

**IEFF**

03.01.2024

**DITERIMA**

Januari 2024

**DIREVISI**

Januari 2024

**DISETUJUI**

Februari 2024

**INDEKSASI**

Google Scholar

**PENULIS****KORRESPONDENSI**

Farhan Zaki Mubarak

✉ frhnzki@student.ub.ac.id

📍 Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Brawijaya  
Indonesia

## TELAAH KRITIS ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM (KONSEP DAN IMPLEMENTASI PADA PELAKU USAHA)

**Farhan Zaki Mubarak\*, Nurman Setiawan Fadjar**

Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Indonesia

**Abstract:** *This research aims to find out the concept of Islamic business process flow involving financing, production, and marketing within the scope of business ethics. The researcher uses the literature review method in examining Islamic business ethics by looking at the process of financing, production, and marketing as well as comparing with conventional business ethics to get a comparison of views between business ethics seen from various related literature sources. The results of this research show that the concept of Islamic business ethics can be a reference and choice for business people who want to run a business to achieve prosperity in order to be blessed in the world and the hereafter.*

**Keywords:** *Business, Financing, Production, Marketing, Mashlahah*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep alur proses bisnis yang sesuai dengan Islami dengan melibatkan pembiayaan, produksi, dan pemasaran dalam lingkup etika bisnis. Peneliti menggunakan metode kajian kepustakaan dalam meneliti etika bisnis Islam dengan melihat proses pembiayaan, produksi, dan pemasaran juga membandingkan dengan etika bisnis konvensional untuk mendapatkan perbandingan pandangan antar etika bisnis dilihat dari berbagai sumber literatur terkait. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep etika bisnis Islam dapat menjadi acuan dan pilihan bagi pebisnis yang ingin menjalankan usaha untuk menggapai kemashlahatan agar dapat keberkahan didunia dan akhirat.

**Kata kunci:** *Bisnis, Pembiayaan, Produksi, Pemasaran, Mashlahat*

**Cite this as:** Mubarak, F. Z & Fadjar, N. S. (2024). Telaah Kritis Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam (Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha). *Islamic Economics and Finance in Focus*. Volume 3, Number 1, Pages 135-144. Universitas Brawijaya. DOI: <http://dx.doi.org/10.21776/ieff.2024.03.01.10>

## PENDAHULUAN

Bisnis banyak dipahami oleh banyak orang ialah sekedar bisnis, yang mana tujuannya hanya untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa melihat hakikat utamanya. Menurut hukum ekonomi klasik dengan mengendalikan modal sekecil mungkin untuk mengeruk keuntungan sebesar mungkin telah menjadikan para pebisnis menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolaannya, dan pemasarannya dilakukan seefektif mungkin dan seefisien mungkin. Hal ini tidak membuat heran jika para pebisnis jarang memperhatikan tanggungjawab sosial dan mengabaikan etika bisnis.

Secara umum, pedoman Islam tentang masalah kerja tidak membolehkan pengikut-pengikutnya untuk bekerja mencari uang sesuka hatinya dan dengan jalan yang tidak baik, seperti penipuan, kecurangan, sumpah palsu, dan perbuatan batil lainnya. Tetapi, Islam memberikan kepada mereka suatu garis pemisah antara yang boleh dan tidak boleh dalam mencari perbekalan hidup, dengan menitikberatkan juga kepada masalah kemaslahatan umum, seperti suka sama suka, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan dan dizalimi dalam transaksi tersebut. Semua jalan saling mendatangkan manfaat antara individu-individu dengan saking rela-merelakan dan adil, adalah dibenarkan. Prinsip ini telah ditegaskan Allah dalam firman-Nya Surah An-Nisa 29-30:

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*

Didalam Tafsir Ibnu Katsir, Ayat ini memberikan syarat, bahwa boleh dilangsungkannya perdagangan dengan dua hal: perdagangan itu harus dilakukan atas dasar saling rela antara kedua belah pihak. Tidak boleh bermanfaat untuk satu pihak dengan merugikan pihak lain; tidak boleh saling

merugikan, baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Penegakan nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan di pasar harus disadari secara personal oleh setiap pelaku pasar. Artinya, nilai-nilai moralitas merupakan refleksi dari keimanan kepada Allah. Dengan demikian, seseorang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi (dalam Islam) bukan sekedar mencari besarnya keuntungan, melainkan yang dicari juga keberkahan (Rivai, 2012)

Potensi perkembangan ekonomi syariah terutama didukung kesadaran masyarakat muslim Indonesia terhadap konsumsi barang dan jasa halal. Halal Economy and Strategy Roadmap 2018 menyebutkan, total konsumsi barang dan jasa halal Indonesia pada 2017 sekitar US\$ 218,8 miliar. Jumlah ini diperkirakan terus tumbuh rata-rata sebesar 5,3 persen dan mencapai US\$ 330,5 miliar pada 2025 mendatang. Pada 2017, Indonesia menduduki peringkat pertama Muslim Food Expenditure dengan nilai US\$ 170 miliar. Berdasarkan data yang dipublikasikan, angka ini diproyeksikan meningkat menjadi US\$ 27,8 miliar pada 2025.

