

PERSPEKTIF ETIKA BISNIS DALAM KERANGKA TEORI ISLAM: PEMAHAMAN DAN IMPLEMENTASI

¹Novi Khoerotun Nisa, & ²Pooja Melaty S Dewi

^{1,2}UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: ¹novi301102@gmail.com, & ²pooja.msd11@gmail.com

Abstrak

Artikel ini mengkaji dan menganalisis perspektif etika bisnis dalam konteks teori Islam, serta mencoba memahami dan menggambarkan implementasi etika bisnis Islam dalam praktik bisnis. Artikel ini juga mengidentifikasi bagaimana praktik bisnis yang berlandaskan etika Islam dapat membantu mencapai kesuksesan jangka panjang dan keberlanjutan dalam dunia bisnis. Terlebih lagi, jurnal ini mencoba memahami prinsip dasar etika bisnis dan menjelaskan bagaimana prinsip-prinsip ini dapat diterapkan dalam aktivitas bisnis sehari-hari, serta mengidentifikasi bagaimana etika bisnis yang diterapkan oleh Rasulullah SAW. Hal ini relevan untuk berbagai sektor bisnis dan dapat menjadi panduan bagi praktisi bisnis yang ingin mengintegrasikan nilai-nilai etika Islam dalam kegiatan mereka. Artikel ini membahas prinsip-prinsip dasar etika bisnis dalam kerangka Islam dan menjelaskan bagaimana prinsip-prinsip ini dapat diterapkan secara praktis dalam kegiatan bisnis sehari-hari. Fokusnya adalah pada pemahaman bagaimana standar etika yang dipraktikkan oleh Nabi Muhammad (saw) dapat diterapkan dalam praktik bisnis kontemporer. Wawasan yang diperoleh dari analisis ini memberikan panduan berharga bagi bisnis yang ingin menyelaraskan operasi mereka dengan nilai-nilai etika Islam. Lebih jauh, artikel ini menyoroti dampak potensial penerapan etika bisnis Islam dalam mencapai kesuksesan dan keberlanjutan jangka panjang. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai etika ke dalam praktik bisnis, perusahaan dapat menciptakan lingkungan yang tidak hanya mematuhi standar hukum tetapi juga menumbuhkan pertimbangan moral dan tanggung jawab sosial. Ajaran Nabi Muhammad (saw) dieksplorasi untuk menjadi panduan etika yang relevan, memastikan bahwa bisnis tidak hanya mengejar keuntungan finansial tetapi juga dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat dan lingkungan. Sebagai kesimpulan, artikel ini berkontribusi pada pemahaman perspektif etika bisnis Islam dan penerapan praktisnya dalam lingkungan bisnis kontemporer. Artikel ini menekankan pentingnya menggabungkan nilai-nilai etika yang diilhami oleh ajaran Islam ke dalam praktik bisnis untuk kesuksesan dan keberlanjutan jangka panjang. Wawasan yang disajikan dalam jurnal ini dapat menjadi sumber daya yang berharga bagi praktisi bisnis yang berusaha menavigasi integrasi nilai-nilai etika Islam ke dalam operasi mereka sehari-hari.

Kata Kunci: *Islam, Etika Bisnis Islam, Penerapan, Pemahaman.*

Abstract

This article examines and analyzes the perspective of business ethics in the context of Islamic theory, aiming to understand and describe the implementation of Islamic business ethics values in business practices. The article also identifies how business practices based on Islamic ethics can contribute to achieving long-term success and sustainability in the business world. Furthermore, this journal attempts to comprehend the fundamental principles of business ethics and explains how these principles can be applied in day-to-day business activities, while identifying how the business ethics practiced by Prophet Muhammad. This discussion is relevant across various business sectors and can serve as a guide for business practitioners seeking to integrate Islamic ethical

