencoba mengecek isi tumpukan bahan makanan tersebut dengan memasukkan tangan beliau ke dalam tumpukan dan beliau merasakan di dalamnya agak lembab atau basah. Lalu beliau bertanya kepada si penjual "Apakah gerangan barang ini?". Penjual tersebut menjawab: "Itu bekas terkena hujan, ya Rasulullah". Dari kejadian tersebut maka beliau bersabda: "Mengapa engkau tidak taruh dan perlihatkan yang basah itu di sebelah atas, supaya orang-orang dapat melihatnya? Barang siapa menipu maka ia bukan dari golonganku (HR. Muslim).

PRAKTEK ETIKA DALAM BISNIS

Kegiatan bisnis memang membutuhkan cara-cara yang dapat menguntungkan dirinya sendiri sekaligus tidak merugikan pihak lain atau justru bertindak saling menguntungkan. Sebagai pengelola bisnis, para pengusaha dihadapkan pada tanggung jawab yang berat. Mereka dituntut untuk melayani pemilik perusahaan dan masyarakat sekaligus. Pemilik perusahaan atau para pemegang saham menghendaki keuntungan sebanyak-banyaknya, di lain pihak masyarakat menuntut pelayanan sebaik-baiknya dari segi mutu produk dan harga yang wajar. Di samping itu, pengelola bisnis juga menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Peran etika bisnis dalam situasi yang demikian sangat penting. Bisnis yang dijalankan menurut etika yang baik akan saling menguntungkan dan mendapat ridlo Allah SWT. Hal ini tidak berarti etika bisnis merupakan alat untuk melindungi pelaku bisnis yang tidak efisien atau pengusaha yang hanya mengandalkan koneksi atau fasilitas dari pejabat yang ada hubungan keluarga saja. Namun etika bisnis menuntut kepada semua pelaku bisnis untuk bertindak terbuka (fair), berlaku normal, dan bertindak sesuai dengan aturan yang telah ada baik aturan bisnis yang sehat maupun tuntunan Al Qur'an. Mereka tidak bermain bisnis secara tidak wajar yang kadang-kadang bersaing untuk mematikan bisnis lawan. Tindakan bisnis seperti inilah yang tidak sesuai dengan tujuan bisnis secara Islam.

Pada saat ini banyak pengusaha yang mengeluh tentang kurang fairnya aturan atau tatakrama bisnis yang terjadi. Banyaknya isu negatif yang mengatakan bahwa pengusaha tertentu mendapat fasilitas khusus dari para pejabat sehingga dia dapat berjalan mulus mengelola usahanya. Tindakan seperti ini jelas merugikan pengusaha lain yang tidak mendapat fasilitas khusus. Mereka harus bersaing mendapatkan pasar yang kadang telah dikuasi oleh pengusaha yang mendapat fasilitas khusus tersebut. Sehingga rasa pesimistis muncul di benak mereka. Keadaan

ini jika terus berlanjut, maka kehidupan bisnis tidak akan baik. Oleh karena itu, nampaknya pendekatan religius merupakan salah satu "obat" untuk melaksanakan bisnis yang sesuai dengan etika dalam masyarakat.

Untuk memperbaiki etika bisnis yang tidak sesuai dengan norma-norma masyarakat dapat dilakukan dengan dua pendekatan. Pertama, dengan pendalaman tentang ajaran agama sehingga perilaku bisnis didasarkan atas tuntunan agama. Pemahaman ajaran agama ini akan menghilangkan tindakan yang melanggar aturan agama. Doktrin-doktrin ajaran agama akan menuntun para pelaku bisnis secara baik dalam hubungan antar manusia seperti perdagangan. Kedua, melakukan hubungan bisnis sesuai dengan etika bisnis yang tidak merugikan mitra bisnisnya. Etika bisnis yang terjadi didasarkan bukan atas apa yang menguntungkan saja tetapi juga atas pertimbangan saling pengertian antar sesama mitra kerja. Persaingan yang terjadi tidak saling mematikan tetapi justru saling mendukung dan menguntungkan.