Merujuk data dari State of the Global Islamic Report pada 2017, Indonesia menempati urutan pertama negara dengan pengeluaran untuk makanan halal terbanyak senilai US\$ 170 miliar. Angka fantastis ini memperkuat potensi pasar kuliner halal di Tanah Air sebagai gaya hidup yang diterima masyarakat luas. Data tersebut menunjukkan besarnya potensi pasar halal di Indonesia. Angka-angka tersebut membuktikan bahwa masyarakat Indonesia tak hanya menjadi pasar makanan halal, tetapi sebagai produsen. Namun, peluang sebagai produsen belum dimanfaatkan secara maksimal.

Untuk membangun konstruksi industri halal yang kokoh, penting merunut pada akarnya, yaitu “syariah”. Untuk itu, bisnis harus secara utuh menerapkan basis syariah, yang artinya penerapan prinsip-prinsip syariah harus menyentuh secara utuh pada tiap tahapan-tahapannya. Pertama, tahap pembiayaan. Banyak bisnis yang sulit berkembang karena masalah permodalan. Skema pinjaman modal secara syariah dipandang lebih tepat bagi perkembangan bisnis. Sebab model pembiayaan ini tidak

mencekik para pelaku bisnis saat usahanya sedang tersendat atau mengalami masalah. Apalagi dengan iklim usaha yang fluktuatif, sistem bagi hasil akan membuat napas pelaku bisnis lebih panjang.

Kedua, tahap produksi, Persoalan kehalalan produk nyatanya sulit dibuktikan dengan mata telanjang. Itulah sebabnya perkara kehalalan produk harus benar-benar teruji dan diuji oleh lembaga terpercaya seperti BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal). Bukti autentik kehalalan produk yang dikeluarkan BPJPH adalah sertifikat halal. Sertifikat inilah yang kemudian bisa menjadi jaminan kehalalan produk bagi konsumen. Tetapi masalahnya selama ini masih sangat sedikit bisnis yang telah mengantongi sertifikat halal. Ketiga, tahap pemasaran. Islam mengajarkan prinsip berniaga yang jujur, adil, tidak curang, dan bersikap melayani. Prinsip ini jugalah yang penting dijalankan oleh setiap pelaku bisnis. Sehingga bisnis yang dibangun dengan basis syariah akan memiliki daya tarik dan image positif di mata konsumen. Jika kepercayaan konsumen telah terbangun, maka jalan perkembangan bisnis Islam akan mudah diterima.

Ketika tiga tahap tersebut secara utuh dan masif diterapkan oleh pelaku bisnis dan didukung oleh pemerintah, maka modal penting dalam membangun industri halal sudah ada di tangan. Apalagi urgensi membangun bisnis Islam memiliki tujuan mulia. Pertama, sebagai bentuk ketaatan menjalankan syariat Islam. Kedua, membangun kemajuan ekonomi bangsa, mengingat permintaan terhadap produk halal dunia semakin meningkat setiap tahunnya. (Simarmata 2019)

Berdasarkan apa yang penulis telah sebutkan di latar belakang penelitian, ada dorongan dan motivasi yang muncul dari dalam diri penulis untuk mempelajari dan meneliti lebih lanjut terkait dengan etika bisnis Islam. Mr. Amound Bork yang dikutip dari (Baidowi 2011), seorang warga negara Inggris yang sangat dikenal berkata: *“Undang-undang Muhammad adalah undang-undang yang mengatur seluruh manusia; dari mulai para rajanya hingga rakyatnya yang paling hina. Ia adalah undang-undang yang sangat sempurna, yang mencakup seluruh hukum-hukum pidana dan perdata, serta syariat-syariat yang*

*menerangi, yang tidak pernah ada duanya di dunia”*

Kutipan tersebut menjelaskan bahwa Nabi Muhammad telah mengajarkan berbagai tatanan cara berkehidupan yang Islami termasuk etika dalam berbisnis. Oleh karena itu penulis ingin mengkaji lebih jauh etika bisnis Islam dari berbagai sisi yang penulis dapatkan dari beragam literatur

## KAJIAN PUSTAKA

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena memiliki sifat induktif dengan mengambil objek spesifik yaitu bisnis dalam perspektif Islam yang kemudian akan penulis uraikan dalam pembahasan. Penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna oleh Sebagian orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell 2010). Sifat alamiah dari penelitian kualitatif adalah induktif, fokus pada makna individu dan menterjemahkan kompleksitas suatu persoalan. Selain itu penelitian ini sarat akan nilai karena penulis berinteraksi secara langsung dan melakukan interpretasi terhadap sumber data.

