

# **Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)**

**Penulis  
An Ras Try Astuti**

**Editor:  
Prof. Dr. Nasir Hamzah, S.E., M.Si**

2022

**Etika Bisnis Islam  
(Kasus-Kasus Kontemporer)**

*Penulis*

*An Ras Try Astuti*

*Editor*

**Prof. Dr. Nasir Hamzah, S.E., M.Si**

*Desain Sampul dan Penata Letak*

Fuad

Copyright IPN Press,

ISBN : 9786235781037

170 hlm 14.8 cm x 21 cm

Cetakan I, Januari 2022

Diterbitkan oleh:

**IAIN Parepare Nusantara Press**

Jalan Amal Bakti No. 08 Soreang

Kota Parepare, Sulawesi Selatan 91132

Email: nusantarapress@iainpare.ac.id

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan apapun

tanpa izin tertulis dari penerbit.

Dicetak oleh IAIN Parepare Nusantara Press, Parepare.

# PENGANTAR PENULIS

Alhamdulillah Rabbil Alamin, segala puji kehadiran Allah SWT atas seluruh Karunianya khususnya karunia Ilmu Pengetahuan kepada Penulis dan keluarga. Karena hanya dengan izinNya maka Buku ini bisa dirampungkan sampai ke tangan pembaca. Shalawat dan Salam semoga senantiasa tercurah kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Buku ini merupakan kajian kontemporer yang membahas kasus-kasus terkini terkait Etika bisnis Islam. Kajian isu ini menjadi penting mengingat banyaknya problematika yang dihadapi umat muslim seiring dengan berkembangnya kehidupan masyarakat. Dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara, dibutuhkan suatu sistem yang dapat mengatur bagaimana sebaiknya dan seharusnya manusia bergaul dengan baik. Sistem yang mengatur mengenai pergaulan tersebut kemudian membuat masyarakat saling menghormati satu sama lain dan memiliki tata krama, sopan santun, dan lainnya yang disebut etik.

Etika ini tak hanya dalam pergaulan sehari-hari. Etika diperlukan untuk membentuk dan membangun sikap apapun aspeknya, termasuk etika bisnis Islam. Terlebih, agama Islam merupakan agama yang menjunjung tinggi nilai-nilai norma dan juga sopan santun serta rasa menghargai makhluk satu sama lain.

Dalam buku ini, penulis menyadari banyak kekurangan dan berharap hal tersebut tidak mengurangi makna dan manfaat dari buku ini.

Parepare, 5 Januari 2022

Penyusun.

## **DAFTAR ISI**

ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAYANAN TRAVEL  
HAJI DAN UMROH

*(1-11)*

ETIKA BISNIS ISLAM PADA PERHOTELAN

*(12-31)*

IMPLEMENTASI NILAI ETIKA BISNIS ISLAM PADA  
PERILAKU PEDAGANG SEMBAKO

*(32-75)*

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PEDAGANG  
KAKI LIMA

*(76-86)*

ETIKA BISNIS ISLAM PADA KEDAI KOPI

*(87-98)*

ETIKA BISNIS ISLAM PADA RESTO DAN CAFE

*(99-111)*

ETIKA BISNIS RESTORAN JEPANG

*(112-123)*

ETIKA BISNIS ISLAM DALAM INDUSTRI  
TANAM BULU MATA  
(124-139)

ETIKA BISNIS ISLAM PADA IKLAN PENGOBATAN  
TRADISIONAL  
(140-157)

PRAKTIK ENDORSMENT DALAM TINJAUAN  
PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM  
(158-170)

# 1

## **ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAYANAN TRAVEL HAJI DAN UMROH**

### **PENDAHULUAN**

Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah. Selain itu etika bisnis Islam juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja. Jadi dapat difahami bahwa etika bisnis Islam merupakan seperangkat prinsip atau norma yang diterapkan oleh para pelaku bisnis dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.

Adapun Agama di Indonesia memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Hal ini dinyatakan dalam ideologi bangsa Indonesia di sila pertama Pancasila yaitu “Ketuhanan Yang Maha Esa”. Menurut hasil Sensus penduduk pada tahun 2020 86,88% dari 270,20 juta jiwa penduduk Indonesia adalah pemeluk agama Islam. Dan saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa agama Islam merupakan agama mayoritas di Indonesia.

Menunaikan ibadah haji adalah cita-cita setiap muslim. Begitu besar kerinduan orang menziarahi ka’bah. Di Indonesia, minat untuk menunaikan ibadah haji sangat tinggi. Hal ini terlihat dari panjangnya waiting list keberangkatan haji. Bahkan daftar tunggu haji saat ini tahun 2020 untuk

wilayah Jawa Timur mencapai 30 tahun. Sementara untuk mempercepat keberangkatan harus mengambil paket haji khusus/*plus*.

Di tengah panjangnya *waiting list* keberangkatan haji, umat Islam kemudian mencari alternatif lain untuk dapat pergi ke tanah suci tanpa harus menunggu lama yaitu dengan menunaikan ibadah umrah. Biaya umrah yang relatif lebih murah dibanding dengan ongkos naik haji menjadikan banyak umat Islam di Indonesia memilih alternatif ini untuk segera memenuhi kerinduannya pergi ke tanah suci.

Di masa sekarang ini tak jarang suatu bisnis travel diidentikkan dengan perbuatan yang kotor, karena terdapat perilaku ingkar janji, modus penipuan dan lain sebagainya. Bahkan dalam pelayanan haji dan umroh sekalipun, praktek-praktek keucaran acap kali terjadi. Padahal perusahaan akan menjadi lebih baik jika menerapkan nilai-nilai Islam dalam bisnis, seperti membudayakan kejujuran, kerendahan hati, menepati janji, dan tanggung jawab dalam lingkungan perusahaannya.

Aktivitas bisnis tersebut sangat merugikan masyarakat. Hal ini disebabkan karena kurang diterapkannya nilai-nilai moral dan etika bisnis Islam dalam berbisnis. Pentingnya para pelaku usaha menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya sebagaimana yang telah diatur di dalam Alquran. Nabi Muhammad SAW telah menjadi pelaku bisnis yang profesional dengan mempertimbangkan etika bisnis Islam yang diyakininya. Terdapat empat sifat Nabi yang perlu diterapkan dalam menjalankan suatu bisnis yaitu: *shiddiq*, *amanah*, *fathonah* dan *tabligh*. Sehingga para pelaku usaha dapat terhindar dari kegiatan bisnis yang melanggar ajaran agama Islam.

Artikel ini akan fokus pada penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam di dalam memberikan pelayanan yang

dilakukan oleh sebuah perusahaan travel kepada jama"ah yang melaksanakan ibadah haji dan umrah. Hal ini dilakukan mengingat banyak terjadi pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yang memberangkatkan jama"ah untuk berhaji atau umrah tidak sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Mendefinisikan etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Alquran dan Hadis yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Etika terhadap Allah didasari oleh petunjuk agama. Sedangkan etika terhadap sesama makhluk Allah bias dilandasi dengan agama bisa pula oleh akal sehat. Penelitian ini membahas tentang etika bisnis Islam yang lebih difokuskan kepada sesama manusia atau hablum minannas.

Ibadah Haji dan Umrah merupakan ibadah yang wajib dikerjakan oleh setiap muslim, sekurangnya sekali. Berbagai amalan dalam kedua ibadah tersebut merupakan latihan kejiwaan yang amat dalam maknanya. Untuk melaksanakannya jamaah dituntut untuk memiliki niat yang suci dan melakukannya karena Allah semata.

## **PEMBAHASAN**

Nilai-nilai etika bisnis yang diimplimentasikan oleh pebisnis travel umroh dan haji plus adalah :

### *1. Nilai Kejujuran*

Dalam melakukan transaksi bisnis Rasulullah menggunakan kejujuran sebagai etika dasar. Cakupan jujur ini sangat luas, seperti tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat pada barang dagangan, menimbang barang dengan timbangan yang tepat, dan lain-lain.

Kejujuran adalah nilai terpenting yang selalu ditanamkan kepada diri sendiri dan kepada karyawan,



karena nilai kejujuran adalah pondasi untuk ketahanan perusahaan dalam menjalankan bisnis ini.

Penjelasan paket-paket yang dijual hingga proses

administrasi, dan untuk proses administrasi dapat dilakukan dengan meminta karyawan untuk mengambil uang administrasi di tempat kerja jamaah, di rumah, atau di tempat lain. Serta transparansi *schedule* jamaah pada saat di Indonesia maupun di Arab Saudi.

Terkait dengan kebenaran atau kejujuran terhadap paket-paket yang ditawarkan kepada pelanggan dapat di kemukakan sebagai berikut :

Pertama; Kejujuran Dalam Pelayanan Haji Khusus (ONH Plus), sesuai dengan Paket Perjalanan Haji Khusus baik dalam penentuan hotel bintang 3 atau 5 dan jarak hotel dengan masjid Nabawi maupun masjidil Haram, termasuk juga pada saat pelaksanaan manasik haji di Hotel di Indonesia, pemberian *souvernir* yaitu koper besar dan kecil, tas ransel, buku panduan pelaksanaan ibadah, sajadah, dan lain-lain pada saat manasik haji, pemberian bimbingan haji di Indonesia. Dan untuk periode masyair, jamaah akan menginap di apartement atau flat pada saat di Mina.

Kedua; Kejujuran Dalam Pelayanan Umroh, perilaku kejujuran yang dilakukan oleh pihak Travel umroh adalah kejujuran dalam menjelaskan paket-paket layanan yang diminta oleh konsumen atau jamaah untuk layanan umroh plus tour ke Turki. Yang mana petugas menawarkan paket-paket umroh yang telah ada dan sesuai dengan harga dollar yang telah ditetapkan sebelumnya dan hanya menambahkan biaya untuk tour ke Turki. Selain dari kejujuran dalam menyampaikan informasi tersebut, juga menjelaskan fasilitas-fasilitas yang akan didapatkan dengan harga yang disepakati, dan tidak menyembunyikan kelemahan diantara paket-paket layanan tersebut yang telah tertulis dalam brosur ataupun *website*.

Penerapan nilai kejujuran oleh perusahaan travel umroh dalam pelayanan umroh memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepercayaan konsumen dalam menggunakan jasa layanan perusahaan travel umroh itu. Banyaknya kasus penipuan yang dilakukan oleh biro travel haji dan umroh di Indonesia, juga berpengaruh kepada peningkatan kepercayaan konsumen. Bentuk kepercayaan konsumen diwujudkan dengan *pertama*, banyaknya jamaah yang kembali menggunakan jasa layanan umroh.

Kedua, adanya jamaah umroh yang menjadi langganan tetap dalam menggunakan layanan. Ketiga, terdapat korban jamaah travel bodong.

## 2. *Nilai Kerendahan hati*

Kerendahan hati merupakan salah satu sifat mulia yang diajarkan oleh para Nabi. Kerendahan hati merupakan etos mulia yang penting dalam membangun karakter pribadi mulia. Salah satu sifat kerendahan hati dalam lingkungan perusahaan adalah suka menolong konsumen (Kasmir, 2005).

Kerendahan hati dalam lingkup perusahaan, dapat diartikan dengan upaya untuk tidak menggunakan kekuatan finansialnya untuk hal-hal yang melanggar hukum atau memaksakan kehendaknya terhadap konsumen atau masyarakat. Namun perusahaan harus dapat mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang atau jasa, serta mampu memberikan perlindungan terhadap konsumen dengan berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

Berikut adalah implimentasi prinsip kerendahan hati yang ada pada Perusahaan travel Haji Umroh :

*Pertama, kerendahan hati dalam bentuk apresiasi dalam pelayanan, yaitu apresiasi berupa materil atau non-materil. Apresiasi terhadap jamaah yang berupa materil yaitu akibat over weight atas berlebihnya jamaah membawa air zam-zam, sehingga perusahaan memberikan apresiasi kepada jamaah dengan memberikan tambahan biaya 5 kg. Namun apabila tetap melebihi dari 5 kg tersebut, maka jamaah akan tetap diminta untuk mengeluarkan biaya sendiri. Sedangkan bentuk apresiasi yang non-materil terdapat pada saat penggunaan biaya yang disetorkan oleh jamaah haji atau umroh ataupun umroh yang berupa fasilitas-fasilitas pelayanan.*

Kerendahan hati dalam bentuk apresiasi dapat memberikan efek positif dalam aktivitas layanan dalam suatu perusahaan. Artinya semakin sering perusahaan memberikan apresiasi terhadap konsumen, maka akan meningkat pula kepuasan konsumen (Customer Satisfaction) sehingga memberikan eksistensi perusahaan sehingga tercipta customer loyalty.

