

Etika Bisnis dan Upaya Membangun Budaya Berbisnis yang Islami

Ariza Fuadi

Alumnus Program Studi Muamalat Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga dan Sekolah Pasca Sarjana
Program Studi Ekonomi Islam UGM Yogyakarta
Email: arizafuadi@ymail.com

Abstrak

Dalam kehidupan di dunia ini, manusia tidak akan terlepas dari permasalahan pemenuhan kebutuhan ekonomi. Islam memerintahkan umat manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan salah satunya berbisnis. Sayangnya, pemahaman akan berbisnis sering dipahami dengan upaya memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya, bahkan dengan cara yang tidak etis. Oleh karena itu, etika dalam berbisnis yang Islami sangat penting untuk dikaji dan dikemukakan lebih lanjut sebagai upaya untuk pencarian kehidupan berkeeseimbangan yang positif. Penulisan ini bertujuan untuk mendalami lebih lanjut tentang apa dan seperti apa etika bisnis dalam Islam dan bagaimana upaya yang seharusnya dikembangkan dalam membangun budaya berbisnis yang Islami.

Kata Kunci: Etika, Bisnis, Islam

A. Pendahuluan

Ketika membicarakan masalah etika, orang pada umumnya akan berpikir secara sepintas mengenai norma dan aturan yang berlaku di tengah masyarakat. Perbincangan mengenai munculnya konsep etika bermula pada tata nilai perilaku manusia yang sudah menyalahi berbagai aturan yang ada. Dengan melihat perilaku masyarakat yang semakin modern namun justru jauh dari nilai-nilai etika, maka tidak mengherankan jika kebanyakan orang menganggap bahwa kerusakan umat manusia di muka bumi ini sudah dimulai. Dalam hal ini, tanggungjawab individu sangat diperlukan guna merubah semua itu. Karena pada dasarnya manusia diciptakan dengan

membawa berbagai potensi, baik itu yang berupa kebaikan maupun keburukan. Dan salah satu faktor tersebut sangatlah dipengaruhi oleh etika yang ada.

Tata nilai atau etika yang digunakan untuk mengatur kehidupan guna mencegah kehidupan yang tidak teratur dan mengalami kerusakan pada dasarnya sudah dikenal sejak manusia pertama, Adam dan Hawa, diciptakan. Pada masa itu Adam dan Hawa diperkenankan tinggal di surga oleh Allah dan memakan apa saja yang terdapat di sana kecuali mendekati sebuah pohon yang apabila dilakukan maka mereka tergolong orang-orang yang zalim. Sebuah ketetapan 'boleh' dan 'tidak' di masa Adam tersebut terus berlanjut dan dilanjutkan oleh para nabi-nabi yang diutus Allah untuk para umat mereka hingga pada masa nabi Muhammad dan umatnya di masa kini.

Seruan untuk menetapkan sebuah etika tentang 'boleh' dan 'tidak' atas suatu perbuatan, sebagaimana diungkap di atas, terjadi di setiap lini kehidupan di dunia dan pada setiap zaman tidak terkecuali dalam dunia bisnis. Sehingga sebuah etika merupakan suatu kaidah yang dapat menjadi tolok ukur nilai kebajikan dan kejahatan, kebenaran dan kebatilan, dan lain sebagainya. Di masa sekarang, seiring dengan kemajuan zaman yang semakin modern, ada kecenderungan masyarakat dunia untuk semakin akrab dengan nilai-nilai kehidupan tersebut. Beraneka ragam penyalahgunaan wewenang dan aset perusahaan, penipuan, korupsi, diskriminasi terhadap karyawan, dan lain sebagainya, merupakan suatu persoalan besar yang harus dihadapi untuk dicarikan solusinya.

Di samping itu, nilai-nilai materialistis dalam kehidupan seolah-olah menjadi bagian paling utama yang harus dikejar daripada nilai spiritual. Harta, jabatan, kekuasaan menjadi hal yang paling pertama dilihat dalam menentukan berhasil dan tidaknya seseorang dalam berbisnis. Akan tetapi, kebanyakan dari mereka melupakan nilai-nilai moral dan perilaku yang sehat dalam berbisnis. Sehingga yang terjadi, setiap saat masalah bisnis seringkali bertambah, sedangkan keberkahan dalam berusaha menjadi berkurang.

