

IMPLIKASI ETIKA DALAM FUNGSI-FUNGSI BISNIS ISLAMI

Oleh: Dr. Muhammad, M.Ag
Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Yogyakarta

Abstrak

Bisnis adalah suatu sistem yang terbuka. Hal ini berarti bahwa nilai-nilai yang dianut oleh pelaku bisnis akan mempengaruhi suatu bisnis dijalankan. Sebagai suatu sistem bisnis mengandung fungsi-fungsi yang satu dengan yang lainnya saling mempengaruhi. Pengaruh masing-masing fungsi tersebut juga ditentukan oleh nilai yang dipegang oleh pelaku dan pelaksana fungsi bisnis tersebut.

Oleh karena itu, pelaku bisnis muslim hendaknya memiliki kerangka etika bisnis yang kuat, sehingga dapat mengantarkan aktivitas bisnis yang nyaman dan berkah. Aktivitas bisnis akan terlihat pada siap tidaknya fungsi-fungsi bisnis berjalan, sehingga dapat menghilangkan masalah dalam sistem bisnis itu sendiri.

Keyword: *etika, sistem bisnis, fungsi-fungsi bisnis.*

PENDAHULUAN

Pertanyaan pertama yang muncul berhubungan dengan konsep etika bisnis adalah apakah bisnis memerlukan etika? Ketika etika dipahami sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan apa yang benar dari apa yang salah, maka etika diperlukan dalam bisnis. Sebagaimana diketahui, bahwa bisnis adalah suatu serangkaian peristiwa yang melibatkan pelaku bisnis. Para pelaku bisnis memiliki kecenderungan untuk melakukan tabrakan kepentingan, saling menghalalkan cara, dalam rangka memperoleh keuntungan sebanyak mungkin, bahkan saling membunuh, sehingga pelaku bisnis yang kuat kian mendominasi, sementara yang lemah terperosok di sudut-sudut ruang bisnis.

Bisnis di dalam Islam merupakan kegiatan muamalah yang pertama kali menanggalkan etika, kemudian disusul oleh bidang politik, dan terakhir adalah persoalan seks. Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan pada etika. Oleh karena itu, pelaku bisnis muslim hendaknya memiliki kerangka etika bisnis yang kuat, sehingga dapat mengantarkan aktivitas bisnis yang nyaman dan berkah. Di dalam artikel ini akan menguraikan beberapa hal yang terkait dengan bagaimana implikasi etika dalam fungsi-fungsi bisnis Islam.

BISNIS SEBAGAI SUATU SISTEM

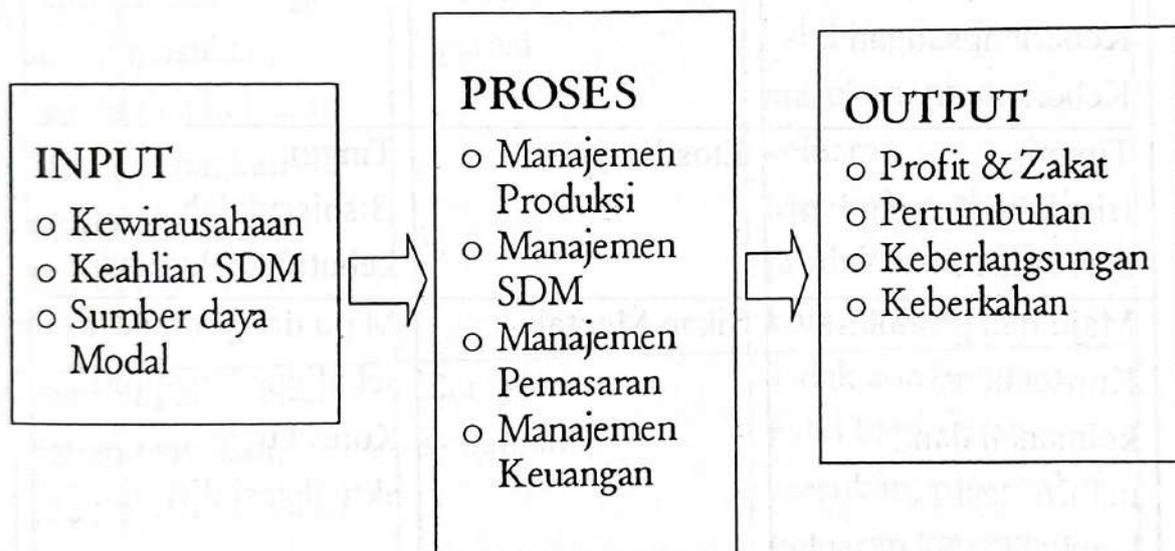
Bisnis merupakan kegiatan yang berhubungan dan berkepentingan dengan lingkungan.¹ Lingkungan merupakan suatu sistem. Di dalam sistem, terdapat variable-variabel atau faktor-faktor yang tersedia di lingkungan dan yang terkait dengan bisnis. Dengan kata lain, bisnis pada dasarnya adalah upaya untuk mengelola sumber-sumber ekonomi yang disediakan oleh lingkungannya. Oleh karena itu, interaksi antara bisnis dan lingkungannya atau sebaliknya menjadi suatu kajian yang menarik.

¹Muslich, *Etika Bisnis Pendekatan Substantif dan Fungsional*, Yogyakarta : Ekonisia, 1998.

Di dalamnya tentunya tidak dapat dipisahkan dengan etika yang melandasinya.

Sebagai suatu sistem bisnis terdiri atas komponen-komponen yang saling kait-mengkait satu dengan yang lainnya untuk mencapai tujuan. Sistem bisnis berjalan dari tahap input → proses → output. Secara anatomik, sistem bisnis tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1
Anatomi Sistem Bisnis Islami



Sumber : Yusanto & Wijayakusuma (2002 : 20), dengan modifikasi

Gambaran sistem bisnis Islami di atas terkesan tidak jauh berbeda dengan sistem bisnis pada umumnya (konvensional). Secara teknis antara bisnis Islami dengan non Islami adalah tidak jauh berbeda, namun dari nilai-nilai yang mendasarinya adalah sangat berbeda. Sebagaimana digambarkan oleh Yusanto dan Wijayakusuma, bahwa perbedaan sistem bisnis Islami dengan bisnis non-Islami dilihat dari karakteristiknya adalah sebagai berikut :

Tabel 1
Perbedaan Bisnis Islami dan non-Islami

Bisnis Islami	Karakteristik Bisnis	Bisnis Non-Islami
Aqidah Islam (nilai-nilai transendental)	Asas	Sekulerisme (Nilai-nilai materialisme)
Dunia – akhirat	Motivasi	Dunia
Profit, zakat dan <i>benefit</i> (non-materi) Pertumbuhan, Keberlangsungan Keberkahan	Orientasi	Profit Pertumbuhan Keberlangsungan
Tinggi, Bisnis adalah bagian dari ibadah	Etos Kerja	Tinggi, Bisnis adalah kebutuhan duniawi
Maju dan produktif, Konsekuensi keimanan dan manifestasi kemusliman	Sikap Mental	Maju dan produktif sekaligus konsumtif Konsekuensi aktualisasi diri
Cakap dan ahli di bidangnya Konsekuensi dari kewajiban seorang muslim	Keahlian	Cakap dan ahli di bidangnya Konsekuensi dari motivasi <i>reward</i> dan <i>punishment</i>
Terpercaya dan bertanggung jawab Tujuan tidak menghalalkan segala cara	Amanah	Tergantung kemauan individu (pemilik kapital) Tujuan menghalalkan segala cara

Halal	Modal	Halal dan haram
Sesuai dengan akad kerjanya	Sumber Daya Manusia	Sesuai dengan akad kerjanya atau sesuai keinginan pemilik modal
Halal	Sumber Daya	Halal dan Haram
Visi dan misi organisasi terkait erat dengan misi penciptaan manusia di dunia	Manajemen Strategik	Visi dan misi organisasi ditetapkan berdasarkan pada kepentingan material belaka
Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran Mengedepankan produktivitas dalam koridor <i>syari'ah</i>	Manajemen Operasi	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran Mengedepankan produktivitas dalam koridor manfaat
Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan Mekanisme keuangan dengan bagi hasil	Manajemen Keuangan	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan Mekanisme keuangan dengan bunga
Pemasaran dalam koridor jaminan halal	Manajemen Pemasaran	Pemasaran menghalalkan segala cara
SDM profesional dan berkepribadian Islam, SDM adalah pengelola bisnis SDM	Manajemen SDM	SDM profesional, SDM adalah faktor produksi SDM bertanggungjawab

bertanggungjawab pada diri, majikan dan Allah		pada diri dan majikan
---	--	-----------------------

Sumber : Yusanto & Wijayakusuma (2002 : 22-23), dengan modifikasi

Gambaran tabel di atas menunjukkan, bahwa bisnis Islami selalu dikendalikan oleh *syari'ah*. *Syari'ah* sebagai etika dalam kerangka ekonomi dan bisnis Islam harus selalu menonjol. Dengan demikian, bisnis yang dikendalikan oleh *syari'ah*, ia bertujuan mencapai empat hal utama, yaitu : (1) target hasil : profit-materi dan benefit-nonmateri, (2) pertumbuhan, artinya terus meningkat, (3) keberlangsungan, dalam kurun waktu selama mungkin, dan (4) keberkahan atau keridhaan Allah.²

Bisnis Islami dikendalikan oleh aturan *syari'ah*, seperti berupa halal dan haram, baik dari cara memperolehnya maupun pemanfaatannya. Sementara bisnis non-Islami dilandaskan pada sekularisme yang bersendikan pada nilai-nilai material. Bisnis non-Islami tidak memperhatikan aturan halal dan haram dalam setiap perencanaan, pelaksanaan dan segala usaha yang dilakukan dalam meraih tujuan-tujuan bisnis.

