

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan *Home Industry*

1. Pengertian *Home Industry*

Home berarti rumah, tempat tinggal, ataupun kampung halaman. Sedang industri, dapat diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang dan ataupun perusahaan. Home Industri adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah. Pengertian usaha kecil secara jelas tercantum dalam UU No. 9 Tahun 1995, yang menyebutkan bahwa usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp1.000.000.000.¹ Secara umum, dalam pengertian UKM (Usaha Kecil Menengah) biasanya mencakup sedikitnya dua aspek yaitu aspek nilai investasi awal jumlah asset dan aspek jumlah tenaga. Menurut BPS jumlah tenaga kerjanya di antaranya : Industri rumah tangga (*home industry*) tenaga kerjanya 5-9 orang, Industri kecil tenaga kerjanya terdiri dari 10-19 orang, Industri sedang atau menengah tenaga kerjanya berjumlah 20-99 orang, Industri besar

¹ Tulus Tambunan, *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*, (Jakarta : Salemba Empat, 2002), 71.

tenaga kerjanya berjumlah antara 100 orang atau lebih. Kriteria lainnya dalam UU No. 9 Tahun 1995 adalah milik WNI, berdiri sendiri, berafiliasi langsung atau tidak langsung dengan usaha menengah atau besar dan berbentuk badan usaha perorangan, baik berbadan hukum maupun tidak.²

Rumah industri merupakan suatu lingkungan atau kondisi yang perlu diciptakan dan dibangun agar landasan perubahan yang lebih kokoh dapat diwujudkan antara lain melakukan upaya-upaya proses pengembangan sumber daya manusia. Didalam era industrialisasi masyarakatnya digambarkan akan terdiri atas masyarakat yang produktif yang dilandasi oleh sikap mental dan motivasi yang kuat untuk maju berdisiplin, berdedikasi tinggi pada ciri keluarganya.³

Dalam melaksanakan pembangunan industri perlu ditingkatkan langkah-langkah untuk mengembangkan usaha swasta nasional, untuk itu pemerintah perlu memberikan perhatian kepada pembangunan prasarana dan penciptaan iklim sehat yang menunjang pertumbuhan industri dalam hubungan ini perlu diusahakan pengembangan pendidikan, ketrampilan guna meningkatkan produktivitas tenaga serta pengembangan kecakapan manajemen para pengusaha nasional.

² Ibid., 72.

³ Maryato, Y. Sri Susilo, *Tulisan dari masalah usaha kecil sampai masalah ekonomi makro*, (Yogyakarta : Universitas Atma Jaya, 1996), 31.

2. **Macam-macam *Home Industry***

Untuk mengetahui macam-macam industri bias dilihat dari beberapa sudut pandang. *Pertama*, pengelompokan industri yang dilakukan oleh Departemen Perindustrian (DP). Bahwasanya, industri nasional Indonesia dikelompokkan menjadi 3 kelompok besar yaitu :⁴

- a. Industri dasar yang meliputi kelompok industri mesin dan logam dan kelompok kimia dasar. Yang termasuk dalam industri mesin dan logam dasar ; industri mesin pertanian, elektronika, kereta api, pesawat terbang, kendaraan bermotor, besi baja, aluminium, tembaga dan sebagainya.
- b. Industri kecil yang meliputi industri pangan (makanan, minuman, tembakau), industri sandang dan kulit (tekstil, pakaian jadi, serta barang dari kulit), industri kimia dan bahan bangunan (industri kertas, percetakan, penerbitan, barang-barang karet, plastic, dan lain-lain).
- c. Industri hilir yaitu kelompok aneka industri yang meliputi antara lain industri yang mengolah hasil pertambangan, industri yang mengolah hasil sumber daya pertanian secara luas, dan lain-lain. Kelompok aneka industri ini mempunyai misi meningkatkan pertumbuhan ekonomi atau pemerataan, memperluas kesempatan kerja, tidak padat modal, dan teknologi yang digunakan adalah teknologi menengah atau teknologi maju.