Dominasi materialisme yang meliputi seluruh lini kehidupan ini mengakibatkan berbagai masalah mental dan sosial bagi para pelaku bisnis. Masalah tersebut seringkali timbul,

tetapi teori dan hukum bisnis gagal dalam mencari solusi bagi para pengusaha tersebut. Untuk itu ada kepentingan besar bagi para pemegang kendali sistem untuk meletakkan suatu perangkat moral yang disebut sebagai etika atau kode etik dalam berbisnis yang mampu menjadi pijakan bagi kemajuan sebuah perusahaan. Perhatian khusus dalam meletakkan etika bisnis bagi negara-negara di Barat, menurut Hussain Shahata didasari oleh beberapa alasan penting, yakni: *pertama*, terjadinya kerusakan moral yang semakin meluas pada perusahaan, terutama di antara para eksekutif perusahaan dan pegawainya. *Kedua*, studi di lapangan yang menunjukkan bahwa kuatnya pemberdayaan etika dalam perusahaan dapat membawa nama baik dan reputasi perusahaan sehingga pada gilirannya akan mengarah kepada bertambahnya keuntungan perusahaan tersebut.¹

Di lain pihak, Islam sebagai agama dengan sistem transformasi yang komprehensif dalam menjawab permasalahan-permasalahan di atas, juga mengatur aspek-aspek solusi yang berlandaskan pada moralitas. Tidak hanya nilai material, tetapi juga nilai-nilai spiritual yang dikombinasikan dalam sebuah kesatuan yang seimbang dengan tujuan menjadikan manusia hidup bahagia di dunia dan akhirat. Kehadiran Islam di sini bukanlah untuk diingkari melainkan untuk dipatuhi, Islam tidak mempercayai kehidupan yang hanya berorientasi pada akhirat semata tanpa memikirkan kehidupan duniawi, begitu juga sebaliknya hanya memikirkan kehidupan duniawi tanpa memikirkan kehidupan setelah mati.

Dalam konteks etika berbisnis, keseimbangan kedua nilai tersebut haruslah senantiasa menjadi pedoman yang nyata bagi setiap pebisnis Muslim yang ingin meraih kesuksesan dalam berusaha. Pemahaman bahwa dalam berbisnis yang terpenting hanyalah mengedepankan keuntungan sebanyak-banyaknya meski dengan cara-cara yang tidak etis dan tidak halal haruslah dibuang jauh-jauh. Sementara Islam yang mengajarkan tata cara berbisnis dengan berlandaskan etika Islam yang bersumber dari

¹ Hussain Shahatah, *Business Ethics in Islam*, (Al-Falah Foundation, 1999), hlm . 2. Lihat juga dalam Hussain Shahatah dan Siddiq Muh. Al-Amin Adh-Dhahir, *Transaksi dan Etika Bisnis dalam Islam*, terj oleh. Saptono Budi Satryo dan Fauziah R, (Jakarta: Visi Insani Publishing, 2005), hlm. 23.

al-Qur'an dan Hadist harus selalu menjadi prioritas utama dalam menjalankan setiap langkah bisnis. Sehingga tata aturan dalam berbisnis yang dikembangkan sebagai sebuah alternatif solusi yang mengarahkan kepada pembentukan etika bisnis dan upayanya dalam membentuk budaya berbisnis yang Islami dapat menjadi pedoman utama bagi para pelaku bisnis.

B. Etika dan Bisnis dalam Islam: Sebuah Definisi Awal

Etika berasal dari kata atau bahasa Yunani yakni *ethos* yang berarti kebiasaan (*custom*) atau karakter (*character*).² Etikaini merupakan istilah yang seringkali digunakan dalam berbagai macam pengertian dan bersinggungan dengan kata lain, seperti moral, etiket, etos, akhlak, norma, aturan nurani, sopan santun, budi pekerti, nilai, dan sebagainya. Secara etimologis, dalam kamus *Webster*, etika adalah "the discipline dealing with what is good and bad and with moral duty and obligation, a set of moral principles or values, a theory or system of moral values" (suatu disiplin ilmu yang menjelaskan sesuatu yang baik dan yang buruk, mana tugas dan mana yang dianggap sebagai kewajiban moral, atau bisa juga yang berkaitan dengan kumpulan prinsip atau nilai moral). Etika memberikan ruang untuk melakukan kajian dan analisis kritis terhadap nilai dan norma moral yang mengatur perilaku hidup manusia baik pribadi maupun kelompok.³