Adanya aturan atau ketentuan halal dan haram dalam bisnis Islami, maka ia lebih menekankan adanya optimalitas dari pada maksimalitas. Sebab optimalitas merupakan tindakan yang masih dikendalikan oleh aturan tertentu yang menjadi kendali untuk mewujudkan tujuan yang sebanyak-banyaknya. Sebagai contoh, hasil penjualan daging yang haram tentu akan memberikan jumlah yang banyak. Namun karena adanya unsur haram, maka daging tersebut tidak diperbolehkan dalam aktivitas bisnis Islami.

²Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Wijayakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta : Gema Insani Press, 2002.

Bisnis Islami merupakan bisnis yang hanya akan hidup secara ideal dalam sistem dan lingkungan yang Islami pula. Dalam lingkungan yang tidak Islami, maka pelaku bisnis akan mudah sekali terseret dan sukar verkelit dalam kegiatan yang dilarang agama. Mulai dari uang pelicin saat perizinan usaha, menyimpan uang dalam rekening koran yang berbunga, hingga iklan yang tidak senonoh, dan aktivitas semacamnya. Dengan demikian jelas, bahwa tumbuh tidaknya jenis kegiatan bisnis akan sangat bergantung pada macam sistem dan lingkungan yang ada.

IMPLIKASI ETIKA DALAM FUNGSI-FUNGSI BISNIS

Sebagaimana diuraikan sebelumnya, bisnis merupakan suatu sistem. Artinya di dalam bisnis ada komponen atau variabel satu dengan lain yang saling berhubungan untuk mewujudkan tujuannya. Dengan tujuan yang agak berbeda antara bisnis Islami dengan non-Islami, namun secara sistem beberapa komponen sistemnya akan sama. Namun komponen sistem tersebut tentunya berbeda dalam hal perencanaan, pelaksanaan dan hasil yang diwujudkan. Oleh karena itu, kajian berikut ini akan menguraikan : bagaimana etika dalam fungsi pemasaran, etika dalam fungsi produksi, etika dalam fungsi manajemen sumber daya manusia, etika manajemen keuangan dan etika dalam akuntansi.

Etika dalam Fungsi Pemasaran

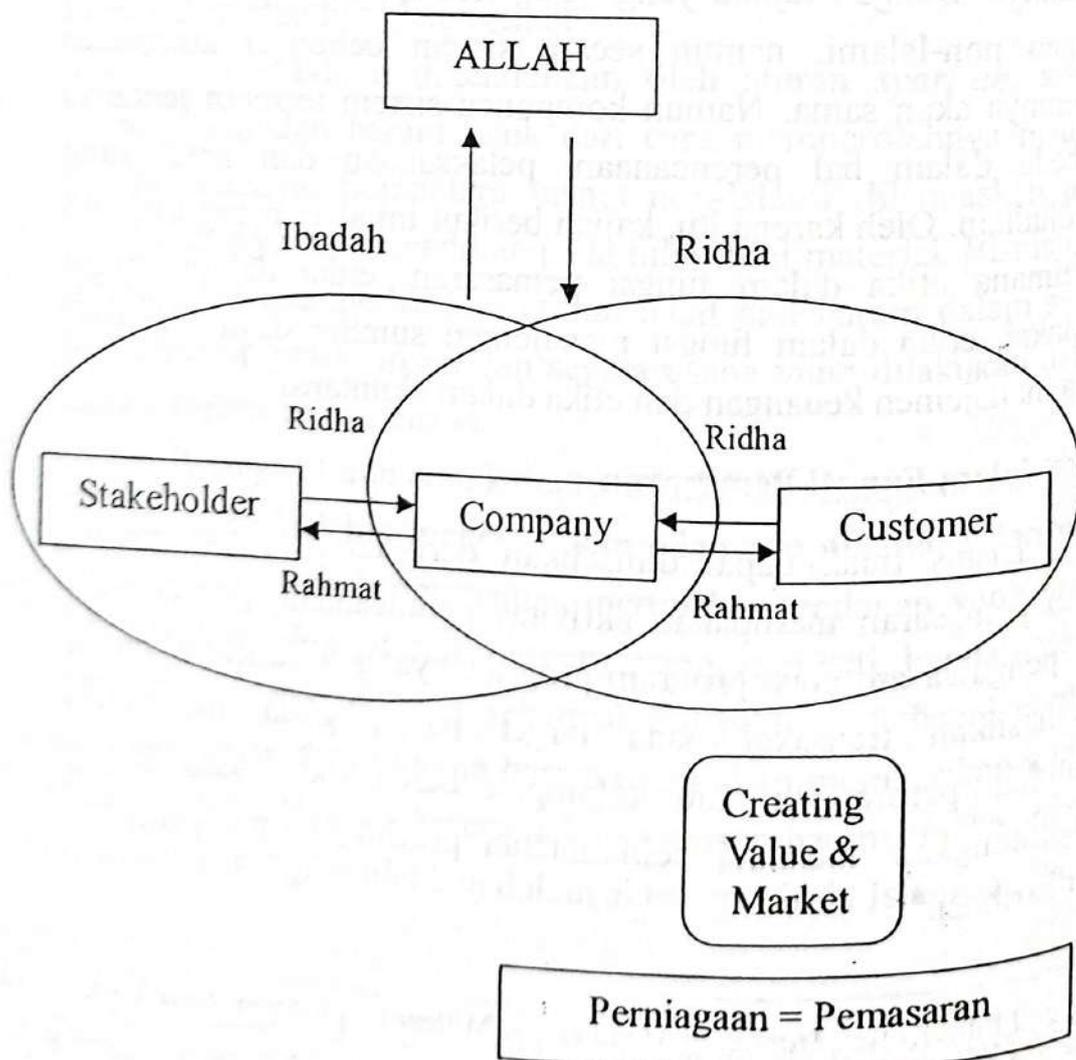
Bisnis tidak dapat dipisahkan dari aktivitas pemasaran. Sebab pemasaran merupakan aktivitas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas program-program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar, guna memenuhi kebutuhan perorangan atau kelompok berdasarkan asas saling menguntungkan, melalui pemanfaatan produk, harga, promosi, dan distribusi.³

³Philip Kotler, *Marketing Manajemen*, Millennium Edition, New York : Prentive Hall, 2000.

Definisi di atas mengarahkan kita bahwa orientasi pemasaran adalah pasar. Sebab pasar merupakan mitra sasaran dan sumber penghasilan yang dapat menghidupi dan mendukung pertumbuhan perusahaan. Oleh karena itu, apapun yang dilakukan oleh aktivitas pemasaran adalah berorientasi pada kepuasan pasar. Kepuasan pasar adalah kondisi saling ridha dan rahmat antara pembeli dan penjual atas transaksi yang dilakukan. Dengan adanya keridhaan ini, maka membuat pasar tetap loyal terhadap produk perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Dengan demikian, kerangka pemasaran dalam bisnis Islami dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2

Kerangka Pemasaran dalam Bisnis Islami



Gambar di atas menunjukkan bahwa kerangka pemasaran dalam bisnis Islami sangat mengedepankan adanya konsep rahmat dan ridha, baik dari penjual pembeli, sampai dari Allah SWT. Dengan demikian, aktivitas pemasaran harus didasari pada etika dalam bauran pemasarannya. Sehubungan dengan ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :⁴

1. Etika pemasaran dalam konteks produk :
 - a. Produk yang halal dan *thoyyib*.
 - b. Produk yang berguna dan dibutuhkan.
 - c. Produk yang berpotensi ekonomi atau benefit.
 - d. Produk yang bernilai tambah yang tinggi.
 - e. Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial.
 - f. Produk yang dapat memuaskan masyarakat.
2. Etika pemasaran dalam konteks harga :
 - a. Beban biaya produksi yang wajar
 - b. Sebagai alat kompetisi yang sehat
 - c. Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat
 - d. Margin perusahaan yang layak
 - e. Sebagai alat daya tarik bagi konsumen
3. Etika pemasaran dalam konteks distribusi
 - a. Kecepatan dan ketepatan waktu
 - b. Keamanan dan keutuhan barang
 - c. Sarana kompetisi memberikan pelayanan kepada masyarakat
 - d. Konsumen mendapat pelayanan tepat dan cepat
4. Etika pemasaran dalam konteks promosi
 - a. Sarana memperkenalkan barang
 - b. Informasi kegunaan dan kualifikasi barang
 - c. Sarana daya tarik barang terhadap konsumen
 - d. Informasi fakta yang ditopang kejujuran

Dalam kerangka Islam, etika dalam pemasaran tentunya perlu didasari pada nilai-nilai yang dikandung al-Qur'an dan Hadits

⁴Muslich, *Op.cit.* dengan modifikasi penulis.

Nabi. Beberapa ayat dan hadits Nabi yang dapat dijadikan pijakan etika dalam pemasaran di antaranya :

1. Perhatikan oleh mu sekalian perdagangan, sesungguhnya di dunia perdagangan itu ada sembilan dari sepuluh pintu rizki.⁵
2. Hai orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan saling suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah maha Penyayang kepadamu.⁶
3. Barang siapa yang memelihara silaturrahi, maka Allah akan menganu-gerahkan rizki yang melimpah dan umur panjang.⁷

Di samping itu, teladan Rasulullah dalam berdagang kiranya dapat dijadikan acuan dalam memasarkan produk perdagangannya. Beberapa kiat dan etika Rasulullah dalam membangun citra dagangnya adalah sebagai berikut :⁸

1. Penampilan

Penampilan dagang Rasulullah adalah : tidak membohongi pelanggan, baik menyangkut besaran (kuantitas) maupun kualitas. *"Apabila dilakukan penjualan, katakanlah, 'Tidak ada penipuan.'"*⁹ *"Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugi; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan, janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi ini dengan membuat kerusakan."*¹⁰ *"Tidak ada suatu kelompok yang mengurangi timbangan dan takaran tanpa diganggu oleh kerugian."*¹¹

⁵HR. Ahmad.