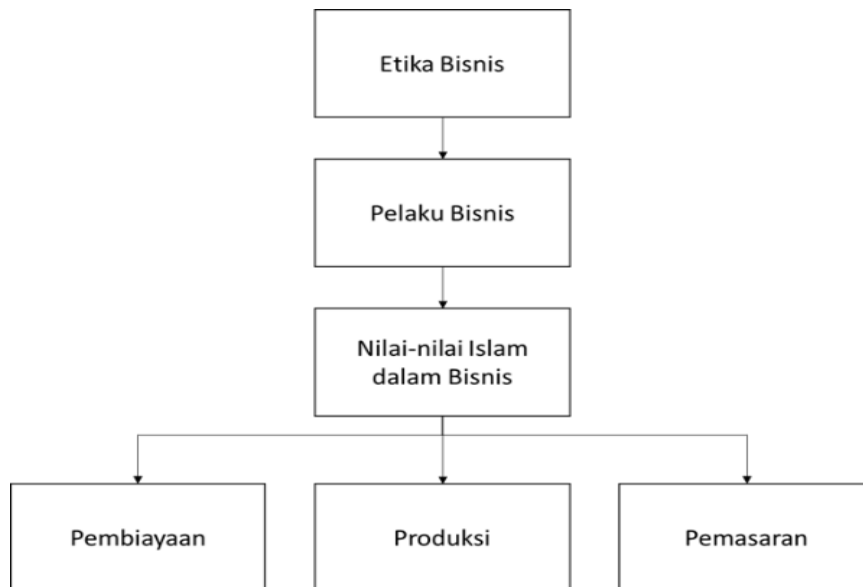
Lebih jauh lagi penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis grounded theory. Mengenai jenis penelitian ini Creswell, (2010) menjelaskan bahwa

*“Two primary characteristics of this design are the constant comparison of data with emerging categories, and theoretical sampling of different groups to maximize the similarities and the differences of information”*

Berdasarkan kutipan tersebut sebagai awal dari penelitian ini, teori juga berfungsi sebagai hasil dari penelitian dengan melakukan analisis data dengan kategori yang ada berdasarkan penelusuran. Kemudian penelitian ini termasuk dalam penelitian dasar (basic research) yaitu merupakan penelitian yang fokus pada pemahaman bisnis dalam perspektif Islam tanpa atau sedikit penerapan yang dapat dilakukan secara langsung. Hal tersebut didukung oleh Bordens, K.S., & Abbott, (1991) bahwa basic research adalah proses untuk mengidentifikasi isu yang relevan untuk mengkonfirmasi letak teori atau empirisnya, atau dengan kata lain melakukan tes terhadap

teori atau isu empiris. Basic research mempunyai tujuan untuk mendapatkan informasi umum mengenai fenomena tanpa atau dengan sedikit pengaplikasian dengan realita.

### Kerangka Pikir Penelitian



**Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian**

### METODE

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang terkait dengan penelitian dapat berupa literatur, jurnal, artikel dan atau makalah ilmiah. Hal tersebut didasarkan menurut pernyataan Bordens, K.S., & Abbott, (1991) yakni data kualitatif terdiri dari rekaman tertulis perilaku yang diobservasi yang dapat ditulis secara kualitatif. Kemudian diperjelas lagi bahwa data kualitatif tersebut nilainya dilihat secara kualitatif. Adapun sumber yang digunakan peneliti adalah literatur ilmiah, jurnal, artikel, dokumen dan atau materi visual yang berkaitan dengan bisnis dari perspektif islam dan konvensional untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah literature review. Diungkapkan dalam Bordens, K.S., & Abbott, (1991) bahwa literature review adalah proses menempatkan, mendapatkan, membaca, dan mengevaluasi literatur penelitian.