⁴ Arsyad, Lincoln, *Ekonomi Pembangunan*, (Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, 2004), 236.

3. Pengelolaan *Home Industry*

Dalam penelitian ini, penulis menggambarkan pengelolaan adalah manajemen. Manajemen merupakan suatu fungsi yang berupa *planning, organizing, actuating, controlling*. Manajemen merupakan kebutuhan penting untuk memudahkan pencapaian tujuan manusia dalam lembaga. Manajemen diperlukan untuk mengelola sumber daya organisasi, seperti sarana, prasarana, waktu SDM, metode dan, lainnya.

Dengan adanya manajemen tujuan dari organisasi dapat dicapai secara efektif dan efisien dalam pelaksanaan suatu pekerjaan. Manajemen membantu mengurangi hambatan-hambatan dalam pencapaian suatu tujuan, memberikan prediksi dan imajinasi agar dapat mengantisipasi perubahan lingkungan yang serba cepat. Dimana pengelolaan yang dimaksud berupa fungsi yang terdapat pada manajemen, diantaranya sebagai berikut :⁵

a. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan merupakan salah satu fungsi manajemen yang penting dan saling terkait satu sama lain untuk mencapai tujuan organisasi. Proses perencanaan terkait dengan upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi kecenderungan di masa yang

⁵ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Tata Kelola Organisasi Bisnis*, (Jakarta : Indeks, 2008), 7.

akan mendatang, penentuan strategi, taktik untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi.⁶

b. Mengorganisasi (*organizing*)

Pengorganisasian merupakan salah satu fungsi manajemen yang berkaitan erat dengan perencanaan dan merupakan suatu proses yang dinamis. Dimana pengorganisasian sebagai suatu proses penentuan, pengelompokan dan pengaturan berbagai macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan dengan menempatkan orang-orang pada setiap aktivitas, menyediakan alat-alat yang diperlukan, menetapkan wewenang yang secara relative didelegasikan kepada setiap individu yang akan melakukan aktivitas.⁷

c. Pengarahan (*actuating*)

Pengarahan (*actuating*) merupakan pengawasan dan paling dominan dalam proses manajemen. Pengarahan yang diterapkan setelah rencana, organisasi dan karyawan. Pengarahan ibarat kunci *starter* mobil, artinya mobil baru dapat berjalan jika kunci staternya telah melaksanakan fungsinya. Demikian juga proses manajemen akan terlaksana setelah fungsi pengarahan diterapkan.⁸

⁶ Erni Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta : Kencana, 2010), 8.

⁷ Badrudin, *Dasar-dasar Manajemen*, (Bandung : Alfabeta, 2014), 111.

⁸ *Ibid.*, 152.

d. Pengendalian (*controlling*)

Pengendalian (*controlling*) merupakan fungsi terakhir dari proses pelaksanaan manajemen. Dimana implementasi yang dilakukan sesuai target yang sudah direncanakan dengan memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan pada organisasi.⁹

B. Tinjauan Lidi Kelapa Sawit

1. Pengertian Lidi Kelapa Sawit

Lidi merupakan daun kelapa yang bisa diolah menjadi kerajinan bernilai ekonomis. Daun kelapa sawit terdiri dari *rachis* (anak daun). Panjang pelepah daun bervariasi tergantung varietas dan tipenya serta kondisi lingkungan. Rata-rata panjang pelepah tanaman dewasa mencapai 9 meter. Jumlah anak daun pada satu pelepah berkisar antara 250-400 anak daun yang terletak di kiri dan kanan pelepah daun dan panjang dibandingkan anak dan letaknya diujung atau di pangkal. Setiap anak daun terdiri dari lidi dan dua belai daun dewasa mencapai 15 meter. Daun berfungsi sebagai tempat berlangsungnya fotosintesis dan alat respirasi. Produk lidi tidak hanya bisa diolah menjadi sapu atau tusuk sate saja. Lidi atau tulang daun kelapa sawit itu juga bisa diolah menjadi kerajinan menarik dan diminati konsumen seperti piring lidi. Namun untuk membuat kerajinan menarik dari lidi butuh suatu kreatifitas. Lidi merupakan