values into their activities. The article delves into the basic principles of business ethics within the Islamic framework and elucidates how these principles can be practically applied in everyday business activities. The focus is on understanding how the ethical standards practiced by Prophet Muhammad (PBUH) can be implemented in contemporary business practices. The insights derived from this analysis provide valuable guidance for businesses aiming to align their operations with Islamic ethical values. Furthermore, the article highlights the potential impact of adopting Islamic business ethics on achieving long-term success and sustainability. By integrating ethical values into business practices, companies can create an environment that not only adheres to legal standards but also fosters moral considerations and social responsibility. The teachings of Prophet Muhammad (PBUH) are explored to serve as a relevant ethical guide, ensuring that businesses pursue not only financial gain but also sustainable positive impacts on society and the environment. In conclusion, this article contributes to the understanding of Islamic business ethics perspectives and their practical application in contemporary business settings. It emphasizes the importance of incorporating ethical values inspired by Islamic teachings into business practices for long-term success and sustainability. The insights presented in this journal can serve as a valuable resource for business practitioners seeking to navigate the integration of Islamic ethical values into their day-to-day operations.

Keywords: Islam, Islamic Business Ethics, Implementation, Understanding.

A. PENDAHULUAN

Meskipun bisnis telah memberikan kontribusi positif pada kemajuan ekonomi, sosial, dan budaya, dampak negatif juga dapat muncul sebagai konsekuensi dari kegiatan perusahaan. Dalam berbagai situasi bisnis, terdapat potensi untuk munculnya perilaku pelanggaran etika, mungkin disebabkan oleh keyakinan bahwa seseorang selalu benar dalam berbagai konteks. Untuk mencapai keunggulan bersaing, perusahaan harus fokus pada penyediaan produk atau jasa berkualitas, harga yang bersaing, pengiriman cepat, dan pelayanan pelanggan unggul dibandingkan pesaing (Margaretha, 2004).

Isu etika bisnis muncul ketika ada konflik antara tanggung jawab dan kepentingan, atau dilema dalam memilih antara tindakan yang benar dan salah.

Sebagai contoh, perusahaan biskuit Australia, memilih untuk menarik semua produknya meskipun ada pihak yang memberikan informasi bahwa produk mereka beracun, asalkan dibayar. Arnotts memutuskan untuk menarik seluruh produknya demi keselamatan konsumen, dan hal ini menghasilkan dampak yang signifikan dengan pendapatan perusahaan meningkat tiga kali lipat dalam enam bulan. Dampak dari yang ia lakukan ialah Pendapatan perusahaannya naik tiga kali lipat dalam enam bulan.

Meningkatnya kesadaran untuk menerapkan prinsip syariah Islam dalam aspek ekonomi umat Muslim menandakan perlunya perubahan paradigma dari sistem ekonomi kapitalis ke sistem ekonomi syariah, termasuk dalam konteks bisnis.

A. KAJIAN TEORI

Pengertian Etika Bisnis

Kata “etika” berasal dari bahasa Yunani “*ethos*,” yang mengacu pada “kebiasaan atau karakter” (Siagian, 1996: 3). Etika melibatkan eksplorasi dan implementasi konsep seperti

kebenaran, kesalahan, kebaikan, keburukan, dan tanggung jawab. Istilah "moralitas" berasal dari kata Latin "*mores*," yang merujuk pada "kebiasaan." Moralitas difokuskan pada konsep "benar" dan "salah" dalam tindakan manusia.

Kata "bisnis" berasal dari bahasa Inggris "*business*" yang berkembang dari kata dasar "*busy*," yang merujuk pada kegiatan yang sibuk dalam konteks individu, komunitas, atau masyarakat.

Etika bisnis adalah landasan moral yang mengatur tindakan dan keputusan dalam dunia bisnis. Terdiri dari prinsip, nilai, dan norma, etika bisnis memandu perilaku perusahaan, manajemen, dan individu terlibat dalam aktivitas bisnis.