⁶An Nisaa' (4) : 29.

⁷Al-Hadits.

⁸Alfazalurrahman, *Muhammad Seorang Pedagang*, terjemahan, Jakarta: Ikadin, 1997.

⁹Al-Hadits .

¹⁰QS. Asy-Syu'araa : 181-183.

¹¹Al-Hadits.

2. Pelayanan

Pelanggan yang tidak sanggup membayar kontan hendaknya diberi tempo untuk melunasinya. Selanjutnya, pengampunan (bila memungkinkan) hendaknya diberikan jika ia benar-benar tidak sanggup membayarnya.

3. Persuasi

Menjauhi sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang. "Sumpah dengan maksud melariskan barang dagangan adalah penghapusan berkah."¹²

4. Pemuasan

Hanya dengan kesepakatan bersama, dengan suatu usulan dan penerimaan, penjualan akan sempurna. "Hai orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan saling suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu."¹³ "Kamu tidak boleh berpisah kecuali dengan kesepakatan bersama."¹⁴

Etika dalam Fungsi Produksi

Para ahli ekonomi mendefinisikan produksi sebagai "menciptakan kekayaan melalui eksploitasi manusia terhadap sumber-sumber kekayaan lingkungan."¹⁵ Kekayaan alam ini meliputi kekayaan fauna dan flora. Dua hal ini dalam konteks ekonomi disebut dengan sumber daya alam. Di dalam proses produksi akan melibatkan berbagai jenis sumber daya, sebagai masukan dalam proses produksi, di antaranya adalah: material, modal, informasi, energi, maupun tenaga kerja.

¹²HR. Bukhari dan Muslim.

¹³An Nisaa' : 29.

¹⁴Al-Hadits .

¹⁵Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, (terjemahan), Jakarta : Robbani Press, 1997.

Fungsi produksi dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan atau pengadaan atas barang atau jasa. Transformasi yang dilakukan dalam kegiatan produksi adalah untuk membentuk nilai tambah (*value added*). Menurut Muslich, secara filosofis, aktivitas produksi meliputi :¹⁶

- a. Produk apa yang dibuat
- b. Berapa kuantitas produk yang dibuat
- c. Mengapa produk tersebut dibuat
- d. Di mana produk tersebut dibuat
- e. Kapan produk dibuat
- f. Siapa yang membuat
- g. Bagaimana memproduksinya.

Lebih lanjut dikatakan oleh Muslich, bahwa etika bisnis yang terkait dengan fungsi produksi adalah berkaitan dengan upaya memberikan solusi atas tujuh permasalahan di atas. Solusi dari produksi adalah berorientasi pada pencapaian harmoni atau keseimbangan bagi semua atau beberapa pihak yang berkepentingan dengan masalah produksi. Secara grafis hubungan etika dengan fungsi produksi dapat digambarkan sebagai berikut :

Akhlak utama dalam produksi yang wajib diperhatikan kaum muslimin, baik secara individual maupun secara bersama, ialah bekerja pada bidang yang dihalalkan Allah. Tidak melampaui apa yang diharamkan-Nya.¹⁷ Dengan demikian tujuan produksi, menurut Qardhawi, adalah : (1) untuk memenuhi kebutuhan setiap individu, dan (2) mewujudkan kemandirian umat.¹⁸

Terkait dengan tujuan yang pertama, ekonomi (bisnis) Islam sangat mendorong produktivitas dan mengembangkannya baik kuantitas maupun kualitas. Islam melarang menyia-nyiakan potensi material maupun potensi sumber daya manusia. Bahkan Islam mengerahkan semua itu untuk kepentingan produksi. Di dalam

¹⁶Muslich, *Op.cit.*

¹⁷Qardhawi, *Op.cit.*

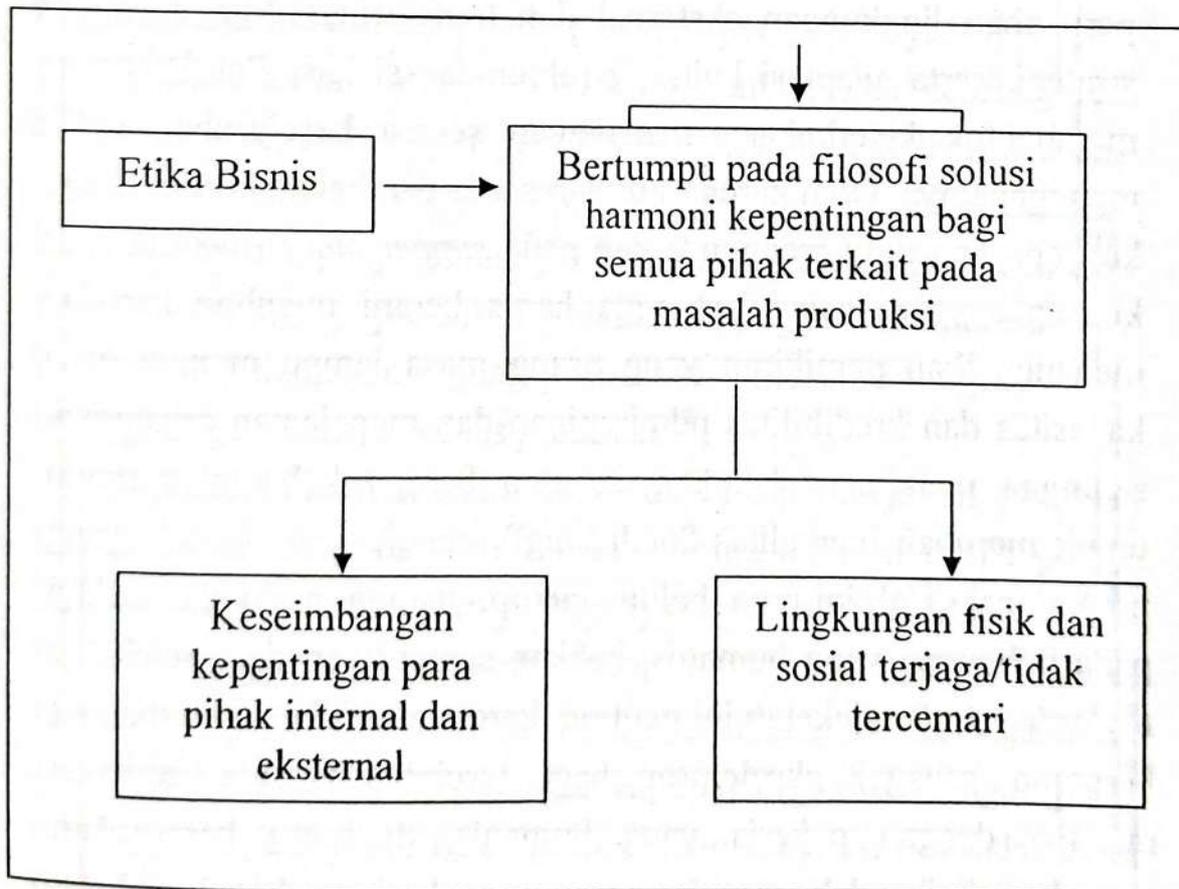
¹⁸*Ibid.*

bisnis Islam kegiatan produksi menjadi sesuatu yang unik dan istimewa, sebab di dalamnya terdapat faktor *itqan* (profesionalitas) yang dicintai Allah dan *ihsan* yang diwajibkan Allah atas segala sesuatu.

Mengapa kegiatan produksi dilakukan? Jawabnya adalah untuk memenuhi kecukupan dari rizki yang baik (*Halalan thayyiban*) dalam bentuk barang dan jasa. Produksi dapat merealisasikan kehidupan yang baik yang menjadi tujuan Islam bagi manusia. Tujuan produksi adalah mencapai dua hal pokok pada tingkat pribadi muslim dan umat Islam. Pada tingkat pribadi muslim, tujuannya adalah merealisasi pemenuhan kebutuhan baginya, sedangkan pada tingkat umat Islam ialah merealisasikan kemandirian umat.

Gambar 3

Hubungan Etika dalam Fungsi Produksi



Sumber : Muslich (1998 : 50)

Tujuan lain dalam produksi adalah merealisasikan kemandirian ekonomi umat. Maksudnya, hendaknya umat memiliki berbagai kemampuan, keahlian dan prasarana yang memungkinkan terpenuhinya kebutuhan material dan spiritual. Juga terpenuhinya kebutuhan pengembangan peradaban, melalui jalan yang oleh para ahli fiqih disebut *fardu kifayah*.

Etika dalam Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Dewasa ini, perilaku ekonomi – termasuk pada bidang manajemen – menghadapi tantangan tersendiri. Perubahan lingkungan yang akan datang mendesak manajemen untuk membuka diri pada dampak perubahan lingkungan eksternal dan transformasi visi, misi dan strategi, serta adaptasi kultur, struktur dan sistem. Perubahan lingkungan yang akan datang terjadi mendesak manajemen untuk membuka diri pada dampak perubahan lingkungan eksternal dan transformasi visi, misi dan strategi, serta adaptasi kultur, struktur dan sistem. Perubahan ini membentuk keterbukaan manajemen secara keseluruhan untuk menggapainya. Oleh karena itu, harus ada perubahan konsep, yaitu konsep yang dulu mengandalkan pada *supper stars* menuju pada konsep *supper teams*, sehingga harus berani membongkar dan menanggalkan pemikiran yang usang masa lampu menuju pada kapasitas dan kredibilitas kepemimpinan dan manajemen organisasi, sehingga mampu melakukan gugatan berupa keberanian moral untuk merubah mentalitas “pedagang” menuju *entrepreneur* yang profesional. Hal ini saja belum cukup, namun perlu didasarkan pada hubungan yang humanis, bahkan sampai kepada pendekatan *teologis-etis*. Pendekatan ini penting, karena pendekatan ini mampu berperan sebagai akselerator bagi terciptanya pola interaksi manajer dengan pekerja yang humanis, di mana kerja akan dirasakan baik oleh manajer maupun pekerja, sebagai wahana humanisasi diri dan realisasi kediriannya.