⁹ Erni Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, 8.

bagian dari daun kelapa sawit yang menjadi salah satu sumber kekayaan alam. Nama jenis tumbuhan ini berasal dari daerah tropis dan sub tropis. Panjang dari lidi kelapa sawit yaitu 30-50 cm. lidi merupakan titik tumbuh yang diselubungi daun. Daun tumbuh tidak memanjang melainkan melebar.¹⁰

2. Proses Pengolahan dan Standart Kualitas Lidi

Cara pengolahan lidi kelapa sawit melalui beberapa tahap yaitu :

- a. Lidi yang berumur sedang (tidak terlalu tua dan tidak terlalu muda).
- b. Setelah daunnya dibuang, lidi dipisahkan yang ukuran sama panjang dan yang ukuran pendek.
- c. Lidi tersebut kemudian dipotong dengan panjang dan lebar material piring lidi yang akan dibuat.¹¹

Standart kualitas lidi yang harus digunakan antara lain :

- a. Lidi yang digunakan adalah lidi yang standart yaitu tidak terlalu tua dan tidak terlalu muda.
- b. Lidi yang digunakan adalah lidi yang berwarna natural, karena lidi yang baik adalah lidi yang berwarna hijau tua.
- c. Untuk menghindari lidi dari kelembapan lidi disimpan pada tempat yang jauh dari tanah yaitu sekitar 10-15 cm. hal ini dilakukan agar lidi tidak mudah lapuk atau patah.¹²

¹⁰ Sastrosayono, *Budidaya Kelapa Sawit*, (Jakarta : Agromedia Pustaka, 2003), 9.

¹¹ Ibid., 10.

¹² Ibid., 11.

C. Tinjauan Produksi dan Perilaku Produksi

1. Pengertian Produksi

Beberapa ahli ekonomi Islam memberikan definisi yang berbeda mengenai pengertian produksi, meskipun substansinya sama. Berikut pengertian produksi menurut para ekonomi Islam kontemporer :

- a. Menurut Richard G. Lipsey sebagaimana dikutip oleh Rustam Effendi bahwa produksi merupakan tindakan dalam membuat komoditi, barang-barang dan jasa.¹³
- b. Kemudian menurut Adi Warman Karim, produksi adalah sebuah proses yang telah terlahir di muka bumi ini semenjak manusia menghuni planet ini. Produksi sangat berkaitan bagi kelangsungan hidup dan juga peradaban manusia dan bumi. Sesungguhnya produksi lahir dan tumbuh dari menyatunya manusia dengan alam.¹⁴
- c. Menurut Yusuf Qardawi mendefinisikan produksi sebagai menciptakan kekayaan melalui eksploitasi manusia terhadap sumber-sumber kekayaan lingkungan.¹⁵

Sedangkan pengertian produksi menurut Islam adalah pekerjaan berjenjang yang memerlukan kesungguhan usaha manusia, pengorbanan yang besar, dan kekuatan yang berpusat dalam lingkungan tertentu untuk mewujudkan daya guna material dan spiritual. Produksi dalam Islam

¹³ Rustam Effendi, *Produksi dalam Islam*, (Yogyakarta : Magistra Insania Press, 2003), 11.

¹⁴ Adiwarmar Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2007), 102.

¹⁵ Yusuf Qardawi, *Peran dan Nilai Moral dalam Perekonomian Islam*, (Jakarta : Robban Press, 1997), 51.

memiliki arti sebagai bentuk usaha keras dalam pengembangan faktor-faktor sumber yang diperoleh dan melipat gandakan *income* dengan tujuan kesejahteraan masyarakat, menopang eksistensi serta ketinggian derajat manusia.¹⁶

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَأَذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Terjemah:

*“apabila telah ditunaikan sholat. Maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”*¹⁷ (QS. Al-Jumuah: 10).