Teknik penelusuran data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi (content analysis). Menurut Bordens, K.S., & Abbott, (1991) content analysis adalah Teknik penelitian dengan menganalisis rekaman maupun ucapan tertulis. Hal serupa juga dikemukakan oleh Babbie, (2005) bahwa content analysis adalah studi tentang komunikasi manusia yang terekam yaitu buku, majalah, halaman web, puisi, koran, lagu, lukisan, pidato, surat, email, bulletin internet, hukum, dan Lembaga.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena sifat induktifnya yang bertujuan untuk menjelajahi dan memahami makna dari objek penelitian, yaitu bisnis dalam perspektif Islam. Pendekatan kualitatif memungkinkan penulis untuk fokus pada makna individu dan menterjemahkan kompleksitas masalah. Penelitian ini juga diarahkan untuk menghasilkan teori yang muncul dari analisis data, sehingga termasuk dalam jenis penelitian grounded theory.

## PEMBAHASAN

### Etika Bisnis Konvensional

Sebelum membahas lebih jauh penulis ingin menyajikan pengertian etika bisnis secara konvensional. Secara Bahasa kata “etika” lahir dari Bahasa Yunani *ethos* yang artinya tampak dari suatu kebiasaan. Dalam hal ini yang menjadi perspektif objeknya adalah perbuatan, sikap, atau Tindakan manusia. Pengertian etika secara khusus adalah ilmu tentang sikap dan kesusilaan suatu individu dalam lingkungan pergaulannya yang kental akan aturan dan prinsip terkait tingkah laku yang dianggap benar, sedangkan pengertian etika secara umum adalah aturan norma, kaidah, ataupun tata cara yang biasa digunakan sebagai pedoman atas asas suatu individu dalam melakukan perbuatan dan tingkah laku. Penerapan norma ini sangat erat kaitannya dengan sifat baik dan buruknya individu di dalam bermasyarakat. (Hasan et al. 2022)

Etika bisnis dalam perspektif ekonomi konvensional adalah seperangkat nilai, prinsip, dan norma yang mengatur perilaku dan tindakan pelaku bisnis dalam lingkup pasar yang bersifat sekuler dan berfokus pada mencari keuntungan materi. Etika bisnis konvensional mencakup aspek-aspek seperti kejujuran, integritas, tanggung jawab sosial, kepatuhan terhadap hukum, dan etika profesional. Hal ini bertujuan untuk menjaga kepercayaan pelanggan, meminimalkan risiko hukum, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Tujuan etika bisnis dalam perspektif ekonomi konvensional adalah menciptakan lingkungan bisnis yang sehat, mempromosikan kepercayaan pelanggan, memastikan kepatuhan terhadap peraturan, meningkatkan citra perusahaan, dan akhirnya meningkatkan profitabilitas. Prinsip etika bisnis, seperti kejujuran, transparansi, menghormati hak asasi manusia, dan tanggung jawab sosial, diterapkan dalam berbagai aspek bisnis, termasuk produksi, pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Penerapan prinsip ini membantu perusahaan meminimalkan risiko hukum dan reputasi.

Pembiayaan dalam konteks ekonomi konvensional mengacu pada proses perolehan dana atau sumber daya keuangan yang diperlukan oleh perusahaan untuk menjalankan operasinya. Ini dapat mencakup pinjaman,

investasi, atau sumber daya internal perusahaan. Produksi adalah kegiatan yang melibatkan transformasi bahan mentah atau bahan baku menjadi produk atau jasa yang dapat dijual atau digunakan oleh konsumen. Proses produksi mencakup semua langkah yang diperlukan untuk menghasilkan barang atau jasa tersebut. Pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk memasarkan produk atau jasa kepada konsumen. Ini termasuk perencanaan strategi pemasaran, promosi, distribusi, dan penentuan harga untuk mencapai tujuan penjualan dan profitabilitas perusahaan.

### Etika Bisnis Islam

Berdasarkan pemaparan dilatar belakang bahwa bisnis Islam sebagian besar mencontoh Nabi Muhammad Saw. Maka dari itu di bab ini akan dijelaskan lebih rinci bagaimana cara berdagang beliau yang mencontohkan cara berbisnis yang Islami. Nabi Muhammad Saw. diutus Allah Swt. ke dunia untuk menyampaikan risalah Islam sebagai pegangan hidup dan solusi dalam setiap permasalahan kehidupan manusia dalam berkehidupan sehari-hari (*mu'alajah musykilah*). Namun demikian, Nabi Muhammad juga mengajarkan perdagangan dan cara berbisnis yang halal dan barokah sebagai salah satu bentuk ajaran dari Islam. Beliau bersabda dalam salah satu hadisnya yang berbunyi:

*“aku diberi wahyu bukan untuk menumpuk kekayaan atau menjadi seorang pedagang”*

Nabi Muhammad sangat menganjurkan kepada umatnya untuk berbisnis (berdagang) karena dapat menumbuhkan jiwa kemandirian dan kesejahteraan bagi keluarga dan meringankan beban orang lain. Beliau bersabda bahwa:

*“Berdaganglah kamu, sebab dari sepuluh bagian, penghidupan, Sembilan di antaranya dihasilkan dari berdagang”*

Dalam Surah An-Naba' ayat 11 juga disebutkan bahwa:

*“Dan kami menjadikan siang untuk mencari penghidupan”*

Ini merupakan petunjuk bagi umat manusia untuk berdagang agar seseorang dapat memenuhi kebutuhan pokoknya sehari-hari. Pada Surah Al-Jumu'ah ayat 10 juga ada anjuran untuk berbisnis, yaitu:

*“apabila telah ditunaikan sembahyang, maka bertebaranlah kamu dimuka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya supaya kamu beruntung.”*

Para sahabat Nabi Muhammad melakukan perdagangan walaupun diri mereka juga harus menjadi khalifah atau pemimpin perang. Contohnya adalah Abu Bakar merupakan Khulafaur' Rasyidin. Abu Bakar memiliki usaha dagang pakaian. Umar bin Khattab merupakan pedagang jagung serta menjadi pimpinan kaum beriman dan penakluk kekaisaran Persia dan Byzantium. Utsman bin Affan dikenal sebagai konglomerat tekstil dan pakaian. Demikian juga dengan Imam Abu Hanifah dikenal sebagai pedagang pakaian. (Abdurahim et al. 2016)

Bisnis dipandang sebagai suatu aktivitas yang harus dilakukan dengan penuh kesadaran terhadap nilai-nilai agama. Nabi Muhammad Saw. dan sahabat-sahabatnya memberikan contoh bagaimana berdagang secara Islami dengan prinsip-prinsip kejujuran, keadilan, dan keberkahan. Islam mengajarkan bahwa bisnis harus dilakukan dengan cara yang halal, dengan memperhatikan kepentingan semua pihak yang terlibat.

Dalam Islam, bisnis bukan hanya tentang mencari keuntungan materi, tetapi juga tentang mencapai keuntungan non-materi, seperti memperkuat persaudaraan dan berkontribusi pada masyarakat. Bisnis harus dijalankan dengan prinsip-prinsip yang mencerminkan nilai-nilai agama, seperti kejujuran, adil, dan kesadaran akan hubungan dengan Allah Swt.

Selain itu, bisnis dalam Islam harus memiliki tujuan pertumbuhan dan keberlangsungan, tetapi selalu dalam koridor syariat. Pencapaian profit dan pertumbuhan harus diikuti dengan usaha menjaga keberlangsungan yang berkelanjutan. Orientasi terakhir adalah mencari keberkahan dalam bisnis, yaitu upaya untuk mendapatkan

keridhoan Allah Swt. dengan menjalankan bisnis secara Islami.

### **Telaah Kritis Etika Bisnis Islam**

Mencari keuntungan dalam bisnis pada prinsipnya merupakan suatu perkara yang jaiz (boleh) dan dibenarkan oleh syara'. Secara khusus Allah memerintahkan kepada orang-orang yang mendapatkan amanah harta milik orang-orang yang tidak bisa berbisnis dengan baik agar dapat dibisniskan dengan baik. Misalnya anak-anak yatim, berikut ini firman Allah di Surah An-Nisaa ayat 29:

*“Hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.”*

Allah Swt. melarang mengambil harta orang lain dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka. Menurut ulama tafsir, larangan memakan harta orang lain dalam ayat ini mengandung pengertian yang luas dan dalam, antara lain. (1) Islam mengakui adanya hak milik perseorangan yang berhak mendapatkan perlindungan dan tidak boleh diganggu gugat; (2) hak milik perseorangan itu apabila banyak, wajib dikeluarkan zakatnya dan kewajiban lainnya untuk kepentingan agama, negara, dan sebagainya; (3) sekalipun seseorang mempunyai harta yang banyak dan banyak pula orang yang memerlukannya dari golongan-golongan yang berhak menerima zakatnya, tetapi harta orang tidak itu tidak boleh diambil begitu saja tanpa seizin pemiliknya atau tanpa menurut prosedur yang sah.

Kemudian Allah menerangkan, bahwa mencari harta dibolehkan dengan cara berniaga atau menjual beli dengan dasar suka sama suka tanpa ada suatu paksaan. Jual beli yang dilakukan secara paksa tidaklah sah walaupun ada bayaran atau penggantinya. Kemudian ayat 29 ini diakhiri dengan penjelasan; bahwa Allah melarang orang-orang yang beriman memakan harta yang batil dan membunuh orang lain atau membunuh diri sendiri, itu adalah karena kasih

sayang Allah kepada hamba-Nya demi kebahagiaan hidup mereka di dunia dan di akhirat.