Kedua, Kerendahan hati yang diartikan sebagai kebijakan, hal tersebut terdapat pada proses pembatalan keberangkatan jamaah yang akan dikenakan biaya administrasi sebesar :

- a) 25% pembatalan 3 bulan sebelum keberangkatan.
- b) 50% pembatalan 1 bulan sebelum keberangkatan, dan
- c) 75% pembatalan 2 minggu sebelum keberangkatan.

M. Janni menjelaskan bahwa, apabila calon jamaah telah menyetorkan biaya umroh atau wisata halal dan biaya tersebut belum digunakan untuk pengurusan visa, tiket, dan hotel, maka biaya dapat dikembalikan 100% kepada calon jamaah tersebut. Namun apabila sebagian uang administrasi telah digunakan untuk akomodasi dan

fasilitas calon jamaah, maka sisa biaya dapat dikembalikan kepada calon jamaah.

Kebijakan yang berasaskan kepada manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum, sebagaimana yang telah tertera dalam undang-undang tentang perlindungan konsumen tahun 1999. Artinya, kebijakan yang meliputi apresiasi, kesiapan untuk membantu konsumen, serta kebijakan tentang pembayaran, dan pembatalan keberangkatan konsumen merupakan kebijakan-kebijakan yang sesuai dengan ketetapan hukum di Indonesia yang mengarah kepada kemaslahatan bersama perusahaan dan konsumen.

### 3. *Nilai Menepati Janji*

Menepati janji ialah menunaikan dengan sempurna apa-apa yang telah dijanjikan, baik berupa kontrak maupun apa saja yang telah disepakati. Dari pengertian tersebut maka janji dibagi menjadi dua, yaitu janji dengan ucapan dan janji dengan tulisan, maka janji dengan ucapan mencakup kepada seluruh kesepakatan antara direksi atau karyawan dengan jamaah (konsumen) dari mulai penawaran paket layanan ibadah sampai dengan bimbingan ibadah. Sedangkan janji dengan tulisan yang dilihat pada realisasi hal-hal yang di tertulis di website dan brosur, yang meliputi fasilitas-fasilitas yang akan didapatkan oleh jamaah (konsumen), seperti hotel, biaya paket, akomodasi (Arab Saudi dan Indonesia), dan konsumsi.

Perusahaan mengimplementasikan nilai menepati janji pada setiap aktivitasnya, akan melahirkan kepuasan terhadap konsumen (*costumer satisfaction*) dan *costumer loyalty*. Sperti di kemukakan Kasmir, yang mengatakan:

“.....apabila karyawan tidak mampu menepati janji, akan menghilangkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan”.

#### 4. Nilai Tanggung Jawab

Sikap untuk selalu bertanggung jawab dalam menjalankan bisnis sangat berpengaruh terhadap loyalitas (kesetiaan), kepercayaan, dan kepuasan konsumen, sebagaimana yang dikatakan oleh Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, bahwa amanah atau tanggung jawab dapat ditampilkan dalam bentuk: keterbukaan, kejujuran, dan pelayanan yang optimal kepada nasabah.

*Pertama, Keterbukaan.* Menurut pendapat di atas dapat diartikan dengan keterbukaan dalam *schedule* kegiatan, fasilitas yang didapatkan oleh konsumen, seperti hotel, transportasi, konsumsi, dan lain-lain.

*Kedua,* kejujuran dengan adanya izin sebagai penyelenggara layanan ibadah haji maupun umroh, sehingga konsumen merasa aman karena adanya izin tertulis dari pemerintah.

*Ketiga,* memberikan layanan yang optimal, hal ini adalah kewajiban setiap perusahaan penyedia layanan atau jasa, yang dalam aktivitas layanan tersebut merupakan tanggung jawab perusahaan penyedia jasa.

Ketika suatu perusahaan menerapkan nilai tanggung jawab dalam aktivitas bisnisnya, maka loyalitas konsumen akan terus terjaga dengan sendirinya, bahkan konsumen dapat menjadi akses dalam mempertahankan dan memperluas citra perusahaan tersebut. Implementasi nilai tanggung jawab dapat menumbuhkan kepercayaan dan kepuasan konsumen, hal ini dapat memberikan efek terhadap strategi pemasaran perusahaan, bahkan

perusahaan dapat meminimalisir dana pemasaran dengan menggunakan kepercayaan dan *statement* kepuasan konsumen untuk menyampaikan tentang produk atau jasa perusahaan tersebut kepada kerabat dan saudaranya.

## **KESIMPULAN**

Nilai-nilai etika bisnis Islam yang diimplementasikan dalam pelayanan ibadah haji dan umroh, adapun nilai-nilai tersebut adalah sebagai berikut: Pertama, nilai kejujuran dalam setiap pelayanan yang diberikan kepada konsumen, mulai dari kejujuran dalam penyampaian informasi, penetapan harga paket-paket ibadah, sampai fasilitas-fasilitas yang telah ada pada website dan brosur paket perjalanan. *Kedua*, nilai kerendahan hati dalam melayani konsumen, mengimplementasikan nilai kerendahan hati dalam bentuk apresiasi terhadap konsumen, baik secara materil maupun non materil. Selain itu kerendahan hati yang diaplikasikan dengan bentuk sikap membantu atau siap menolong konsumen, souvenir-souvenir ibadah, dan bentuk kebijakan- kebijakan untuk kepuasan jamaah. *Ketiga*, nilai menepati janji dalam pelayanan ibadah haji dan umroh. Hal tersebut meliputi janji yang diucapkan atau tertulis, artinya berusaha memberikan fasilitas, hotel, biaya, akomodasi, dan konsumsi yang telah disepakati dengan konsumen. *Keempat*, nilai tanggung jawab dalam setiap pelaksanaan pelayanan kepada konsumen atau jamaah. Tanggung jawab tersebut meliputi dari adanya surat izin perusahaan, memberikan layanan untuk pendaftaran, pemberian fasilitas yang sesuai, pengurusan berkas atau dokumen, dan pendampingan serta *service* untuk manasik haji.

## REFERENSI

- Buharnuddin Salam. *Etika Sosial*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1994)
- Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 1994).
- Badroen, et al, *Etika Bisnis dalam Islam*. (Jakarta: Kencana, 2006).
- Fitri Amalia, *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil*, Al-Iqtisad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syaria"ah, Vol.6 No.1 Tahun 2014
- Hidayatullaili, Ratna, *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention. Nasabah Simpanan (Studi Kasus Pada Bmt Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*, Repositori UMY, 2016
- Jaiz M Awwali, Dewi Rahmi, Noviani, *Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Usaha Travel Umroh di Kota Bandung*, Prosiding Ilmu Ekonomi, Universitas Islam Bandung, 2017
- Kasmir, *Etika Costumer Service*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005).
- M. Yatimin Abdullah, *Pengantar Studi Etika*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006).
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2 dan Pasal 3 huruf (b).



## 2

# ETIKA BISNIS PADA PERHOTELAN

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat sekarang ini memungkinkan manusia untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lain dengan berbagai tujuan, baik untuk urusan bisnis, pekerjaan, maupun dalam kunjungan pariwisata. Pergerakan tersebut sebagai mobilitas manusia dalam melakukan aktivitasnya memerlukan akomodasi sebagai tempat istirahat sementara ditempat tujuan misalnya penginapan, wisma, ataupun hotel. Sehingga berkembang bisnis perhotelan yang menjadi salah satu penunjang pariwisata baik mancanegara maupun lokal dalam negeri sendiri.

Berkembangnya bisnis hotel era abad ke-21 tidak hanya bergantung pada sektor pariwisata Indonesia atau dunia yang sedang meningkat, tetapi juga karena kebutuhan orang-orang urban akan akses hunian yang dekat dengan aktivitas perkantoran dan tidak ingin repot dalam hal pelayanan. Selain itu, faktor politik Indonesia yang semakin membaik, membuat bisnis perhotelan maju pesat dalam beberapa tahun terakhir (Sembiring&Fikriani, 2015). Munculnya waralaba hotel menimbulkan minat para investor. Hal itu dikarenakan fungsi hotel tidak hanya sebagai tempat penginapan, akan tetapi juga ada beberapa hotel yang dilengkapi dengan fasilitas gedung atau *ballroom* untuk sarana hiburan seperti menggelar konser musik dan bahkan dilengkapi dengan kolam renang. Perkembangan hotel menjadi salah satu tempat istirahat dan juga hiburan dengan beberapa fasilitas yang ditawarkan.

Saat ini para pelaku bisnis hotel terus berusaha

menampilkan sajian produk dan pelayanan yang berbeda dengan menciptakan sesuatu kekhasan atau keunikan tertentu dalam mengait konsumennya. Bisnis hotel kian berlomba menghadirkan konsep-konsep, inovasi-inovasi, ataupun pelayanan-pelayanan khusus dalam mengemas produk dan jasa mereka. Sebut saja konsep atau kemasan yang sekarang berkembang, misalkan: konsep ramah lingkungan atau *eco-friendly approach*, layanan pribadi atau *personalized service*, label syariah dan lain sebagainya (Basalamah, 2011). Sistem pelaksanaan setiap bisnis hotel berbeda-beda baik hotel konvensional maupun hotel syariah. Sebuah hotel yang baik adalah hotel yang mampu mendapatkan keuntungan dengan memberikan kepuasan bagi para tamu atau pengunjungnya. Kepuasan pengunjung hotel dapat terpenuhi dengan melihat manajemen pelayanan pada bisnis perhotelan itu sendiri.

Demi meningkatkan pemasukan hotel, sejumlah hotel mengabaikan syarat-syarat bagi pengunjung hotel yang bukan suami istri untuk menginap seperti menyediakan kamar short time, menyediakan pekerja seks komersil, perjudian, minuman keras dan narkoba. Namun sebenarnya tidak selamanya dunia bisnis perhotelan harus identik dengan dunia *hedonisme* yaitu menganggap kesenangan dan kenikmatan materi sebagai tujuan dalam hidup, seperti dengan adanya kehidupan malam bersuasana hura-hura dengan dilengkapi berbagai aksesoris berupa minuman beralkohol, narkoba dan “perempuan”. Apabila hal tersebut tidak segera diatasi dengan baik oleh pemerintah dan masyarakat dapat menimbulkan kemungkinan dunia pariwisata yang Islami akan mengalami kemandekan, bahkan secara perlahan mengalami kemunduran (Sabri, 2010).

Adanya trend tersebut menyebabkan inovasi baru dalam sistem perhotelan di Indonesia, yaitu munculnya label hotel syariah pada dunia bisnis. Hotel syariah ini ditujukan

untuk kelas sosial menengah yang mampu memberikan ketenangan bagi konsumennya dalam beribadah, suasananya Islami, adanya tempat beribadah yang nyaman dan tenang serta sajian dan hidangan makanannya dijamin halal. Hotel syariah banyak dikembangkan oleh beberapa perusahaan karena memiliki nilai jual dan sebagai investasi yang menjanjikan (Ghufron, 2017). Sebenarnya tidak banyak perbedaan yang terjadi antara hotel umum dan hotel syariah dalam melakukan penawaran jasanya, namun demikian variabel pengaruh pemilihan hotel syariah bagi para tamu, pada dasarnya hampir sama dengan hotel umum (Widyarini, 2017). Titik perbedaannya hanya terletak pada aspek kenyamanan baik penyajian makanan maupun perlakuan terhadap tamu yang datang serta etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang ada pada ajaran agama Islam.