Etika Bisnis Berdasarkan Perspektif Islam

Pada dasarnya, Islam diperkenalkan sebagai pedoman perilaku moral dan etika bagi manusia, sebagaimana terdokumentasi dalam hadis yang menyatakan, "Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia." Ungkapan yang paling dekat dengan konsep etika dalam Islam adalah akhlak. Dalam Islam, etika, yang disebut akhlak, dianggap sebagai cerminan dari keyakinan Islam, atau iman.

Syed Nawab Haidar Naqvi dalam buku "Etika dan Ilmu Ekonomi: Suatu Sintesis Islami", memaparkan empat aksioma etika ekonomi, yaitu, tauhid, keseimbangan (keadilan), kebebasan dan tanggung jawab. Konsep Tauhid sebagai landasan teologis mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk bisnis.

Dalam konteks ekonomi Islam, implementasi prinsip-prinsip Islam diterapkan dengan pedoman "semua boleh kecuali yang dilarang" untuk masalah ekonomi dan mu'amalah.

Diriwayatkan dari Hakim bin Hizam r.a. dia berkata: Rasulullah saw pernah bersabda: "Penjual dan pembeli memiliki hak khiyar (tetap melanjutkan jual beli atau membatalkannya) selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya berkata benar dan menjelaskan apa adanya maka jual beli mereka diberkahi, tetapi jika keduanya menyembunyikan cacat yang ada dan berkata dusta, maka jual beli mereka tidak diberkahi" (HR. Muttafaq Alaihi).

Pengertian Pemahaman

Pemahaman adalah suatu kemampuan kognitif yang melibatkan proses interpretasi dan penggabungan informasi untuk membentuk suatu pengetahuan yang kohesif dan bermakna. Proses ini seringkali terjadi melalui berbagai medium, seperti membaca buku atau mendengarkan penjelasan dari guru di sekolah.

Pemahaman juga terkait erat dengan pengalaman sehari-hari. Ketika kita mengalami sesuatu secara langsung, misalnya belajar cara mengendarai sepeda, kita memperoleh pemahaman praktis yang tidak hanya bersifat teoretis.

Pengertian Implementasi

Implementasi adalah langkah nyata untuk menjalankan rencana atau kebijakan. Ini melibatkan tindakan konkret seperti pembagian tugas, alokasi sumber daya, dan pelaksanaan aktivitas sesuai jadwal. Implementasi membawa konsep atau ide ke dalam kenyataan bisnis, menjadi langkah penting untuk mencapai tujuan perusahaan di dunia nyata.

Implementasi Etika Bisnis Islam

Implementasi etika bisnis Islam melibatkan penerapan prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis. Islam mengajarkan bahwa keberhasilan dalam bisnis tidak hanya diukur dari segi finansial, tetapi juga dari sejauh mana bisnis tersebut mematuhi prinsip-prinsip etika yang diberikan oleh ajaran agama. Salah satu referensi yang dapat dijadikan pedoman dalam implementasi etika bisnis Islam adalah Quran, kitab suci umat Islam, yang berisi petunjuk moral dan etika yang dapat diaplikasikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis. Hadis atau perkataan dan tindakan Nabi Muhammad juga memberikan panduan praktis dalam mengimplementasikan nilai-nilai etika Islam dalam berbisnis.

B. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2008), penelitian kualitatif adalah suatu bentuk penelitian yang bertujuan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau mengilustrasikan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya, tanpa maksud untuk membuat kesimpulan atau generalisasi yang luas. Penelitian ini melibatkan observasi yang diuraikan secara deskriptif dengan mengandalkan kemampuan analisis peneliti, yang diperkuat oleh kajian teori dari berbagai sumber. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, khususnya Data Sekunder. Data sekunder merujuk pada informasi yang sudah ada dalam bentuk publikasi atau data yang telah tersedia, diterbitkan oleh suatu organisasi atau perusahaan, dan dapat berupa sumber teks.

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan informasi dari data sekunder yang dapat diakses melalui berbagai media seperti situs web perusahaan, majalah, dokumen, dan buku peraturan umum tentang bisnis.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam kajian teori, etika bisnis dalam Islam diperkenalkan sebagai landasan moral yang mengatur tindakan dan keputusan dalam dunia bisnis. Etika bisnis Islam mencakup prinsip-prinsip seperti kesatuan, keseimbangan, kebebasan berkehendak, tanggung jawab, dan kebenaran.

Mengakui Muhammad saw sebagai pedoman dalam etika bisnis menjadi penting. Rasulullah saw adalah teladan dalam berbisnis, tidak hanya mencapai kesuksesan finansial tetapi juga memberikan dampak positif pada masyarakat sekitar. Kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial menjadi inti dari etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Rasulullah saw.

Implementasi etika bisnis Islam melibatkan penerapan prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis. Integritas, keadilan, kejujuran, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan menjadi fokus utama. Etika bisnis Islam bukan hanya tentang mengikuti aturan, tetapi juga menciptakan budaya bisnis yang mempromosikan nilai-nilai Islam dan memberikan dampak positif pada masyarakat. Pedoman dari Quran, Hadis, dan literatur etika bisnis Islam menjadi landasan dalam implementasi nilai-nilai ini.

Prinsip dasar etika bisnis dan pengaplikasiannya terhadap bisnis

Ada lima prinsip dasar dalam etika Islam yang mencakup:

1. Kesatuan (Unity)

Kesatuan ialah manifestasi dari konsep tauhid yang mengintegrasikan semua aspek kehidupan, seperti ekonomi, sosial, politik, dan budaya, menjadi suatu kesatuan yang kohesif, konsisten, dan teratur. Kesatuan ini mencakup dimensi vertikal (hubungan antara manusia dan penciptanya) dan dimensi horizontal (hubungan antara sesama manusia).

2. Keseimbangan

Keseimbangan mencerminkan pentingnya menjaga harmoni dan proporsi dalam segala aspek bisnis. Dalam dunia bisnis, penerapan prinsip-prinsip ini memastikan bahwa entitas tidak hanya mencapai tujuan finansial, tetapi juga menjunjung tinggi nilai-nilai etis dalam setiap tindakan dan keputusan, menciptakan lingkungan bisnis yang seimbang dan berkelanjutan.

3. Kebebasan Berkehendak

Kebebasan di sini mencakup hak untuk memilih dan bertindak sesuai dengan etika atau sebaliknya. Konsep kebebasan dalam Islam menekankan pada kolaborasi daripada persaingan yang berlebihan atau merugikan.

4. Tanggung Jawab

Ialah bentuk pertanggung jawaban untuk segala perbuatan. Menurut Sayid Quthb, prinsip pertanggungjawaban adalah tanggung jawab yang seimbang dalam segala aspeknya, baik antara jiwa dan raga, individu dan masyarakat, orang dan keluarga, maupun antara masyarakat satu dengan yang lain.

5. Kebenaran

Kebenaran di sini mencakup perilaku baik dan jujur. Artinya, kebenaran terkait dengan niat, sikap, dan tindakan yang benar saat melakukan berbagai proses seperti transaksi, perolehan barang, pengembangan produk, dan perolehan keuntungan.

Etika Bisnis yang Diterapkan oleh Rasulullah SAW

Rasulullah saw telah memberikan panduan etika yang sangat relevan dan dapat diterapkan dalam praktik bisnis kita. Ajaran-ajaran tersebut mencakup prinsip-prinsip moral yang melibatkan kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Dalam konteks bisnis, kejujuran di dalam transaksi, perlakuan adil terhadap pelanggan dan mitra bisnis, serta tanggung jawab sosial terhadap masyarakat menjadi landasan yang kuat.

Kejujuran, yang merupakan prasyarat penting dalam dunia bisnis. Rasulullah secara kuat mendorong praktik kejujuran dalam segala kegiatan bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda "Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya," (H.R. Al-Quzwani). Rasulullah sendiri selalu menunjukkan sikap jujur dalam melakukan bisnis. Ditekankan larangan untuk menipu dalam hal takaran, ukuran, dan timbangan yang digunakan.

Dilarang merendahkan bisnis orang lain dengan maksud agar orang-orang membeli dari dirinya. Nabi Muhammad SAW menyampaikan dalam sabdanya, "Janganlah seseorang di antara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkan apa yang dijual oleh orang lain," (H.R. Muttafaq 'alaih).

Dilarang menyimpan barang dalam jumlah besar (ihtikar). Ihtikar merujuk pada tindakan menumpuk dan menyimpan barang untuk jangka waktu tertentu, dengan tujuan agar harga barang tersebut dapat naik dan mendatangkan keuntungan besar. Rasulullah dengan tegas melarang praktik bisnis semacam itu. Dilarang melakukan monopoli. Salah satu kelemahan sistem ekonomi kapitalis adalah memberikan legitimasi pada praktik monopoli dan oligopoli. Barang yang dijual dalam bisnis harus bersifat suci dan halal, bukan barang yang haram seperti daging babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dan sebagainya. Firman Allah, "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan bisnis yang berlaku dengan suka-sama suka di antara kamu," (QS. 4: 29).

D. KESIMPULAN HASIL PENELITIAN

Dalam konteks bisnis, prinsip dasar etika dalam Islam menjadi landasan yang kuat untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil, seimbang, dan berkeadilan. Islam, sebagai *way of life*, mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dunia bisnis. Namun, sayangnya, realitas menunjukkan bahwa masih banyak perusahaan yang belum sepenuhnya menerapkan etika dalam bisnisnya. Bisnis yang menjalankan praktik bisnis yang etis cenderung menciptakan lingkungan yang stabil, memberikan kepercayaan kepada para pemangku kepentingan, dan meningkatkan citra perusahaan. Dalam konteks ini, nilai-nilai Islam dapat memberikan fondasi yang kokoh untuk mencapai tujuan tersebut. Rasulullah saw menjadi teladan utama dalam banyak aspek kehidupan, termasuk dalam berbisnis. Dalam Islam, siapapun yang menginginkan

keselamatan di dunia dan akhirat, diajarkan untuk mengikuti sunah Rasulullah saw. Oleh karena itu, menerapkan etika bisnis dalam Islam bukan hanya sekadar kewajiban moral, tetapi juga merupakan strategi yang cerdas dalam mencapai kesuksesan jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah.,dkk. (2022). *Konsep dan Teori Etika Bisnis*. Purbalingga : Eureka Media Aksara.
- Ciulla, J. B. (2004). *Ethics and leadership effectiveness. Handbook of organizational behavior*, 1(2), 315-330.
- Donaldson, T., & Dunfee, T. W. (1994). *Toward a unified conception of business ethics: Integrative social contracts theory. Academy of Management Review*, 19(2), 252-284.
- Echdar, S., & Maryadi. (2019). *Business Ethics and Entrepreneurship: Etika Bisnis dan Kewirausahaan*.
- Epstein, M. J., & Roy, M. J. (2001).
Sustainability in action: Identifying and measuring the key performance drivers. Long Range Planning, 34(5), 585-604.
- Epstein, M. J., & Roy, M. J. (2001).
Sustainability in action: Identifying and measuring the key performance drivers. Long Range Planning, 34(5), 585-604.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & De Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art. Cambridge University Press*.
- Hotimah, H.(2020). Analisis Penerapan Etika Bisnis dan Nilai Perusahaan PT. AXA Mandiri Financial Services. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sistem Informasi*, Vol 1 : 6.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). *Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. Academy of Management Review*, 22(4), 853-886.
- Halwani Aswida, Diyan Yusri, & Anjur Perkasa Alam. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Pasar Tanjung Pura. *EKSYA : Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 189–208. <https://doi.org/10.56874/eksya.v3i1.743>
- Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam [Business Ethics in Islamic Perspective]. *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9(1), 50–59.
- K. Berten, (2004), *Etika*, Gramedia, Jakarta