Etika dalam pengertian terminologis dipahami sebagai "the systemic study of the nature of value concept, good, bad, ought, right, wrong, etc. and of general principles which justify us in applying them to anything also called moral philosophy"⁴ (etika adalah studi yang sistemis dalam membahas konsep-

² Dari sumber lain, R. Sims menyebutkan bahwa "*ethics is a philosophical term derived from the Greek word 'ethos,' meaning character or custom*" (etika adalah istilah filsafat yang berasal dari bahasa Yunani etos yang berarti sebagai karakter atau kebiasaan. R Sims, *Ethics and Corporate Social Responsibility, (Why Giants Fall, C. T: Greenwood Press, 2003)*.

³ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 16-17.

⁴ Achmad Charris Zubair, *Kuliah Etika*, Ed. III (Rajawali Press, 1995), hlm. 13-155. Lihat juga dalam Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 5; Johan Arifin, *Dialektika Etika Islam dan Etika Barat Dalam Dunia Bisnis*, Millah Vol. VIII, No. 1, Agustus 2008, hlm. 154.

konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya, prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk menerapkannya dalam konteks apa saja yang juga disebut sebagai filsafat moral). Dalam pengertian ini dapat dipahami bahwa etika merupakan moralitas utama seseorang dalam setiap tindakan. Seseorang akan disebut orang yang baik dan bermoral manakala orang tersebut menerapkan etika yang baik. Sebaliknya seseorang dianggap sebagai orang yang *amoral* (tidak bermoral) manakala dia melakukan sesuatu perbuatan yang buruk, jelek, dan salah. Hal ini dikarenakan pada prinsipnya moralitas seseorang merupakan kunci utama dalam melakukan tindakan yang baik.

Sedangkan menurut Issa Raffiq Beekun, etika merupakan seperangkat prinsip moral yang membedakan antara yang baik dan yang buruk. Etika adalah bidang pengetahuan yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan dengan apa yang tidak boleh dilakukan oleh setiap individu.⁵ Sementara itu etika bisnis didefinisikan sebagai etika manajemen atau etika organisasional yang cakupannya secara sederhana terbatas pada organisasi-organisasi bisnis. Oleh karenanya, tidak mengherankan jika kadangkala etika bisnis merujuk pada etika manajemen atau manajemen organisasi.

Dalam konteks keterkaitan definisi etika dengan aspek normatif Islam, istilah yang paling dekat dengan etika di dalam al-Qur'an adalah *akhlaq* yang berarti tabi'at, budi pekerti, kebiasaan. Kaitan definisi etika dengan term-term al-Qur'an juga berkaitan dengan konsep kebaikan, seperti kata *khayr* (kebaikan), *birr* (kebajikan), *qisth* (kesamaan), *'adl* (keadilan), *haqq* (kebenaran dan hak), *ma'ruf* (kebaikan), *taqwa* (ketakwaan).⁶

Al-Ghazali mengatakan bahwa *akhlaq* adalah suatu sifat yang tertanam dalam jiwa, yang dengannya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan. Sehingga jika sifat itu tertanam dalam jiwa maka perbuatan-perbuatan yang baik dan terpuji akan tercipta

⁵ Issa Raffiq Beekun, *Islamic Business Ethics*, (Virginia: The International Institute of Islamic Thought, 1997).

⁶ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), hlm. 40.

menurut akal dan syariah.⁷ *Akhlaq* ini memiliki pengertian sebagai ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia di dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat. Dalam pengertian yang lain, *akhlaq* merupakan gambaran rasional mengenai hakikat dan dasar perbuatan dan keputusan yang benar serta prinsip-prinsip yang menentukan klaim bahwa perbuatan dan keputusan tersebut secara moral diperintahkan dan dilarang.⁸

Dalam Islam, etika secara umum dan mendasar sangatlah berbeda dengan pemahaman etika yang digulirkan oleh dunia Barat. Pemahaman etika di Barat cenderung menunjukkan suatu bentuk yang dinamis dan berubah-ubah dan memiliki sifat yang sementara disesuaikan dengan perubahan dan perkembangan peradaban zaman yang mendominasi. Bentuk dan karakter etika Barat sangatlah tergantung pada pencetusnya sehingga jika dalam perkembangannya etika tersebut dibenturkan dengan ajaran agama justru akan menyebabkan suatu benturan yang dimana manusia lebih memprioritaskan kepentingan duniawi dengan dukungan rasionalitasnya. Hal yang demikian itulah yang menjadikan nilai etika Barat lebih bersifat individualistik sekaligus sosialis.