## **PEMBAHASAN**

### ***A. Pengertian dan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam***

#### **1. Pengertian Etika Bisnis Islam**

Menelusuri asal usul etika tak lepas dari asli kata *ethos* dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*custom*) atau karakter (*character*). Dalam kata lain seperti dalam pemaknaan dan kamus Webster berarti “*the distinguishing character, sentiment, moral, nature, or guiding beliefs of a person, group, or institution*” (karakter istimewa, sentiment, tabiat moral, atau keyakinan yang membimbing seseorang, kelompok atau institusi).

Etika berasal dari bahasa Yunani kuno “*ethos*” yang berarti adat kebiasaan yang merupakan hasil dari filsafat. Etika ialah ilmu tentang tingkah laku manusia, prinsip-prinsip yang disistematisasi tentang tindakan moral yang benar. Perbedaan akhlak dan etika ialah bahwa etika merupakan cabang dari filsafat yang bertitik tolak dari akal pikiran, sedangkan akhlak ialah suatu ilmu pengetahuan yang mengajarkan mana yang baik dan mana yang buruk, berdasarkan ajaran Allah SWT. dan Rasulullah SAW (Alma dan Priansa, 2014). Etika berisi nilai dan norma-norma kongkrit yang menjadi kompas dan pegangan hidup manusia. Tolak ukur etika adalah akal dan pikiran (Iltiham & Danif, 2016).

Bisnis Islam adalah bisnis yang santun, bisnis yang penuh kebersamaan dan penghormatan atas hak masing-masing. Menurut A. Hanafi dan Hamid Salam, etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dari perspektif Al-Qur’an dan hadist yang bertumpu pada 6 (enam) prinsip, terdiri dari kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan dan keadilan.

Sedangkan etika bisnis Islam menurut Muhammad Djakfar adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur’an dan Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Dengan kata lain bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunah Rasulullah SAW, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh (holistik). Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntunan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari (Djakfar, 2012).

Dari beberapa pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai Islam yang merupakan landasan yang berbasis pada Al-Qur'an dan sunah Rasulullah SAW dalam melakukan dan menjalankan aktifitas bisnis yang tidak bertentangan dengan ajaran yang terdapat pada kedua basis Al-Qur'an dan As-Sunnah.

## 2. Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam

Prasyarat untuk meraih keberkahan seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip-prinsip etika bisnis yang telah digariskan dalam Islam, antara lain:

a. Jujur dalam takaran (*quantity*)

Kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis menurut Islam. Tapi etika bisnis modern juga sangat menekankan pada prinsip kejujuran. William C. Byham menyatakan: "*Business ethics build trust, and trust is the basic of modern business. If we accept the view, arqued for earlier, that there are not two moralities-one for individuals and one for business-but a common moral framework for judging both individual and corporate activities, then we can gain some guidance for business behavior by looking at what philosophers have seen as the morally good life*" Dalam pernyataan di atas William C. Byham mengatakan bahwa etika bisnis membangun kepercayaan dan kepercayaan adalah dasar dari pada bisnis modern.

b. Menjual barang yang baik mutunya (*quality*)

Dalam hal mutu, pelaku bisnis harus memberikan barang yang baik mutunya yang berarti tidak mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Karena tanggung jawab merupakan keseimbangan (*balance*) antara memperoleh keuntungan (*profit*) dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum,

- etika ataupun adat (Abdullah dan Triyuwono, 1997).
- c. Dilarang menggunakan sumpah  
Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dikalangan pedagang dikelas bawah apa yang dikenal obral sumpah. Dalam Islam perbuatan semacam itu tidak dibenarkan karena juga akan menghilangkan keberkahan sebagaimana sabda Rasulullah SAW: Dari Abu Hurairah r.a, saya mendengar Rasulullah saw. Bersabda: “Sumpah itu melariskan dagangan, tetapi menghapus keberkahan (HR. Abu Dawud). (Iltiham & Danif, 2016).
  - d. Ramah dan bermurah hati  
Dalam berbisnis, seorang pebisnis diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap *client* karena dengan begitu pebisnis akan mendapat berkah. Wujud refleksi dari sikap ramah yang menyejukkan hati salah satunya yakni senyum sehingga para *client* akan merasa senang.
  - e. Membangun hubungan baik antar kolega  
Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapapun, inklud antar sesama pelaku bisnis. Islam tidak mengkehendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, oligopoly maupun bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa pemerataan pendapatan. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW, yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari: “Bahwasannya Rasulullah Saw. Bersabda: Barang siapa mengaharap dimudahkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya, maka hendaklah ia menjalin hubungan sillaturrahim (HR. Imam Buhkari).
  - f. Menetapkan harga dengan transparan  
Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar

sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Meskipun dalam dunia bisnis setiap pelaku bisnis ingin memperoleh keuntungan tapi harus tetap menghormati hak-hak setiap client. Rafik Issa Beekun, ia mengemukakan sembilan pedoman etika umum bagi bisnis kaum muslim, diantaranya yaitu: jujur, menepati janji, mencintai Allah SWT, lebih dari mencintai perniagaan, berbisnis dengan muslim sebelum dengan non-muslim, rendah hati dalam menjalani hidup, menjalankan musyawarah dalam semua masalah, tidak terlibat dalam kecurangan, tidak boleh menyuap dan berbisnis secara adil. (Badroen, 2006).

Etika bisnis secara umum menurut Suarny Amran, harus berdasarkan prinsip-prinsip sebagai berikut:

- a. Prinsip otonomi; yaitu kemampuan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan keselarasan tentang apa yang baik untuk dilakukan dan bertanggung jawab secara moral atas keputusan yang diambil.
- b. Prinsip kejujuran; dalam hal ini kejujuran adalah merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, kejujuran dalam pelaksanaan *control* terhadap konsumen, dalam hubungan kerja dan sebagainya.
- c. Prinsip keadilan bahwa setiap orang dalam berbisnis diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing dan tidak ada yang boleh dirugikan.
- d. Prinsip saling menguntungkan; juga dalam bisnis yang kompetitif.
- e. Prinsip integritas moral; merupakan dasar dalam berbisnis, harus menjaga nama baik perusahaan tetap dipercaya dan merupakan perusahaan terbaik.

Demikian pula dalam Islam, etika bisnis Islami harus berdasarkan pada prinsip-prinsip dasar yang berlandaskan

pada Al-Qur'an dan al-Hadist, Bisnis merupakan sarana ibadah kepada Allah SWT. Banyak ayat yang menggambarkan bahwa aktivitas bisnis merupakan sarana ibadah, bahkan perintah Allah SWT. Diantaranya adalah dalam surah QS. At-Taubah/9:105 :

*Katakanlah (Nabi Muhammad), "Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan."*

Adapun aksioma atau ketentuan dasar dari etika bisnis Islam yang merupakan nilai-nilai etika bisnis Islam menurut Issa Rafiq Beekun ada 5 (lima), diantaranya yakni, (Harahap, 2011) :

b. Tauhid (*Unity*)

Tauhid adalah asas filsafat ekonomi Islam yang menjadi dasar ilmu ekonomi dan praktek yang relevan dengan nilai logik, etik dan estetik yang dapat di fungsionalisasikan ke dalam ekonomi manusia. Tauhid dalam bidang ekonomi mengantarkan para pelaku ekonomi untuk berkeyakinan bahwa harta benda adalah milik Allah SWT semata.

c. Keadilan

Dalam beraktivitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tidak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT, dalam surat Al-Maidah ayat 8 :



*Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak (kebenaran) karena Allah (dan) saksi-saksi (yang bertindak) dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat pada takwa. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.*

Keseimbangan atau keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada alam semesta. Dengan demikian keseimbangan, kebersamaan, kemoderatan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis.

d. *Kehendak Bebas (Free Will)*

Kebebasan, berarti manusia sebagai individu dan kolektivitas, mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Manusia yang baik dalam perspektif ekonomi Islam adalah yang menggunakan kebebasan dalam kerangka tauhid dan keseimbangan. Yang berlandaskan pada aturan dari Allah SWT terutama usaha bebas riba.

e. *Tanggung Jawab (Responsibility)*

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal mustahil, lantaran tidak menuntut tanggung jawab. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, setiap manusia harus mempertanggungjawabkan tindakannya. Karena itu menurut Sayyid Qutub prinsip pertanggungjawaban Islam adalah pertanggungjawaban

yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya.

f. Ihsan (*Benevolence*)

Semua keputusan dan tindakan harus menguntungkan manusia baik di dunia maupun di akhirat, selain hal itu seharusnya tidak dilakukan. Dalam konteks bisnis, ihsan adalah kehendak untuk melakukan kebaikan hati dan meletakkan bisnis pada tujuan berbuat kebaikan.

**B. Etika Bisnis Islam pada Perhotelan**

Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan yang ada dengan menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya, berfungsi sebagai tempat sementara dan disediakan bagi umum, dikelola secara komersial dengan memperhitungkan untung atau ruginya, serta bertujuan untuk mendapatkan keuntungan berupa uang sebagai tolak ukurnya (Gaffar, 2007). Dari pengertian kata hotel tersebut dapat dijabarkan bahwa hotel adalah suatu usaha komersial, hotel harus terbuka untuk umum, memiliki suatu sistem pelayanan/service, dan memiliki minimum tiga fasilitas, yaitu: akomodasi, makanan dan minuman (Ghifar, 2017).

Pelaksanaan etika bisnis Islam pada perhotelan dibangun dengan landasan hubungan antara sesama manusia dalam koridor Syariah sesuai tuntunan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Dengan berpegang pada landasan ini maka setiap muslim yang berbisnis atau beraktifitas apapun akan merasa ada kehadiran "pihak ketiga" (Allah) disetiap aspek hidupnya. Keyakinan ini harus menjadi bagian integral dari setiap muslim dalam berbisnis. Hal ini karena Bisnis dalam Islam tidak semata-mata orientasi dunia tetapi harus punya

visi akhirat yang jelas. Dengan kerangka pemikiran seperti itulah maka persoalan etika dalam bisnis menjadi sorotan penting dalam ekonomi Islam.

Dalam kaitannya dengan paradigma Islam tentang etika bisnis, maka landasan filosofis yang harus dibangun dalam pribadi Muslim adalah adanya konsepsi hubungan manusia dengan manusia dan lingkungannya, serta hubungan manusia dengan Tuhannya, yang dalam bahasa agama dikenal dengan istilah (*hablum minallah wa hablum minannas*). (Latif, 2010).

Adapun nilai-nilai etika yang dijadikan aksioma atau ketentuan dasar etika bisnis Islam pada perhotelan yang merupakan bisnis jasa akomodasi yang beroperasi dan berpedoman ditinjau pada prinsip-prinsip ajaran Islam yaitu pelayanan yang secara operasional menyeimbangkan aspek-aspek spiritual Islam dalam pengelolaan dan pengoperasiannya yang dapat dilihat dari penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam sebagai berikut:

#### 1. Tauhid

Konsep ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total murni terhadap kebebasan Tuhan. Konsep tauhid merupakan dimensi vertikal. Islam memadukan berbagai aspek dalam kehidupan manusia yaitu politik, ekonomi, social dan keagamaan serta menekankan gagasan mengenai konsistensi dan keteraturan. Hubungan vertikal ini merupakan wujud penyerahan diri manusia secara penuh tanpa syarat di hadapan Tuhan, dengan menjadikan keinginan, ambisi, serta perbuatannya tunduk pada perintah-Nya.

Konsep tauhid menjadi acuan berbisnis dengan prinsip semua kepemilikan Kembali kepada Allah dan manusia sebagai pengelola mempunyai Amanah untuk

beribadah kepada-Nya sehingga perwujudannya dalam hal ini adalah penyediaan fasilitas beribadah seperti musholla yang disediakan terpisah antara laki-laki dan perempuan, lengkap dengan kamar mandi dan tempat wudlu yang terpisah pula. Selain itu, musholla tersebut juga dilengkapi dengan mukenah, sajadah, al-Qur“an dan buku do“a. Disediakan pula perlengkapan alat shalat disetiap kamar akan tetapi adapula mushala yang tidak memiliki pembatas antara laki-laki dan perempuan dikarenakan tempat dan ruangan yang sempit. Ataupun perlengkapan alat shalat tidak tersedia disemua kamar.