Dewasa ini, paradigma perlakuan manajer terhadap pekerjaannya telah berubah, setidaknya-tidaknya secara teoritis, dari *scientific paradigm* menuju *behavioral paradigm*. Perubahan ini terjadi, karena adanya kesadaran kaum manajer dalam memandang pekerja. Paradigma *scientific* memandang para pekerja sebagai "obyek" yang dapat direkayasa, sebagaimana ia memperlakukan alam. Oleh karena itulah, maka perubahan paradigma manajemen yang bersifat mekanik menuju *human relation* terjadi.

Pergeseran paradigma tersebut, muncul karena kenyataannya, bahwa seorang manajer perusahaan lebih dihadapkan pada preferensi putusan bagi masalah struktural manajemennya, baik yang terkait dengan kebijaksanaan perekonomian negara maupun permintaan pasar. Lagi-lagi, karena masalah struktural, seorang manajer cenderung lebih tega untuk mengorbankan pekerjaannya daripada harus menghadapi risiko terganggunya kelancaran proses produksi perusahaannya.

Oleh karena itu, tidak mengherankan jika seorang ahli manajemen seperti Peter F. Drucker berkesimpulan bahwa esensi organisasi moderen adalah mendorong dan mengorganisasikan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki individu (pekerja) agar dapat berfungsi produktif dan sekaligus meminimalisasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki individu agar tidak mengganggu jalannya proses produksi.¹⁹

Kendatipun demikian, masih dapat dipertanyakan, jika pun ada tindakan yang "baik hati" dari seorang manajer untuk peduli terhadap kesejahteraan para pekerjaannya, apakah hal itu dikarenakan desakan panggilan teologis-etis dalam lubuk hati manajer, ataukah karena kepentingan untuk mempertahankan kelangsungan produktivitas perusahaan? Selanjutnya, apakah perkembangan pesat dunia Eropa pada pasca Abad Pertengahan semata-mata didasarkan pada semangat etika Protestan yang disulut oleh Luther dan Calvin,

¹⁹Rudy Harisyah Alam, "Manajemen : Sulitnya Pendekatan Teologis-Etis," *Jurnal Ilmu dan Kebudayaan Alumul Qur'an*, (7) Vol. II, 1990, h. 44.

ataukah telah terjadi perubahan-perubahan prakondisi (*sains* dan teknologi) yang menjadi preseden bagi transformasi sistem perekonomian feodalisme kepada sistem kapitalisme?

Berangkat dari uraian di atas, maka solusi bagi kendala struktural yang telah dibangun oleh paradigma manajemen *scientific*, yang terkait baik dengan kebijaksanaan ekonomi negara maupun tuntutan pasar merupakan *sine qua non* bagi terciptanya kesadaran emansipatoris yang pada gilirannya terwujud dalam pola hubungan manajer-pekerja. Jika demikian, maka dorongan teologis-etis dapat berperan sebagai akselerator bagi terciptanya pola interaksi manajer-pekerja yang humanis, di mana kerja akan dirasakan baik oleh pekerja maupun manajer, sebagai wahana humanisasi diri dan realisasi kediriannya.²⁰

Dengan demikian dapat dipahami, bahwa pendekatan atau kerangka manajemen teologis-etis mengarah pada keterlibatan dimensi spiritual dalam perilaku manajemen. Spiritualitas membawa kepada wujud semesta dan ilahi. Kenyataan yang tidak sepenuhnya dapat dipahami akhirnya akan membawa kepada pengalaman dan penghayatan atas yang transenden. Transenden itu sudah menjadi kebutuhan baru, yakni *self transcendence*. Dalam hirarki kebutuhan sebagaimana yang diteorikan Abraham Maslow, maka *self-transcendence* dapat diletakkan di atas jenjang kebutuhan tertinggi, yaitu *self-actualization*.

Sebagaimana Maslow telah menggambarkan hirarki kebutuhan dalam suatu piramida. Namun pandangan Maslow ini juga dikritisi oleh ahli lain, diantaranya Clayton Alderfer dengan teori ERG-nya. Kemudian Frederick Herzberg dengan *two-factor theory*, juga David McClelland dengan *acquired-needs theory*-nya. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa jika teori kebutuhan Maslow mengundang munculnya teori kebutuhan lain, maka

²⁰Hal demikian ini menurut Iwan Triyuwono dikenal dengan konsep diri (*self*). Lihat *Organisasi dan Akuntansi Syari'ah*, Yogyakarta : LKiS, 2000.

dimungkinkan dapat digali teori kebutuhan dalam perspektif lain, seperti perspektif Islam.

Dalam pandangan Islam, bahwa manusia itu hidup tidak hanya di dunia saja, namun setelah kehidupan dunia masih ada kehidupan akhirat. Dengan demikian, kebutuhan manusia Islam tidak hanya memenuhi kebutuhan tertinggi (yang menurut Maslow dikenal sebagai *self-actualization*). Pemenuhan kebutuhan kehidupan setelah dunia adalah terkait dengan urusan transendental, maka kebutuhan tertinggi manusia Islam adalah mewujudkan *self-transendence*.

Self-transendence adalah suatu keadaan yang dapat dicapai melalui proses secara bertahap. Triyuwono menjelaskan, bahwa “dengan dipengaruhi oleh iman, pengetahuan dan tindakan, proses perkembangan *diri (self)* dibimbing menuju tujuan tertinggi dan transendental, yakni pencapaian falah.”²¹ Menurut para akademisi – seperti Rahardjo, untuk menunjuk pada salah satu contoh --, bahwa *diri (self)* manusia kemungkinan berada dalam kondisi dari tingkat perkembangan. Secara umum ada tiga tingkat perkembangan, yaitu: *ammarah* (sifat kebinatangan), *lawwamah* (kemanusiaan), dan *muthmainnah* (ketuhanan, religius).²² Pada saat mencapai tingkatan tertinggi inilah yang biasanya dikenal sebagai manusia yang taqwa atau sampai pada tingkatan yang *muttaqiin*.

Di samping itu ada juga yang menemukan sistem dalam alam semesta. Juga ada yang menemukan Allah atau Tuhan dalam pengalaman transendennya. Bagi mereka ini kegiatan yang relevan adalah amal dan ibadah. Sehingga kunci keberhasilan dalam hidup ini adalah iman dan ketaatan. Iman dan ketaqwaan atau ketaatan membuahkan makna hidup dan keselamatan bagi manusia dan kemuliaan bagi Allah dan ciptaan-Nya.

Selanjutnya, bagaimana caranya untuk keluar dari kendala struktural manajemen yang terkait, baik dengan kebijaksanaan

²¹ *Ibid*, hlm. 62.

²² *Ibid*, hlm. 62.

ekonomi negara maupun tuntutan pasar? Solusinya adalah menciptakan kesadaran emansipatoris yang pada gilirannya terwujud dalam pola hubungan manajer-pekerja. Selanjutnya, dorongan teologis-etis dapat berperan sebagai akselerator bagi terciptanya pola interaksi manajer-pekerja yang humanis, sebagaimana diuraian sebelumnya.

Oleh karena itu, pendekatan *teologis-etis* tidak hanya bersifat himbauan semata bagi kesadaran untuk mengubah manajemen yang selama ini cenderung menjadikan manajer dan pekerja sebagai “sekerup-sekerup” proses produksi. Jika mau memulainya dari transformasi radikal terhadap struktur manajemen dalam lingkup keseluruhan, baik perusahaan maupun negara. Sehingga penerapan manajemen itu mampu memberikan rahmat bagi sekalian alam. Hal ini terkait dengan fungsi manusia sebagai khalifah Allah di muka bumi.

Secara singkat dapat dikatakan bahwa manusia yang terdiri dari keseluruhan sifat-sifat tersebut (fisik, biologis, intelektual, spiritual dan sosiologis) memiliki kebutuhan masing-masing yang dipadukan bersama-sama. Sementara di luar itu, ada suatu masalah penting untuk dipertimbangkan, yaitu – dengan segala keberadaannya dalam semua aspek kehidupannya yang beragam-manusia merupakan bagian dari sistem alam raya yang sangat besar dan luas.

Keseimbangan pemenuhan kebutuhan masing-masing unsur tersebut akan sangat bergantung kepada lemah-kuatnya dorongan nafsu dan kualitas pengendalian yang diperani oleh akal dan hati. Akal dan hati yang berkualitas pasti akan membatasi konsumsinya sebatas kebutuhan fitrahnya. Konsumsi yang melebihi kebutuhan fitrah adalah kebutuhan palsu, yang justru akan merusak dirinya.

Kebutuhan fitrah manusia yang tertinggi adalah tercapainya *self-transcendence* bukan sekedar *self-actualization*-nya Maslow; *growth*-nya Alderfer; *satisfiers factors*-nya Herzberg maupun *achievement*-nya McClelland. Dalam pandangan Islam, kebutuhan

ditentukan oleh konsep masalah. Pembahasan konsep kebutuhan dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari kajian perilaku konsumen dari kerangka *maqasid syari'ah* [tujuan *syari'ah*].²³ Tujuan *syari'ah* harus dapat menentukan tujuan perilaku konsumen dalam Islam. Tujuan *syari'ah* Islam adalah tercapainya kesejahteraan umat manusia [*maslahat-al-'ibad*].²⁴ Oleh karena itu, semua barang dan jasa yang memiliki masalah akan dikatakan menjadi kebutuhan manusia.