Hal ini tentunya berbeda dengan Islam yang mengajarkan kesatuan hubungan dalam berbagai aspek dalam membangun suatu konsep pemikiran. Islam menekankan pada harmoni hubungan antara manusia dengan penciptanya, manusia dengan sesamanya dan manusia dengan lingkungan kehidupannya. Sehingga aspek keseimbangan hidup baik duniawi maupun ukhrowi sangatlah ditekankan dan dipandang sama-sama penting dalam kehidupan manusia berdasarkan ajaran al-Qur'an dan Hadist. Bentuk inilah yang menjadi karakter Islam dalam pemahaman konsep etika dan yang membedakan paradigma Islam dan Barat.

⁷ Imam al-Ghazali, *Ihya' Ulumuddin*, (Beirut: Dar ihya al-kutub al-Ilmiyah, tt), hlm. 25.

⁸ Madjid Fakhri, *Etika dalam Islam*, terj oleh Zakyuddin B, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan Pusat Studi Islam UMS, 1996), hlm. xv-xvi.

Sedangkan upaya mendeskripsikan pengertian bisnis sendiri sangatlah beragam. Skinner mengatakan bahwa bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Hampir senada dengan Skinner, Anoraga dan Soegiastuti mendefinisikan bisnis sebagai aktifitas jual beli barang dan jasa (*the buying and selling of goods and services*). Secara ringkas dapat dipahami bahwa bisnis adalah suatu lembaga yang melaksanakan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan orang lain.

Sementara Straub dan Attner menjelaskan definisi bisnis secara lebih lengkap sebagai suatu organisasi yang menjalankan aktifitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Barang di sini merupakan suatu produk yang secara fisik dapat dikenal oleh panca indra, sedangkan jasa adalah aktivitas atau bentuk kegiatan yang bisa mendatangkan nilai manfaat kepada konsumen atau pebisnis lainnya. Secara lebih khusus, Yusanto dan Wijayakusuma mendefinisikan bisnis Islami adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dibatasi jumlah kepemilikannya yang berupa harta (barang dan jasa) dan keuntungannya, namun tetap berlaku pembatasan dalam cara memperolehnya dan menggunakannya karena alasan halal dan haram.⁹

Berbagai pengertian bisnis ini pada dasarnya tidak bisa dipandang sederhana. Hal ini dikarenakan bahwa bisnis merupakan salah satu kegiatan pokok manusia di sepanjang kehidupannya. Perputaran bisnis akan senantiasa terus berjalan tanpa mengenal waktu, tempat, maupun pelaku. Kegiatan ini bisa dilakukan dimanapun dan tidak terikat dalam waktu tertentu, bahkan semua manusia bisa melakukannya tanpa mengenal agama dan suku.

Dalam pemahaman ini bisnis telah lama dilakukan oleh manusia sejak zaman dahulu kala. Bagi masyarakat Islam sendiri, bisnis sudah dikenal pada masa awal Islam lahir di semenanjung Arab. Rasulullah sendiri selaku pembawa agama Islam dan pemimpin negara pada waktu itu juga merupakan seorang

⁹Definisi-definisi ini disampaikan oleh Muhammad dalam *Etika Bisnis...*, hlm.37-38.

pebisnis yang handal. Beliau sendiri yang telah membawa sejarah bagi umat Islam dalam memajukan bisnis di masyarakat Islam. Hal itu pula yang kemudian diikuti oleh para sahabat dan pengikut beliau.

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa yang dimaksud dengan etika bisnis dalam Islam adalah seperangkat prinsip moral untuk menelaah suatu perbuatan yang baik dan yang buruk dalam serangkaian aktivitas bisnis di berbagai bentuk dimana tidak ada batasan dalam jumlah kepemilikan yang berupa harta (barang dan jasa) dan keuntungannya, namun tetap berlaku pembatasan dalam cara memperolehnya dan menggunakannya karena alasan halal dan haram.