## 2. Adil

Hak alam semesta dan hak Allah dan Rasul-Nya 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 (Rosyadi,<sup>2012</sup>) sebagaimana firman Allah SWT dalam Surah QS. An-Nahl/16 ayat 90:

Terjemahnya:

*Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat.*

Untuk menjaga dan meningkatkan mutu produk serta pelayanan pada perhotelan merupakan konsep yang sesuai dengan konsep keadilan dalam ketentuan dasar

etika bisnis Islam. Penerapan konsep adil pada perhotelan melalui penjagaan mutu atau kualitas pelayanan akan ketentuan syaria"ah biasanya dibuktikan dengan adanya sertifikat halal pada makanan dan minuman yang disediakan. Namun masih banyak pula hotel-hotel terutama yang non Syariah (umum) mencampuradukkan antara makanan yang halal dengan makanan yang haram pada setiap restonya masing-masing.

Keadilan antara pengunjung dan pihak hotel yang memberikan biaya sewa kepada pengunjung harus sesuai dengan fasilitas yang diberikan oleh pihak hotel sesuai dengan fasilitas yang berikan seperti tempat tidur, TV, *Wi-fi* dan lain sebagainya akan tetapi yang membedakannya cuma luas kamar yang disewa. Semakin besar kamar yang disewa maka harganya juga cukup mahal.

Nilai keadilan biasanya juga diterapkan pada sistem penggajian kepada para pengelola dan staf yang bekerja di hotel sesuai dengan jabatan dan tupoksi kerja masing-masing yang telah diatur pada saat rekrutmen pegawai dilaksanakan.

### 3. Kebebasan (*free will*)

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan aktif dalam kehidupan ekonomi. Hal ini dapat berlaku bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif, dimana pasar tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak maupun, tidak terkecuali dengan Negara, otoritas penentuan harga atau *private sector* dengan kegiatan *monopolistic*.

Konsep ini juga kemudian menentukan bahwa pasar Islami harus bisa menjamin adanya kebebasan pada masuk atau keluarnya sebuah komoditas di pasar.

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Dalam mempromosikan jasa akomodasi perhotelan maka berbagai macam strategi yang digunakan manajer hotel dalam menarik minat pengunjung misalnya dengan cara menyebarkan brosur, kemudian menggunakan media online untuk mempromosikan hotel dan memberikan diskon misalnya gratis *breakfast* untuk 2 orang.

Bentuk kebebasan sesuai dengan etika bisnis Islam pada perhotelan antara lain aturan yang merujuk pada seperangkat aktifitas yang diperkenankan dan tidak diperkenankan bagi para pengunjung atau pengguna jasa hotel, misalnya adanya seleksi tamu khusus pasangan lawan jenis, seleksi tersebut dilakukan apakah pasangan tersebut pasangan suami istri, keluarga, atau pasangan yang bukan *mahram*.

#### 4. Tanggung Jawab

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Tanggung jawab muslim yang sempurna ini tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu diambilnya. Menurut Didin Hafiduddin professional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan sifat profesionalisme digambarkan dalam surah QS. Al-Israa/17: 84

Terjemahnya:

*Katakanlah (Nabi Muhammad), “Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing.” Maka, Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.*

Pada ayat tersebut, seseorang yang bekerja sesuai dengan profesinya maka akan menghasilkan sesuatu yang baik bagi orang lain, selain itu tidak melupakan akhirat ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktu. Begitu pula dalam pelayanan perhotelan, apabila datang waktu shalat maka ada pengingat dalam bentuk adzan melalui speaker yang tersedia. Ini sebagai upaya dalam memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada pengunjung/tamu hotel yaitu dengan memberikan rasa aman dan nyaman serta pelayanan yang baik. Ini merupakan Amanah yang berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Allah berfirman dalam surah QS. An-Nisa/4 ayat 58:

Terjemahnya:

*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.*

Ayat tersebut menjelaskan kepada setiap manusia untuk menyampaikan amanah kepada orang yang berhak menerimanya. Setiap ada keluhan dari para pengunjung atau tamu hotel misalnya tentang pelayanan yang kurang memuaskan atau tidak tersedianya fasilitas yang pengunjung inginkan, karyawan hotel harus menyampaikan keluhan pengunjung/tamu hotel kepada manajer hotel tentang tidak tersedianya fasilitas bagi para pengunjung sehingga menjadi masukan bagi pihak hotel untuk dapat memperbaiki pelayanan atau menyediakan fasilitas yang pengunjung butuhkan. Jadi ini merupakan salah satu bentuk tanggung jawab dalam pelayanan perhotelan.

#### 5. Ihsan

Ihsan (kebajikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat (Marni, 2016).

Selanjutnya konsep Ihsan tercermin pada tujuan didirikannya suatu hotel yang tidak hanya mencari profit tapi juga nonprofit yakni mencari keberkahan. Tujuan atau niat yang kuat untuk berdakwah, beribadah dan menjalankan prinsip-prinsip syari'ah merupakan kunci keberhasilan dalam menjalankan sebuah bisnis. Realisasi konsep ihsan misalnya saja, para karyawan dituntut untuk selalu bertegur sapa dengan mengucapkan salam pada karyawan lain dan para pengunjung atau pengguna jasa hotel. Dengan cara mengucapkan salam setiap bertemu dan menyediakan fasilitas yang baik dapat membuat pengunjung merasa puas dan kembali menggunakan jasa perhotelan tersebut.



## KESIMPULAN

1. Etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai Islam yang merupakan landasan yang berbasis pada Al-Qur'an dan sunah Rasulullah SAW dalam melakukan dan menjalankan aktifitas bisnis yang tidak bertentangan dengan ajaran yang terdapat pada kedua basis Al-Qur'an dan As-Sunnah. Sedangkan prinsip-prinsip etika bisnis antara lain: Jujur dalam takaran (*quantity*), Menjual barang yang baik mutunya (*quality*), Dilarang menggunakan sumpah, Ramah dan bermurah hati, Membangun hubungan baik antar kolega, Menetapkan harga dengan transparan. Adapun nilai-nilai etika bisnis Islam yaitu tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan.
2. Etika bisnis Islam pada perhotelan dilihat dari penerpan nilai-nilai etika bisnis Islam meliputi tauhid dengan penyediaan tempat dan perlengkapan shalat, adil dengan sertifikat halal pada makanan/minuman serta sewa sesuai fasilitas yang diberikan dan system penggajian yang adil, kebebasan dalam bentuk promosi yang tidak merugikan pihak lain serta seleksi tamu khusus pasangan lawan jenis, tanggung jawab dalam mengingatkan waktu shalat dan perbaikan pelayanan dan fasilitas tamu/pengunjung, dan ihsan dalam bentuk bertegur sapa dengan mengucapkan salam baik kepada pengunjung maupun antara sesama karyawan hotel.

## REFERENSI

- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Bandung: Alfabeta CV, 2014
- A. Hanafi dan Hamid Salam dalam Marni, "Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Al-Badar Makassar", *Skripsi*, Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar, 2016
- Al-Azdi, Sulayman ibn al-Ash-,ashi Abu Daud al-Sajsatani, *Sunan Abi Daud*, Juz 3, (Libnan: Dar al-Fikr, tt) h. 245 dalam Muhammad Fahmul Iltiham & Danif, "Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam pada Manajemen Perhotelan di PT. Syari'ah Guest House Malang", *Jurnal MALIA*, Volume 7, Nomor 2, Juni 2016
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis dalam Islam*, 2006, h. 23 dalam Muhammad Fahmul Iltiham & Danif, "Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam pada Manajemen Perhotelan di PT. Syari'ah Guest House Malang", *Jurnal MALIA*, Volume 7, Nomor 2, (Juni 2016)
- Basalamah, A., "Hadirnya Kemasan Syariah Dalam Bisnis Perhotelan Di Tanah Air". *Binus Business Review*, Vol. 2 No. 2, 2011.
- Beekun, Issa Rafiq dalam Sofyan S Harahap. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Chryssiders, George & John EH Kaler, *An Introduction to*

*Business Ethics* (London: Chapman & Hall, 1993), 249, dalam M. Amin Abdullah dan Iwan Triyuwono, *Etika Muamalah*. Malang: Program Pascasarjana UMM, 1997.

Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islam*. Malang: UIN Malang Press, 2008.

----- . *Etika Bisnis dalam Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus, 2012.

Gaffar, Vanessa. *CRM Dan MPR Hotel (Customer Relationship Management and Marketing public Relations)*. Bandung: Alfabeta, 2007.

Ghifar, A. Tingkat Hunian Hotel Syariah Meningkat 15%-20%  
<http://industri.bisnis.com/read/20140714/12/243237/tingkat-hunian-hotel-syariah-meningkat-15-20> dalam Moh. Idil Ghufron, “Konsep Masalah Maximizer pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis Islam, *Jurnal Islam Nusantara*, Vol. 01, No. 02. Juli-Desember 2017.

Ghufron, Moh. Idhil. “Konsep Masalah Maximizer pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis Islam”, *Jurnal Islam Nusantara*, Vol. 01, No. 02, Juli-Desember 2017.

Iltiham, Muhammad Fahmul & Danif, “Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam pada Manajemen Perhotelan di PT. Syari‘ah Guest House Malang”, *Jurnal MALIA*,

Volume 7, Nomor 2, (Juni 2016)

- Latif, A. Y, “Manajemen Laba Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam”. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 7 No. 1 . (2010).
- Marni, “Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Al-Badar Makassar”, *Skripsi*. Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar, 2016.
- Meskardo Sembiring & Fikriani, *Omset Berlipat dari Bisnis Hotel, Tur, dan Travel*, Cetakan Ke-1. Yogyakarta: Cemerlang Publishing, 2015
- Rosyadi, Muhammad Faiz. “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention (Studi Kasus pada Bank BPD DIY Cabang Syariah)”, *Skripsi*. Fakultas Syariah dan Hukum: UIN Yogyakarta, 2012
- Sabri, Fahrudin Ali, “Perkembangan Hotel Syaria“ah Di Indonesia: Mengonsep Pariwisata Islami”, *Jurnal KARSA*, Vol. XVIII No. 2 , Oktober 2010.
- Webster“s New Collegiate Dictionary, G. dan C. Merriam company, USA, h. 393 dalam Marni, “Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Al-Badar Makassar”, *Skripsi*. Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar, 2016
- Widyarini F. K., 2014 dalam Moh. Idhil Ghufron, “Konsep Masalah Maximizer pada Hotel Syariah Perspektif Etika Bisnis Islam, *Jurnal Islam Nusantara*, Vol. 01, No. 02, Juli-Desember 2017.

### 3

## IMPLEMENTASI NILAI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PERILAKU PEDAGANG SEMBAKO

### PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Tetapi di era modern yang berkembang saat ini, telah membawah manusia pada kondisi di mana nilai-nilai moral tidak diterapkan lagi. Hal ini terjadi terutama di kalangan perilaku bisnis yang pada gilirannya berimbas negatif terhadap orang lain.

Konsep mekanisme pasar yang ditawarkan oleh kapitalisme, dalam perkembangannya telah menimbulkan monopoli pasar dimana para pengusaha atau Pemilik modal mengendalikan harga sesuai kebutuhan mereka. Dengan demikian, harga yang terbentuk dalam pasar bukanlah hasil supply dan demand yang ada, melainkan ketentuan dari pada pemilik modal. Hal inilah yang kemudian berdampak pada minimnya *perfect competition* yang pada akhirnya persaingan pasar pun menjadi tidak sehat.