Dalam konteks ini, konsep *maslahah* sangat tepat untuk diterapkan. Menurut Shatibi,²⁵ *maslahah* adalah pemilikan atau kekuatan barang/jasa yang mengandung elemen-elemen dasar dan tujuan kehidupan umat manusia di dunia ini [dan perolehan pahala untuk kehidupan akhirat = pen.]. Shatibi membedakan *maslahah* menjadi tiga, yaitu : kebutuhan [*durriyyah*]; pelengkap [*hajiyyah*]; dan perbaikan [*tahsiniyyah*].

Khallaf memberikan penjelasan mengenai *maslahah* sebagai berikut, bahwa tujuan umum syar'i dalam mensyari'atkan hukum ialah terwujudnya kemaslahatan umum dalam kehidupan, mendapatkan keuntungan dan menghindari bahaya. Karena kemaslahatan manusia dalam kehidupan ini terdiri dari beberapa hal yang bersifat *daruriyyah*; *hajiyyah* dan *tahsiniyyah* telah terpenuhi,²⁶ berarti telah nyata kemaslahatan mereka. Seorang ahli hukum yang muslim, tentunya mensyari'atkan hukum dalam berbagai sektor kegiatan manusia untuk merealisasikan pokok-pokok *daruriyyah*; *hajiyyah* dan *tahsiniyyah* bagi perorangan dan masyarakat.

²³M. Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, (terjemahan), Jakarta : Gema Insani Press, 2001.

²⁴M. Fahim Khan, "Theory of Consumer Behavior in an Islamic Perspective", dalam Sayyid Tahir et.al. *Reading in Microeconomics An Islamic Perspective*, Malaysia : Longman, 1992, h. 73.

²⁵*Ibid*.

²⁶Khallaf [1996].

Daruriyyah, yaitu sesuatu yang wajib adanya yang menjadi pokok kebutuhan hidup untuk menegakkan kemaslahatan manusia. Hal-hal yang bersifat *darury* bagi manusia dalam pengertian ini berpangkal pada memelihara lima hal, yaitu : agama, jiwa, akal, kehormatan, dan harta. Dalam hal ini Qardhawi menambahkan satu hal *darury*, yaitu: anak atau keturunan.²⁷ Jadi memelihara satu dari lima hal itu merupakan kepentingan yang bersifat primer bagi manusia.

Hajiyyah, ialah suatu yang diperlukan oleh manusia dengan maksud untuk membuat ringan, lapang dan nyaman dalam menanggulangi kesulitan-kesulitan kehidupan. Faktor eksternal manusia dalam pengertian ini berpangkal pada tujuan menghilangkan kesulitan dan beban hidup, sehingga memudahkan mereka dalam merealisasi tata cara pergaulan, perubahan jaman dan menempuh kehidupan. *Tahsiniyyah*, ialah sesuatu yang diperlukan oleh normal atau tatanan hidup, serta berperilaku menurut jalan yang lurus. Hal yang bersifat *tahsiniyyah* berpangkal dari tradisi yang baik dan segala tujuan peri kehidupan manusia menurut jalan yang paling baik.

Lebih jauh Khallaf mengatakan, “yang terpenting dari tiga tujuan pokok itu adalah *darury* dan wajib dipelihara. *Hajiyyi* boleh ditinggalkan apabila memeliharanya merusak hukum *darury*, dan *tahsiny* boleh ditinggalkan apabila dalam menjaganya merusak hukum *darury* dan *tahsiny*.”²⁸

Jadi semua barang dan jasa yang memiliki kekuatan untuk memenuhi lima elemen pokok [*darury*] telah dapat dikatakan memiliki masalah bagi umat manusia. Semua kebutuhan adalah tidak sama penting. Kebutuhan ini meliputi tiga tingkatan, yaitu :²⁹

1. Tingkat dimana lima elemen pokok di atas dilindungi secara baik

²⁷Qardhawi .

²⁸Khallaf, *Op.cit*, h. 369.

²⁹Khan, *Op.cit*, h. 74.

2. Tingkat dimana perlindungan lima elemen pokok di atas dilengkapi untuk memperkuat perlindungannya
3. Tingkat dimana lima elemen pokok di atas secara sederhana diperoleh secara lebih baik.

Etika dalam Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan dalam konteks pembahasan ini adalah berhubungan dengan penganggaran. Anggaran adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan bank yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter yang berlaku untuk jangka waktu (periode) tertentu di masa mendatang.³⁰ Pada dasarnya anggaran merupakan pendekatan formal dan sistematis mengenai keuangan lembaga yang dilaksanakan sebagai tanggung jawab manajemen dalam bentuk perencanaan, koordinasi dan pengawasan. Oleh karena anggaran adalah berkaitan dengan manajemen keuangan yang berkaitan dengan waktu realisasi, maka biasanya disebut dengan rencana keuangan (*budgeting*). Rencana keuangan adalah rencana keuangan lembaga bisnis Islami yang merupakan terjemahan program kerja lembaga bisnis Islami kedalam sasaran-sasaran (*target*) keuangan yang ingin dicapai dalam kurun waktu tertentu (1 tahun, tiga wulan, enam bulan dan seterusnya).

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa penganggaran (*budgeting*) merupakan proses yang mencakup :³¹

1. Penyusunan rencana kerja lengkap untuk setiap jenis tingkat kegiatan dan setiap jenis tingkat kegiatan yang ada pada suatu lembaga, termasuk bank syari'ah.

³⁰Hertanto Widodo, et.al. *PAS (Pedoman Akuntansi Syariah) Panduan praktis Operasional Baitul Mal wat Tamwil (BMT)*, Bandung : Mizan, 1999, hlm.183.

³¹Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta : UPP-AMP YKPN, 2003

2. Penentuan rencana kerja dalam bentuk mata uang dan kesatuan kuantitatif lainnya, dilakukan melalui suatu sistematika dan logika yang dapat dipertanggungjawabkan
3. Rencana kerja masing-masing dari setiap kesatuan usaha, satu sama lain atau secara keseluruhan, harus dapat berjalan secara serasi.
4. Dalam penyusunan rencana kerja perlu adanya partisipasi dari seluruh tingkatan manajemen sehingga pelaksanaan anggaran merupakan tanggungjawab seluruh anggota manajemen.
5. Anggaran merupakan alat koordinasi yang ampuh bagi top manajemen dalam mengelola bank, dalam rangka mencapai rencana yang telah ditetapkan.
6. Anggaran merupakan alat pengukur tingkat keberhasilan pelaksanaan rencana kerja, sekaligus dipakai sebagai alat evaluasi dan penetapan tindak lanjut.
7. Anggaran merupakan alat pengawasan dan pengendalian jalannya bank *syari'ah*.

Secara singkat dapat dikatakan, bahwa penganggaran merupakan langkah-langkah yang menjadi dasar bagi penetapan strategi bisnis. Penganggaran merupakan perencanaan strategi unit bisnis, terlebih lagi adalah berkaitan dengan masalah keuangan lembaga bisnis Islami.

Manfaat dan Keuntungan Budgeting

Dengan memahami kaidah-kaidah dasar perencanaan keuangan, pengelola Bank *Syari'ah* dapat menetapkan bersama sasaran perkembangan yang diinginkan, melaksanakan, mengendalikan dan secara tekun dan taat untuk mencapainya. Keuntungan *budgeting* yang lebih spesifik antara lain :³²

1. Merangsang/memaksa pertimbangan-pertimbangan mengenai kebijakan dasar manajemen.

³²Muhamad, dkk. *Op.cit.*

2. Membutuhkan organisasi yang cukup dan mantap, yaitu pembagian tanggung jawab yang jelas dan tetap pada tiap bagian manajemen.
3. Mendorong anggota manajemen untuk ikut serta dalam penetapan tujuan bersama dan wadah komunikasi berkala antar pengurus.
4. Mendorong semua bagian manajemen untuk membuat rencana yang sesuai dengan bagian lain.
5. Mendorong manajemen untuk merealisasikan apa yang diperlukan secara memuaskan.
6. Mendorong untuk memakai data-data akuntansi sebelumnya.
7. Mengharuskan untuk pemakaian tenaga kerja, fasilitas dan modal yang paling ekonomis.
8. Mempengaruhi semua tingkatan manajemen mengenai ketepatan waktu dan pertimbangan yang seksama dan cukup terhadap semua faktor sebelum dicapai keputusan.
9. Menunjukkan efisiensi atau kekurangannya.
10. Mendorong analisa intern usaha secara periodik.
11. Mengecek kemajuan atau sekurangnya terhadap tujuan yang telah ditetapkan.
12. Membantu memperoleh dana dari pihak ketiga.

Kaidah Dasar Perencanaan

Sebagaimana kaidah umum yang berlaku, dalam menetapkan sasaran perencanaan keuangan Bank *Syari'ah* perlu memperhatikan dan mengindahkan nilai-nilai sebagai berikut :³³

1. Sesuai Kemampuan (Realistis)
Dalam merencanakan harus didasarkan pada kemampuan dan pengalaman yang dimiliki. Sehingga sasaran yang ditetapkan tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah.
2. Dirumuskan dengan khas dan jelas

³³ *Ibid.*

Sasaran perlu dirumuskan dengan jelas, khas dan tidak terlalu umum sehingga mengukurnya menjadi luas dan rumit, sehingga pelaksanaan dan pengendaliannya akan menjadi lebih mudah.

3. Dapat diukur hasilnya
Sasaran yang ditetapkan akan menjadi acuan tindakan pelaksanaan dan pengendaliannya dari waktu ke waktu dalam usaha pencapaiannya, sehingga ukurannya dibuat dalam kuantitatif.
4. Ada kerangka waktu yang jelas
Mengukur hasil atau pencapaian suatu usaha akan terikat kepada jumlah dan waktu.

