

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Pedagang

1. Definisi 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 Menurut 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 stimulatton karena menimbulkan respon-respon yang relatif tetap. Sedangkan proses yang kedua ialah 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.²

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

² Anies, *Waspada Ancaman Penyakit Tidak Menular Solusi Pencegahan Dari Aspek Perilaku & Lingkungan* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), 11-12.

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.³

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*).⁴

Pedagang adalah bagian dari bisnis yang berjalan sebagai penenga (*distribusi*) suatu barang yang dihasilkan dari sector ekonomi, yaitu sektor pertanian, sektor industri dan sektor jasa yang dibutuhkan dan diperlukan oleh manusia atau masyarakat untuk dapat dimanfaatkan oleh

³ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 75.

⁴ *Ibid.*, 75.

konsumen. Secara logis dengan adanya kegiatan ini akan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.⁵

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.

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.⁶

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

⁵ Gufron, *Fiqh Mumalah Konseptual*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000), 119.

⁶ Albara, *Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi*, 247.

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.⁷

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:

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.

⁷ Mustafa Edwin Nasution, dkk., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2006),173.

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.
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.⁸

B. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika

Secara etimologi (bahasa) “etika“ berasal dari kata bahasa Yunani *ethos*. Dalam bentuk tunggal, “*ethos*” berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasan, cara berpikir. Dalam bentuk jamak, *ta etha* berarti adat kebiasaan. Dalam istilah filsafat, etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang kebiasaan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak.⁹

Dalam al-Quran etika berasal dari kata *khuluq* yang berarti kebiasaan atau perangai. Etika menurut terminologi merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atas apa saja. Di sini etika dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan

⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press, 2007),112.

⁹ Muhammad Mufid, “*Etika dan Filsafat Komunikasi*”, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009).., 173.

juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.¹⁰ Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.¹¹

Dengan demikian ada persamaan antara etika dan moralitas. Moralitas berasal dari bahasa latin “*Mos*” yang dalam bentuk jamaknya “*Mores*” berarti adat istiadat atau kebiasaan. Jadi, pengertian pertama secara harfiahnya, etika dan moralitas, sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah diinstitutionalisasi dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang konsisten dan berulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan.¹² Namun ada pula perbedaannya yaitu etika berkaitan dengan kelakuan manusia, atau dapat dikatakan bahwa etika adalah ilmu kritis yang mempertanyakan dasar rasionalitas sistem-sistem moralitas yang ada. Dengan kata lain etika bersifat teori, sedangkan moralitas adalah sistem nilai mengenai bagaimana manusia harus hidup secara baik sebagai manusia.¹³ Dengan kata lain moralitas lebih banyak bersifat praktis, etika merupakan

¹⁰ Faisal Badroen, “*Etika Bisnis dalam Islam*”, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006)..., 4.

¹¹ *Ibid.*, 3.

¹² Agus arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, ...,5.

¹³ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), ...,9

tingkah laku manusia secara umum (*universal*) sedangkan moral bersifat lokal, lebih khusus.¹⁴

Menurut Magnis Susno yang dikutip oleh Johan Arifin berpendapat bahwa etika adalah sebuah ilmu dan bukan ajaran. Yang memberi kita norma tentang bagaimana kita harus hidup adalah moralitas. Sedangkan etika justru melakukan refleksi kritis atau norma atau ajaran moral tertentu. Moralitas adalah petunjuk konkret yang siap pakai tentang bagaimana kita harus hidup. Sedangkan etika adalah perwujudan dan pengejawantahan secara kritis dan rasional ajaran moral yang siap pakai itu. Keduanya mempunyai fungsi yang sama, yaitu memberi kita orientasi bagaimana dan kemana kita harus melangkah dalam hidup ini. Tetapi bedanya, moralitas langsung mengatakan kepada kita.¹⁵

Berdasarkan beberapa pengertian di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa etika merupakan tata cara perilaku manusia dalam melakukan kegiatan yang mana kegiatan yang dilakukan oleh manusia menunjukkan perbuatan yang baik maupun buruk, dan saling berhubungan antara satu dengan yang lain.

b. Pengertian Bisnis

Kata “bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “*business*” dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha

¹⁴ Buchari Alma, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 1994 ...,51

¹⁵ Ibid., 9-10

dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha.¹⁶ Kata bisnis dalam al-Quran biasanya yang digunakan *al-tijarah, al-bai'*. Tetapi yang seringkali digunakan yaitu *al-tijarah* yang bermakna berdagang atau berniaga yang artinya pertukaran sesuatu dengan sesuatu. Ia merupakan sebuah nama yang mencakup pengertian terhadap kebalikannya *yaknial-syira'* (membeli). Demikianlah "*al-bai'*" sering diterjemahkan dengan "jual beli".¹⁷

Menurut Heri Suhendi jual beli adalah perjanjian tukar menukar barang yang mempunyai nilai secara suka rela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian yang dibenarkan syara' dan disepakati.¹⁸

Menurut Skinner sebagaimana dikutip oleh Johan Arifin bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan dan memberi manfaat.¹⁹ Menurut Hughes Dab Kapoor, bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Menurut Brown dan Petrello, bisnis yaitu suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Secara ringkas dapat dinyatakan bahwa bisnis

¹⁶ Arifin, *Etika ...*, 20.

