

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pemasaran Dalam Etika Bisnis Islam

1. Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari kata *ethos* yang berasal dari bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*custom*) atau karakter (*character*).¹ Etika atau norma merupakan aturan perilaku etika ketika tingkah laku kita diterima masyarakat, dan sebaliknya manakala perilaku kita ditolak oleh masyarakat karena dinilai sebagai perbuatan salah. Sedangkan kata bisnis dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial dalam dunia perdagangan, bidang usaha.²

Etika bisnis adalah aplikasi etika umum yang mengatur perilaku bisnis. Norma moralitas merupakan landasan yang menjadi acuan bisnis dalam perilakunya. Dasar perilakunya tidak hanya hukum – hukum ekonomi dan mekanisme pasar saja yang mendorong perilaku bisnis itu tetapi nilai moral dan etika juga menjadi acuan penting yang harus dijadikan landasan kebijakannya.

Secara Umum Etika bisnis merupakan suatu cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Etika bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta

¹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 4

² Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Ed 3 Cet 1*, Jakarta: Balai Pustaka, 2001, 138

pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham dan masyarakat.

Perusahaan meyakini prinsip bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika, yakni bisnis dengan kinerja unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dengan mentaati kaidah-kaidah etika sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku.

Etika bisnis dapat menjadi standar dan pedoman bagi seluruh karyawan termasuk manajemen dan menjadikannya sebagai pedoman untuk melaksanakan pekerjaan sehari-hari dengan dilandasi moral yang luhur, jujur, transparan dan sikap yang profesional.

Tiga pendekatan dasar dalam merumuskan tingkah laku etika bisnis, yaitu:

- a. *Utilitarian Approach* : setiap tindakan harus didasarkan pada konsekuensinya. Oleh karena itu, dalam bertindak seseorang seharusnya mengikuti cara-cara yang dapat memberi manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat, dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya serendah-rendahnya.
- b. *Individual Rights Approach*: Setiap orang dalam tindakan dan kelakuannya memiliki hak dasar yang harus dihormati. Namun tindakan ataupun tingkah laku tersebut harus dihindari apabila diperkirakan akan menyebabkan terjadi benturan dengan hak orang lain

- c. *Justice Approach*: para pembuat keputusan mempunyai kedudukan yang sama, dan bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara perseorangan ataupun secara kelompok.

2. Hubungan antara Bisnis dengan Etika Islam

Bisnis dalam Al-Qur'an dijelaskan melalui kata *Tijarah*, yang mencakup dua makna, yaitu: pertama, perniagaan secara umum yang mencakup perniagaan antara manusia dengan Allah. Adapun makna kata *Tijarah* yang kedua adalah perniagaan secara khusus, yang berarti perdagangan ataupun jual beli antar manusia.³

Kerangka pemasaran dalam bisnis Islam dapat diartikan sebagai aktivitas yang dilandasi oleh saling ridha dan rahmat antara penjual dan pembeli, dalam sebuah aktivitas di dalam sebuah pasar.⁴

Diakui bahwa sepanjang sejarah kegiatan perdagangan atau bisnis tidak pernah luput dari sorotan etika.⁵ Bagaimanapun perilaku mencerminkan akhlak (etika) seseorang. Atau dengan kata lain, perilaku ber-relasi dengan etika. Apabila seseorang taat pada etika, berkecenderungan akan menghasilkan perilaku yang baik dalam setiap aktifitasnya atau tindakannya, tanpa kecuali dalam aktifitas bisnis.⁶

Jika perilaku kita diterima dan menguntungkan bagi banyak pihak maka hal itu dinilai sebagai perilaku etis karena mendatangkan manfaat positif dan keuntungan bagi semua pihak. Sebaliknya manakala perilaku kita

³ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, 50

⁴ Muhammad & Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen dalam Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), 76-77

⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, 58

⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam cet 1*, (Malang: uin Malang, 2007), 20

merugikan banyak pihak, maka pasti akan ditolak karena merugikan masyarakat, dan karena itu perilaku ini dinilai sebagai tidak etis dilakukan. Oleh karenanya aturan etika merupakan pedoman bagi perilaku moral di dalam masyarakat. Berikut ini adalah pentingnya etika dalam berbisnis:

1. Tugas utama etika bisnis di pusatkan pada upaya mencari cara untuk menyelaraskan kepentingan strategis suatu bisnis atau perusahaan dengan tuntunan moralitas. Tetapi penyelarasan disini bukan berarti hanya mencari posisi saling menguntungkan antara kedua tuntunan tersebut, melainkan merekonstruksi pemahaman tentang bisnis sebagai media usaha atau perusahaan yang bersifat etis. Etis dalam pengertian sesuai dengan nilai-nilai bisnis dan terhindar dari nilai kebathilan, kerusakan dan kedzaliman.
2. Etika bisnis bertugas melakukan perubahan kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan suatu pemahaman atau cara pandang baru yakni bahwa bisnis tidak terpisah dari etika.⁷

Menurut Qardawi, antara ekonomi (bisnis) dan akhlak (etika) tidak pernah terpisah sama sekali, dan antara perang dan akhlak. Akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan islami, karena risalah islam adalah risalah akhlak. Sebagaimana pula tidak pernah terpisah antara agama dan negara, dan antara materi dan ruhani. Seorang muslim yakin akan kesatuan kemanusiaan.

⁷ Ibid, 60 - 61

Sebab itu tidak bisa diterima sama sekali tindakan pemisahan antara kehidupan dunia dan agama sebagaimana yang terjadi di eropa.⁸

Rasulullah SAW telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktifitas ekonomi umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridha, Allah SWT berfirman dalam QS An-Nisaa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Artinya: “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.”

Berikut adalah beberapa prinsip – prinsip etika bisnis dalam Islam:⁹

1. Jujur dalam takaran, hal ini sangat penting untuk diperhatikan karena

Allah SWT berfirman dalam QS Al – Mutafifin ayat 1 – 3 yang berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ١
الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ٢
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ٣

⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam cet 1*, 21

⁹ Ibid, 24 - 31

Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”

2. Tidak menyembunyikan mutu yang jelek, hal ini sama dengan berbuat curang dan berbohong. Sikap semacam ini antara lain yang menghilangkan sumber keberkahan, karena merugikan atau menipu orang lain yang mana di dalamnya terjadi eksploitasi hak – hak yang tidak dibenarkan dalam ajaran Islam.
3. Dilarang menggunakan sumpah, dalam Islam perbuatan semacam itu tidak dibenarkan karena juga akan menghilangkan keberkahan.
4. Longgar dan melayani dengan murah hati, dengan sikap ini seorang penjual akan mendapat berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli.
5. Membangun hubungan baik (*interrelationships*) antar kolega
6. Menetapkan harga dengan transparan, harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Artinya penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli, terlepas apakah ia sebagai konsumen tetap maupun bebas (*insidental*).
7. Pemuasan, hanya dengan kesepakatan bersama dengan suatu usulan dan penerimaan penjualan itu akan sempurna. Allah SWT berfirman dalam QS An-Nisa' ayat 29 seperti yang telah dijelaskan diatas.

Aktifitas pemasaran harus didasari pada etika dalam bauran pemasarannya. Sehubungan dengan ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Etika pemasaran dalam konteks produk

1. Produk halal dan *thoyyib*
2. Produk yang berguna dan dibutuhkan
3. Produk yang berpotensi ekonomi atau *benefit*
4. Produk yang bernilai tambah yang tinggi
5. Produk yang dapat memuaskan masyarakat

Etika pemasaran dalam konteks produk juga diatur dalam surah al-ahzab ayat 70-71 yang berbunyi sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۖ
يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ
وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ۗ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. dan Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa dalam menciptakan produk itu harus diikuti dengan nilai kejujuran yang disyari’atkan dalam Islam, misalnya saja harus menciptakan produk yang halal, penulisan manfaat dan khasiat produk dalam kemasan dan lain sebagainya.

b. Etika pemasaran dalam konteks harga

1. Beban biaya produksi yang wajar
2. Sebagai alat kompetisi yang sehat

3. Tidak merusak harga pasar/merugikan pedagang lain
 4. Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat
 5. Margin perusahaan yang layak
 6. Sebagai alat daya tarik bagi konsumen
- c. Etika pemasaran dalam konteks distribusi
1. Kecepatan dan ketepatan waktu
 2. Keamanan dan kebutuhan barang
 3. Sarana kompetisi memberikan pelayanan kepada masyarakat
 4. Konsumen mendapat pelayanan kepada masyarakat
- d. Etika pemasaran dalam konteks promosi
1. Sarana memperkenalkan barang
 2. Informasi kegunaan dan kualitas barang
 3. Sarana daya tarik barang terhadap konsumen
 4. Informasi fakta yang ditopang kejujuran.¹⁰

Dalam Islam aktivitas perdagangan merupakan salah satu dari aspek kehidupan yang bersifat horizontal, maksudnya menurut fikih Islam aktivitas perdagangan itu dikelompokkan ke dalam masalah mu'amalah, yakni masalah-masalah yang berkenaan dengan hubungan antarmanusia dalam kehidupan bermasyarakat.

Dalam perspektif Islam perdagangan memiliki dua dimensi, yakni dimensi duniawi dan dimensi ukhrawi. Perdagangan yang dijalankan berlandaskan nilai-nilai Islam dalam penelaahan ini dipahami sebagai yang

¹⁰ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada media, 2013), 6-7

berdimensi ukhrawi, dan demikian sebaliknya berdimensi duniawi apabila suatu aktivitas perdagangan terlepas dari nilai-nilai Islam yang dimaksud.¹¹

¹¹ Jusmaliani, dkk , *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 8