Pembatasan Penganggaran

Tentunya untuk membuat suatu perencanaan yang melibatkan waktu yang akan datang, sehingga diperlukan batasan-batasan / asumsi :

1. *Budgeting* didasarkan pada taksiran-taksiran (*estimasi*)
2. *Budgeting* harus disesuaikan terhadap perkembangan situasi dan kondisi yang melatarbelakangi.
3. *Budgeting* tidak menggantikan manajemen dan administrasi tetapi merupakan alat bantu untuk pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi.
4. Realisasi *Budgeting* tidak akan terjadi secara otomatis, tetapi membutuhkan usaha dan kerja keras untuk mencapainya.

Sumber dan Alat Bantu Budgeting

Dalam membuat perencanaan tentunya membutuhkan sumber-sumber yang digunakan sebagai data dan juga sebagai asumsi dalam mengestimasi rencana keuangan yang ada dan sasaran/target yang ingin dicapai oleh bank *syari'ah* pada periode tertentu. Sumber-sumber data tersebut terdiri dari :³⁴

³⁴*Ibid.*

1. Laporan Keuangan Periode lalu
2. Data Riset Pasar mengenai potensi Funding dan Financing
3. Permohonan Pembiayaan yang akan direalisasikan untuk periode mendatang
4. Rencana Angsuran Pembiayaan
5. Rencana pengeluaran biaya periode berikutnya
6. Kebijakan Bank *Syari'ah* yang telah disepakati bersama
7. Asumsi-asumsi dalam penetapan *cash in* dan *cash out* sesuai dengan kebijakan Bank *Syari'ah*.

Sedangkan alat bantu yang sederhana yang digunakan untuk melakukan *Budgeting* adalah **Aliran Kas (Cash Flow)**, yaitu suatu format keuangan yang mengilustrasikan target-target mengenai mengalirnya dana masuk (*Cash in*) dan dana keluar (*Cash out*) serta saldo kas pada suatu periode tertentu.

Pendekatan dalam Menyusun Anggaran

Penyusunan anggaran memerlukan pendekatan yang tepat dan sesuai dengan situasi dan kondisi perusahaan – termasuk bank *syari'ah*. Oleh karena itu, ada beberapa pendekatan yang dapat ditempuh untuk menyusun anggaran pada lembaga keuangan *syari'ah*. Menurut Hartanto Widodo, et.al. menyebutkan beberapa pendekatan dalam penyusunan anggaran, yaitu :³⁵

1. *Bottom up budgeting*
2. *Top down budgeting*
3. *Incremental budgeting*
4. *Fixed budgeting*
5. *Flexible budgeting*

Dengan penjelasan sebagai berikut :

Bottom up budgeting, adalah pendekatan penyusunan anggaran diawali dari tingkat terendah, sebagai dasar penyusunan anggaran tingkat di atasnya. Anggaran dari seluruh tingkat

³⁵Hartanto Widodo, dkk. *Op.cit*, h. 191-192.

digabung menjadi anggaran bank *syari'ah* secara keseluruhan setelah dilakukan koreksi yang diperlukan oleh manajemen.

Top down budgeting, adalah pendekatan penyusunan anggaran yang diawali dari tingkat teratas dengan menentukan target bagi tingkat di bawahnya. Pendekatan ini kurang memberikan motivasi bagi pelaksana untuk mencapai target.

Incremental budgeting, adalah pendekatan penyusunan anggaran dengan mendasarkan pada anggaran tahun lalu, dan dilakukan penyesuaian perubahan yang diperlukan, misalnya inflasi.

Fixed budgeting, adalah pendekatan penyusunan anggaran yang dibuat tetap untuk seluruh tingkat aktivitas. Pendekatan ini akan menyesatkan dalam proses evaluasi, karena terdapat kemungkinan membandingkan realisasi anggaran dengan rencana anggaran pada tingkat aktivitas yang berbeda.

Flexible budgeting, adalah pendekatan penyusunan anggaran, dengan menyusun anggaran berbeda-beda untuk tiap tingkat aktivitas. Dengan demikian, evaluasi yang dilakukan akan memberikan informasi yang lebih valid, dengan membandingkan realisasi dan rencana anggaran pada tingkat aktivitas yang sama.

Pendekatan-pendekatan penganggaran tersebut di atas, dibuat dengan menerapkan berbagai teknik yang sesuai. Teknik kuantitatif biasanya dapat dijadikan pijakan dalam membuat anggaran keuangan.

Penyusunan Anggaran Lembaga Bisnis Islami

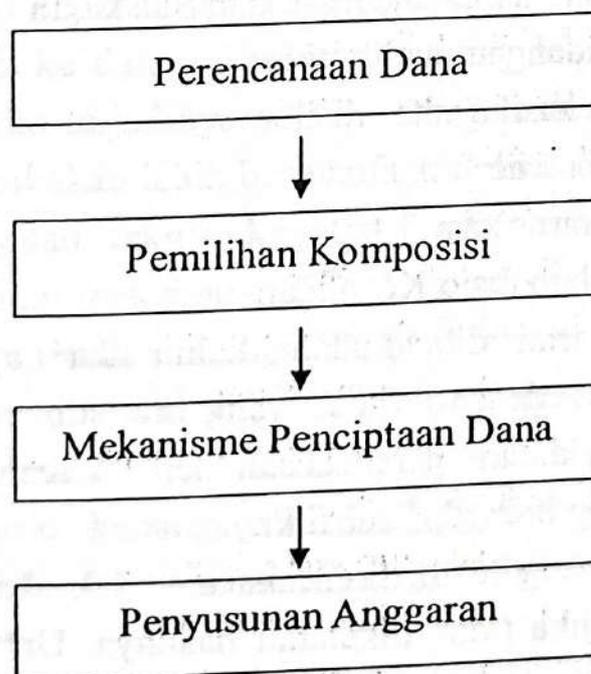
Sebagai suatu lembaga bisnis, lembaga bisnis Islami perlu melakukan penyusunan anggaran keuangannya. Terlebih lagi bank sebagai unit usaha yang berkebutuhan pada masalah uang atau dana. Hal ini berarti dana merupakan faktor utama dalam sektor keuangan. Meskipun demikian, bank *syari'ah* perlu memperhatikan bagaimana dana tersebut dapat dialokasikan sesuai dengan target-target yang telah disepakati dalam manajemen. Oleh karena itu,

upaya penyusunan anggaran perlu dilakukan. Penyusunan anggaran lembaga bisnis Islami perlu memperhatikan sumber-sumber dananya yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dana. Sebagaimana telah dibahas dalam bab manajemen dana bank *syari'ah*, bahwa dana bank terdiri atas : modal, dana cadangan, dan dana pihak ketiga.

Penyusunan anggaran lembaga bisnis Islami pada hakekatnya adalah upaya perencanaan dana bagi bank *syari'ah*. Dalam merencanakan dana bank *syari'ah* harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kebutuhan dana, yaitu : kualitas manajemen, tingkat likuiditas, kualitas aset, sistem prosedur yang dimiliki, besar cadangan yang diperlukan, sumber dana yang dipilih, jangka waktu perolehan dana (jangka panjang atau jangka pendek). Secara diagramatis, Hertanto, et.al. menggambarkan sebagai berikut.

Gambar 4

Siklus Penyusunan Anggaran Perusahaan Islami



Sumber : Hertanto Widodo, et.al. 1999, *PAS (Pedoman Akuntansi Syariah) Panduan praktis Operasional Baitul Mal wat Tamwil (BMT)*, Bandung : Mizan

Berdasarkan runtutan penyusunan anggaran tersebut, maka dalam penyusunan anggaran lembaga bisnis Islami perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi volume penyaluran dana. Faktor-faktor tersebut biasanya berasal dari internal maupun eksternal lembaga. Termasuk dalam faktor internal bank *syari'ah* adalah : segmen pasar bank, posisi keuangan, sumber dana, kualitas aktiva produktif, dan sarana yang dimiliki. Sementara faktor eksternalnya meliputi : persaingan antar lembaga bisnis, perkembangan ekonomi, kondisi sosial politik, dan karakteristik usaha nasabah.

Penyusunan anggaran lembaga bisnis Islami sangat tergantung pada aspek-aspek dana dalam lembaga bisnis Islami, yaitu :

1. Anggaran dana, meliputi :
 - a. Anggaran penerimaan dana
 - b. Anggaran penyaluran dana,
 - c. Anggaran sarana, dan
 - d. Anggaran dana Zakat, Infak dan Shadaqah
2. Anggaran keuangan, meliputi :
 - a. Anggaran hasil usaha
 - b. Anggaran neraca
 - c. Anggaran arus kas
3. Anggaran dalam rasio Keuangan

Anggaran dibuat dan diukur dari apa yang telah direncanakan dengan apa yang terjadi dalam realitas. Perimbangan antara perencanaan dengan realitas merupakan anggaran yang baik, dan sebaliknya.

Apa yang telah direncanakan tidak akan memberikan arti apa-apa jika tidak diketahui hasilnya. Untuk mengetahui hasil secara baik maka perlu dilakukan evaluasi anggaran. Evaluasi anggaran perlu dilakukan. Sebab anggaran selain berfungsi sebagai alat perencanaan juga berfungsi sebagai alat pengendalian. Dengan adanya evaluasi diharapkan arah

perkembangan bank *syari'ah* dapat dikendalikan sesuai dengan tujuan lembaga bisnis Islami secara keseluruhan.

Ada teknik-teknik yang dapat digunakan untuk mengevaluasi pelaksanaan anggaran, yaitu : analisis varian, analisis kualitatif, analisis kuantitatif, dan evaluasi rasio keuangan.