Surah Al-Baqarah ayat 275:

*“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”*

Barang siapa memahami larangan Allah Swt. dan melaksanakannya hendaklah ia menghentikan perbuatan riba itu dengan segera. Mereka tidak dihukum Allah Swt. terhadap perbuatan yang mereka lakukan sebelum ayat ini diturunkan. Mereka tidak diwajibkan mengembalikan riba pada waktu ayat ini diturunkan, hendaklah segera berhenti, mereka boleh mengambil pokok pinjaman mereka saja, tanpa bunga yang mereka setuju sebelumnya. Dalam ayat ini terkandung suatu asas pokok yang dapat dijadikan dasar untuk menetapkan undang-undang, peraturan atau hukum, yaitu suatu undang-undang, peraturan atau hukum yang akan ditetapkan tidak boleh berlaku surut jika berakibat merugikan pihak-pihak yang dikenai atau yang dibebani undang-undang, peraturan atau hukum itu. Sebaliknya,

### **Etika Bisnis Islam Versus Konvensional**

Dari penelusuran sejarah yang dilakukan peneliti, maka dapat ditemukan bahwa etika bisnis yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW adalah bersikap jujur, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi gharar, tidak menimbun barang, tidak melakukan al-ghab dan tadlis, dan saling menguntungkan (mutual benefit principle) antara penjual dan pembeli. Pola bisnis yang dipraktikkan Nabi Muhammad SAW ini tentu perlu diadaptasi oleh para pebisnis di masa kini

boleh berlaku surut bila menguntungkan pihak-pihak yang dikenai atau dibebani olehnya.

Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai dan prinsip yang mengatur perilaku pelaku bisnis sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini mencakup konsep-konsep seperti keadilan, kejujuran, integritas, dan tanggung jawab sosial. Tujuan utamanya adalah untuk mencapai kesuksesan bisnis sambil mematuhi prinsip-prinsip agama Islam. Etika bisnis Islam berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah yang melarang riba (bunga), maysir (judi), gharar (ketidakpastian berlebihan), dan aktivitas haram lainnya. Etika bisnis ini juga mendorong untuk memberikan zakat, beramal, dan menghormati hak-hak individu serta lingkungan.

Pembiayaan Islam berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah yang melarang riba dan mendorong pembiayaan yang adil dan berisiko bersama antara pemberi dan penerima dana. Ini mencakup instrumen keuangan seperti mudharabah (bagi hasil), musharakah (kerjasama modal), dan murabahah (jual beli dengan keuntungan tetap). Produksi dalam konteks Islam harus mematuhi prinsip-prinsip syariah, termasuk perlindungan hak-hak pekerja, kualitas produk yang baik, serta penghindaran produk dan praktik yang diharamkan. Prinsip kerja keras, kejujuran, dan tanggung jawab sosial juga ditekankan. Pemasaran dalam Islam harus dilakukan dengan jujur, transparan, dan menghormati konsumen. Penggunaan propaganda atau manipulasi yang tidak etis dalam pemasaran dihindari. Produk atau jasa yang diiklankan harus sesuai dengan prinsip syariah dan memberikan manfaat kepada konsumen.

yang terkadang mudah keluar dari etika-etika seperti yang dipraktikkan oleh Nabi SAW.

Dalam kaitannya dengan paradigma Islam tentang bisnis, maka yang menjadi dasar filosofis yang harus dibangun dalam pribadi Muslim adanya konsepsi hubungan manusia dengan Tuhan-Nya. Yang dalam bahasa agama dikenal dengan istilah (*hablum minallah wa hablum minannas*).

Dalam konsep Islam, sebenarnya Allah telah menjamin bahwa orang yang bekerja keras mencari jatah duniawinya dengan tetap mengindahkan kaidah-kaidah akhirat untuk

memperoleh kemenangan duniawi, maka ia tercatat sebagai hamba Tuhan dengan memiliki keseimbangan tinggi. Sebagaimana sabda Nabi:

*“Barang siapa yang menginginkan dunia, maka hendaknya dia berilmu, dan barang siapa yang menginginkan akhirat maka hendaknya dia berilmu, dan barang siapa menghendaki keduanya maka hendaknya dia berilmu.”*