¹⁷ Heri Suhendi, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 68.

¹⁸ *Ibid.*, 29.

¹⁹ Arifin, *Etika ...*, 20

suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan orang lain atau dalam masyarakat.²⁰

Menurut Buchari Alma, bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen.²¹ Berbisnis merupakan salah satu jenis pekerjaan yang saat ini sedang marak menjadi perbincangan. Bisnis tidak bisa lepas dari kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Jadi, bisnis merupakan tindakan individu dan sekelompok orang yang menciptakan nilai melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.

Dari beberapa pengertian diatas peneliti dapat menyimpulkan bisnis adalah suatu kegiatan tukar menukar barang atau jasa yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memenuhi kebutuhannya dan memperoleh keuntungan melalui kegiatan tersebut.

c. Etika Bisnis Islami

Sebelum berbicara tentang etika bisnis Islami lebih jauh, perlu diketahui tentang etika bisnis. Etika bisnis adalah studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana

²⁰ Buchari Alma, *Ajaran ...*, 18.

²¹ *Ibid.*, 27.

diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Standar etika bisnis tersebut diterapkan dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa yang diterapkan orang-orang yang ada di dalam organisasi.

Menurut Muslich etika bisnis dapat diartikan sebagai pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara *universal* dan secara ekonomi/sosial, dan penetapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis.²²

Menurut Johan Arifin, etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis juga bisa dikatakan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus mempunyai komitmen dalam melakukan sebuah transaksi, berperilaku, dan juga berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat. Dengan demikian maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis. Hal itu dimaksudkan agar seseorang terutama pelaku bisnis mempunyai bekal untuk berbuat *the right thing* yang

²² Muslich, *Etika Bisnis Islami*. (Yogyakarta: Ekonesia, 2004), 9.

dilandasi dengan semangat keilmuan, kesadaran, serta kondisi yang berlandaskan pada nilai-nilai moralitas.²³

Etika bisnis (*business ethic*) merupakan pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi/sosial, dan pengetrapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis.²⁴

Etika bisnis merupakan penerapan nilai-nilai standar-standar moral dalam kebijakan, kelembagaan dan perilaku bisnis yang penerapannya akan dapat meningkatkan profitabilitas jangka panjang dan *good will* yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang dijalankan.²⁵

Etika bisnis Islam merupakan penerapan sikap dan perilaku yang simpatik, selalu bersikap bersahabat dengan orang lain, dan orang lain pun dengan mudah bersahabat dan bermitra dengannya. Dalam konteks bisnis perusahaan, penerapan etika bisnis dihadapkan dengan masalah-masalah yang meliputi proses, people dan teknologi. Pada tataran prosesnya, etika bisnis berhadapan dengan masalah-masalah klasik seperti jaringan, kualitas, dan persaingan. Bisnis bukanlah dunia yang berdiri sendiri dan terpisah dari masyarakat. Bisnis membutuhkan masyarakat dan masyarakat membutuhkan

²³ Arifin, *Etika ...*, 22.

²⁴ Muhammad, Fauroni, R. Lukman, *Visi Al Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), ... 37.

²⁵ *Ibid.*, 100.

bisnis. Karena itu kehidupannya tidak terlepas dari eksistensi keseluruhan masyarakat dengan seluruh atribut dan simbol-simbol yang melekat pada masyarakat.

Bisnis tidak terpisah dari etika dikarenakan bisnis tidak bebas nilai, bisnis merupakan bagian dari sistem sosial, aplikasi etika bisnis identik dengan pengelolaan bisnis secara professional. Perkembangan bisnis atau perusahaan, baik sebagai akibat maupun sebagai salah satu sebab perkembangan politik, ekonomi sosial maupun teknologi serta aspek lingkungan di sekitarnya, jika selama ia berinteraksi dan menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat yang membutuhkannya, maka bisnis atau perusahaan itu harus menyadari akan tanggung jawab sosial dengan segala dengan segala aspeknya. Agar suatu perusahaan atau bisnis dapat mencapai tujuannya serta kontinyu dengan dukungan masyarakat luas, maka manajemen perusahaan harus menjaga efektivitas interaksi yang berlangsung antara perusahaan dan konsumen dan stakeholdernya dengan cara-cara yang berdasarkan nilai-nilai dan norma-norma etika bisnis.²⁶