C. Prinsip-prinsip Pokok dalam Etika Bisnis Islam

Sejumlah prinsip-prinsip dasar yang sudah menjadi kebenaran umum pada dasarnya sudah dirumuskan dan dikembangkan oleh para sarjana muslim. Prinsip-prinsip dasar ini merupakan hasil dari upaya yang sudah diterjemahkan dari konsep-konsep fundamental dari nilai moral yang Islami. Adapun prinsip-prinsip dasar tersebut merupakan rujukan bagi para pebisnis muslim sebagai *moral awareness* untuk menentukan prinsip-prinsip yang mereka gunakan dalam menjalankan bisnisnya. Prinsip-prinsip pokok tersebut adalah:

a. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan merupakan konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan yang sudah ditetapkan oleh Allah swt pada batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.¹⁰ Aspek-aspek kehidupan tersebut meliputi bidang ekonomi, politik, sosial yang menjadi keteraturan menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi dan sosial demi membentuk kesatuan. Hal ini pula yang menjadikan etika dan bisnis untuk saling terpadu, baik secara

¹⁰ Lukman Fauroni, *Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif al-Qur'an*, dalam *Iqtisad Journal of Islamic Economics*, vol. 4, No. 1, Muharram 1424 H/ Maret 2003, hlm. 100.

vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

b. Keseimbangan atau Keadilan (*Equilibrium*)

Dalam dunia bisnis, Islam mengajarkan untuk selalu berbuat adil kepada siapapun tanpa terkecuali. Pengertian adil ini diarahkan agar hak-hak orang lain, lingkungan sosial, alam semesta dan juga hak Allah beserta RasulNya dijadikan pedoman utama dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus diposisikan sebagaimana mestinya yang sesuai dengan aturan syari'ah. Keseimbangan atau keadilan ini merupakan gambaran dimensi horisontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni alam semesta. Hukum dan tatanan yang terdapat di alam semesta ini mencerminkan keseimbangan yang harmonis. Oleh karena itu keseimbangan, kebersamaan, kemoderatan, merupakan prinsip etis yang mendasar yang harus diaplikasikan dalam berbagai aktivitas bisnis.

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Pada dasarnya manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan persaingan bisnis. Kebebasan ini sejatinya merupakan bagian penting dalam etika bisnis, akan tetapi kebebasan yang diajarkan dalam Islam adalah kebebasan yang tidak merugikan kepentingan umum atau kolektif tanpa mengesampingkan kepentingan individu. Sampai pada tingkat tertentu manusia dianugerahi kebebasan untuk memberi arahan dan bimbingan dalam kehidupannya sendiri sebagai khalifah di muka bumi. Sehingga dalam hal ini manusia didorong untuk aktif berkarya dan bekerja dengan mengerahkan segala potensi yang dimilikinya.

d. Pertanggungjawaban (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil. Kebebasan tiap individu selalu terbatas oleh individu yang lain dan memiliki pertanggungjawaban. Pertanggungjawaban setiap individu memiliki hubungan langsung dengan Allah swt, tanpa adanya

perantara apapun. Ampunan harus diminta sendiri secara langsung kepada Allah swt. Dalam perspektif Islam, pertanggungjawaban individu adalah yang paling utama dan bukan komunitas, masyarakat ataupun bangsa. Tidak ada satu komunitas atau bangsa yang bertanggungjawab di depan Allah sebagai komunitas. Setiap anggota masyarakat bertanggungjawab di depannya secara individual.¹¹

e. *Kebajikan (Benevolence)*

Kebajikan adalah melakukan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut.¹² Dalam bisnis, yang termasuk sebagai kebajikan adalah sikap kesukarelaan dan keramahtamahan dalam pengertian sebagai sikap suka rela antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi dan kerjasama bisnis. Hal ini ditekankan untuk menciptakan dan menjaga keharmonisan hubungan antara mitra bisnis. Dengan prinsip kebajikan ini maka etika bisnis Islam dapat menjaga terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan kerjasama bisnis. Bahkan dengan sikap seperti ini suatu bisnis dapat melahirkan sikap persaudaraan dan kemitraan yang saling menguntungkan tanpa adanya kerugian dan penyesalan.

D. Upaya Membangun Budaya Berbisnis yang Islami

Salah satu pentingnya mengkaji etika adalah untuk memberikan wawasan baru bagi terciptanya landasan utama dalam pengambilan keputusan bisnis yang memerlukan moral sebagai penentunya. Bagi para pelaku bisnis tentunya akan membawa pada satu pemahaman dan pengaruh untuk terciptanya keputusan yang tepat ketika menghadapi para

¹¹ Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 100-101.