Dalam definisi-definisi tersebut diatas terlihat sekali bahwa produksi dalam perspektif ekonomi Islam pada akhirnya mengerucut pada manusia dan eksistensinya, meskipun definisi-definisi tersebut berusaha mengelaborasi dari perspektif yang berbeda. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kepentingan manusia yang sejalan dengan moral Islam, harus menjadi focus atau target dari kegiatan produksi. Sehingga produksi adalah menciptakan manfaat dan bukan menciptakan materi.

¹⁶ Irfan Syofwani, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Magistra Insani Press, 2004), 159.

¹⁷ Imam Syaifudin, *Sistem Prinsip dan Tujuan Ekonomi Islam*, (Bandung : Pustaka Setia, 2006), 177.

Maksudnya adalah bahwa manusia mengolah materi itu untuk mencukupi berbagai kebutuhannya, sehingga materi itu mempunyai kemanfaatan.¹⁸

2. Ciri-ciri Produksi

- a. Kegiatan yang menciptakan manfaat.
- b. Produksi dalam Islam dapat diartikan sebagai usaha manusia untuk memperbaiki kondisi fisik material dan moralitas sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sesuai syariat Islam, kebahagiaan dunia akhirat.
- c. Penekanan pada masalah ekonomi.
- d. Kegiatan produksi merupakan ibadah.

3. Prinsip-prinsip Produksi Menurut Islam

Adapun penjelasannya sebagai berikut¹⁹ :

- a. Kegiatan produksi harus dilandasi nilai-nilai islami, yaitu sesuai dengan maqasid syariah. Tidak memproduksi barang yang bertentangan dengan maqasid syariah, yaitu menjaga iman, keturunan, jiwa, akal, dan harta.
- b. Prioritas produksi harus sesuai dengan prioritas kebutuhan, yaitu *dharuriyah*, *hajiyyah*, dan *tahsiniyyah*.
- c. Kegiatan produksi harus memperhatikan keadilan, aspek sosial kemasyarakatan, memenuhi kewajiban zakat, sedekah, infaq, dan wakaf.

¹⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008), 56.

¹⁹ Irfan Syofwani, *Ekonomi Islam*, 159.

- d. Mengelola sumber daya alam secara optimal, tidak boros, berlebihan dan merusak lingkungan.
- e. Distribusi keuntungan yang adil antara pemilik, pengelola, manajemen dengan tenaga kerja.

4. Tujuan Produksi

- a. Memenuhi kewajiban sebagai khalifah dibumi, beribadah kepada Allah dan untuk menjalankan fungsi sosial.
- b. Untuk memenuhi kebutuhan hidup pribadi dan keluarga.
- c. Sarana untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa secara umum.
- d. Sebagai persediaan untuk generasi di masa yang akan datang.

5. Aktivitas Produksi

Dari sudut pandang fungsional, produksi atau proses pabrikasi (*manufacturing*) merupakan suatu aktivitas fungsional yang dilakukan oleh setiap perusahaan untuk menciptakan suatu barang atau jasa sehingga mencapai nilai tambah (*value added*). Menurut Muslich, yang dikutip dalam buku Muhammad yang berjudul Etika Bisnis Islam, secara filosofis, aktivitas produksi meliputi :²⁰

- a. Apa yang diproduksi

Terdapat dua pertimbangan yang mendasari pilihan jenis dan macam suatu produk yang akan diproduksi, ada kebutuhan yang harus dipenuhi masyarakat (primer, sekunder dan tersier) dan manfaat

²⁰ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta : Akademi penerbitan dan percetakan YKPN, 2002), 103.

positif bagi perusahaan dan masyarakat (harus memenuhi kategori etis dan ekonomis).

- b. Berapa kuantitas yang diproduksi, bergantung kepada motif dan resiko.

Jumlah produksi dipengaruhi dua faktor yang meliputi intern dan ekstern. Faktor intern meliputi sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan, faktor modal, faktor sumber daya manusia, faktor sumber daya lainnya. Adapun faktor ekstern meliputi adanya jumlah kebutuhan masyarakat, kebutuhan ekonomi, *market share* yang dimasuki dan dikuasai, pembatasan hukum dan regulasi.