Pada hakikatnya etika merupakan bagian integral dalam bisnis yang dijalankan secara professional. Dalam jangka panjang, suatu bisnis akan tetap berkesinambungan dan secara terus-menerus benar-benar menghasilkan keuntungan, jika dilakukan atas dasar

²⁶ Ibid.,102

kepercayaan dan kejujuran. Demikian pula suatu bisnis dalam perusahaan akan berlangsung bila bisnis itu dilakukan dengan memberi perhatian kepada semua pihak dalam perusahaan. Inilah sebagian dari tujuan etika bisnis, yaitu agar semua orang yang terlibat dalam bisnis mempunyai kesadaran tentang adanya dimensi etis dalam bisnis itu sendiri dan agar belajar bagaimana mengadakan pertimbangan yang baik secara etis maupun ekonomis.

Islam menempatkan aktivitas perdagangan dalam posisi yang amat strategis di tengah kegiatan manusia mencari rezeki dan penghidupan. Dawam Rahardjo yang dikutip oleh Buchari Alma mengungkapkan kegiatan bisnis sebagai tanggung jawab manusia terhadap Tuhan mengutipnya dari ajaran Islam. Kunci etis dan moral bisnis sesungguhnya terletak pada pelakunya, itu sebabnya misi diutusnya Rasulullah ke dunia adalah untuk memperbaiki akhlak manusia yang telah rusak.²⁷ Seorang pengusaha muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika dan moral bisnis Islami yang mencakup *husnul khuluq*. Pada derajat ini Allah akan melapangkan hatinya, dan akan membukakan pintu rezeki, dimana pintu rezeki akan terbuka dengan akhlak mulia tersebut, akhlak yang baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang etis dan moralis. Salah satu dari akhlak yang baik dalam bisnis Islam adalah kejujuran. Sebagian dari makna kejujuran adalah “seorang pengusaha senantiasa terbuka

²⁷ Buchari Alma, *Ajaran Bisnis Dalam Islam*, (Bandung: Alfabeta, 1994), ..., 78

dan transparan dalam jual belinya Tetapkanlah kejujuran karena sesungguhnya kejujuran mengantarkan kepada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan mengantarkan kepada surga”.²⁸ Akhlak yang lain adalah amanah, Islam menginginkan seorang pebisnis muslim mempunyai hati yang tanggap, dengan menjaganya melalui pemenuhan hak-hak Allah dan manusia, serta menjaga muamalahnya dari unsur yang melampaui batas atau sia-sia.²⁹ Seorang pebisnis muslim adalah sosok yang dapat dipercaya, sehingga ia tidak menzholimi kepercayaan yang diberikan kepadanya ”Tidak ada iman bagi orang yang tidak punya amanat (tidak dapat dipercaya), dan tidak ada agama bagi orang yang tidak menepati janji”, ”pedagang yang jujur dan amanah (tempatny di surga) bersama para nabi, *shiddiqin* (orang yang jujur) dan para *syuhada*”³⁰ Sifat toleran juga merupakan kunci sukses pebisnis muslim, toleran membuka kunci rezeki dan sarana hidup tenang. Manfaat toleran adalah mempermudah pergaulan, mempermudah urusan jual beli, dan mempercepat kembalinya modal.³¹

Etika bisnis Islam memposisikan bisnis sebagai usaha manusia untuk mencari ridha Allah SWT. Oleh karenanya, bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi

²⁸ As.Mahmoedin, *Etika Bisnis Perbankan*, (Jakarta: Sinar Harapan, 1994), ..., 67.

²⁹ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Mu`amalat*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), ..., 96

³⁰ Ibid., 75

³¹ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Al-Kaustar, 2000), ..., 94.

bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, Negara dan Allah SWT. Oleh karena itu, pada prinsipnya pengetahuan akan etika bisnis dalam pandangan Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap para pebisnis/ pedagang terutama pebisnis/pedagang muslim dalam menghadapi persaingan usaha yang sekarang telah memasuki era globalisasi untuk menghindari diri dari berbagai macam tindakan yang dilarang oleh Allah SWT.

d. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami. Pertama, etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis. Kedua, 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. Ketiga, 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

benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al Quran dan sunnah.³²

e. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip adalah asas (kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak, dan sebagainya).³³ Dalam pelaksanaan etika bisnis ada beberapa prinsip yang harus dianut oleh pelaku etika bisnis. Maka prinsip-prinsip dapat dirinci dengan kategori yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Prinsip Unity (*Tauhid*)

Menurut Syed Nawab Naqwi R. Lukman Fauroni, kesatuan di sini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial menjadi suatu homogeneous whole atau keseluruhan homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.³⁴

Konsep *tauhid* (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.³⁵

³²Arifin, *Etika...*, 76.

³³Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005).., 896 .

³⁴ R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren,2006).., 144

³⁵ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006)..,89.