Teknik analisis varian digunakan untuk mengevaluasi anggaran dengan menelaah perbedaan yang terjadi antara pelaksanaan anggaran dengan perencanaan. Teknik analisis kualitatif digunakan untuk mengevaluasi anggaran, untuk mengetahui apakah selisih yang terjadi antara pelaksanaan anggaran dan rencana anggaran merupakan selisih yang menguntungkan atau merupakan selisih yang tidak menguntungkan. Sementara teknik analisis kuantitatif digunakan untuk mengevaluasi pelaksanaan anggaran secara lebih tajam, tidak sekedar menyebutkan selisih menguntungkan dan selisih tidak menguntungkan, tetapi sampai memerinci berapa nilai kuantitatif selisih tersebut, serta memecah selisih yang terjadi ke dalam unsur-unsur yang lebih terperinci yang menyebabkan terjadinya selisih. Dengan demikian, perbaikan yang diambil akan lebih bermanfaat. Selisih dalam yang terjadi jika diterapkan teknik kuantitatif adalah akibat dari unsur volume atau *princing*. Teknik analisis rasio keuangan digunakan untuk mengevaluasi rasio keuangan yang dianggarkan di awal dibandingkan dengan rasio keuangan yang direalisasikan oleh lembaga bisnis Islami. Dengan evaluasi rasio keuangan akan diperoleh gambaran umum kondisi lembaga bisnis Islami, untuk diambil tindakan lebih lanjut.

Etika dalam Akuntansi

Kemunculan lembaga bisnis Islami (*syari'ah*) sebagai organisasi yang relatif baru menimbulkan tantangan besar. Para

pakar *syari'ah* Islam dan akuntansi harus mencari dasar bagi penerapan dan pengembangan standar akuntansi yang berbeda dengan standar akuntansi bank konvensional seperti telah dikenal selama ini. Standar akuntansi tersebut menjadi kunci sukses bank *syari'ah* dalam melayani masyarakat di sekitarnya sehingga, seperti lazimnya, harus dapat menyajikan informasi yang cukup, dapat dipercaya, dan relevan bagi para penggunanya, namun tetap dalam konteks *syari'ah* Islam.

Penyajian informasi semacam itu penting bagi proses pembuatan keputusan ekonomi oleh pihak-pihak yang berhubungan dengan lembaga bisnis Islami (*syari'ah*). Lebih dari itu, akan memiliki dampak positif terhadap distribusi sumber-sumber ekonomi untuk kepentingan masyarakat. Hal ini karena prinsip-prinsip *syari'ah* Islam memberikan keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat.

Investasi merupakan dasar aktivitas ekonomi pada suatu masyarakat. Namun, tidak setiap individu mampu menginvestasikan tabungannya secara langsung. Karenanya, bank Islam memainkan peran penting dengan bertindak sebagai sarana untuk menarik tabungan para individu dan menginvestasikan tabungan-tabungan ini untuk kepentingan individu dan masyarakat.

Islam secara jelas mendorong investasi dan perputaran dana. Ketika Islam mewajibkan zakat, ia mengharuskan bahwa harta harus diinvestasikan. Jika tidak, akan habis oleh zakat pada periode tertentu. Diriwayatkan bahwa Nabi SAW bersabda:

*"Perdagangkanlah harta anak yatim itu jika tidak ingin habis termakan zakat."*³⁶

Hadits ini menjelaskan, bahwa sekalipun anak yatim itu masih kecil, tetapi kalau harta warisannya memenuhi nishab, maka wajib dipenuhi zakatnya. Untuk itu, wali yatim wajib mengeluarkan atas nama si Yatim (kaya) yang berada dalam perwaliannya. Bila si wali mendiamkan saja harta tersebut, maka setiap tahun akan terpotong

³⁶H.R. Thabrani

zakat. Oleh karena itu, Rasulullah menghimbau untuk memutarkannya dengan baik dan *feasible*, sehingga diharapkan ada keuntungan. Jika terdapat keuntungan, maka zakatnya tidak lagi dari asal pokok tetapi dari penambahan keuntungan. Dengan demikian, harta anak yatim bertambah dan tidak berkurang.

Tetapi, untuk mendorong individu menginvestasikan dananya melalui bank Islam, perlu disadari bahwa individu-individu itu harus terlebih dahulu percaya bahwa bank Islam mampu merealisasikan tujuan-tujuan investasinya. Ketiadaan kepercayaan pada kemampuan lembaga bisnis Islami (*syari'ah*) untuk berinvestasi secara efisien dan penuh kepatuhan kepada *syari'ah* Islam, menyebabkan banyak individu yang menahan diri untuk berinvestasi melalui lembaga bisnis Islami (*syari'ah*).

Salah satu prasyarat pengembangan kepercayaan itu adalah ketersediaan informasi yang meyakinkan nasabah terhadap kemampuan lembaga bisnis Islami (*syari'ah*) dalam mencapai tujuannya. Di antara sumber-sumber informasi yang penting adalah laporan keuangan dari bank *syari'ah* yang disiapkan sesuai dengan standar yang dapat diterapkan pada lembaga bisnis Islami (*syari'ah*).

Untuk mengembangkan standar tersebut, penting untuk mendefinisikan tujuan dan konsep akuntansi keuangan lembaga bisnis Islami (*syari'ah*) terlebih dahulu. Dalam hal, ini tidak ada salahnya untuk mulai mengembangkannya dari standar akuntansi keuangan lembaga bisnis yang ada, tentu saja dengan berbagai perubahan dan modifikasi. Syaratnya, standar yang telah ada tersebut tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam.

Pada dasarnya akuntansi lembaga bisnis Islami (*syari'ah*), tidak jauh berbeda – secara teknik akuntansinya – dengan akuntansi pada umumnya dimulai dari pencatatan transaksi berdasarkan dokumen-dokumen yang ada sampai akhirnya menghasilkan *Financial Report* berupa *Balance Sheet* (Neraca) dan *Income Statement* (Laporan Laba

rugi).³⁷ *Balance Sheet* adalah gambaran harta, hutang dan modal sendiri bank *syari'ah* yang terbagi kedalam dua sisi yaitu harta berada di sisi aktiva, sedangkan hutang dan modal sendiri berada di sisi pasiva yang pada perkembangannya kemudian istilah pasiva berubah menjadi kewajiban dan ekuitas. Aktiva adalah kekayaan perusahaan yang bersangkutan, sedangkan kewajiban dan ekuitas adalah hutang dan modal sendiri yang dimiliki oleh perusahaan.

Isu Perlunya Akuntansi *Syari'ah* pada lembaga bisnis Islami (*syari'ah*)

Akuntansi sangat berhubungan dengan nilai sosial dan ekonomi yang berlaku dalam masyarakat. Dengan demikian, perubahan dalam masyarakat akan mempengaruhi perubahan dalam sifat akuntansi. Sebagaimana dipahami, akuntansi mengalami perubahan seiring dengan perubahan peradaban masyarakat mulai zaman kuno hingga kini.

Perubahan itu terasa, sejak dengan adanya Revolusi Industri, di mana ukuran bisnis dan industri bertambah besar. Bisnis skala besar memberikan andil bagi perubahan bentuk organisasi baru. Perkembangan itu memberikan iklim yang baik bagi pertumbuhan kapitalis. Akibatnya, format dan model akuntansi juga harus menyesuaikan apa yang terjadi pada masa itu. Akuntansi tidak hanya dikembangkan untuk merespon informasi yang dibutuhkan masyarakat, tetapi juga hanyut dalam jiwa kapitalisme. Para akuntan telah meneliti/menerapkan berbagai aturan akuntansi yang ada dalam kerangka kapitalis. Para akuntan, membuat asumsi-asumsi implisit, seperti : asumsi hak milik pribadi, *consumer sovereignty*, motif keuntungan, *human selfishness*, dan semacamnya di balik konsep akuntansi.

Coba kita lihat saja format laporan keuangan organisasi bisnis saat ini. Laporan keuangan tersebut menyajikan sejumlah

³⁷Muhammad, *Akuntansi Lembaga Keuangan Syari'ah : Panduan Praktis bagi Pengelola Bank Syari'ah dan BMT*, Yogyakarta : STIS Yogyakarta, 1998.

besar tentang aset, utang, pendapatan dan pengeluaran. Informasi-informasi ini dibutuhkan oleh pemilik modal, pemegang saham, dan pemilik perusahaan. Asumsi para akuntan adalah bahwa tujuan utama dari organisasi bisnis adalah memaksimalkan laba dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Mereka tidak mau menerima bahwa perusahaan memiliki tujuan sosial, ekonomi dan kultural. Hal serupa juga bahwa para akuntan tidak melakukan pencatatan atau melaporkan tentang kinerja perusahaan yang berkaitan dengan kesejahteraan pekerja atau orang-orang yang bekerja di situ.

Intinya, dalam masyarakat kapitalis tujuan utama akuntansi digunakan untuk melaporkan hasil bisnis dari siapa saja yang minat utamanya memaksimalkan laba dari investasi yang dilakukan. Namun diketahui, bahwa sekarang berada dalam situasi yang berubah, sehingga kerangka sosial dasar, konsep dan prosedur akuntansi akan berubah juga di dalamnya.

Dalam masyarakat muslim/Islam, dijalankan dengan asumsi yang berbeda. Asumsinya adalah bahwa manusia (milik pribadi) berada dalam konsep khalifah Allah di muka bumi. Dengan demikian, manusia hanya memiliki kebebasan yang terbatas dalam hal pendapatan, pembelanjaan, menyimpan dan menginvestasikan sumber-sumber daya mereka. Dengan demikian, pelaksanaan bisnis berkaitan dengan masyarakat. Masyarakat memiliki kebebasan untuk menggunakan sumberdaya fisik bumi, tetapi dengan batas-batas yang ditentukan sesuai dengan moral dan sosial. Mereka dapat mengkoordinasikan satu dengan yang lain untuk menjalankan dana dan kerjasama bisnis, tetapi harus mengikuti petunjuk *syari'ah*.