- a. Kapan produksi dilakukan

Penetapan waktu produksi, apakah akan mengatasi kebutuhan eksternal atau menunggu tingkat kesiapan perusahaan.

- b. Mengapa suatu produk diproduksi : Alasan ekonomi, Alasan sosial dan kemanusiaan, Alasan politik.

- c. Dimana produksi itu dilakukan : Kemudahan memperoleh supplier bahan dan alat-alat produksi, Murahnya sumber-sumber ekonomi, Akses pasar yang efektif dan efisien, Biaya-biaya lainnya yang efisien.

- d. Bagaimana proses produksi dilakukan

- e. Siapa yang memproduksi : Negara, Kelompok masyarakat atau Individu.

6. Faktor-faktor Produksi

Untuk memproduksi maka diperlukan faktor-faktor produksi. Menurut Soemitro, adapun empat faktor produksinya, yaitu²¹ :

a. Tenaga

Tenaga adalah usaha jasmani atau rohani untuk memuaskan suatu kebutuhan dengan tujuan lain daripada kesenangan yang diperoleh dari suatu usaha.

b. Alam

Alam adalah terdiri dari tanah, air, udara, iklim dan tenaga organis dari binatang dan tenaga anorganis seperti daya tarik, *stoop* (uap) gas, sinar matahari, dan sebagainya. Yang termasuk kekayaan alam meliputi : Tanah dan keadaan iklim, Kekayaan hutan, Kekayaan dibawah tanah (bahan pertambanagn), Kekayaan air sebagai sumber tenaga penggerak untuk pengangkutan sebagai sumber bahan makanan (perikanan), sebagai sumber pengairan.²²

c. Modal

Modal adalah setiap hasil yang digunakan untuk produksi lebih lanjut. Oleh sebab itu barang-barang konsumsi dan pemberian alam seperti tanah tidak termasuk faktor produksi modal.

d. Organisasi

Organisasi sering disebut skill atau keahlian.

²¹ Soemitro, *Pengantar Ekonomi dan Ekonomi Pancasila*, (Bandung : Eresco, 1983), 9.

²² Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang : UIN Malang Press, 2008), 162.

7. Konsep Produksi Menurut Al-Qur'an dan Hadits

- a. Tugas manusia di muka bumi sebagai khalifah Allah adalah memakmurkan bumi dengan ilmu dan amalnya.
- b. Islam selalu mendorong kemajuan di bidang produksi.
- c. Teknik produksi diserahkan kepada keinginan dan kemampuan manusia.
- d. Dalam berinovasi dan bereksperimen, pada prinsipnya Islam menyukai kemudahan, menghindari mudharat dan memaksimalkan manfaat.²³

Berkaitan dengan itu semua, jelaslah bahwa pelaksanaan suatu produksi tergantung pada banyaknya faktor produksi, seperti berbagai bahan baku, tenaga kerja dengan berbagai keahliannya. Persaingan global semakin pesat dengan persaingan yang sangat kuat, maka produsen dalam perusahaannya harus mampu memikirkan perkembangan produksinya demi majunya perusahaan dalam persaingan.

Dalam konsep ekonomi kapitalis produksi dimaksudkan untuk memperoleh laba sebesar besarnya, berbeda dengan tujuan produksi dalam ekonomi konvensional, tujuan produksi dalam Islam yaitu memberikan Mashlahah bagi konsumen. Walaupun dalam ekonomi Islam tujuan utamanya adalah mashlahah, memperoleh laba tidaklah dilarang selama berada dalam bingkai tujuan dan hukum Islam. Dalam konsep mashlahah dirumuskan dengan keuntungan ditambah berkah.

²³ Ibid., 218.