Para pelaku pasar tidak hanya mengejar keuntungan materil, tetapi juga barakah Allah. Pasar akan menjadi arena perniagaan komoditas yang halal dan toyyiban saja sehingga

yang haram harus ditinggalkan. Para pelaku usaha sebaiknya menghindari larangan-larangan yang bertransaksi dalam syariah yang mengandung dharar sehingga dilarang dalam syariah, yang terdiri dari: Riba, Gharar, Ghisy, Tadlis/Taghrir, Ikhtikar (penimbunan), Ghasab, Riswah (suap), dan Muqamarah (judi/maisir/untung-untungan). Aktivitas pasar harus mencerminkan persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparency*), dan keadilan (*justice*), sehingga harga yang tercipta adalah harga yang adil (*just price*). Dengan kata lain, pasar ini tidak mengandung deviasi dari nilai dan moralitas Syariah. Pelaku pasar mempunyai tujuan utama dalam melakukan sebuah transaksi, yaitu mencapai ridha Allah demi mewujudkan kemaslahatan hidup bersama di samping kesejahteraan individu.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti di Pasar Sentral Pinrang, ditemukan masih ada beberapa pedagang yang mencampur barang dagangan yang memiliki kualitas yang bagus dengan yang kurang bagus, menyetel timbangan atau takaran barang dagangannya sehingga takaran barang terlihat lebih banyak oleh pembeli padahal sebenarnya kurang. Misalnya dalam hal kualitas pada jual-beli ikan, pedagang mencampur ikan yang segar dengan ikan yang tidak segar, ikan yang tidak segar disusun dibagian paling bawah dan ikan segar disusun paling atas padahal hal tersebut merugikan bagi pembeli, karena pembeli tidak mengetahui. Selain itu, harga yang diberikan kepada setiap pembeli berbeda-beda untuk barang dagangan yang sama. Oleh karena itu penulis memfokuskan penelitian ini pada masalah bagaimana implementasi nilai-nilai dasar dalam etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sembako di pasar sentral Pinrang.

## PEMBAHASAN

### A. Karakteristik Ekonomi Islam dan Nilai-nilai etika bisnis Islam

Kata ekonomi dalam bahasa Arab diistilahkan dengan kata “*iqtishad*” yang berasal dari akar kata *Qasd* yang mempunyai makna dasar sederhana, hemat, sedang, lurus dan tengah-tengah. Sedang kata “*iqtisad*” mempunyai makna sederhana, penghematan dan kelurusan. Istilah ini kemudian mashur digunakan sebagai istilah ekonomi dalam Bahasa Indonesia.

Ekonomi Syariah adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Syariah. Ada banyak pendapat di seputar pengertian dan ruang lingkup ekonomi Syariah. Dawan Rahardjo, memilah istilah ekonomi Syariah ke dalam tiga kemungkinan pemaknaan, pertama, yang dimaksud ekonomi Syariah adalah ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai atau ajaran Syariah. Kedua yang dimaksud ekonomi Syariah adalah sistem. Sistem menyangkut pengaturan yaitu pengaturan kegiatan ekonomi dalam suatu masyarakat atau negara berdasarkan suatu cara atau metode tertentu. Sedangkan pilihan ketiga adalah ekonomi Syariah dalam pengertian perekonomian umat Syariah. Dalam tulisan ini

ekonomi Syariah menyangkut ketiganya dengan penekanan pada ekonomi Syariah sebagai konsep dan sistem ekonomi. Ketiga wilayah tersebut, yakni teori, sistem, dan kegiatan ekonomi umat Syariah merupakan tiga pilar yang harus membentuk sebuah sinergi.

Menurut Adiwarman A. Karim, tiga wilayah level (teori, sistem dan aktivitas) tersebut menjadi basis dalam upaya penegakan syariah dalam bidang ekonomi Syariah yang harus dilakukan secara akumulatif. Dengan demikian diperlukan adanya upaya yang sinergi dengan melibatkan seluruh komponen dalam rangka menegakkan syariah dalam bidang ekonomi.

### **1. Karakteristik Sistem Ekonomi Syariah**

a) *Multitype Ownership* (kepemilikan multijenis). Merupakan turunan dari nilai tauhid dan adil. Prinsip ini adalah terjemahan dari nilai tauhid: pemilik primer langit, bumi dan seisinya adalah Allah, sedangkan manusia diberi amanah untuk mengelolanya. Jadi manusia dianggap sebagai pemilik sekunder. Dengan demikian kepemilikan swasta diakui. Namun untuk menjamin keadilan, yakni supaya tidak ada penzaliman segolongan orang terhadap segolongan yang lain, maka cabang-cabang produksi yang penting dan menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara. Dengan demikian, kepemilikan negara dan nasionalisasi juga diakui.

b) *Freedom to Act* (kebebasan bertindak/berusaha). Merupakan turunan dari nubuwah, adil, dan khilafah. Freedom to act akan menciptakan mekanisme pasar dalam perekonomian karena setiap individu bebas untuk bermuamalah. Dengan demikian pemerintah bertindak sebagai wasit yang mengawasi interaksi (muamalah) pelaku-



pelaku ekonomi serta memastikan bahwa tidak terjadi distorsi dalam pasar dan menjamin tidak dilanggarnya syari'ah.

c) *Social Justice* (keadilan sosial). Merupakan turunan dari nilai khilafah dan ma'ad. Dalam Syariah, pemerintah bertanggung jawab menjamin pemenuhan kebutuhan dasar rakyatnya dan menciptakan keseimbangan sosial antara yang kaya dan yang miskin.

## **2. Nilai-Nilai Etika Bisnis islami**

Ekonomi Syariah adalah sistem ekonomi yang berdasar pada Al-Qur'an & Hadis yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia di dunia dan akhirat (al-Falah). Adapun nilai-nilai dasar etika bisnis islam yakni sebagai berikut:

a) Nilai Kepemilikan. Konsep kepemilikan dalam Syariah tidak sama konsep kepemilikan dalam faham liberalisme-kapitalisme maupun sosialisme. Dalam faham liberalisme-kapitalisme, seperti yang dikemukakan John Lock "Setiap manusia adalah tuan serta penguasa penuh atas kepribadiannya, atas tubuhnya dan atas tenaga keja yang berasal dari tubuhnya". Jadi dengan demikian konsep kepemilikan dalam faham liberalisme-kapitalisme adalah konsep bersifat absolut. Di dalam faham sosialisme adalah sebaliknya, seseorang tidak di perkenankan untuk memiliki kapital atau modal, sebab yang memiliki kapital dengan sendirinya memiliki juga sarana-sarana produksi. Terus bagaimana halnya dengan konsep kepemilikan dalam Syariah? Tuhan telah menyatakan bahwa seluruh yang ada di langit dan yang ada di bumi adalah milik Allah Swt. QS.Al-Baqarah/2 : 107.

Terjemahnya :

*Tidakah kamu mengetahui bahwa kerajaan langit dan bumi adalah kepunyaan Allah? Dan tiada bagimu selain Allah seorang pelindung maupun seorang penolong.*

Menjelaskan bahwa segala apa yang ada di alam ini dan apa yang ada di dalam manusia itu sendiri adalah milik Allah Swt. Dan kepemilikan yang ada pada manusia adalah hanya kepemilikan dalam pengelolaannya. Jadi dengan demikian dapat kita pahami bahwa konsep kepemilikan Syariah adalah tidaklah termasuk dalam zatnya saja, tetapi kepada manfaatnya.

b) Nilai Keadilan. Keadilan sebagai sebuah keutamaan yang paling tinggi di lihat dari kondisi yang wajar yang meniscayakan terhimpunnya makna-makna kebijaksanaan (al-hikmah) , keberanian (al-siyasiyah) , dan keterpeliharaan (aliffah). Bagi plato menyamakan semua orang itu tidak adil. Karna menurutnya setiap orang itu tidak memiliki bakat dan kemamam puan serta bawaan yang sama. Aristoteles mendefinisikan keadilan adalah nilai keutamaan, bukankeutamaan yang mandul dan bukan pula semata mata bersifat individual keadilan harus mempunyai efek dan implikasi kepada yang lain . Oleh karena itu, keadilan menurutnya adalah berisi suatu unsur kesamaan dan menuntut bahwa benda -benda yang ada di dunia ini di bagi secara rata yang pelaksanaannya di kontrol oleh hukum. Dalam sistem liberalisme-kapita-lisme sesuatu itu dikatakan adil kalau seandainya masalah ekonomi itu penyelesaiannya di serahkan sepenuhnya kepada mekanisme pasar. Ini artinya sebuah proses ekonomi di katakan adil bila mana pemerintah tidak ikut campur tangan di dalamnya dan di serahkan sepenuhnya kepada mekanisme pasar yang ada. Masalah

keadilan dalam Syariah menempati posisi yang sangat vital dan fundamental. Firman Allah dalam QS.An-Nahl/16 : 90

*“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.*

c) Nilai Keseimbangan. Keseimbangan merupakan nilai dasar yang mempengaruhi berbagai aspek tingkah laku ekonomi seorang Muslim. Keseimbangan adalah tidak berat sebelah, baik itu usaha-usaha kita sebagai individu yang terkait dengan keduniaan dan keakhiratan, maupun yang terkait dengan kepentingan diri dan orang lain, tentang hak dan kewajiban. Sebagaimana Allah menyebutnya dalam QS. Al-Baqarah/2 : 201.

*“Dan di antara mereka ada orang yang berdoa:”Ya Rabb kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat dan peliharalah kami dari siksa neraka.”*

Bila Allah memang berkehendak pada makhluk ciptaannya berbeda satu sama lainnya, disanalah letak keseimbangannya. Bahwa perbedaan ada bukan untuk dijadikan kesenjangan, tapi justru untuk mencapai keseimbangan atau keselarasan.

d) Nilai Kebebasan, Dalam sistem ekonomi sosial tidak mengenal kebebasan individual, karena segala sesuatunya di

atur dan di tentukan oleh negara secara sentralistis. Sedangkan dalam sistem ekonomi liberalisme, kapitalisme masalah kebebasan orang per orang sangat mendapatkan tempat yang terhormat, bahkan negara tidak boleh ikut campur dalam urusan mereka termasuk dalam bidang ekonominya. Di dalam sistem ekonomi Syariah. Dalam Syariah masalah kebebasan ekonomi adalah tiang pertama dalam dalam strruktur pasar Syariah. Kebebasan di dasarkan atas ajaran-ajaran fundamental Syariah atau dengan kata lain nilai dasar kebebasan ini merupakan konsekuensi logis, dari ajaran tauhid dimana dengan pernyataan tidak ada tuhan selain Allah, artinya manusia terlepas dari ikatan perbudakan baik oleh alam maupun oleh manusia sendiri.

e) Nilai Kebersamaan,

Dalam sistem ekonomi Syariah adalah perinsip tauhid yang di bawa Syariah yang mengajarkan tiada tuhan selain Allah. Memiliki persamaan antara manusia bahwa setiap manusia adalah bersumber dari satu yaitu : Allah Swt. Dengan kata lain di dalam Syariah tidak ada perbedaan sosial atas warna kulit, dan keadaan fisik, mereka adalah sama semua milik Allah Swt. Jadi dengan konsep kebersamaan yang di bawa syariah telah menciptakan konsep baru dalam sistem demokrasi, yang tidak sama dengan demokrasi barat. Bila demokrasi barat hanya mengaitkan konsep persamaan tersebut hanya di depan hukum. Tetapi di dalam syariah manusia sama di depan Tuhan. Jadi, arti demokrasi di dalam syariah tidaklah hanya bernuansa insaninyah (kemanusiaan) tetapi juga bernuansa ilahiyah (ketuhanan).

## **B. Perilaku pedagang dalam Islam**

Menurut Yusuf Qardawi, dalam bukunya norma dan etika ekonomi Syariah secara tegas telah memisahkan antara

nilai-nilai dan perilaku dalam perdagangan. Di antara norma-norma atau nilai-nilai syariah itu adalah sebagai berikut:

1. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan Selanjutnya komoditas yang diperjual belikan adalah barang yang baik dan halal. Allah swt memerintahkan hambanya agar senantiasa mengkomsumsi, memproduksi dan mendistribusikan serta bertransaksi barang-barang dagangan yang halal lagi baik sebagaimana dijelaskan dalam firmanNya Q.S. Al-Baqarah/2:168.