Menurut Imam Al Ghazali, ada beberapa perilaku yang terpuji menurut Islam dalam persaingan bisnis yang saat ini sangat ketat, yaitu antara lain (Alma, 1993 : 59-60):

1. Tidak mengambil laba lebih banyak, seperti yang lazimnya dalam dunia bisnis.

Hal ini sebenarnya, jika kita pikirkan berarti ada hikmah di balik perilaku ini. Hikmahnya yaitu penjual dapat menjual barang dengan harga yang lebih murah dari penjual lainnya (pesaingnya) yang sejenis. Konsumen mestinya menginginkan harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama. Apalagi bila pelayanannya memuaskan, tentu akan mengundang pembelian ulang atas produk yang bersangkutan.

2. Membayar harga yang lebih mahal kepada penjual yang miskin. Ini berlaku bagi para pembeli. Sering kita membayar harga di atas harga yang telah menjadi kesepakatan antara kita dan penjual. Hal ini semata-mata untuk membantunya sebagai amal. Bantuan seperti ini nampaknya lebih baik daripada kita memberi sedekah yang langsung kepada mereka.

3. Memberikan diskon (korting) atau memurahkan harga kepada pembeli yang miskin.

Diskon yang diberikan bukannya kepada orang yang kaya, namun justru kepada pembeli yang kelihatannya kurang mampu. Kesulitannya sekarang adalah untuk membedakan apakah dia sebagai orang yang kaya atau yang miskin. Apalagi jika bentuk pasarnya sudah self service atau swalayan yang tidak membedakan mana yang kaya dan mana yang miskin.

4. Membayar hutang lebih cepat dari waktu pembayaran yang telah ditentukan.

Keadaan yang berlaku sering sebaliknya. Apabila kita berhutang kepada seseorang biasanya kita mengembalikannya menunggu ditagih dulu baru

mengangsur atau membayar. Jika yang dihutang berupa barang, diusahakan dikembalikan dengan barang yang lebih baik. Cara membayar yang baik mestinya yang berhutang datang sendiri kepada pihak yang memberi hutang. Jika hutang-piutang ini berupa uang, maka lebihkanlah pembayarannya sebagai tanda terima kasih walaupun tidak diminta oleh orang yang memberi hutang.

5. Membatalkan jual beli, jika pihak pembeli menginginkannya.

Prinsip pembeli adalah raja nampaknya berlaku di sini. Pelayanan konsumen (terhadap pembeli) memang harus dinormer satukan. Apa kemauan konsumen harus diikuti agar pelanggan tetap terjaga dan merasa puas dengan pelayanan penjual. Pelayanan purna jual (*after sales service*) merupakan cara untuk memuaskan konsumen karena kepuasan konsumen merupakan target yang harus mendapat prioritas dari penjual.

6. Bila menjual bahan pangan kepada orang miskin secara cicilan, maka jangan ditagih bila orang miskin tersebut belum mampu membayar dan jika bisa bebaskanlah mereka dari hutangnnya bila ia meninggal dunia.

7. Berlaku adil dan jujur kepada siapapun konsumen yang dilayani.

Perbuatan tidak adil dan tidak jujur dalam bisnis seperti mengurangi takaran merupakan perbuatan yang tercela. Mengurangi takaran ini tidak hanya berlaku bagi penjual barang saja. Penjual jasapun tidak lepas dari perbuatan yang mengarah ada ketidakjujuran ini. Adanya korupsi waktu, korupsi prosedur merupakan hal yang dikategorikan sebagai "mengurangi timbangan". Tentang pengurangan timbangan dalam bisnis telah diperingatkan oleh Allah SWT dalam firman-Nya yang artinya: "Penuhilah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan jujur dan lurus, yang demikian itu lebih baik dan sebaik-baiknya kesudahan" (Qs. Al-Isra: 35). Selanjutnya Allah juga mengancam hukuman bagi orang yang tidak jujur dalam takaran ketika melakukan kegiatan bisnis. Hal ini diungkapkan dalam surat Al-Muthaffin ayat 1 - 6 yang artinya: "Celakalah orang-orang yang mengurangi takaran, dengan cara apabila mereka membeli mereka minta dicukupkan dan apabila mereka menimbang untuk orang lain maka mereka menguranginya. Tidakkah mereka menyangka bahwa mereka akan dibangkitkan?" (QS. Al Muthaffin: 1 - 6). Dari dua ayat ini jelaslah bahwa betapa murninya ajaran Islam dalam berbisnis yang berperilaku jujur dan tidak ada unsur penipuan sehingga merugikan orang lain.