¹² Beekun, Rafiq Issa, 1997. *Islamic Business Ethic*, Virginia: International Institute of Islamic Thought, hlm. 28.

pesaing bisnis, konsumen, pemerintah, maupun perkembangan zaman itu sendiri.

Oleh karena itu, upaya dalam mewujudkan etika bisnis yang Islami adalah dengan melakukan suatu rekonstruksi kesadaran baru tentang bisnis. Pandangan bahwa etika bisnis sebagai bagian yang tak terpisahkan atau menyatu merupakan struktur fundamental sebagai perubah terhadap anggapan dan pemahaman tentang kesadaran sistem bisnis yang amoral di masyarakat. Sehingga suatu bisnis dapat disebut bernilai apabila kedua tujuannya yakni sebagai pemenuhan kebutuhan material dan spiritual dapat terpenuhi secara seimbang. Selanjutnya, yang harus ikut dipertimbangkan adalah diperlukannya suatu cara pandang baru dalam melakukan kajian-kajian keilmuan tentang bisnis dan ekonomi. Kajian-kajian ini haruslah lebih berpijak pada paradigma pendekatan normatif-etik sekaligus empirik induktif yang mengedepankan penggalian dan pengembangan nilai-nilai Islam agar dapat mengatasi perubahan dan pergeseran zaman yang cepat.

Etika sebagai ajaran moral yang membedakan antara yang baik dan buruk, benar dan salah haruslah selalu bersumber dari ajaran agama. Itulah sebabnya banyak ajaran ekonomi Barat menunjuk pada Injil, dan etika ekonomi Yahudi pada Taurat. Sama halnya dengan Islam bahwa etika ekonomi Islam termuat dalam lebih dari seperlima ayat-ayat yang dimuat dalam al-Qur'an. Dalam hal ini, Islam menonjolkan lima sifat sekaligus sebagai pedoman dalam etika berbisnis yakni, kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kebebasan (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebajikan (*benevolence*). Dari sinilah manusia sebagai khalifah Allah di muka bumi tidak mungkin bersifat individualistis karena semua yang ada di dunia ini adalah milik Allah semata, dan manusia adalah kepercayaanNya di bumi.¹³

Maka dari itu, sebagai salah satu faktor penting bagi upaya pembentukan budaya beretika Islami pada bisnis adalah dengan berpegang pada etika kebenaran yang diajarkan dalam Islam sehingga kehidupan seseorang akan berjalan normal dan bahagia. Dalam Islam, etika yang dijadikan pedoman dalam

¹³ Johan Arifin, *Dialektika Etika Islam dan Etika Barat dalam Dunia Bisnis*, dalam Millah Vol VIII, No. 1, Agustus 2008, hlm. 160.

kegiatan ekonomi dan bisnis ini dapat digali lebih lanjut langsung dari al-Qur'an dan Hadist Nabi. Sebagai contoh, Quraish Shihab menjelaskan bahwa secara normatif al-Qur'an lebih banyak memberikan prinsip-prinsip mengenai bisnis yang bertumpu pada kerangka penanganan bisnis sebagai pelaku ekonomi yang tanpa membedakan kelas.¹⁴

Hal ini memiliki pengertian bahwa dalam setiap usaha bisnis diharapkan tidak ada sistem yang membedakan antara yang kaya dan miskin, karena menurut etika bisnis hal itu akan menjadi satu bentuk hambatan dalam menjalankan usaha bisnis. Sudah seharusnya bisnis tidak mengenal kelas, antara yang kaya dan miskin dapat masuk dalam roda bisnis. Yang terpenting adalah bagaimana bisnis itu tetap berjalan sesuai dengan kaidah-kaidah syari'ah dan sesuai dengan petunjuk yang ada dalam al-Qur'an dan Sunnah.

Dengan selalu berlandaskan kepada ajaran al-Qur'an, etika bisnis yang akan terbangun akan memberikan suatu hasil dari proses eksplorasi dan interpretasi dari nilai-nilai dasar al-Qur'an yang lebih baik. Upaya pembentukan dalam membangun sistem bisnis yang Islami ini diharapkan akan membawa dampak bagi terciptanya satu proses bisnis Islami yang menjunjung tinggi nilai etika, serta mampu memberika satu cakrawala baru bagi perkembangan bisnis, khususnya bisnis Islami dengan tujuan yang mengarah pada budaya berbisnis yang benar-benar bersih.