*“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”*

Seperti yang kita ketahui bahwa segala sesuatu diciptakan oleh Allah swt. untuk digunakan dan melayani manusia, namun bukan berarti kita bebas tanpa batas melanggar larangannya, karena selain dari pada perintah untuk taat terdapat pula perintah larangan terutama yang berkaitan dengan bisnis perdagangan yaitu larangan memakan barang yang haram seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi dan sebagainya tidak diperbolehkan untuk dijadikan sebagai komoditas bisnis, barang-barang ini di haramkan.

2. Bersikap benar, amanah, dan jujur Perilaku yang dimaksud benar adalah ruh keimanan, ciri utama orang mukmin, bahkan ciri para nabi saw. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Sebaliknya, bohong

dan dusta adalah bagian dari pada sikap munafik. Bencana terbesar di dalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga. Amanat adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain.

Selain benar dan memegang amanat, seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli sebagaimana

3. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga. Perilaku dari nilai ini diantaranya adalah tidak melakukan *ba'i gharar* (jual beli yang mengandung ketidakjelasan), tidak bertransaksi dengan lembaga riba, menyempurnakan timbangan dan takaran, tidak melakukan penimbunan barang dengan tujuan mempermainkan harga, bersegera dalam membayar hutang kalau sudah tiba waktunya, melakukan pencatatan terhadap semua transaksi usaha, dan membayar gaji karyawan tepat waktu.

4. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli Kasih saying dijadikan Allah lambang dari risalah Muhammad saw. Islam ingin menegakkan dibawah naungan norma pasar. Kemanusiaan yang besar menghormati yang kecil, yang kuat membantu yang lemah, yang bodoh belajar dari yang pintar, dan manusia menentang kezaliman. Oleh sebab itu, Islam mengharamkan monopoli, satu unsur yang berlaku dalam paham kapitalis disamping riba. Yang dimaksud monopoli ialah menahan barang dari perputaran di pasar sehingga harganya naik. Di antara perilaku yang berhubungan dengan nilai ini adalah tidak menggusur

pedagang lain, tidak monopoli, dan tidak menjelek-jelekkan bisnis orang lain.

5. Menegakkan toleransi dan persaudaraan. Salah satu moral terpuji ialah sikap toleran dan menjauhkan faktor eksploitasi. Tindakan eksploitasi banyak mewarnai dunia perdagangan, terutama perdagangan yang berada dibawah naungan kapitalis. Salah satu etika yang harus dijaga adalah menjaga hak-hak orang lain demi terpeliharanya persaudaraan. Jika individu dalam sistem kapitalis tidak mengindahkan hal-hal yang berkaitandengan etika seperti tidak mengindahkan perasaan orang lain, tidak mengenal akhlak dalam bidang ekonomi, dan hanya mengejar keuntungan, maka sebaliknya, Syariah sangat memperhatikannya. Islam menganjurkan kepada pedagang agar mereka bersedekah semampunya untuk membersihkan pergaulan mereka dari tipu daya, sumpah palsu dan kebohongan.

Berpegang pada prinsip Perdagangan adalah bekal menuju akhirat. Bekal pedagang menuju akhirat, salah satu moral yang juga tidak boleh dilupakan ialah, meskipun seorang muslim telah meraih keuntungan jutaan dollar lewat perdagangan dan transaksi, ia tidak lupa kepada Tuhannya. Ia tidak lupa menegakkan syariat agama, terutama shalat yang merupakan hubungan abadi antara manusia dan Tuhannya. Perilaku yang berhubungan dengannilai ini diantaranya adalah tidak bertransaksi pada waktu shalat jumat, tidak meninggalkan shalat/tidak melalaikan diri dari ibadah, niat yang lurus, selalu ingat kepada Allah dalam berdagang, mengukur waktu berdagang dan puas dengan keuntungan yang diperoleh, menghindari syubhat, dan membayarkan zakat.

### **C. Pengetahuan Pedagang di Pasar Sentral Pinrang terkait Nilai-Nilai Ekonomi Syariah**

Dalam penelitian ini, Pedagang yang menjadi informan yaitu pedagang yang termasuk dalam kategori pedagang yang berjualan barang sembako. Diantaranya menjual barang campuran kebutuhan sehari-hari (gula, garam, minyak, telur, susu, beras, kacang-kacangan,dll ), pedagang ikan, dan pedagang sayuran.

Pemahaman pedagang sembako di pasar sentral Pinrang mengenai nilai-nilai Ekonomi Syariah yang meliputi pedagang campuran, pedagang ikan, dan pedagang sayuran kebanyakan dari informan tidak mengetahui hal tersebut. Akan tetapi, para pedagang menjalankan usaha dagang atau jual beli menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama islam, Ketidapkahaman informan tentang nilai-nilai ekonomi syariah, karena memang sebelumnya mereka belum mendengar ataupun mendapatkan informasi tentang hal tersebut, di karenakan keterbatasan pengetahuan mengingat mereka belum mempelajari teori nilai nilai ekonomi syariah di bangku sekolah.

Seperti yang diungkapkan oleh informan yaitu Ilyas, pedagang campuran mengatakan bahwa :

*“Jujur saya memang tidak mengetahui mengenai nilai-nilai ekonomi syariah dalam berdagang, karena saya hanya tamatan SMP, itupun saya lulus dengan nilai standar, tapi saya menjual barang saya sesuai dengan aturan agama islam.”*

Berdasarkan pernyataan dari Ilyas salah satu pedagang campuran, peneliti menyimpulkan bahwa walaupun tidak mengetahui mengenai nilai-nilai ekonomi syariah, tetapi dalam berdagang harus sesuai dengan aturan agama islam.

Selain Ilyas, hal ini juga diungkapkan oleh Ihabi, pedagang sayuran mengatakan bahwa :



*“Dalam berdagang, saya kurang paham mengenai nilai-nilai ekonomi syariah, tapi saya mengetahui berdagang seperti yang di contohkan oleh Nabi Muhammad saw. Karena itu sangat penting. Bukan hanya saya” seharusnya semua pedagang dan pembeli setidaknya harus paham tentang hal itu. Dengan begitu kita sebagai pedagang disukai pembeli dan otomatis banyak mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan. Dan sebaliknya jika mereka tidak memahami, akibatnya biasanya terjadi perlakuan yang tidak baik, misalnya: dalam proses transaksi jual beli tawar menawar, tiba-tiba ada penjual lain yang memanggil pembeli tersebut dengan menawarkan barang yang lebih rendah. dan saya sebagai sesama pedagang merasa dirugikan dengan hal tersebut.”*

Berdasarkan pernyataan dari ihabi salah satu pedagang sayuran yang ada di pasar sentral pinrang, sangat penting mengetahui aturan berdagang yang dicontohkan rasulullah, supaya bisa disukai oleh pembeli sehingga mendapatkan keuntungan yang banyak tanpa ada pihak yang merasa dirugikan. Hal ini dikatakan pula oleh informan Hj. Haruna selaku pedagang campuran, sebagai berikut:

*“Nilai-nilai ekonomi syariah saya pelajari dulu waktu kuliah di salah satu universitas syariah di Makassar, sehingga ada yang saya jadikan patokan dalam membangun usaha saya ini, karena memang segala sesuatu yang kita kerjakan harus selalu melibatkan Allah SWT supaya mendapatkan keberkahan dunia dan akhirat.”*

Berdasarkan pernyataan dari Hj.Haruna salah satu pedagang campuran peneliti menyimpulkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh dalam suatu usaha, karena

pengetahuan yang di dapat dijadikan patokan dalam menjalankan usaha sehingga mendapatkan kabaikan dunia dan kebaikan di akhirat.

Selain pedagang, peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Suriani selaku pembeli terkait pentingnya mengetahui nilai-nilai ekonomi syariah, dalam wawancaranya mengatakan bahwa :

*“Seorang pedagang memang perlu dan penting untuk mengetahui tentang hal ini, sehingga kita sebagai pembeli merasa aman dan tenang dalam melakukan transaksi, karena sekarang banyak ditemukan pedagang yang berlaku curang dalam melakukan kegiatannya.”*

Hal ini juga diungkapkan oleh ibu desi selaku pembeli mengatakan bahwa :

*“Penting sekali pedagang mempraktikkan mengenai hal itu, jadi kita to sebagai pembeli merasa dihargai dan merasa aman saat melakukan transaksi, apalagi saat sekarang banyak orang menghalalkan banyak cara untuk memperoleh keuntungan yang banyak tanpa memikirkan akibat dari perbuatannya”*

Berdasarkan prnyataan ibu suriani dan ibu Desa selaku pembeli yang ada di Pasar Sentral Pinrang, peneliti menyimpulkan bahwa nilai-nilai ekonomi syariah memang penting dipahami oleh para pedagang sehingga pembeli merasa aman dan tidak ada pihak yang merasa terdzolimi dalam melakukan transaksi.

Aturan berdagang yaitu tentang menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan, dengan menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam, Perilaku yang muncul dari memahami nilai ini adalah larangan mengedarkan barang-barang haram, baik dengan cara membeli, menjual,

memindahkan, atau cara apa saja untuk memudahkan peredarannya. Sebagaimana yang telah dilakukan oleh Nabi Muhammad saw. dalam menjalankan perniagaannya, dalam hal ini beliau memiliki keistimewaan, beliau menjalankan usahanya tersebut semata-mata demi mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari, bukan untuk menjadi seorang jutawan.

Sebagai seorang muslim yang berkecimpung dalam dunia bisnis merupakan sebuah peluang untuk senantiasa mendapatkan keuntungan dunia dan akherat dengan cara memahami dan menerapkan tata cara berdagang yang dicontohkan oleh Rasulullah saw. kedalam aktifitas perdagangan. Dengan cara mayakinkan diri bahwa segala rutinitas pekerjaan bernilai ibadah termasuk dalam aktifitas perdagangan.

Hal ini telah di sadari oleh para pedagang sembako yang ada di Pasar Sentral Pinrang bahwa berdagang bukan hanya sekedar mencari keuntungan semata tetapi merupakan bagian dari ibadah jika dilaksanakan dengan penuh keyakinan dan dengan senantiasa mengharap ridha Allah swt.

Dalam hal ini Ibu Hj. Anti, pedagang campuran seperti terungkap dari hasil keterangan wawancara mengatakan bahwa:

*“Saya percaya bahwa semua pekerjaan jika kita lakukan dengan baik, pasti bernilai ibadah, karena itu saya selalu berusaha berlaku baik, ramah, murah senyum dan memberikan pelayanan yang terbaik terhadap setiap pelanggan atau calon pembeli dengan harapan agar mereka merasa nyaman dan puas atas pelayanan yang saya berikan, saya juga memberitahukan anak saya untuk melakukan hal tersebut kepada calon pembeli, karena biasa dia yang menggantikan saya menjaga toko jika ada acara pengantin.”*

Berdasarkan pernyataan dari ibu Hj. Anti sebagai salah satu pedagang di Pasar Sentral Pinrang peneliti menyimpulkan bahwa niat yang baik dalam melakukan usaha akan selalu bernilai ibadah dan akan mendapatkan pahala, berdagang bukan hanya semata mata untuk mendapatkan uang tetapi juga untuk memperoleh berkah Allah swt.