8. Pembeli dan penjual bebas memilih dan melakukan tawar menawar selagi mereka belum berpisah. Hal ini terungkap dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim, yaitu "Penjual dan pembeli keduanya bebas memilih selagi keduanya belum berpisah. Jika mereka jujur dan jelas maka diberkahilah jual belinya. Tetapi jika mereka menyembunyikan cacat dan dusta maka terhapuslah keberkahan jual beli tersebut."

TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM BISNIS

Manusia sebagai hamba Allah adalah makhluk sosial yang selalu ada dalam pergaulan antara manusia yang satu dengan manusia yang lain. Demikian pula dalam dunia bisnis. Kegiatan bisnis juga tidak terlepas dari lingkungan masyarakat. Hubungan yang baik antara kegiatan bisnis dengan masyarakat akan mempunyai efek kumulatif dalam meningkatkan ketakwaan Muslim pengelola bisnis. Oleh sebab itu setiap tindakan yang dilakukan pelaku bisnis harus berpola pada pandangan/ajaran Islam dan memperhatikan masyarakat. Dengan kata lain, pelaku bisnis di samping bertanggung jawab kepada pemilik perusahaan dengan berusaha mencari laba yang sebesar-besarnya juga bertanggung jawab kepada masyarakat dan akhirnya bertanggung jawab kepada sang Pencipta. Tanggung jawab bisnis kepada Allah SWT ini dapat terlihat dari niat dan pelaksanaan bisnis yang tujuan utamanya hanya untuk beribadah. Pengusaha Muslim tidak mementingkan diri sendiri, karena sudah ada pedoman ajaran agama yang menuntunnya. Misalnya dalam memelihara ekosistem, menjaga keseimbangan lingkungan alam dan memberi hak hidup kepada makhluk Allah selain manusia.

Di samping tanggung jawab bisnis terhadap masyarakat dengan mengikut sertakan mereka sebagai pekerja dengan tidak terlalu membatasi jumlah pekerja karena takut biaya tenaga kerja terlalu tinggi, maka bisnis juga memiliki tanggung jawab sosial lainnya, seperti memberi santunan masyarakat kecil, yatim piatu, dan para-pengusaha kecil. Oleh karena itu tanggung jawab sosial bisnis tidak hanya diartikan hanya terbatas sampai menghasilkan barang dan jasa untuk konsumen dengan harga yang murah, pelayanan yang baik dan kepuasan konsumen.

Masalah-masalah dalam masyarakat yang kompleks pada lingkungan bisnis dapat menimbulkan konflik. Seorang pekerja di dalam kegiatan bisnis dapat bertindak sebagai pembeli produksi tersebut, dan dia adalah anggota dari organisasi buruh, dia tinggal di sekitar pabrik, dan dia juga punya andil dalam perusahaan tersebut. Oleh sebab itu orang akan memilih apa yang terbaik bagi dirinya dalam situasi tertentu dan sebagai orang yang memegang peranan tertentu pula.