Dari konsep tauhid mengintegrasikan aspek religius, dengan aspek-aspek lainnya, seperti ekonomi, akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dalam dirinya, dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan. Dalam konsep ini akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Karena Allah SWT mempunyai sifat *Raqib* (Maha Mengawasi) atas seluruh gerak langkah aktivitas kehidupan makhluk ciptaan-Nya.³⁶

Penerapan konsep ini, maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak akan melakukan paling tidak tiga hal sebagai berikut:³⁷ Pertama, menghindari adanya diskriminasi terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapa pun atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama. Kedua, menghindari terjadinya praktek-praktek kotor bisnis, hal ini dimaksudkan agar para pelaku bisnis senantiasa takut akan segala larangan yang telah digariskan. Ketiga, menghindari praktek menimbun kekayaan atau harta benda.

³⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007)..,13.

³⁷ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004).., 15-16

2. Prinsip Keseimbangan (keadilan/ *Equilibrium*)

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.³⁸ Prinsip kedua ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan karena lebih banyak berhubungan dengan sesama. Prinsip keseimbangan (*Equilibrium*) yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya. Keseimbangan atau menggambarkan dimensi horizontal ajaran islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Hukum dan keteraturan yang kita liat di alam semesta merefleksikan konsep keseimbangan yang rumit ini.³⁹ Tatanan ini pula yang dikenal dengan *sunnatullah*.⁴⁰

Sifat kesetimbangan atau keadilan bukan hanya sekedar karakteristik alami, melainkan merupakan karakteristik dinamis yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim dalam kehidupannya. Kebutuhan akan sikap kesetimbangan atau keadilan ini ditekankan oleh Allah SWT dengan menyebut umat Islam sebagai ummatan wasatan.⁴¹ Untuk menjaga keseimbangan antara mereka yang berpunya dan mereka yang tak berpunya, Allah

³⁸ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004).., 55

³⁹ Ibid, 36.

⁴⁰ R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis ...*, 146.

⁴¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam...*,147

SWT menekankan arti penting sikap saling memberi dan mengutuk tindakan mengkonsumsi yang berlebih-lebihan.

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai stakeholder dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.⁴²

Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis (klasik) agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang terbaik pula. Dengan demikian jelas bahwa keseimbangan merupakan landasan pikir kesadaran dalam pendayagunaan dan pengembangan harta benda agar harta benda tidak menyebabkan kebinasaan bagi manusia melainkan bagi menjadi media menuju kesempurnaan jiwa manusia menjadi khalifah.

⁴² Muhammad, *Etika ...*, 56.

3. Prinsip Kehendak Bebas (*ikhtiar/free will*)

Manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah SWT menurunkannya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berpikir 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 di alam semesta, ia dapat memilih perilaku etis ataupun tidak etis yang akan ia jalankan. Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan perekonomian. Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum penawaran dan permintaan yang direpresentasikan oleh harga, pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja memperlakukannya. Islam tidak memberikan ruang kepada intervensi dari pihak mana pun untuk menentukan harga, kecuali dan hanya kecuali adanya kondisi darurat.

Konsep ini dalam aktivitas ekonomi mengarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas

Islam dengan adanya larang bentuk monopoli, kecurangan, dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar yang sehat dan persamaan peluang untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan-keistimewaan pada pihak-pihak tertentu. Manusia sebagai khalifah di muka bumi ini memang dibekali potensi kehendak bebas dalam melakukan apa saja demi mencapai tujuannya lebih dari itu potensi kebebasan yang telah dianugerahkan Allah hendaknya dijadikan sebagai sarana untuk mengarahkan serta membimbing manusia menuju kehidupan yang lebih baik sesuai aturan-aturan syariah. Berdasarkan hal tersebut, kemudian berkehendak atau berlaku bebas dapat diterapkan pada semua aspek kehidupan ini, tak terkecuali dalam dunia perekonomian khususnya bisnis.

4. Prinsip Pertanggung jawaban (*responsibility*)

Dalam dunia bisnis pertanggungjawaban juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya, semuanya harus

dipertanggungjawabkan sesuai dengan aturan yang berlaku.⁴³ Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu menciptakan satu kehidupan yang dinamis dalam masyarakat.

5. Prinsip Kebajikan (*Ihsan*)

Ihsan (kebajikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baikseakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah melihat. Keihsanan adalah tindakan terpuji yang dapat mempengaruhi hampir setiap aspek dalam hidup, keihsanan adalah atribut yang selalu mempunyai tempat terbaik disisi Allah. Kedermawanan hati (*leniency*) dapat terkait dengan keihsanan. Jika diekspresikan dalam bentuk perilaku kesopanan dan kesantunan, pemaaf, mempermudah kesulitan yang dialami orang lain.

⁴³ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), 144