Namun disisi lain terdapat beberapa informan kurang mengetahui bahwa berdagang adalah ibadah, sehingga menganggap berdagang bukan bagian dari ibadah melainkan hanya bagian dari kegiatan duniawi saja dan merupakan pekerjaan dan rutinitas harian untuk mencari uang dalam rangka untuk memenuhi segala kebutuhan hidup sebagai manusia. Sebagaimana di ungkapkan oleh salah seorang informan, yaitu Agus dalam keterangan hasil wawancara mengatakan bahwa:

*“Saya kurang tau tentang ini, wajarlah saya hanya tamatan SD jadi yang saya ketahui ibadah adalah yang terdapat pada rukun syariah yaitu sholat, puasa, zakat dan haji dan segala yang wajib ibadah. Saya hanya melaksanakan tugas saya sebagai seorang kepala rumah tangga yang kebetulan pekerjaan saya adalah pedagang untuk memenuhi menghidupi istri dan anak.”*

Berdasarkan pernyataan Agus sebagai salah satu pedagang ikan peneliti menyimpulkan bahwa ibadah hanya berkaitan dengan Sholat, Puasa, Haji, Sedekah dan ibadah yang secara umum merupakan kewajiban bagi umat syariah. Hal ini menurut peneliti disebabkan kerana rendahnya pendidikan dan minimnya pengetahuan yang mereka miliki tentang agama.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan dilapangan yang telah dipaparkan dan dijelaskan berkaitan dengan pemahaman pedagang di pasar sentral Pinrang

mengenai nilai-nilai ekonomi syariah. Maka dapat disimpulkan Bahwa, pedagang sembako sangat perlu dan penting mengetahui serta memahami nilai-nilai ekonomi syariah. Namun ada pula pedagang sembako yang kurang menerapkan mengenai hal tersebut, mereka melihat bahwa mengetahui nilai-nilai ekonomi syariah tidak mempunyai peranan apa-apa dalam dunia bisnis yang dijalankan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebahagian besar pedagang sembako di Pasar Sentral Pinrang tidak mengetahui nilai nilai ekonomi syariah tapi mereka memahami tata cara dan aturan berdagang yang di contohkan Rasulullah. Meskipun secara teori masih terdapat pedagang sembako yang kurang memahami nilai-nilai ekonomi syariah, kerana rendahnya pendidikan dan minimnya pengetahuan yang mereka miliki tentang agama. Namun secara praktek mereka telah memahami seperti yang di contohkan oleh Rasulullah saw. berdasarkan dari pengalaman dan kebiasaan mereka dalam berdagang. Serta pengalaman yang didapatkan dari orang tua, kerabat, saudara dan teman yang menekuni pekerjaan sebagai seorang pedagang dan telah lama berkecimpung dalam dunia bisnis.

#### **D. Implementasi Nilai Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pedagang Sembako di Pasar Sentral Pinrang**

##### **1 Nilai Kepemilikan**

Penerapan Nilai Kepemilikan pada pedagang sembako di pasar sentral Pinrang. Nilai kepemilikan yang peneliti maksud disini adalah menunaikan pembayaran zakat atas pendapatan yang diperoleh dari berdagang. Dimana zakat berfungsi untuk membersihkan dan mensucikan pemilik harta dari sifat kikir serakah. Seperti yang

diungkapkan oleh Hj .Nanni selaku pedagang campuran dalam wawancara dengan pemeliti mengatakan bahwa :

*“Zakat dari hasil usaha ini selalu saya keluarkan tiap bulannya, tapi bukan dalam bentuk uang, saya biasanya menyalurkan ke panti asuhan berupa beras,terigu, dan gula pasir, sebab dengan begitu mereka bisa menjadi pembuka pintu reseki kita setiap harinya.”*

Berdasarkan pernyataan ibu Hj.Nanni dijelaskan bahwa zakat yang ia keluarkan tidak berupa uang tetapi dalam bentuk barang dimana barang yang ia berikan merupakan barang yang dijual di tokonya.

Namun lain halnya yang diungkapkan Aswa selaku pedagang ikan, dalam wawancara dengan peneliti mengatakan bahwa :

*“Dulu waktu masih sedikit persaingan , pendapatan yang saya peroleh dari menjual ikan biasanya 5x lebih banyak dari pendapatan sekarang jadi biasa saya keluarkan zakatnya dalam bentuk uang untuk pembangunan mesjid di kampung saya setiap hari jumat, tpi sekarang sudah banyak pesaing dan pendapatan menurun jadi zakatnya hanya saya keluarkan pada saat hari raya syariah.”*

Hal senada juga diungkapkan oleh Ihabi pedagang sayuran ,dalam wawancara dengan peneliti mengatakan bahwa :

*“Bukannya saya tidak mau mengeluarkan zakat dari usaha saya dek, tpi saya punya 4 orang anak yang masih sekolah, dan suami saya hanya buru tani yang penghasilannya di dapat dalam waktu kurang lebih 6 bulan, jadi untuk memenuhi kebutuhan hidup saya dan keluarga hanya dengan penghasilan yang saya peroleh dari menjual sayur ini, saya selalu berdoa*

*semoga jualan saya laku supaya bisa juga mengeluarkan zakat yang diperintahkan Allah swt.”*

Berdasarkan pernyataan dari Aswa dan Ihabi sebagai salah satu pedagang sembako yang ada di pasar sentral Pinrang, peneliti menyimpulkan bahwa zakat perdagangan adalah perintah Allah swt. yang wajib dijalankan ketika telah memenuhi nisab dan haulnya, tetapi jika belum nafkahi keluarga dan berdoa diberikan resek yang melimpah sehingga bisa mengeluarkan zakat sesuai perintah Allah swt.

Sebagai seorang muslim, diketahui bahwa membayar zakat merupakan salah satu yang terdapat dalam rukun islam. Dengan membayar zakat sesuai ketentuannya, baik zakat fitrah maupun zakat maal yang termasuk zakat penghasilan di dalamnya, kita secara sadar juga telah memaksimalkan upaya pada diri sendiri untuk meningkatkan iman sebagai muslim yang taat. Zakat sendiri merupakan hukum yang wajib dilakukan oleh seorang individu yang memiliki harta atau dianggap mampu di dalam ajaran agama islam.

Keterangan hasil wawancara di atas menggambarkan bahwa masih ada informan yang tidak mengeluarkan zakat dari hasil usahanya, karena menurutnya hasil yang mereka peroleh dari berdagang itu juga masih belum cukup untuk menghidupi keluarganya. Zakat penghasilan wajib dikeluarkan jika memang sudah mencapai Nisab nya (batasan minimal harta yang wajib dikeluarkan zakatnya).

Ekonomi syariah menyatakan bahwa kepemilikan harta disandarkan pada konsep Illahiah, dimana tata cara pelaksanaan penerapan segala jenis kegiatan ekonomi di dasarkan pada aturan-aturan Syariah. Proses pemilikan harta dalam ekonomi Syariah di atur tentang sebab-sebab mendapatkannya, bagaimana memeliharanya, serta pengembangan harta tersebut telah di atur oleh aturan-aturan Allah dengan tidak mematikan potensi pengembangan harta

yang ada pada manusia. Bahwa kepemilikan harta pada sistem ekonomi Syariah menganut paham keseimbangan dan keadilan, dimana Syariah pada hakikatnya mengakui kepemilikan atas harta pada manusia tetapi bukan kepemilikan yang mutlak. Hal itu sesuai dengan QS Al-Baqarah/2:195

*Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.*

Syariah menolak jika kepemilikan harta dikuasai oleh masyarakat atau negara penuh karena sebenarnya setiap manusia memiliki kebebasan untuk memilih dan memiliki. Pada kepemilikan harta dalam Syariah terdapat ciri di mana dari sebagian harta yang dimiliki manusia terdapat hak atas orang lain. Oleh karena itu Syariah menganjurkan kepada umatnya untuk memberikan shadaqah, infaq, zakat kepada orang yang berhak menerimanya. Juga dalam Syariah harta digunakan untuk bekal ibadah sebagai bahan pertanggung jawaban terhadap Allah swt.

## **2 Nilai Keadilan**

Bentuk nilai keadilan yang ditunjukkan pedagang sembako di pasar sentral Pinrang yaitu pada saat menakar atau menimbang barang dagangan, menjelaskan tentang spesifikasi barang, tidak menyembunyikan barang yang cacat/rusak kepada pembeli, tidak memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya.



Seperti halnya yang dilakukan Asrul selaku pedagang ikan, dalam wawancaranya dengan peneliti mengatakan :

*“Kalau ada pembeli yang berkunjung ke tempat saya, sebelum melakukan pembelian , saya jelaskan memang mi bilang ini ikan yang saya jual ikan yang baru di ambil dari empang, sebab dengan kujelaskan begitu tidak akan kesulitan ma kalau kutawarkan ikanku, jika nasuka ii nabeli jika tidak silahkan cari ditempat lain.”*

Hal senada juga dikatakan pula oleh Hasrina, pedagang sayuran sebagai berikut :

*“Kan itu ,kalau menjualki tidak tentu bilang laku semua ga ini yang dibawah kepasar atau tidak, apalagi kalau tomat tinggal beberapa hari pasti ada perubahan dalam bentuknya to, bahkan ada juga yang rusak, jadi kalau begitu saya kupisahkan mi tempatnya yang baru saya ambil dengan yang sudah tinggal beberapa hari, kujual dengan harga yang berbeda antara kualitas bagus dengan tidak, jadi pembeli yang pilih mi mana yang mau nabeli.”*

Berdasarkan pernyataan dari Asrul dan Hasrini sebagai salah satu pedagang sayuran di pasar sentral pinrang peneliti menyimpulkan bahwa adanya informasi yang diberikan oleh pedagang akan mempermudah pembeli untuk menentukan pilihannya dalam membeli sesuatu, sehingga para pembeli tidak kecewa terhadap barang yang dibelinya

Sedangkan bentuk keadilan dalam menimbang atau menakar yaitu tidak melakukan mengurangi takaran dan penyetulan timbangan dalam melakukan transaksi dengan pembeli. Berikut pernyataan Hj Anti pedagang campuran dalam wawancara dengan peneliti mengatakan bahwa :

*“Saya kalau menimbang ka kusuruh pembeliku liat ki caraku sama jarum timbangan sebelum ku bungkus ii*

*barangnya, supaya percaya pembeli dengan kita, karena satu kali ji naliat orang kecuranganta pasti tidak mau mi datang ke toko ta membeli dan berdampak buruk juga bagi usahaku kalau begitu karena tidak di berkahi sama Allah saw.”*

Berdasarkan pernyataan Hj.Anti sebagai salah satu pedagang campuran di pasar sentral pinrang peneliti menyimpulkan bahwa pentingnya memperlihatkan tata cara menimbang kepada pembeli sebelum melakukan pengemasan supaya pembeli percaya dan bisa melakukan pembelian kembali.

Terkait mengenai nilai keadilan, bapak Ibrahim selaku Pedagang campuran mengatakan bahwa :

*“Saya menawarkan barang tanpa ada paksaan dalam menjual barang kepada pelanggan, dan saya sangat setuju apabila pedagang dan pembeli terbebas dari segala macam penipuan yang dapat merugikan diri sendiri, makanya saya tidak mau merugikan pelanggan, dengan menipu atau memaksanya untuk membeli barang yang ada mengalami kerusakan atau cacat, karena pembeli pasti tidak akan melakukan pembelian kedua kalinya jika terdapat kerusakan terhadap barang yang dibelinya.”* Berdasarkan

pernyataan bapak ibrahim sebagai salah satu pedagang campuran peneliti menyimpulkan bahwa membangun kepercayaan sangat penting apalagi dalam kegiatan perdagangan, pembeli yang mendapatkan kekurangan atau kerusakan dari barang yang dibeli kemungkinan besar tidak akan datang kedua kalinya untuk melakukan transaksi di tempat kita.

Selain yang dikatakan oleh informan tersebut, maka hal ini dikatakan pula oleh informan yaitu muh aswar selaku pedagang ikan sebagai berikut :

*“Pembeli sekarang cerewet, jadi Perlu dijelaskan bahwa ikan yang dijual adalah ikan yang baru saja dibeli, akan tetapi untuk lebih meyakinkan pembeli maka saya memperbolehkan untuk memeriksanya sendiri. Selain itu, perlu pula dijelaskan tentang harga ikan kepada pembeli, jika pembeli sepatutnya dengan harga maka terjadi transaksi. Hal ini saya lakukan supaya pembeli tidak merasa dirugikan, dengan bersikap jujur saya yakin memperoleh pendapatan yang halal dan baik, untuk mencukupi kebutuhan keluarga.”*

Berdasarkan pernyataan muh. Aswar selaku pedagang ikan peneliti menyimpulkan bahwa meyakinkan pembeli akan kualitas barang yang kita jual itu penting, supaya pendapatan yang kita peroleh halal dan diridho oleh Allah swt.