Dengan keyakinan akan peran dan kepemilikan absolut dari Allah Rabb semesta alam, maka konsep produksi di dalam ekonomi Islam tidak semata-mata bermotif maksimalisasi keuntungan akhirat.²⁴

8. Pengertian Perilaku Produksi

Menurut bahasa, perilaku berarti kelakuan, perbuatan, sikap, dan tingkah.²⁵

9. Faktor-Faktor Perilaku Produksi

a. Faktor Eksternal

Seringkali para perusahaan dihadapkan pada suatu dilemma yang menekannya. Seperti halnya harus mengejar kuota penjualan, menekankan ongkos-ongkos, meningkatkan efisiensi dan bersaing. Di pihak lain eksekutif perusahaan juga harus bertanggungjawab terhadap masyarakat agar kualitas barang terjaga, harga barang terjangkau. Eksekutif perusahaan harus pandai mengambil keputusan etis yang tidak merugikan perusahaan maupun masyarakat/konsumen.

b. Faktor Organisasi

Secara umum, anggota organisasi itu sendiri saling mempengaruhi satu dengan lainnya (proses interaktif). Di lain pihak organisasi terhadap individu harus tetap berperilaku etis, misalnya dalam masalah pengupahan, jam kerja maksimum.

²⁴ Mustofa Edwin Nasution, *Pengendalian Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta : Kencana, 2006), 104.

²⁵ Yasin Sulchan, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Putra Karya, 2004), 274.

c. Faktor Individu

Seseorang yang memiliki filosofi moral, dalam bekerja dan berinteraksi dengan sesama akan berperilaku etis. Prinsip-prinsip yang diterima secara umum dipelajari/diperoleh dari hasil interaksi dengan teman, keluarga, kenalan.²⁶

D. Tinjauan Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis

Secara sederhana yang dimaksud dengan etika bisnis adalah cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil sesuai dengan hukum yang berlaku dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.

Sedangkan menurut Muslich etika bisnis adalah etika umum yang mengatur perilaku bisnis, norma, moralitas yang menjadi landasan dan acuan bisnis dalam perilakunya. Dasar mendorong perilaku bisnis itu, melainkan nilai moral dan etika juga menjadi acuan penting yang harus dijadikan landasan kebijaksanaannya.²⁷

2. Pengertian Etika Bisnis Islam

Bisnis islam adalah serangkaian dari aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya tidak dibatasi oleh jumlah kepemilikan (barang atau jasa) termasuk profilnya, tetapi dibatasi dalam cara

²⁶ Murti Sumani, *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*, (Yogyakarta : Liberty, 1995), 22.

²⁷ Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta : Ekonosia, 2004), 9.

memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena halal dan haram. Landasan dasar etika bisnis dalam islam bersumber pada Al-Qur'an surat *Al-Baqarah* ayat 282 yang mana dalam ayat ini menurut Ali as-Sayis dengan tegas melarang setiap orang yang beriman memakan harta dengan cara yang *bathil*. Menurut An-Nabawi, *bathil* itu adalah segala sesuatu yang tidak dihalalkan syariah seperti riba, judi, korupsi, penipuan dan segala yang diharamkan Allah.²⁸

Agar kegiatan bisnis yang kita lakukan dapat berjalan harmonis dan menghasilkan kebaikan dalam kehidupan, maka kita harus menjadikan bisnis yang kita lakukan terwarnai dengan nilai-nilai etika. Salah satu sumber rujukan etika dalam bisnis adalah etika yang bersumber dari tokoh teladan agung manusia di dunia yaitu, Rasulullah Saw. Beliau telah memiliki banyak panduan etika untuk praktek bisnis kita, yaitu sebagai berikut :

Pertama, adalah kejujuran. Kejujuran merupakan syarat awal fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. *Kedua*, menolong atau memberi manfaat kepada orang lain, 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

²⁸ Kwat Ismanto, *Manajemen Syariah*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009), 39.

implikasi sosial kegiatan bisnis. *Ketiga*, tidak boleh menipu, takaran, ukuran, dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan. *Keempat*, tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya. *Kelima*, tidak menimbun barang. Ihtikar ialah menimbun barang (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. *Keenam*, tidak melakukan monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoly. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi.²⁹