Pernyataan Nabi tersebut mengisyaratkan dan mengonfirmasikan bahwa disamping persoalan etika yang menjadi tumpuan kesuksesan dalam bisnis juga ada faktor lain, yaitu, skill dan pengetahuan tentang etika itu sendiri. Gagal mengetahui pengetahuan tentang etika maupun prosedur bisnis yang benar secara Islam maka akan gagal memperoleh tujuan. Jika Ilmu yang dibangun untuk mendapatkan kebahagiaan akhirat juga berbasis etika, maka dengan sendirinya ilmu yang dibangun untuk dunia pun harus berbasis etika. Dapat disimpulkan bahwa dalam kehidupan ini setiap manusia sering kali mengalami ketegangan atau dilema etis antara harus memilih keputusan etis dan keputusan bisnis sempit semata sesuai dengan lingkungan dan peran tanggung jawabnya, tetapi jika percaya pada sabda Nabi Muhammad SAW. atau logika ekonomi diatas, maka jika memilih keputusan etis maka pada hakikatnya juga sedang meraih bisnis (Aziz 2013).

#### **Implementasi Etika Bisnis Islam**

Implementasi etika bisnis adalah komitmen jangka panjang untuk menjalankan bisnis dengan integritas dan moral. Ini membantu membangun kepercayaan pelanggan, meningkatkan reputasi bisnis, dan menciptakan hubungan yang baik dengan berbagai pihak yang terlibat dalam bisnis seorang pebisnis. Implementasi etika bisnis oleh para pelaku usaha melibatkan serangkaian tindakan dan prinsip yang mendukung praktik bisnis yang etis dan sesuai dengan nilai-nilai sosial dan moral.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Etika dan bisnis tidak bertentangan dalam pandangan Islam. Bisnis dianggap sebagai urusan duniawi dan juga integral dengan investasi akhirat. Bisnis harus sejalan dengan kaidah moral berdasarkan keimanan kepada akhirat. Dalam perspektif ekonomi konvensional, etika bisnis berfokus pada nilai, prinsip, dan norma untuk mencari keuntungan materi. Tujuannya menciptakan lingkungan bisnis sehat, kepercayaan pelanggan, kepatuhan terhadap peraturan, citra perusahaan, dan profitabilitas. Penting untuk mengintegrasikan etika Islam dalam bisnis, karena banyak penelitian menunjukkan hubungan positif antara etika bisnis dan kinerja perusahaan.

### **Saran**

Penelitian ini mencoba mengembangkan konsep alur bisnis Islam yang sesuai dengan prinsip syariat, dengan Al-Qur'an dan Al-Hadis sebagai panduan utama. Fokusnya terbatas pada skema bisnis yang melibatkan pembiayaan, produksi, dan pemasaran. Meskipun demikian, penelitian ini menyatakan bahwa implementasi alur bisnis Islam seperti ini oleh para pebisnis dapat menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan berorientasi pada kemaslahatan.

Kedepannya, peneliti berharap akan ada penelitian lebih lanjut yang lebih mendalam, terutama terkait dengan etika bisnis Islam. Penelitian semacam itu diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana para pengusaha dapat menjalankan bisnis mereka sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip Islam.