E. Penutup

Pada zaman yang semakin maju ini, sudah menjadi kebenaran umum bahwa praktik-praktik bisnis modern saat ini hanya bertujuan memperjuangkan keuntungan finansial semata dan saling menjatuhkan satu sama lain. Hal ini karena pada umumnya para pelaku bisnis modern menggunakan konsep bisnis yang berpijak pada seleksi alam ala Darwin, yakni *survival of the fittest* (siapa yang kuat, dialah pemenangnya). Dari sini sangat terlihat bahwa nilai etika merupakan sesuatu yang sangat sulit dicari dalam perkembangan dunia bisnis modern.

¹⁴ Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an, Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat* (Bandung: Mizan, 1997).

Bisnis yang tanpa mengedepankan etika ini pada dasarnya berlandaskan pada prinsip *homo homini lupus* (manusia adalah serigala bagi sesamanya) yang artinya menjalankan roda bisnis tanpa mengenal kawan. Prinsip ini hanyalah fokus pada persaingan yang tanpa kompromi. Setiap pesaing bisnis adalah lawan yang harus dikalahkan dan dijatuhkan, atau bahkan kalau perlu dijadikan korban bagi perjalanan bisnisnya demi meraih keuntungan.

Hal ini tentu saja berbeda dengan bisnis yang beretika, ia selalu menekankan bahwa dalam bisnis selalu disandarkan pada prinsip *homo homini socius* (manusia adalah kawan bagi sesamanya). Artinya, dalam hubungan apapun termasuk bisnis, hukum rimba tidak boleh terjadi. Para pesaing dalam bisnis bukanlah lawan bisnis yang harus dijatuhkan apalagi dimusnahkan. Akan tetapi hendaknya dijadikan partner terbaik dalam memajukan usaha bisnis.

Berbisnis secara etis sangatlah diperlukan karena profesi bisnis pada hakikatnya adalah profesi yang bertujuan untuk melayani masyarakat banyak. Oleh karena itu dalam menjaga kelangsungan bisnis untuk melayani masyarakat adalah dengan menjalankan prinsip etika bisnis. Etika berbisnis yang Islami merupakan satu solusi dalam menjaga keberlangsungan bisnis di dunia modern ini. Hal ini karena di dalamnya diajarkan pengelolaan bisnis yang berlandaskan pada al-Qur'an, Hadist, dan hukum-hukum bisnis yang telah dibuat oleh para ahli fiqih. Landasan yang dikembangkan tidak sekedar moralitas, tetapi juga spiritualitas untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Sehingga merupakan sebuah keharusan bagi setiap pelaku bisnis untuk senantiasa menjalankan roda bisnisnya sesuai dengan apa yang terdapat dalam ajaran Islam.

Daftar Pustaka

- Al-Ghazali, Imam, *Ihya' Ulumuddin*, Beirut: Dar ihya al-kutub al-Ilmiyah, tt.
- Arifin, Johan, *Dialektika Etika Islam dan Etika Barat Dalam Dunia Bisnis*, Millah Vol. VIII, No. 1, Agustus 2008.
- Badroen, Faisal, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Beekun, Issa Raffiq *Islamic Business Ethics*, Virginia: The International Institute of Islamic Thought, 1997.
- Charris Zubair, Achmad, *Kuliah Etika*, Ed. III, Rajawali Press, 1995.
- Fakhri, Madjid, *Etika dalam Islam*, terj oleh Zakyuddin B, Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan Pusat Studi Islam UMS, 1996.
- Fauroni, Lukman, *Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif al-Qur'an*, dalam Iqtisad Journal of Islamic Economics, vol. 4, No. 1, Muharram 1424 H/ Maret 2003.
- Harahap, Sofyan S, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004.
- Shahatah, Hussain, *Business Ethics in Islam*, Al-Falah Foundation, 1999.
- Shahatah, Hussain dan Muh. Al-Amin Adh-Dhahir, Siddiq, *Transaksi dan Etika Bisnis dalam Islam*, terj oleh. Saptono Budi Satryo dan Fauziah R, Jakarta: Visi Insani Publishing, 2005.
- Shihab, Quraish, *Wawasan Al-Qur'an, Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat*, Bandung: Mizan, 1997.
- Sims, R, *Ethics and Corporate Social Responsibility, Why Giants Fall*, C. T: Greenwood Press, 2003.