3. Etika Bisnis Nabi Muhammad SAW

Keberhasilan Muhammad dalam berbisnis dipengaruhi oleh kepribadian diri Muhammad yang dibangunnya atas dasar dialogis realitas sosial masyarakat jahiliyyah dengan dirinya. Kemampuan mengelola bisnis tampak pada keberaniannya membawa dagangan Khadijah dan ditemani hanya seorang karyawan (Maisarah), jika ia tidak memiliki pengalaman dan kemampuan berdagang maka ia hanya akan menjadi pendamping Maisarah. Ia bertanggungjawab penuh atas semua dagangan milik Khadijah. Demikian juga barang-barang dagangannya yang ia bawa dari pasar atau tempat-tempat festival

²⁹ Buchary Alma, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 1993), 59.

perdagangan. Berikut beberapa etika bisnis Muhammad dalam praktek bisnisnya antara lain:

Pertama, kejujuran. Dalam melakukan transaksi bisnis Muhammad menggunakan kejujuran sebagai etika dasar. Gelar al-Amin (dapat dipercaya) yang diberikan masyarakat Makkah berdasarkan perilaku Muhammad pada setiap harinya sebelum ia menjadi pelaku bisnis. Ia berbuat jujur dalam segala hal, termasuk menjual barang dagangannya. Cakupan jujur ini sangat luas seperti tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat pada barang dagangan, menimbang dengan timbangan yang tepat, dan lain-lain.

Kedua, amanah. Amanah adalah bentuk masdar dari amuna, ya'munu yang artinya bisa dipercaya. Ia juga memiliki arti pesan, perintah atau wejangan. Dalam konteks fiqh, amanah memiliki arti kepercayaan yang diberikan kepada seseorang berkaitan dengan harta benda Muhammad dalam berniaga menggunakan etika ini sebagai prinsip dalam menjalankan aktivitasnya.

Ketiga, tepat menimbang. Etika bisnis Muhammad dalam menjual barang harus seimbang. Barang yang kering bisa ditukar dengan barang yang kering. Penukaran barang kering tidak boleh dengan barang yang basah. Demikian juga dalam penimbangan tersebut seseorang tidak boleh mengurangi timbangan.

Keempat, gharar. Gharar menurut bahasa berarti al-khatar yaitu sesuatu yang tidak diketahui pasti benar atau tidaknya. Dalam akad, gharar bisa berarti tampilan barang dagangan yang menarik dari

segi zhahirnya, namun dari sisi substansinya belum tentu baik. Dengan kata lain gharar adalah akad yang mengandung unsur penipuan karena tidak adanya kepastian, baik mengenai ada atau tidak adanya objek akad, besar kecilnya jumlah, maupun kemampuan menyerahkan objek yang disebutkan dalam akad tersebut. Dalam prakteknya Muhammad menjauhi praktek gharar, karena memuka ruang perselisihan antara pembeli dan penjual. *Kelima*, tidak melakukan penimbunan barang. Dalam bahasa Arab penimbunan barang disebut ihtikar. Penimbunan ini tidak diperbolehkan karena akan menimbulkan kemadharatan bagi masyarakat karena barang yang dibutuhkan tidak ada di pasar. Tujuan penimbunan dilakukan dengan sengaja sampai dengan batas waktu untuk menunggu tingginya harga barang-barang tersebut Muhammad dalam praktek bisnisnya menjauhi tindakan penimbunan. *Keenam*, tidak melakukan al-ghab dan tadtis. Al-ghab artinya al-khada (penipuan), yakni membeli sesuatu dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga rata-rata. Sedangkan tadtis yaitu penipuan yang dilakukan oleh pihak penjual atau pembeli dengan cara menyembunyikan kecacatan ketika terjadi transaksi. Dalam bisnis modern perilaku al-ghab atau tadtis bisa terjadi dalam proses *mark up* yang melampaui kewajaran atau wan prestasi. *Ketujuh*, saling menguntungkan. Prinsip ini mengajarkan bahwa dalam bisnis para pihak harus merasa untung dan puas. Etika ini pada dasarnya mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis. Seorang

produsen ingin memperoleh keuntungan dan seorang konsumen ingin memperoleh barang.³⁰

³⁰ Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedia Hukum Islam Jilid 2*, (Jakarta : Ichtiar Baru Van Hoeve, 2001), 399.