Bagaimana tanggung jawab sosial dari bisnis menurut pandangan Islam?. Tidak mudah menjawabnya. Namun pada intinya tanggung jawab sosial dari bisnis menurut pandangan Islam terfokus pada pelaksanaan etika dalam bisnis yang sesuai dengan etika Islam. Pelaksanaan etika ini antara lain meliputi masalah produksi barang dan jasa, masalah distribusi, periklanan, penetapan harga, penjagaan kelestarian lingkungan dari ancaman polusi, kepuasan konsumen, mendapatkan laba yang layak bagi kepentingan pemilik dan sebagainya. Keuntungan yang diinginkan harus dalam batas-batas yang wajar, tidak melanggar peraturan pemerintah maupun agama. Pelaku bisnis harus melestarikan lingkungan, tidak menggunakan sumberdaya alam secara berlebihan tanpa memperhatikan kepentingan masa yang akan datang.

Lingkungan bisnis yang selalu berubah nampaknya memerlukan strategi bisnis yang handal untuk mengantisipasi perubahan tersebut. Lingkungan bisnis yang akan dijelaskan di sini lebih ditekankan pada pemanfaatan faktor-faktor produksi menurut perspektif Islam. Faktor produksi yang dimaksud meliputi faktor produksi alam, tenaga kerja, modal, skill dan kemampuan. Pertama, Faktor produksi alam yang tidak tersedia dengan sendirinya, tapi disediakan oleh Allah SWT harus dikelola secara baik dengan tujuan utama untuk beribadah kepada-Nya. Allah telah berfirman dalam surat Abasa ayat 25-32 yang artinya: " Sesungguhnya kami benar-benar telah mencurahkan air dari langit, kemudian kami belah bumi dengan sebaik-baiknya. Lalu kami tumbuhkan biji-bijian di bumi itu, anggur dan sayuran, zaitun dan pohon kurma, kebun yang lebat buahnya serta rerumputan, untuk kesenanganmu dan untuk binatang ternakmu" (QS. Abasa: 25 - 32). Pemanfaatan sumber-sumber alam yang diciptakan Allah SWT tersebut harus sesuai dengan kebutuhan dan tidak membabi buta. Banyaknya bencana alam yang terjadi karena kekeringan, banjir, kelangkaan binatang, semuanya akibat ulah manusia yang mengeksploitasi alam tanpa mengindahkan tanggung jawabnya kepada masyarakat dan Allah SWT.

Kedua, faktor produksi tenaga kerja yang dipekerjakan oleh secara individu maupun dipekerjakan dalam suatu unit usaha. Pemanfaatan faktor tenaga kerja ini harus memperhatikan Hak Asasi Manusia yang dimiliki oleh setiap manusia. Seorang majikan tidak dapat berlaku semena-mena terhadap tenaga kerja yang digunakannya. Banyaknya kasus pelecehan tenaga kerja, demonstrasi tenaga kerja (buruh) sebenarnya karena adanya perlakuan para pelaku bisnis, dalam hal ini majikan maupun manajer perusahaan, yang tidak mengindahkan kesejahteraan para pekerja baik kesejahteraan yang berupa fisik maupun non fisik. Di samping itu juga terjadi karena gaji atau upah yang dibayar terlambat atau dibayar tidak sesuai dengan tenaga yang disumbangkan kepada perusahaan.

Islam mengajarkan bahwa kita diminta untuk membayar upah atau gaji kepada para pekerja dengan jumlah yang pantas, minimal dapat untuk hidup secara wajar bagi keluarganya. Atau istilah sekarang adalah Upah Minimum Regional (UMR). Kebutuhan fisik dan non fisik lainnya juga perlu diperhatikan seperti jaminan kesehatan, makan siang, asuransi dan sebagainya. Apabila pengusaha memperhatikan kesejahteraan karyawan, maka Allahpun akan memperhatikan pengusaha tersebut. Sebuah hadits Bukhari memperkuat pernyataan ini " manusia saling memberi rezeki kepada lainnya". Oleh karena itu, para pekerja harus dicukupi kebutuhannya terutama upah yang harus dibayar segera karena hal ini merupakan penghasilan pokok bagi keluarganya. Sebuah hadits yang diungkapkan oleh Ibnu Majah menjelaskan bahwa para pengusaha atau majikan hendaknya segera memberikan upah kepada karyawannya sebelum kering keringatnya.