### **KETERBATASAN PENELITIAN**

Peneliti mengakui keterbatasan penelitian ini, terutama karena pembatasan pada skema bisnis tertentu, sementara masih banyak mekanisme bisnis Islami lainnya yang belum dicakup. Keterbatasan ini menjadi area yang dapat diperluas dalam penelitian selanjutnya.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Abbas, Jamil, Annisa Pramita Arfiansyah, dan Muhibbudin Ahmad. 2020. *Direktori Pembiayaan Syariah Untuk UMKM EDISI 1.0 – 2020*. ed. Ahmad Juwaini. Jakarta: Komite Nasional ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS).
- Abdurahim, Ahim et al. 2016. *Ekonomi dan Bisnis Islam : Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Abidin, Basri Ikhwan. 2008. *Menguak Pemikiran Ekonomi Ulama Klasik*. Solo: Aqwam.
- Anoraga, Panji. 1997. *Manajemen Bisnis*. 2 ed. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press.
- Arifinal. 2014. *Operasional Perusahaan Islam*. Jakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika bisnis perspektif Islam : Implementasi etika islami untuk dunia usaha*. Bandung: Alfabeta.
- Babbie, Earl. 2005. *The Basics of Social Research: Third Edition*. Kanada: Thomson Wadsworth.
- Baidowi, Aris. 2011. "Etika Bisnis Perspektif Islam." *Clinical Therapeutics* 15(6): 1051–59.
- Bordens, K.S., & Abbott, B.B. 1991. *Research design and methods: A process approach*. New York: McGrae-Hill.
- Cahaya, Agus Dwi, Meita Lulut Widyastuti, dan Hasya Fatharani. 2021. "Peran Perbankan dalam Pembiayaan UMKM di Tengah Pandemi COVID-19." *Jurnal Ilmiah Keuangan dan Perbankan (FIDUSIA)* 4(2): 138–49. <http://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JPK/article/view/613>.
- Cahyono, Heru. 2020. "Konsep Pasar Syariah Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam." *Ecobankers : Journal of Economy and Banking* 1(2): 14.
- Case, Carl E, dan Ray C Fair. 2007. *Principles Of Economics*. USA: Pearson International Edition.
- Creswell, John. 1994. *Research design: Qualitative & quantitative approaches*. Sage Publication, Inc.
- . 2010. *Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Djakfar, Muhammad. 2008. *Etika Bisnis Islami: Tataran Teoritis dan Praktis*. Malang: UIN Malang Press.
- Echols, Jhon. M, dan Hasan Sadily. 1996. *Kamus Inggris-Indonesia*. 23 ed. Jakarta: Gramedia.
- Fauzia, Ika Yunia. 2018. *Etika Bisnis Dalam Islam*. 1 ed. Jakarta: Kencana.
- Fuad, Dkk. 2000. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan, Muhammad et al. 2022. *Etika Bisnis: Konsep, Teori, dan Isu-Isu Kontemporer*. 1 ed. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Huda, Nurul. 2020. *Esensi Dasar dan lingkup Etika Bisnis Syariah*. Jakarta: Pustaka UT.
- Ilham, Misbahul, dan Iswi Hariyani. 2020. "Memahami Peran Lembaga Pembiayaan Syari'ah Dalam Meningkatkan Aksesibilitas Keuangan UMKM Pada Masa Pandemi Covid19." *Widya Yuridika* 3(2): 257.
- Jusmailani. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kahf, Monzer. 1997. *Ekonomi Islam, Telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Karim, Adiwarmarman. 2007. *Ekonomi Mikro Islam*. 3 ed. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Phillip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. 12 ed. Jakarta: PT. Indeks.
- Legowati, Diah Ayu, dan Ari Prasetyo. 2017. "Pengaruh Pembiayaan Berdasarkan Jenis Penggunaan Terhadap Non Performing Financing Pada Bank Umum Syariah (BUS) Dan Unit Usaha Syariah (UUS) Di Indonesia Periode Januari 2009 – Desember 2015." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 3(12 SE-Articles): 1006–19. <https://e-journal.unair.ac.id/JESTT/article/view/3683>.
- Mannan, Abdul. 1993. *Teori dan Praktik Ekonomi Islam*. ed. M. Nastangin. Yogyakarta: Dhana Bakti Wakaf.
- Marthon, Said Sa'ad. 2007. *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global*. Jakarta:

- Zikrul Hakim.
- Muchlis. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Ekonisia.
- Muhammad. 2008. *Manajemen pembiayaan mudharabah di Bank Syariah : strategi memaksimalkan return dan meminimalkan return dan meminimalkan resiko pembiayaan di Bank Syariah sebagai akibat masalah agency*. Jakarta: Rajawali Pers.
- . 2012. *Pengantar Akuntansi Syariah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasrun Ritonga, dan Riny Viri Insy Sinaga. 2021. “Peran Perbankan Syariah Terhadap Umkm Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kc Medan).” *Seminar Nasional Teknologi dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)* 1(1): 7–12.
- Ormerod, Paul. 1994. *The Death of Economics*. United Kingdom: Faber & Faber.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, P3EI. 2012. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rita, Hanafie. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: Andi.
- Rivai, Veithzal., Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa. 2012. *Islamic Business and Economic Ethics : Mengacu pada Al-Qur`an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rivai, Veithzal et al. 2018. *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islam Mengikuti Praktik Rasulullah saw*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sa’diyah, Chumiatus. 2008. *Ekonomi IA*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Saifullah, Muhammad. 2011. “ETIKA BISNIS ISLAMIS DALAM PRAKTEK BISNIS RASULULLAH.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.
- Simarmata, Sasli Pranoto. 2019. “UMKM Syariah: Arah Baru Membangun Industri Halal.” [https://medanbisnisdaily.com/news/online/read/2019/11/23/93575/umkm\\_syariah\\_arah\\_baru\\_membangun\\_industri\\_halal/](https://medanbisnisdaily.com/news/online/read/2019/11/23/93575/umkm_syariah_arah_baru_membangun_industri_halal/) (April 4, 2023).
- Singleton, R. dan Bruce C straits. 2005. *Approaches To Social Research*. New York: Oxford University Press.
- Utami, Christina widya. 2008. “Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern).” In Jakarta: Salemba Empat.
- Zainul, Arifin. 2006. *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet.