

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Pedagang

Menurut bahasa, perilaku berarti kelakuan, perbuatan, sikap, tingkah, dan pedagang adalah seseorang yang menjual, mengganti, dan menukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Pengertian perilaku pedagang tersusun dari dua kata, yaitu kata *perilaku* dan *pedagang*. Perilaku adalah suatu sifat yang ada dalam diri manusia. Perilaku manusia sederhananya di dorong oleh motif tertentu.¹ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan.² Para ahli memiliki pandangan masing-masing tentang pengertian perilaku ini, berikut daftar pengertian menurut para ahli di bidangnya :

1. Menurut Ensiklopedi Amerika, perilaku diartikan sebagai suatu aksi dan reaksi organisme terhadap lingkungannya, hal ini berarti bahwa perilaku baru akan terwujud bila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan tanggapan yang disebut rangsangan, dengan demikian maka suatu rangsangan tertentu akan menghasilkan perilaku tertentu pula.

¹ Albara, "Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi," *Academia*, Vol. 5, No.2, (2016), 247.

² *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta : Balai Pustaka, 2001), 671.

2. Menurut Heri Purwanto, perilaku adalah pandangan-pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap objek tersebut.
3. Menurut Chief, Bogardus, Lapiere, Mead dan Gordon Allport, menurut kelompok pemikiran ini sikap merupakan semacam kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek dengan cara-cara tertentu. Dapat dikatakan bahwa kesiapan yang dimaksudkan merupakan kecendrungan yang potensial untuk bereaksi dengan cara tertentu apabila individu dihadapkan pada suatu stimulus yang menghendaki adanya respon.
4. Menurut Louis Thurstone, Rensis Likert dan Charles Osgood, menurut mereka perilaku adalah suatu bentuk Oevaluasi atau reaksi perasaan. Berarti sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak (favorable) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (unfavorable) pada objek tersebut.³
5. Skinner seorang ahli psikologi, merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap rangsangan dari luar. Skinner membedakan perilaku tersebut menjadi dua jenis proses yang diantaranya ialah *Respondent Respon* atau *Reflexive*, yakni respon yang ditimbulkan oleh rangsangan-rangsangan (stimulus) tertentu. Stimulus semacam ini disebut *electing stimulator* karena menimbulkan respon-respon yang relatif tetap. Sedangkan proses yang kedua ialah

³ Info seputar skripsi, *Konsep Perilaku: Pengertian Perilaku, Bentuk Perilaku dan Domain Perilaku*, <http://www.infoskripsi.com/Free-Resource/Konsep-Perilaku-Pengertian-Perilaku-Bentuk-dan-Domain-Perilaku.html> diakses 01 Maret 2018.

Operant Respon atau *Instrumental Respon*, yakni respon yang timbul dan berkembang kemudian diikuti oleh stimulus atau perangsang tertentu. Perangsang ini disebut *reinforcing stimulus* atau *reinforce* karena dapat memperkuat respon.⁴

Sedangkan pengertian perdagangan atau jual beli secara bahasa (*lughatan*) berasal dari bahasa Arab *al-bai'*, *al-tijarah*, *al-mubadalah* artinya mengambil, memberikan sesuatu atau barter. Secara istilah (syariah) ulama fikih dan pakar mendefinisikan secara berbeda-beda bergantung pada sudut pandangnya masing-masing.⁵

Menurut beberapa ahli diantaranya Ibnu Qadamah menyatakan bahwa perdagangan adalah pertukaran harta dengan harta untuk menjadikan miliknya. Nawawi menyatakan bahwa jual beli pemilikan harta benda dengan cara tukar-menukar yang sesuai dengan ketentuan syariah. Pendapat lain dikemukakan oleh Al-Hasani, ia mengemukakan pendapat Mazhab Hanafiyah, jual beli adalah pertukaran harta (*mal*) dengan harta melalui sistem yang menggunakan cara tertentu. Sistem pertukaran harta dengan harta dalam konteks harta yang memiliki manfaat serta terdapat kecenderungan manusia untuk menggunakannya. Yang dimaksud dengan cara tertentu adalah menggunakan ungkapan (*sighah ijab qabul*).⁶

Pedagang adalah bagian dari bisnis yang berjalan sebagai penengah (distribusi) suatu barang yang dihasilkan dari sector ekonomi, yaitu sektor

⁴ Anies, *Waspada Ancaman Penyakit Tidak Menular Solusi Pencegahan Dari Aspek Perilaku & Lingkungan* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), 11-12.

⁵ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 75.

⁶ *Ibid.*, 75.

pertanian, sektor industri dan sektor jasa yang dibutuhkan dan diperlukan oleh manusia atau masyarakat untuk dapat dimanfaatkan oleh konsumen. Secara logis dengan adanya kegiatan ini akan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.⁷

Perdagangan atau pertukaran dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai proses transaksi yang didasarkan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak. Perdagangan seperti ini dapat mendatangkan keuntungan kepada kedua belah pihak, atau dengan kata lain perdagangan meningkatkan *utility* (keuntungan) bagi pihak-pihak yang terlibat.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dagang merupakan pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan.⁸ Dari beberapa definisi di atas, dapat dipahami bahwa yang dimaksud perilaku pedagang adalah suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar. Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap orang pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang.⁹

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang¹⁰

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang, yang diantaranya ialah:

⁷ Gufron, *Fiqh Mumalah Konseptual*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000), 119.

⁸ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar.*, 179.

⁹ Albara, *Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi*, 247.

¹⁰ YI Falucky, *Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang*, <http://www.repo.iain-tulungagung.ac.id>, Diakses tanggal 4 Juli 2018.

a. Takaran Timbangan

Takaran adalah ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan dan tidak boleh ditambah atau dikurangi. Menyempurnakan takaran dan timbangan merupakan ketentuan yang wajib dipatuhi oleh setiap individu.¹¹

b. Kualitas barang/produk

Kualitas barang/produk yaitu tingkat baik buruknya atau taraf dari suatu produk. Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang jika ingin barang yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.¹²

c. Pelayanan

Pelayanan yaitu menolong dengan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Melayani pembeli secara baik adalah sebuah keharusan agar pelanggan merasa puas. Seorang penjual perlu mendengarkan perasaan pembeli. Biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan saksama. Jangan sekali-kali menginterupsi pembicaraannya.¹³

¹¹ Sophar Simanjuntak Ompu Manuturi, *Fuklor Batak Toba* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2015), 23.

¹² Nirma Kurriawati, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen", *Jurnal* (2015), 48.

¹³ Jenu Widjadja Tandjung, *Spiritual Selling How To Get And Keep Your Customers* (Jakarta : Elex Media Komputindo, 2008), 45.

d. Pembukuan Transaksi

Pembukuan adalah suatu proses pencatatan yang dilakukan secara teratur untuk mengumpulkan data dan informasi keuangan yang meliputi harta, kewajiban, modal, penghasilan dan biaya, serta jumlah harga perolehan dan penyerahan barang atau jasa, yang ditutup dengan laporan keuangan atau neraca dan laporan laba maupun rugi. Sebagai pedagang diharuskan untuk mencatat setiap transaksi yang dilakukan.¹⁴

Sejumlah pedoman umum menuntun kode etik Islam dalam hubungannya dengan kehidupan sehari-hari maupun dalam bisnis. Kaum muslim dituntut untuk bertindak secara Islami dalam bisnis mereka karena Allah SWT akan menjadi saksi dalam setiap transaksi yang mereka lakukan. Islam telah mengajarkan prinsip-prinsip perdagangan yang terkandung dalam Al-Qur'an sebagai berikut :

1. Setiap perdagangan harus didasari sikap ridha diantara dua pihak
2. Penegakan prinsip keadilan, baik dalam takaran, timbangan, ukuran mata uang, dan pembagian dalam keuntungan
3. Prinsip larangan riba
4. Kasih sayang, tolong-menolong, dan persaudaraan universal
5. Dalam kegiatan perdagangan tidak melakukan investasi pada usaha yang haram, seperti usaha-usaha yang merusak mental, misalnya narkoba.¹⁵

¹⁴ Waluyo, *Akuntansi Pajak* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 5.

¹⁵ Mustafa Edwin Nasution, dkk., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), 173.

Pada era globalisasi dan perdagangan bebas dewasa ini, sebagai dampak kemajuan teknologi dan informasi, memberdayakan konsumen semakin penting. Untuk itu dibuatlah Undang-undang Republik Indonesia Nomor: 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Dalam hal perlindungan konsumen ada beberapa hak konsumen yang terdapat pada pasal 4 yakni yang menjadi kewajiban seorang pedagang, yaitu:¹⁶

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi jaminan barang dan jasa.
4. Hak untuk didengarkan pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan secara patut.
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan penggantian apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

¹⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press, 2007), 112.

9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

Dengan diterbitkannya undang-undang tersebut maka diharapkan kepada para pedagang untuk melakukan perilaku yang baik dan meningkatkan pelayanan sehingga pembeli atau konsumen tidak merasa dirugikan. Apa yang tertuang dalam undang-undang tersebut juga sebenarnya sama dengan ajakan etika Islam. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Yang terpenting dalam hal ini adalah bagaimana sikap pedagang agar memberikan hak konsumen atau seorang pembeli yang seyogianya pantas diperoleh. Di samping juga agar konsumen atau pembeli juga menyadari apa yang menjadi kewajibannya. Di sini dimaksudkan agar kedua belah pihak saling memperhatikan hak dan kewajibannya masing-masing. Apa yang menjadi hak konsumen atau pembeli merupakan kewajiban seorang pedagang. Sebaliknya apa yang menjadi kewajiban konsumen atau pembeli merupakan hak-hak bagi pedagang. Dengan saling menghormati apa yang menjadi hak maupun kewajiban masing-masing, maka akan terjadilah keseimbangan sebagaimana yang diajarkan oleh Islam. Dengan hal tersebut maka akan menyadarkan kepada setiap pelaku bisnis agar segala aktivitasnya tidak hanya mementingkan dirinya sendiri, namun juga harus memperhatikan kepentingan orang lain juga.

B. Pasar

1. Pengertian Pasar

Secara sederhana pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu. Di dalam pasar terdapat penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk, baik barang maupun jasa.¹⁷ Pasar dapat pula diartikan sebagai suatu kelompok orang-orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar-menawar (dan melakukan tempat bagi penawaran dan permintaan) sehingga dengan demikian terbentuk harga. Pengertian pertama biasanya disebut dengan pengertian konkret, sedangkan pengertian yang kedua disebut sebagai pengertian yang abstrak. Kedua pengertian diatas masih dianggap sempit dan kurang lengkap, sehingga William J. Stonton mengemukakan pengertian yang lain tentang pasar ini, yakni: Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi dalam pengertian tersebut terdapat tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar:

- a. Orang dengan segala keinginan
- b. Daya beli mereka
- c. Tingkah laku dalam pembelian mereka

Meskipun seseorang mempunyai keinginan untuk membeli suatu barang, tetapi tanpa ditunjang oleh daya beli dan kemauan untuk membelanjakan uangnya,

¹⁷ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2013),169 .

maka orang tersebut bukan bagian dari pasar. Sebaliknya seseorang mempunyai kemampuan tetapi ia tidak ingin membeli suatu barang ia bukan merupakan pasar bagi penjualan barang tersebut.¹⁸

2. Macam-Macam Pasar

a. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah tempat yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan permukiman agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Sedangkan untuk ciri-ciri pasar tradisional sebagai berikut:

- 1) Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
- 2) Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar

menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar.

¹⁸ M.Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2014), 25.

Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.

- 3) Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.
- 4) Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai meng import hingga keluar pulau atau Negara.

b. Pasar Modern

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan makanan seperti; buah, sayuran,

daging. Sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Ciri-ciri pasar modern adalah :¹⁹

- 1) Tidak terikat pada tempat tertentu, bisa dimana saja (contoh : by online).
- 2) Alat pembayaran bisa non tunai (transfer).
- 3) Penjual dan pembeli tidak harus bertemu langsung.
- 4) Pada situasi tertentu seperti di supermarket tidak bisa menawar,
- 5) Harga sudah tertera dan diberi barcode.
- 6) Barang yang dijual beranekaragam dan umumnya tahan lama.
- 7) Berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan sendiri (swalayan).
- 8) Ruang ber-AC dan nyaman tidak terkena terik panas matahari.
- 9) Tempat bersih.
- 10) Tata tempat sangat diperhatikan untuk mempermudah dalam pencarian barang.
- 11) Pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke cashir dan tidak ada tawar menawar lagi.

¹⁹ Nel Arianty, Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 13 no. 01 April 2013 ISSN 1693-7619, 18.

C. Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai ‘daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Selain itu, etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis.²⁰

Pelaksanaan etika bisnis ada beberapa prinsip yang harus dianut oleh pelaku bisnis. Sesuai dengan norma dan kecenderungan alamiah tentang kodrat manusia yang mempunyai watak kreatif dan keinginan untuk berkembang sebagai makhluk sosial maka prinsip-prinsip ini dapat dirinci dengan kategori sebagaimana yang akan dijelaskan dibawah ini :

1. Prinsip Otonomi

Prinsip bisnis yang menjalankan kegiatan bisnis dengan paradigma yang ada di masyarakat tersedia berbagai pilihan penggunaan sumber daya dalam rangka mencapai tujuan yang ingin dicapai pelaku bisnis. Keputusan yang diambil pelaku bisnis dalam memanfaatkan sumber daya ini bebas untuk memilih. Keputusan secara otonomi ini terkait dengan kebebasan orang lain yang terlibat baik secara langsung maupun tidak.

²⁰ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), 15-16.

2. Kejujuran

Prinsip etika atas sikap kejujuran yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis merupakan prinsip penting. Bahkan merupakan modal utama bagi pelaku bisnis apabila menginginkan bisnisnya mendapat kepercayaan dari patner dan masyarakat.

3. Niat Baik

Awal didirikan bisnis maka bisnis sudah harus memiliki niat baik pelaku bisnisnya dan tidak memiliki niat jahat pada siapapun. Niat dari suatu tujuan terlihat pada cukup transparannya misi, isi dan tujuan yang ingin dicapai.

4. Adil

Prinsip ini merupakan prinsip yang cukup sentral bagi kegiatan bisnis. Hamper semua kegiatan bisnis bermuara pada tuntutan untuk bersikap adil terhadap semua pihak yang terlihat. Ketidak adilan merupakan sumber kegagalan yang akan dialami oleh pelaku bisnis.²¹

5. Hormat pada diri sendiri

Prinsip hormat pada diri sendiri adalah cermin penghargaan yang positif pada diri sendiri. Sebuah upaya dalam perilaku bagaimana penghargaan diri sendiri itu diperoleh.²²

Rasululah Saw, sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis, Ciri-ciri Rasulullah Saw berbisnis diantaranya adalah: ²³

²¹ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: AMP YKPN, 2004), 38.

²² Muslich, *Etika Bisnis Islam Landasan Filosofis, Normatif dan Substansi Implementasi* (Yogyakarta: Ekonisia Kampus Universitas Ekonomi UII, 2004), 18.

- a. Bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda: “Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya” (H.R. Al-Quzwani). “Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami” (H.R. Muslim). Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.
- b. Kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta'awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis, bukan mencari untung material semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.
- c. Tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad saw sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis. Dalam sebuah hadis riwayat Bukhari, Nabi bersabda, “Dengan melakukan sumpah palsu, barang-barang memang

²³ Fitri Amalia, “Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil”, Jurnal Ekonomi, (2009), 112-124.

terjual, tetapi hasilnya tidak berkah”. Dalam hadis riwayat Abu Zar, Rasulullah saw mengancam dengan azab yang pedih bagi orang yang bersumpah palsu dalam bisnis, dan Allah tidak akan memperdulikannya nanti di hari kiamat (H.R. Muslim). Praktek sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau pemasaran. Namun, harus disadari, bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah.

d. Ramah-tamah. Seorang pelaku bisnis, harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis. Nabi Muhammad Saw mengatakan, “Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis” (H.R. Bukhari dan Tarmizi).

e. Tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut. Sabda Nabi Muhammad, “Janganlah kalian melakukan bisnis najsyah (seorang pembeli tertentu, berkolusi dengan penjual untuk menaikkan harga, bukan dengan niat untuk membeli, tetapi agar menarik orang lain untuk membeli).

f. Tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya. Nabi Muhammad Saw bersabda, “Janganlah seseorang di antara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkkan apa yang dijual oleh orang lain” (H.R. Muttafaq ‘alaih).

g. Tidak melakukan ihtikar. Ihtikar ialah (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat

menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh). Rasulullah melarang keras perilaku bisnis semacam itu.

- h. Takaran, ukuran dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan. Firman Allah: “Celakalah bagi orang yang curang, yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi” (QS. 83: 112).
- i. Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah. Firman Allah, “Orang yang tidak dilalaikan oleh bisnis lantaran mengingat Allah, dan dari mendirikan shalat dan membayar zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang hari itu, hati dan penglihatan menjadi goncang”.
- j. Membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Nabi Muhammad Saw bersabda, “Berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya”. Hadist ini mengindikasikan bahwa pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan kerja yang dilakukan.
- k. Tidak monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara dan tanah dan kandungan isinya seperti barang tambang dan

mineral. Individu tersebut mengeruk keuntungan secara pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain. Ini dilarang dalam Islam.

- l. Tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (mudharat) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial. Misalnya, larangan melakukan bisnis senjata di saat terjadi chaos (kekacauan) politik. Tidak boleh menjual barang halal, seperti anggur kepada produsen minuman keras, karena ia diduga keras, mengolahnya menjadi miras. Semua bentuk bisnis tersebut dilarang Islam karena dapat merusak esensi hubungan sosial yang justru harus dijaga dan diperhatikan secara cermat.
- m. Komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dan sebagainya. Nabi Muhammad Saw bersabda, “Sesungguhnya Allah mengharamkan bisnis miras, bangkai, babi dan “patung-patung” (H.R. Jabir).
- n. Bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan. 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).
- o. Segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya. Rasulullah memuji seorang muslim yang memiliki perhatian serius dalam pelunasan hutangnya. Sabda Nabi Saw, “Sebaik-baik kamu, adalah orang yang paling segera membayar hutangnya” (H.R. Hakim).

- p. Memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar. Sabda Nabi Saw, “Barang siapa yang menanggukkan orang yang kesulitan membayar hutang atau membebaskannya, Allah akan memberinya naungan di bawah naunganNya pada hari yang tak ada naungan kecuali naungan-Nya” (H.R. Muslim).
- q. Bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba. Firman Allah, “Hai orang-orang yang beriman, tinggalkanlah sisa-sisa riba jika kamu beriman (QS. al-Baqarah: 278) Pelaku dan pemakan riba dinilai Allah sebagai orang yang kesetanan (QS. 2: 275). Oleh karena itu Allah dan Rasulnya mengumumkan perang terhadap riba.

D. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian etika bisnis Islam

Kata etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan oleh seorang individu. Pengertian secara terminologi kata etika berasal dari bahasa Yunani “*ethos*”. Artinya: “*custom*” atau kebiasaan yang berkaitan dengan tindakan atau tingkah laku manusia. Pada dasarnya, etika sangat berpengaruh terhadap para pelaku bisnis terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya.²⁴

Ada beberapa konsep dasar yang berhubungan dengan etika. Masing-masing konsep tersebut memiliki arti yang berbeda yaitu:²⁵

²⁴ A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an* (Jakarta: Amzah, 2010), 47.

²⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: YKPN, 2002), 37.

- a. Etika adalah norma manusia harus berjalan, bersikap sesuai nilai atau norma yang ada.
- b. Moral merupakan aturan dan nilai kemanusiaan seperti sikap, perilaku dan nilai.
- c. Etiket adalah tata krama atau sopan santun yang dianut oleh suatu masyarakat dalam kehidupannya.
- d. Nilai adalah penetapan harga sesuatu sehingga sesuatu itu memiliki nilai ukur yang terukur.

Kata bisnis berasal dari bahasa Inggris “*bussines*”, yang mengandung sejumlah arti diantaranya: *commercial activity involving the exchange of money for goods or services* (usaha komersial yang menyangkut soal penukaran uang bagi produsen dan distributor (*goods*) atau bidang jasa (*services*)).²⁶ Dalam terminologi bahasa, bisnis merupakan aktivitas berupa jasa, perdagangan, dan industri guna memaksimalkan nilai keuntungan.²⁷ Sedangkan menurut Skinner bisnis merupakan pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.²⁸

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.²⁹

²⁶ Kadir, *Hukum Bisnis.*, 17.

²⁷ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP APM YKPN, 2003), 03.

²⁸ Yusanto dan Wijaya Kusuma, *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 40.

²⁹ Muslich, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: EKONISIA, 2004), 9.

Titik sentral etika Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap kemahakuasaan Tuhan. Hanya saja kebebasan manusia itu tidaklah mutlak, dalam arti kebebasan yang terbatas. Jika sekiranya manusia memiliki kebebasan mutlak, maka berarti ia menyaingi kemahakuasaan Tuhan selaku Pencipta (Khalik) semua makhluk, tanpa kecuali adalah manusia itu sendiri. Dengan demikian hal ini tidaklah mungkin (mustahil). Dalam skema Etika Islam, manusia adalah pusat ciptaan Tuhan.³⁰

2. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam diantaranya adalah:

- a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.
- c. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus

³⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press. 2007), 10.

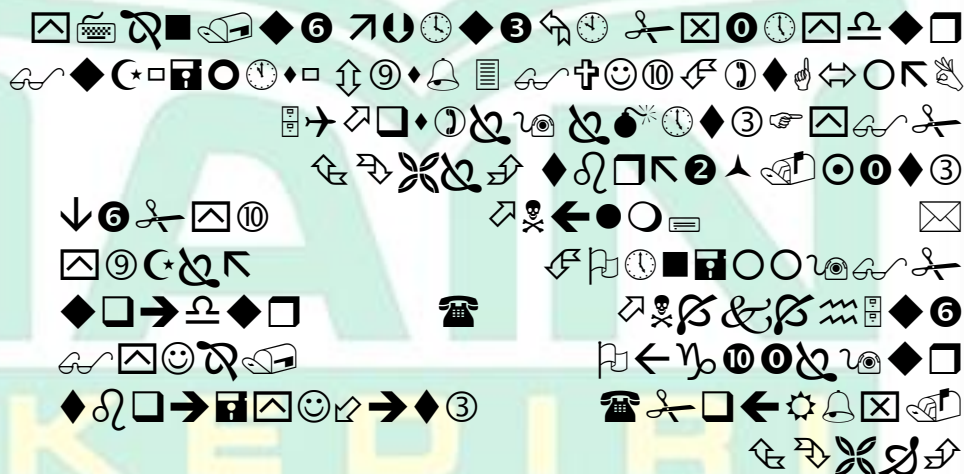
benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan sunnah.³¹

3. Landasan Normatif Etika Bisnis Islam

Landasan normatif dalam etika bisnis islam sudah pasti bersumber dari ajaran Islam yaitu Al-Qur'an dan Sunah Nabi Muhammad Saw. Sesungguhnya Al-Qur'an telah banyak memberikan acuan bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan atau mengelola bisnis secara Islami. Landasan normatif etika bisnis Islam setidaknya mengandung empat elemen landasan di dalam sistem etika.

a. Landasan Tauhid

Landasa tauhid merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai fondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya.³² Seperti yang dinyatakan oleh firman Allah di dalam Al-Qur'an pada surat Al An'am ayat 126 dan 127 sebagai berikut :



³¹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), 76.

³² Muslich, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: EKONISIA, 2004), 30.

(126) Dan inilah jalan Tuhanmu; (jalan) yang lurus. Sesungguhnya Kami telah menjelaskan ayat-ayat (Kami) kepada orang-orang yang mengambil pelajaran. (127) Bagi mereka (disediakan) darussalam (surga) pada sisi Tuhannya dan Dialah Pelindung mereka disebabkan amal-amal saleh yang selalu mereka kerjakan.³³

Prinsip tauhid akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan selalu merasa direkam segalam aktivitas berekonomi. Bukankah Tuhan itu mempunyai sifat *Raqib* (Maha Mengawasi) atas seluruh gerak langkah aktivitas kehidupan makhluk ciptaan-Nya.

Hal ini akan semakin kuat dan mantap jika dimotivasi oleh perasaan tauhid kepada Tuhan Yang Esa, sehingga dalam melakukan segala aktivitas bisnis tidak akan mudah menyimpang dari segala ketentuan-Nya. Ini berarti, konsep keesaan akan memiliki pengaruh yang paling mendalam terhadap diri seorang muslim.³⁴

b. Landasan Keseimbangan

Ajaran Islam memang berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain (masyarakat) dan dengan lingkungan.³⁵ Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan

³³ QS. Al-An'am, (6):126-127.

³⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UN-Malang Press, 2007), 12-13

³⁵ Muslich, *Etika Bisnis Islami*, 37.

dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.³⁶ Sebagaimana difirmankan Allah Swt :



³⁶ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, 55.

³⁷ QS. Al-Qomar, (54):49.

³⁸ Rafik Issa Beckun, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 36.

kebebasan berkreasi, melakukan transaksi dan melakukan bisnis atau investasi.³⁹

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah SWT menurunkanya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berifikir dan membuat keputusan untuk memilih apapun jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain dialam semesta , ia dapat memilih perilaku etis ataupun tidak etis yang akan ia jalankan.⁴⁰ Dalam pandangan Islam, manusi dianugerahi potensi untuk berkehendak dan memilih diantara pilihan-pilihan yang beragam, kendati kebebasan itu tidak terbatas sebagaimana kebebasan yang dimiliki Tuhan. Dengan kehendak bebasnya yang relative, manusia bisa saja menjatuhkan pilihan pada yang benar, dan pada saat yang lain pilihan yang salah. Hanya saja dalam Islam, anugerah Tuhan bergantung pada pilihan awal manusia terhadap yang benar. Inilah dasar etika yang sangat dijunjung tinggi dalam Islam.⁴¹

d. Landasan Pertanggungjawaban

Segala kebebasan dalam melakukan segala aktivitas bisnis oleh manusia, maka manusia tidal lepas dari pertanggung jawaban yang

³⁹ Muslich, *Etika Bisnis Islami*, 41.

⁴⁰ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, 56.

⁴¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Islam*, 15-16.

“Kepunyaan Allah-lah kerajaan langit dan bumi, dan Allah Maha Perkasa atas segala sesuatu”. (QS. Ali-Imron: 189).⁴⁶

Manusia hanya diberi hak kepemilikan terbatas, yaitu sebagai pihak yang diberi wewenang untuk memanfaatkan, dan inti dari kewenangan tersebut adalah tugas (*taklif*) untuk menjadi seorang khalifah yang beribadah di muka bumi ini. Inilah moral yang paling mendasari setiap bentukan etika seorang muslim dalam memberikan apresiasi terhadap kepemilikan dan kekayaannya.

Kejelasan konsep kepemilikan sangat berpengaruh terhadap konsep pemanfaatan harta milik, yakni sesungguhnya siapa yang berhak mengelola dan memanfaatkan harta tersebut. Pemanfaatan harta dibagi menjadi dua, yaitu:⁴⁷

1) Pengembangan harta

Pengembangan harta adalah upaya-upaya yang berhubungan dengan cara dan sarana yang dapat menumbuhkan pertambahan harta.

2) Infak harta

Infak harta adalah pemanfaatan harta dengan atau tanpa kompensasi atau perolehan balik. Islam mendorong umatnya

⁴⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya.*, 75.

⁴⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press, 2007), 102-103.

untuk menginfakkan hartanya untuk kepentingan umat yang lain, terutama pihak yang membutuhkan.

b. Konsep distribusi kekayaan

Kebutuhan didalam Islam memang menjadi alasan untuk mencapai yang minimum, namun demikian kecukupan dalam standar hidup yang baik (nisab) adalah hal yang paling mendasari dalam distribusi kekayaan, setelah itu baru dikaitkan dengan kerja dan kepemilikan pribadi. Setiap umat harus mampu mencapai yang minimum dulu, bahkan diupayakan agar dapat mencapai standar hidup yang sudah bisa dikatakan baik. Standar kecukupan ini diasumsikan oleh para ulama sebagai titik pembeda dengan kekurangan (*limit of pittance*). Dan Islam mengenal batasan tersebut merupakan hak orang yang harus disediakan oleh otoritas sosial dari negaranya. Ini artinya kewajiban menysihkan harta bagi yang berkecukupan untuk mereka yang kekurangan adalah merupakan kompensasi atas kekayaan mereka. Dan untuk hal ini, otoritas negara punya kewenangan untuk pengeloannya.

Islam telah menetapkan sistem distribusi kekayaan di antara manusia dengan cara transfer dan subsidi.⁴⁸ Untuk menjamin keseimbangan ekonomi bagi pihak yang tidak mampu, Islam menjamin kebutuhan mereka dengan berbagai cara sebagai berikut:⁴⁹

- 1) Wajibnya muzakki membayar zakat yang diberikan kepada mustahik.

⁴⁸ Ibid., 103.

⁴⁹ Ibid., 103.

- 2) Setiap warga negara berhak memanfaatkan pemilikan umum. Negara boleh mengolah dan mendistribusikannya secara cuma-cuma atau dengan harga murah.
- 3) Pembagian harta seperti tanah, barang dan uang sebagai modal kepada yang memerlukan.
- 4) Pemberian harta waris kepada ahli waris.
- 5) Larangan menimbun emas dan perak, walaupun dikeluarkan zakatnya.

Pada umumnya perintah etis yang berkaitan dengan kepemilikan dalam Islam, antara lain:⁵⁰

- 1) Memanfaatkan harta sebanyak-banyaknya tanpa memberi pengaruh yang merugikan kepentingan masyarakat.
- 2) Membayar zakat.
- 3) Membelanjakan harta benda di jalan Allah SWT.
- 4) Tidak mengambil bunga.
- 5) Menghindari kecurangan dalam urusan bisnis, penimbunan atau monopoli.

c. Konsep kerja dan bisnis

Paradigma yang dikembangkan dalam konsep kerja dan bisnis Islam mengarah kepada pengertian kebaikan (*thoyib*) yang meliputi materinya itu sendiri, cara perolehannya dan cara pemanfaatannya. Atau dengan kata lain bahwa bekerja untuk mendapatkan yang halal adalah kewajiban

⁵⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press, 2007), 104

agama yang kedua setelah kewajiban pokok dari agama, seperti shalat, zakat, puasa, dan haji. Selain itu menurut Khalid Baig terdapat tiga pesan penting yakni:⁵¹

Pertama, permasalahan dikotomi antara dunia materi dan spiritual. Karena pada kebanyakan kasus sering kali terlihat bahwa antara keduanya mengarah pada tujuan yang bertolak belakang. Kecintaan terhadap materi terkadang membawa orang untuk menjauh dari kehidupan spiritualitasnya. Kedalaman akan pemahaman kepada agama tampak memberikan tendensi untuk menjauh dari kesenangan dan kebahagiaan materialistis.

Islam menjelaskan bahwa manusia adalah makhluk materi sekaligus makhluk spiritual. Islam tidak menolak kehidupan dan kebutuhan materialistis, tapi menjadikan materi sebagai segalanya itulah yang tidak bisa diterima. Bahkan usaha untuk mendapatkan materi hidup tidak bertentangan dengan spiritualitas. Bahkan hal tersebut merupakan kewajiban beragama, hanya saja cara mendapatkan harus dengan cara yang baik dan halal. Kewajiban bukan hanya mencari materi saja juga bagaimana mendapatkannya dengan cara yang halal.

Kedua, memberi pesan bahwa yang diwajibkan bukan saja untuk mencari uang, tapi bagaimana mencari uang yang halal. Hal ini merupakan *statement* luaran yang menjadi sandaran dari proses islamisasi kehidupan sosial dan ekonomi. Untuk mengidentifikasi apakah sebuah ide bisnis tertentu baik atau buruk dalam kajianetika praktis, harus mengacu kepada

⁵¹ Faisal Badroen dan M. Arief Mufraeni, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), 131-133.

sumber yang jauh lebih matang, yaitu petunjuk syariah. Ukuran baik atau buruknya bisnis tidak semata-mata dikembalikan kepada kekuatan pesan begitu saja. Oleh sebab itu, terkadang antara panduan tersebut dengan kenyataan praktisi di lapangan akan berlawanan arah, sebagai contoh bisnis yang berkaitan dengan riba (pembuangan), perjudian, pornografis, dan lainnya adalah hal yang diharamkan menurut syariah, padahal dari sudut pandang bisnis ketiganya sangatlah menarik, bila melihat kemungkinan finansial yang bisa didapat sebagai tingkat pengembalian bisnis. Dari sinilah letak kejelasannya bahwa bekerja adalah bagian dari tugas agama, di mana pada level individu, seseorang diwajibkan mencari kerja dan bisnis yang halal, sedang untuk level komunitas, kewajibannya terletak pada adanya sistem yang memfasilitasi kewajiban individu mencari pendapatan halal dan menjauhi pendapatan haram.

Ketiga, yang tidak kalah penting adalah usaha untuk mencapai pendapatan yang halal tersebut tentunya tidak mengurangi usaha dalam memenuhi kewajiban yang lebih utama dalam agama. Kesenangan dalam menjalankan roda perusahaan yang bergerak di bidang halal tentunya jangan sampai membuat kita lupa shalat. Hal ini dengan mengingat bahwa baik dalam ekonomi maupun dalam agama, mendahulukan yang menjadi prioritas bagian dari perilaku benar.

5. Pentingnya etika dalam bisnis

Pandangan tentang bisnis sebagai media usaha yang bersifat material untuk mencapai tujuan maksimalisasi laba dan tidak ada bisnis kecuali untuk

kepentingan semata, tak pelak telah melahirkan suatu kesadaran dalam masyarakat, bahwa bisnis bersifat material dan dilakukan hanya untuk mencapai maksimalisasi keuntungan.⁵²

Etika bisnis dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menyelaraskan kepentingan strategis suatu bisnis atau perusahaan dengan tuntutan moralitas. Tetapi tuntutan tersebut, merekonstruksi pemahaman tentang bisnis dan sekaligus mengimplementasikan bisnis sebagai media usaha atau perusahaan yang bersifat etis. Etis dalam pengertian sesuai dengan nilai-nilai bisnis pada satu sisi dan tidak bententangan dengan nilai kebatilan, kerusakan dan kedzaliman dalam bisnis pada sisi lainnya.⁵³

Etika bisnis bertugas melakukan perubahan kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan suatu pemahaman atau cara pandang baru, yakni bahwa bisnis tidak terpisah dari etika. Bisnis merupakan aktivitas manusia secara keseluruhan dalam upaya mempertahankan hidup (*survive*), mencari rasa aman, memenuhi kebutuhan sosial dan harga diri serta mengupayakan pemenuhan aktualisasi diri, yang pada kesemuanya secara inhern terdapat nilai-nilai etika.⁵⁴

6. Etika Bisnis Islam

Ada sejumlah pedoman umum menuntun kode etik Islam dalam hubungannya dengan kehidupan sehari-hari maupun dalam bisnis. Kaum muslim dituntut untuk bertindak secara Islami dalam bisnis mereka karena Allah SWT akan menjadi saksi dalam setiap transaksi yang mereka lakukan. Dibawah ini adalah sejumlah prinsip perilaku pelaku bisnis yang harus diikuti kaum Muslim:

⁵² Muhammad., *Etika Bisnis.*, 60.

⁵³ *Ibid.*, 60.

⁵⁴ *Ibid.*, 61.

a. Jujur dan berkata benar

Kejujuran dan kebiasaan berkata benar adalah kualitas-kualitas yang harus dikembangkan dan dipraktekkan oleh para pengusaha Muslim. Kebenaran misalnya memiliki pengaruh penguatan diri. Kejujuran dan kebenaran terutama sangat penting bagi seorang pengusaha Muslim karena adanya kebutuhan untuk mendapatkan keuntungan dan godaan untuk memperbesar kemampuan produk atau jasa mereka selama puncak penjualan.

Diantara akhlak yang harus menghiasi bisnis syariah dalam setiap gerak-geriknya adalah kejujuran. Kadang-kadang sifat jujur dianggap mudah untuk dilaksanakan bagi orang-orang awam manakala tidak dihadapkan pada ujian yang berat atau tidak dihadapkan pada godaan duniawi. Disinilah Islam menjelaskan bahwa kejujuran yang hakiki itu terletak pada muamalah mereka.

Menjalankan usaha dan bisnis apa pun, perlu kiranya kita memperhatikan hal-hal yang berhubungan dengan kejujuran. Kejujuran merupakan kunci pokok bahwa seseorang tersebut dinilai dapat dipercaya oleh orang lain.⁵⁵

Kejujuran merupakan sifat Rasulullah yang begitu terpatri pada diri beliau bahkan semenjak kecil. Dengan kejujuran tersebut maka beliau disertai berbagai tanggung jawab dalam menggembala ternak, membawa barang dagangan, sampai dengan memimpin umat. Dengan mencontoh kejujuran beliau, maka kita akan malu untuk berbuat curang, malu untuk

⁵⁵ Yucki Prihadi, *Sukses Bisnis Melalui Manajemen Rasulullah* (Jakarta: PT. Gramedia, 2012), 69.

menyembunyikan informasi buruk seputar barang dagangan kita dan malu untuk berbohong serta mengelabui orang lain.

b. Memiliki kepribadian spiritual (*Takwa*)⁵⁶

Seorang muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah, bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk dalam aktivitas mereka. Ia hendaknya sadar penuh dan responsif terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh Sang Maha Pencipta. Kesadaran akan Allah ini hendaklah menjadi sebuah kekuatan pemicu (*driving force*) dalam segala tindakan. Misalnya saja, seorang pedagang harus menghentikan aktivitas bisnisnya saat datang panggilan shalat, demikian juga dengan kewajiban-kewajiban lainnya.

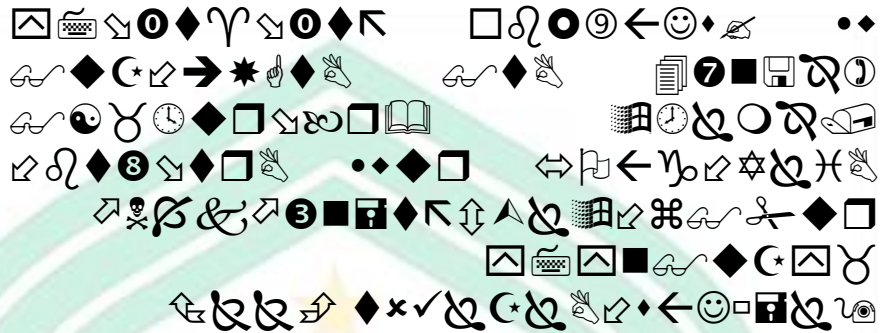
Rasulullah Muhammad SAW. merupakan seorang manusia dengan kecerdasan spiritual di atas rata-rata. Meniru sedikit dari kecerdasan spiritual yang dimiliki oleh Rasulullah sungguh merupakan hal yang sangat memungkinkan. Coba kita lihat mengapa Muhammad SAW. begitu utuh, begitu tenang, dan ikhlas memasrahkan semua hasil usaha beliau kepada ketentuan Allah SWT. Di sinilah fungsi adanya ketauhidan, kepercayaan hanya kepada Allah S.W.T. Semua yang kita lakukan sebagai seorang pembisnis hanya merupakan usaha, merupakan ikhtiar lahiriah saja. Ikhtiar batinnya tentu saja kita harus pasrah dan berdoa kepada Allah SWT. agar dimudahkan semua yang kita tuju.⁵⁷

c. Berperilaku baik dan simpatik

⁵⁶ Sula, *Syariah Marketing* ., 67.

⁵⁷ Prihadi, *Sukses Bisnis*., 44.

Al-Qur'an mengajarkan untuk senantiasa berwajah manis, berperilaku baik, dan simpatik. Firman Allah SAW dalam QS. Al-Hijr: 88.



“Janganlah sekali-kali kamu menunjukkan pandanganmu kepada kenikmatan hidup yang telah Kami berikan kepada beberapa golongan di antara mereka (orang-orang kafir itu), dan janganlah kamu bersedih hati terhadap mereka dan berendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman”. (QS. Al-Hijr: 88).⁵⁸

Al-Qur'an juga mengajarkan untuk senantiasa rendah hati dan bertutur kata yang manis. Berperilaku baik, sopan santun dalam pergaulan adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang tinggi, dan mencakup semua sisi manusia. Sifat inilah yang harus dimiliki oleh kaum Muslim.

d. Berlaku adil dalam bisnis (*Al- 'Adl*)

Berbisnislah kalian secara adil. Ini adalah salah satu bentuk akhlak yang harus dimiliki seorang *syariah marketer*. Berbisnis secara adil adalah wajib hukumnya, bukan hanya imbauan dari Allah SAW. Sikap asil (*al-'adl*) termasuk diantara nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh Islam dalam semua

⁵⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya.*, 266.

aspek ekonomi Islam. Al-Qur'an telah menjadikan tujuan semua risalah langit adalah untuk melaksanakan keadilan.

Lawan dari keadilan adalah kezaliman (*al-zulm*), yaitu sesuatu yang telah diharamkan Allah atas diri-Nya atas hamba-hamba-Nya. Keadilan berarti kita harus melakukan setiap transaksi sesuai dengan aturan dan ketentuan syariat. Karena hanya ketentuan syariat universal yang berpedoman pada ketentuan Allah yang independen kepada semua yang ada (*ash-shamad*) dapat melahirkan keadilan di mana menempatkan sesuatu sesuai tempat dan menggunakan sesuatu sesuai fungsinya yang sebenarnya.⁵⁹

e. Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*)

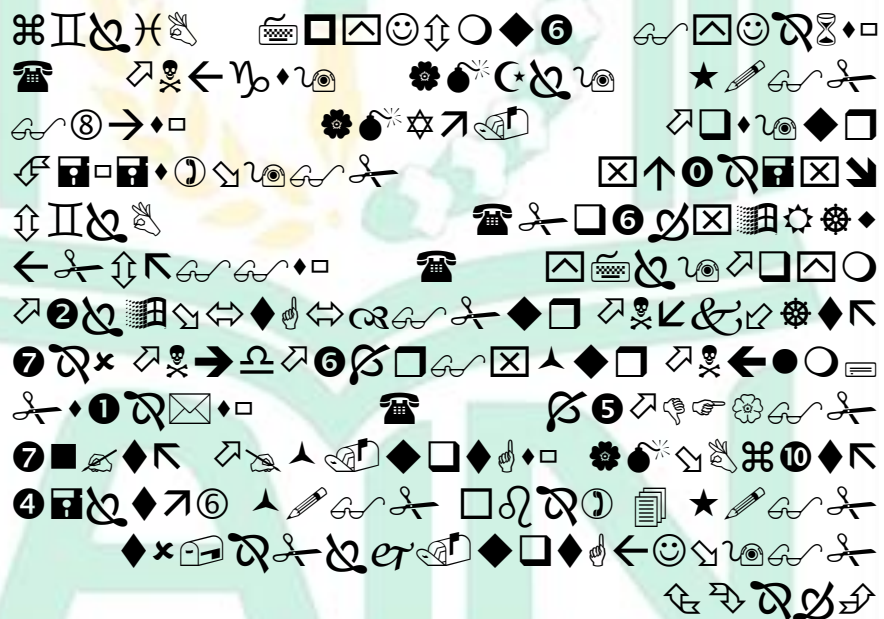
Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pemasar. Tanpa sikap utama dari seorang pemasar, yang melekat dalam kepribadiannya, dia bukanlah seorang yang berjiwa pemasar. Melekat dalam sikap melayani ini adalah sikap sopan santun dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan, dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya.

Longgar dan bermurah hati dalam transaksi merupakan kontak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini seorang penjual akan mendapatkan berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli. Kunci suksesnya adalah *service* kepada orang lain.

⁵⁹ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 119.

Senyum dari seorang penjual terhadap pembeli merupakan wujud refleksi dari sikap ramah yang menyejukkan hati sehingga para pembeli akan merasa senang. Dan bahkan bukan tidak mungkin pada akhirnya mereka akan menjadi pelanggan setia yang akan menguntungkan pengembangan bisnis dikemudian hari.

Sebaliknya, jika penjual bersikap kurang ramah, apalagi kasar terhadap pembeli dalam melayaninya, justru mereka para pembeli akan melarikan diri, dalam arti tidak mau kembali lagi untuk membeli pada penjual tersebut. Dalam hubungan ini bisa direnung, firman Allah SWT dalam QS. Ali 'Imran: 159, yang berbunyi:

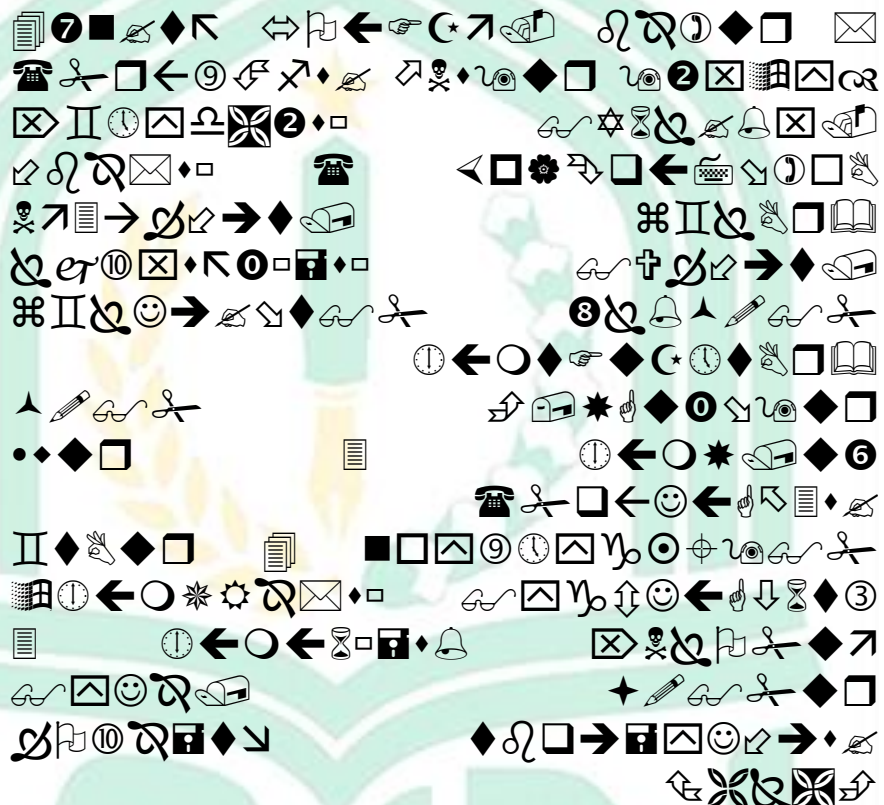


“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka

dalam urusan itu.⁶⁰ Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”. QS. Ali ‘Imran: 159.

f. Menepati janji dan tidak curang

Dalam firman Allah dalam QS. Al-Baqarah: 283:



Artinya :“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang⁶¹ (oleh yang berpiutang). Akan tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya dan janganlah kamu (para saksi) Menyembunyikan

⁶⁰ Maksudnya: urusan peperangan dan hal-hal duniawiyah lainnya, seperti urusan politik, ekonomi, kemasyarakatan dan lain-lainnya.

⁶¹ Barang tanggungan (borg) itu diadakan bila satu sama lain tidak percaya mempercayai.

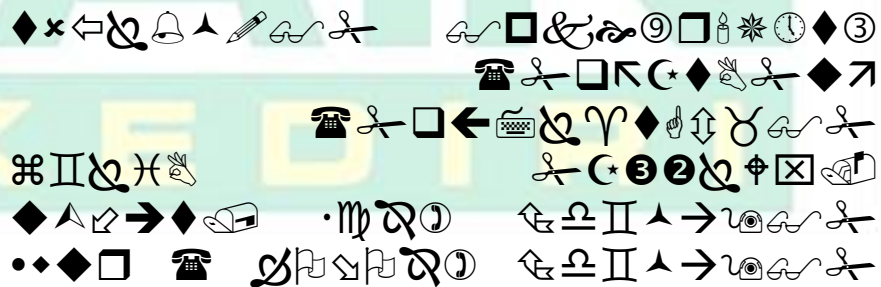
persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (QS. Al-Baqarah: 283).⁶²

Amanah bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Dalam kehidupan, seorang muslim harus melaksanakan segala perintah Allah dan meninggalkan segala larangan-Nya. Kepatuhan kepada Allah adalah kepatuhan yang bersifat mutlak karena Allah memang menciptakan manusia untuk mengabdikan kepada-Nya.

Seorang pebisnis syariah harus senantiasa menjaga amanah yang dipercayakannya. Demikian juga dengan seorang *syariah marketer*, harus dapat menjaga amanah yang diberikan kepadanya sebagai wakil dari perusahaan dalam memasarkan dan mempromosikan produk kepada pelanggan, itu misalkan pada sebuah perusahaan.

g. Tidak suka berburuk sangka (*Su'uzh-zhann*)

Allah SWT. berfirman dalam QS. Al-Hujurat: 12:



⁶² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya.*, 49.



Artinya :“Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima taubat lagi Maha Penyayang”. (QS. Al-Hujurat: 12).⁶³

Saling menghormati satu sama lain merupakan ajaran Nabi Muhammad SAW. yang harus diimplementasikan dalam perilaku bisnis modern. Tidak boleh satu pengusaha menjelekkkan pengusaha lain, hanya bermotifkan persaingan bisnis. Amat naif jika perilaku seperti ini terdapat pada praktisi bisnis, apalagi praktisi yang sudah berani menempelkan atribut syariah sebagai *positioning* bisnisnya. Karena itu, sepatutnya akhlak para praktisi, akademisi, dan para pakar ekonomi syariah harus bisa menjadi teladan bagi umat.

h. Tidak melakukan penipuan

⁶³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya.*, 517.

Islam sangat melarang segala bentuk penipuan, untuk itu Islam sangat menuntut suatu perdagangan yang dilakukan secara jujur dan amanah. Termasuk dalam kategori ini adalah :⁶⁴

- 1) *Ghisy*, yaitu menyembunyikan cacat barang yang dijual.
- 2) *Tathfif*, yaitu tindakan pedagang mengurangi timbangan dan takaran suatu barang yang dijual. Praktek kecurangan dengan mengurangi timbangan dan takaran semacam ini hakikatnya suatu tindakan yang telah merampas hak orang lain dalam bentuk penipuan atas ketidakakuratan timbangan dan takaran. Oleh karena itu, praktik perdagangan semacam ini sangat dilarang dalam Islam.

i. Tidak melakukan *najasy*

Yaitu praktek perdagangan dimana seseorang berpura-pura sebagai pembeli yang menawar tinggi harga barang dagangan disertai memuji-muji kualitas barang tersebut secara tidak wajar, tujuannya untuk menaikkan harga.⁶⁵

Najasy juga diartikan sebagai rekayasa jual beli dengan menciptakan permintaan palsu (*false demand*). Penjual melakukan kolusi dengan pihak lain untuk melakukan penawaran, dengan harapan pembeli akan membeli dengan harga yang tinggi. ⁶⁶ *Bai' najasy* merupakan rekayasa untuk menaikkan harga dengan menciptakan permintaan palsu. Terkadang diawali dengan memuji-muji kualitas barang dan dengan sumpah-sumpah palsu untuk menarik perhatian calon pembeli.

⁶⁴ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 59.

⁶⁵ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003), 148.

⁶⁶ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 95.