Inilah garis besar kerangka Islam. Kerangka ini mengarahkan pada bentuk bisnis dan lembaga keuangan yang berbeda dengan kerangka kapitalis. Sebagai contoh, bahwa dalam hal kredit tidak diperbolehkan menggunakan bunga, maka kita perlu berfikir untuk menemukan rancangan bisnis alternatif dari

sistem bunga. Hal serupa, semua individu yang memiliki harta/kekayaan di luar batas yang telah ditentukan maka harus menyalurkan zakat. Ini mengingatkan bahwa setiap individu akan menjaga banyaknya aset yang dimiliki. Dengan demikian, zakat dapat dihitung secara benar. Masyarakat Islam menjamin warga negaranya untuk bertindak dengan dasar keadilan dan ihsan. Hal inilah yang dapat dijadikan *guideline* umum dalam bisnis pada masyarakat Muslim.

Dari uraian di atas, jelas berbeda atas informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat muslim dengan masyarakat kapitalis. Lebih khusus lagi, masyarakat Islam mengharapkan masing-masing individu dan perusahaan mencatat dan melaporkan di samping masalah keuntungan, likuiditas, *solvency* dan efisiensi, juga pada hal-hal sebagai berikut :³⁸

1. Bagaimana pendapatan perusahaan diperoleh dan didistribusikan?
2. Bagaimana zakat atas upaya perusahaan itu dikelola?
3. Bagaimana perusahaan memperlakukan pekerja?
4. Sejauhmana perusahaan-perusahaan tersebut menjaga kontrak?
5. Bagaimana perusahaan mempengaruhi lingkungan sekitarnya?
6. Bagaimana perusahaan dapat menjalankan *amar ma'ruf nahi munkar*?
7. Bagaimana perusahaan berdampak terhadap pembangunan ekonomi-sosial masyarakat?

Keseluruhan pertanyaan ini adalah dirujuk pada *syari'ah*. Perusahaan selalu mencatat dan melaporkan data sesuai dengan tujuan *syari'ah*.

³⁸Institute of Islamic Banking and Insurance, *Accounting Issues in Islamic Banking*, London, : 1994. h. 4-5. Dewasa ini bank syari'ah di Indonesia telah memiliki Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan akuntansi Perbankan Syari'ah, tentunya tujuan informasi akuntansi bank syari'ah di Indonesia harus disesuaikan. Pembahasan akan diuraikan pada sub bab selanjutnya.

Asumsi dan Prinsip Akuntansi Lembaga Bisnis *Syari'ah*³⁹

Akuntansi lembaga bisnis *syari'ah* adalah akuntansi yang berhubungan dengan aspek-aspek lingkungannya. Karena *syari'ah* adalah mencakup seluruh aspek kehidupan umat manusia, baik ekonomi, politik, sosial dan filsafat moral. Dengan kata lain, *syari'ah* berhubungan dengan seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk di dalamnya dalam hal akuntansi.

Tidak seperti paradigma yang lain, yang nampaknya menfokuskan pada peran khusus akuntansi dalam hal : kegunaan pengambilan keputusan; informasi ekonomi dan pelaporan pendapatan secara benar, paradigma *syari'ah* mengenal semua perbedaan peran tersebut. Paradigma *syari'ah* akan memasukkan konsep pertanggungjawaban dalam bidang akuntansi, yaitu dengan paradigma antropologi/deduktif. Paradigma ini akan menggunakan dasar penilaian tunggal dalam menentukan pendapatan (*the true-income/deductive paradigm*), pentingnya akuntan keuangan sebagai pihak yang memberikan layanan kelengkapan informasi keuangan. Berdasarkan pada uraian sebelumnya, paradigma *syari'ah* nampaknya menekankan antara *the extreme holistic-atomistic* dan dimensi radikal-deskriptif⁴⁰ tentang teori sosiologi.

Dengan demikian dapat dipahami, bahwa paradigma *syari'ah* dalam akuntansi akan mempertimbangan berbagai paradigma dengan menunjukkan adanya perbedaan ideologi akuntansi. Berdasarkan pijakan agama tersebut, maka ada tiga dimensi yang saling berhubungan, yaitu : (1) mencari keridhaan Allah sebagai tujuan utama dalam menentukan keadilan sosio-ekonomi; (2) merealisasikan keuntungan bagi masyarakat, yaitu dengan memenuhi kewajiban kepada masyarakat, dan (3) mengejar kepentingan-pribadi, yaitu : memenuhi kebutuhan sendiri.

³⁹ Muhamad, *Pengantar Akuntansi Syari'ah*, Jakarta : Salemba Empat, 2002.

⁴⁰ *The holistic-atomistic* adalah upaya untuk memahami masyarakat dari atas-ke bawah dan dari bawah ke atas, sementara radikal deskriptif adalah memahami isi yang ada dalam masyarakat hanya dengan melakukan deskripsi.

Pemenuhan ketiga bagian bentuk aktivitas ini adalah termasuk dalam ibadah. Dengan kata lain, akuntansi dapat dianggap sebagai suatu aktivitas ibadah bagi seorang Muslim. Ketiga dimensi itu saling berhubungan untuk memenuhi kewajiban kepada Tuhan, masyarakat dan hak individu, dengan berdasarkan prinsip *syari'ah* yang dapat diamati.

Akuntansi *syari'ah* akan mencapai tujuan yang lebih luas tentang keadilan sosio-ekonomi (*al-falah*) dan mengakui bentuk ibadah. Prinsip-prinsip ini menunjukkan pada baik aspek teknis maupun kemanusiaan yang harus diturunkan dari *syari'ah*. Aspek teknis dalam akuntansi *syari'ah* adalah menunjuk pada konstruk akuntansi yang berhubungan dengan otoritas dan pelaksanaannya. Jelasnya masalah konstruk berhubungan dengan pengukuran dan penyingkapan, prinsip-prinsip sebagai berikut : zakat, bebas bunga, transaksi bisnis yang dihalalkan dalam hukum Islam, harus diyakini. Penyingkapan konstruk akuntansi tersebut perlu menunjuk pada kewajiban lain apa yang digariskan *syari'ah* sehubungan dengan upaya pemenuhan zakat, seperti : sadaqah.

KESIMPULAN

Bisnis di dalam Islam merupakan kegiatan muamalah yang pertama kali menanggalkan etika, kemudian disusul oleh bidang politik, dan terakhir adalah persoalan seks. Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan pada etika. Oleh karena itu, pelaku bisnis muslim hendaknya memiliki kerangka etika bisnis yang kuat, sehingga dapat mengantarkan aktivitas bisnis yang nyaman dan berkah.

Bisnis Islami merupakan bisnis yang hanya akan hidup secara ideal dalam sistem dan lingkungan yang Islami pula. Dalam lingkungan yang tidak Islami, maka pelaku bisnis akan mudah sekali terseret dan sukar berkelit dalam kegiatan yang dilarang agama. Mulai dari uang pelicin saat perizinan usaha, menyimpan

uang dalam rekening koran yang berbunga, hingga iklan yang tidak senonoh, dan aktivitas semacamnya.

Sebagai suatu sistem, bisnis mengandung komponen atau variabel satu dengan lain yang saling berhubungan untuk mewujudkan tujuannya. Dengan tujuan yang agak berbeda antara bisnis Islami dengan non-Islami, namun secara sistem beberapa komponen sistemnya akan sama. Namun komponen sistem tersebut tentunya berbeda dalam hal perencanaan, pelaksanaan dan hasil yang diwujudkan. Oleh karena itu, di dalam Islam akan terlihat secara berbeda dengan non Islam tentang etika dalam fungsi pemasaran, etika dalam fungsi produksi, etika dalam fungsi manajemen sumber daya manusia, etika manajemen keuangan dan etika dalam akuntansi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfazalurrahman, *Muhammad Seorang Pedagang*, terjemahan, Jakarta ; Ikadin, 1997.
- Hertanto Widodo, et.al. *PAS (Pedoman Akuntansi Syariah) Panduan praktis Operasional Baitul Mal wat Tamwil (BMT)*, Bandung : Mizan, 1999, h. 183.
- Ikatan Akuntan Indonesia, *Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan Bank Syari'ah*, Jakarta : Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia, 2002.
- Institute of Islamic Banking and Insurance, *Accounting Issues in Islamic Banking*, London, : 1994.
- Iwan Triyuwono, "Akuntansi Syari'ah : Implementasi Nilai Keadilan dalam Format Metafora Amanah", *Makalah Kuliah Umum*, Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Surakarta, 1997.
- Iwan Triyuwono, *Organisasi dan Akuntansi Syari'ah*, Yogyakarta : LKiS, 2000.

- M. Fahim Khan, "Theory of Consumer Behaviour in an Islamic Perspective", dalam Sayyid Tahir et.al. *Reading in Microeconomics An Islamic Perspective*, Malaysia : Longman, 1992, h. 73.
- M. Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, (terjemahan), Jakarta : Gema Insani Press, 2001.
- Muhamad, *Akuntansi Lembaga Keuangan Syari'ah : Panduan Praktis bagi Pengelola Bank Syari'ah dan BMT*, Yogyakarta : STIS Yogyakarta, 1998.
- Muhamad, *Pengantar Akuntansi Syari'ah*, Jakarta : Salemba Empat, 2002.
- Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Wijayakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta : Gema Insani Press, 2002.
- Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta : UPP-AMP YKPN, 2003.
- Muslich, *Etika Bisnis Pendekatan Substantif dan Fungsional*, Yogyakarta : Ekonisia, 1998.
- Philip Kotler, *Marketing Manajemen*, Millenium Edition, New York : Prentive Hall, 2000.
- Rudy Harisyah Alam, "Manajemen : Sulitnya Pendekatan Teologis-Etis," *Jurnal Ilmu dan Kebudayaan Alumul Qur'an*, (7) Vol. II, 1990, h. 44.
- Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, (terjemahan), Jakarta : Robbani Press, 1997.