Ketiga, mengenai faktor produksi modal yang diartikan sebagai dana atau kekayaan perusahaan untuk melaksanakan proses produksi. Modal di dalam bisnis

bisa berjud modal asing maupun modal sendiri. Modal sendiri berarti modal yang berasal dari pemilik perusahaan, sedangkan modal asing merupakan modal yang berasal dari hutang perusahaan kepada pihak lain. Modal yang berasal dari pemilik nampaknya tidak banyak masalah. Tetapi modal yang berasal dari hutang biasanya banyak mengandung masalah yang panjang.

Terakhir, adalah faktor produksi ketrampilan manajemen. Faktor manajemen ini memegang peranan yang paling vital dalam mengelola faktor-faktor produksi yang lain. Pengelolaan sumber daya alam, tenaga kerja, modal, dan ketrampilan tanpa memasukkan unsur keimanan terhadap Islam akan berjalan tidak seimbang. Keseimbangan antara keuntungan yang diinginkan dengan aturan-aturan Islam yang ditetapkan harus tercermin dalam kehidupan berbisnis. Sebagai contoh adalah dalam pemanfaatan waktu bekerja, manajemen harus memberikan kesempatan kepada tenaga kerja untuk melakukan ibadah Islam dengan fasilitas yang memadai. Tanpa keseimbangan antara kebutuhan dunia dan akhirat, maka kehidupan perusahaan akan terasa gersang.

PENUTUP

Etika sebagai ilmu yang mempelajari perilaku manusia untuk melihat tabiat, akhlak, sopan santun, perangai, dan sifat manusia lainnya sangat penting diterapkan dalam melakukan kegiatan bisnis agar sesuai dengan tuntunan agama Islam. Oleh karena itu etika bisnis harus selalu di terapkan dalam segala kegiatan bisnis sehingga hasilnya akan memperoleh berkah Allah SWT. Bisnis yang mendapat berkah dari Allah mestinya akan selalu menjaga keseimbangan antara kepentingan bisnis dengan kepentingan agama.

Tanggung jawab bisnis pada hakekatnya adalah tanggung jawab pelaku bisnis kepada Allah SWT. Hal ini dapat tercapai bila segala tindakan bisnis diperuntukan hanya untuk beribadah kepada Allah SWT. Sebagai derivasinya, kegiatan bisnis dilaksanakan untuk mencari keuntungan agar kehidupan usaha dapat berlangsung terus melalui kepuasan konsumen berlandaskan syariah Islam. Dengan demikian tanggung jawab sosial bisnis sebenarnya adalah tanggung jawab pelaku bisnis kepada pemilik perusahaan, kepada masyarakat, dan akhirnya kepada Allah SWT.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Sony Keraf dan Robert Haryono Imam, 1995, Etika Bisnis, Membangun Citra Bisnis sebagai Profesi Luhur, Cetakan ketiga, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.

- Buchari Alma, 1993, Ajaran Islam dalam Bisnis, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Departemen Agama RI, 1971, Al Qur'an dan Terjemahnya, Penerbit Kathoda, Jakarta.
- M. Quraish Shihab, 1997, Wawasan Al-Qur'an, Cetakan V, Penerbit Mizan, Bandung.
- Redi Panuju, 1995, Etika Bisnis, Tinjauan Empiris dan Kiat Mengembangkan Bisnis Sehat, Penerbit Gramedia, Jakarta.
- Subhi As-Shalih, 1991, Membahas Ilmu-ilmu Al Qur'an, Cetakan kedua, Penerbit Pustaka Firdaus, Jakarta.
- Syed Nawab Haider Naqvi, 1993, Etika dan Ilmu Ekonomi: Suatu Sintesis Islami, Cetakan III, Penerbit Mizan, Bandung.
- Tom Cannon, 1995, Corporate Responsibility, Tanggung Jawab Perusahaan, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Vincent Barry, 1992, Moral Issues in Business, Third Edition, Wadsworth Publishing Company, California, USA.