Peneliti sangat mengharapkan pedagang sembako di pasar sentral pinrang menerapkan nilai keadilan dalam memberikan pelayanan yang baik dalam menawarkan dan bertransaksi dengan calon pembeli, karena Agama mengajarkan kita untuk bersikap sopan santun dan ramah tamah kepada sesama. Apalagi sebagai seorang pedagang dalam melayani seorang pembeli harus bersikap ramah dan tidak memaksa calon pembeli untuk membeli dagangannya, dengan begitu calon pembeli akan merasa senang dan tidak malas untuk mampir sekedar melihat-lihat barang yang tersedia.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Anwar, pedagang campuran hasil bumi dalam keterangan hasil wawancara oleh peneliti mengatakan bahwa:

*“Kunci utama keberhasilan suatu bisnis adalah dengan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada calon pembeli , meskipun hanya sekedar bertanya tanya juga tetap harus dilayani dengan sopan dan ramah.”*

Senada yang dikatakan oleh pak Anwar, H.Juma, pedagang campuran juga mengatakan bahwa :

*“Saya selalu mengatakan kepada karyawan saya untuk ramah dan sopan kepada calon pembeli, meskipun terkadang ada pembeli yang marah marah, terburu-buru, dan kurang sopan, kita tetap memberikan pelayanan yang baik, supaya mereka tetap datang ke toko saya. Pembeli adalah raja yang harus dilayani dengan baik.”*

Hal ini juga diungkapkan oleh Rasidah, pedagang Ikan dalam keterangan wawancara oleh peneliti mengatakan bahwa :

*“Pelayanan memang penting dan harus, tapi terkadang memang ada pembeli yang tidak sopan, banyak bertanya, menawar harga dibawah harga pokok dan membandingkan harga yang saya tawarkan dengan harga tempat lain padahal kualitasnya jelas berbeda, pembeli yang seperti itu biasa saya tidak layani dengan baik.”*

Berdasarkan pernyataan mengenai pelayanan dari ketiga informan yaitu Anwar, H.Juma, dan Rasidah selaku pedagang sembako di pasar sentral pinrang peneliti menyimpulkan bahwa Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, kita akan mendapatkan keuntungan yang luar biasa bagi usaha kita. Karena pembeli tidak hanya melihat kualitas dari produk yang anda tawarkan, namun mereka juga melihat cara kita bersikap kepada mereka, baik atau buruk.

Lain halnya yang diungkapkan oleh Ibu Baya selaku pembeli dalam mengkonfirmasi tanggapan pedagang terkait hal di atas. Dalam wawancara oleh peneliti mengatakan bahwa:

*“Saya pernah mendapatkan pelayanan yang kurang baik sewaktu membeli gula pasir, awalnya saya membeli 3 liter gula, setelah saya membayar pesanan saya, pedagang itu hanya memberikan kantong kepada saya dan menyuruh saya untuk memasukkan sendiri barang saya ke kantong itu, tapi tak disangka waktu saya memasukkan gula pasir itu ke kantong ada satu liter yang jatuh ke lantai karena saya kira sudah pas masuk ke kantong namun ternyata belum sehingga jatuh dan tidak bisa di ambil kembali, dan penjual tidak mau mengganti gula pasir saya yang jatuh itu dengan alasan karena kelalaian saya sendiri, sehingga saya hanya membawa pulang 2 liter gula pasir. Setelah itu saya berpikir berkali kali untuk melakukan pembelian di toko itu lagi.”*

Berdasarkan pernyataan Ibu Baya selaku pembeli, peneliti menyimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan kepada pelanggan baik atau buruknya akan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Hal senada diungkapkan pula oleh Aulia (mahasiswi) selaku pembeli yang sempat peneliti wawancarai seputar permasalahan tersebut di atas menyatakan bahwa:

*“Penjual ikan biasanya laki-laki, saya merasa risih jika mendapatkan penjual yang cerewet dan genit sama pembeli, apalagi jika pembelinya seorang wanita yang masih sekolah. Maksud saya penjual harus melihat situasi dan kondisi pembeli karena pembeli memiliki karakter yang berbeda beda. Ada*

*pembeli yang suka di gombal dan ada pembeli yang merasa risih dan hal tersebut.”*

Berdasarkan pernyataan Aulia selaku pembeli, peneliti menyimpulkan bahwa pembeli memiliki karakter yang berbeda, olehnya itu pedagang harus memahami karakter masing-masing pembeli.

Konsumen atau pembeli merupakan stakeholder yang hakiki dalam bisnis modern. Bisnis tidak akan berjalan tanpa adanya konsumen yang membeli dan menggunakan barang yang ditawarkan oleh penjual. Slogan ,The customer is king',Pembeli adalah Raja, konsumen sebagai pembeli sekaligus sebagai pelanggan yang loyal tentunya seringkali berinteraksi dengan para pedagang khususnya pedagang sembako yang ada di Pasar Sentral Pinrang. Oleh karena konsumen selain sebagai pengamat juga mempunyai andil yang besar dalam memahami tingkah laku, watak sampai kepada cara dan gerak-gerik pelaku bisnis dalam berdagang. Perkembangan dan penerapan empat sikap yang menjadi sistem bisnis dalam berdagang, mampu menghantarkan setiap orang dan badan usaha menjadi kekuatan.

Seorang pedagang harus meberikan pelayanan yang baik, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara saling menghormati sesama manusia.Akan tetapi, masih ada pedagang sembako di pasar sentral Pinrang yang tidak bersikap ramah kepada calon pembeli atau pembeli.

Dari hasil wawancara peneliti dengan pedagang sembako di pasar sentral pinrang sebagian besar mengatakan bahwa keadilan diterapkan dalam usahanya dengan memperlakukan pembeli atau konsumen secara adil dalam menawarkan barangnya. Namun disisi lain terdapat juga beberapa pedagang yang lalai dan curang terhadap barang

yang dijualnya yang dibuktikan dalam pernyataan salah satu narasumber yang merupakan pembeli di pasar sentral Pinrang. Hal ini dibenarkan dari wawancara peneliti dengan ibu Nurdiana selaku pembeli mengatakan bahwa :

*“Saya pernah membeli tomat yang kualitasnya kurang baik waktu saya lihat di pasar, tomat yang diperlihatkan pedagang kualitasnya baik namun setelah sampai di rumah saya membuka kantong plastiknya ternyata ada beberapa tomat dengan kualitas yang kurang baik bercampur dengan tomat yang kualitasnya baik, karena memang waktu nabungkus tidak saya liat ki karena ambil uangka di tas.”*

Berdasarkan pernyataan Ibu Nurdiana selaku pembeli, peneliti menyimpulkan perlunya memperhatikan hal yang dilakukan pedagang supaya mencegah kemungkinan hal yang tidak diinginkan terjadi.

Hal senada juga diungkapkan oleh ibu Nur selaku pembeli, mengatakan bahwa :

*“Saya pernah membeli ikan bandeng ukuran sedang, penjualnya mengatakan bahwa ikan yang ia jual adalah ikan segar yang baru ditangkap di empangnya, jadi saya sebagai pembeli percaya soal itu karena kebetulan memang tempatnya ramai dikunjungi pembeli, tapi pas saya dirumah dan memasak ikan itu untuk makan siang keluarga saya, suami saya langsung mengatakan bahwa ikan yang saya beli bau rumput (mabbau serri, dalam bahasa bugis), padahal saya membeli banyak untuk simpanan lauk 3 hari kedepan terpaksa saya tidak masak lagi daripada dimasak orang dirumah tidak ada yang suka.”*

Berdasarkan pernyataan ibu Nur selaku pembeli ikan di pasar sentral pinrang, peneliti menyimpulkan bahwa membangun kepercayaan itu penting, jangan mudah percaya hanya dengan melihat kondisi dan keadaan suatu barang dari bentuk luarnya.

Jadi masih ada beberapa pedagang sembako di pasar sentral Pinrang yang melakukan kecurangan terhadap usaha yang dijalankannya sehingga merugikan pembeli, hal ini tentunya bertentangan dengan nilai keadilan dalam ekonomi syariah yang dimana dalam jual beli tidak ada pihak yang dirugikan atau didzholimi.

Terkait mengenai nilai keadilan dalam bertransaksi di pasar sentral pinrang, Selain melakukan wawancara dengan pedagang dan pembeli, peneliti juga melakukan wawancara dengan petugas yang bekerja di pasar yaitu bapak Yusuf selaku Security mengatakan bahwa :

*“Saya pernah menemukan pedagang yang berlaku curang , terutama pada pedagang sayuran. Saya pernah mendapatkan dia menyetel timbangannya, tapi tidak saya tegur ji karena saya menganggap itu hak dia, dan saya tidak mau memberitahukan bilang ini dan disini tempatnya, cukup saya saja yang tahu”*

Berdasarkan pernyataan dari Yusuf peneliti menyimpulkan bahwa ditemukan pedagang yang menyetel timbangan, dan itu hak kita untuk menegur, cukup mengetahui siapa dan dimana tempatnya.

Ibu hasna selaku petugas kebersihan pagi yang ada di pasar sentral pinrang dalam wawancara dengan peneliti mengatakan bahwa :

*“Tidak pernah saya temukan pedagang berlaku curang, karena saya disini selesai pi pasar pagi baruka datang, jadi otomatis pedagang kebanyakan yang pulang atau sedang membereskan barangnya.*



*Tapi kalau membersihkan ka banyak saya dapat tomat atau cabai yang dibuang sembarang oleh pedagang, jadi saya beranggapan bahwa barang yang ia jual bagus karena yang rusak ee na buangji.”*

Berdasarkan pernyataan dari Hasna selaku petugas kebersihan di pasar sentral pinrang peneliti menyimpulkan bahwa ibu hasna datang ke pasar setelah pedagang pulang atau sedang membereskan jualannya, jadi tidak pernah menemukan pedagang yang berlaku tidak adil atau menzolimi orang lain.

Syariah memandang keadilan adalah sebuah ketentuan yang wajib dan mutlak sebagai salah satu unsur penting dalam kehidupan sosial dan kemanusiaan. Keadilan adalah sebuah ketentuan yang diwajibkan oleh Allah SWT untuk semua manusia di dunia tanpa pengecualian. Ekonomi Syariah atau ekonomi syariah telah memberikan pelajaran bahwa mengambil keuntungan yang berlebih dari pembeli maupun pedagang yang tidak mengetahui harga sebenarnya sekalipun, itu dilarang. Apalagi jika dilakukan secara sengaja tentu ini sangat merugikan bagi kedua belah pihak dan hanya mementingkan keuntungan sesaat.

Selanjutnya dapat disimpulkan bahwa nilai keadilan harus diterapkan dalam setiap kegiatan ekonomi, salah satunya dalam hal berusaha. Islam mendorong manusia untuk bekerja dan berusaha sesuai dengan Q.S. Al-jumu`ah/62:10.

*“Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.”*

Dunia kerja dan bisnis, syariah mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Adil dalam syariah diarahkan 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 diatas, menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.

### **3 Nilai Keseimbangan**

Keseimbangan adalah tidak berat sebelah, baik itu usaha-usaha kita sebagai individu yang terkait dengan keduniaan dan keakhiratan, maupun yang terkait dengan kepentingan diri dan orang lain. Keseimbangan yang peneliti maksud disini adalah Keseimbangan antara Kebutuhan Jasmani dan Rohani. Berikut penjelasan ibu Hj. Anti selaku pedagang campuran dalam wawancaranya mengatakan bahwa :

*“Toko ini dua tingkat, dibawah saya pakai untuk berjualan, dan di tingkat atas saya jadikan rumah, saya tinggal bersama suami saya disini, kalau anak anak tinggal di rumah saya yang satu dekat lapangan, jadi jika waktu sholat tiba saya tidak pernah menutup toko, bukan karena menghiraukan perintah Allah swt. tapi karena saya bergantian menjaga toko dengan suami saya jika waktu sholat tiba.”*

Berdasarkan pernyataan ibu Hj. Anti sebagai salah satu pedagang campuran di pasar sentral pinrang, carilah pahala negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan

kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia yaitu mencari resek.

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibrahim selaku pedagang campuran mengatakan bahwa :

*“Sholat itu wajib, mencari resek juga wajib, sholat tidak bisa diwaliki klo di toko banyak ji karyawan saya yang bisa bergantian jaga toko kalau waktu sholat tiba, harus di imbangi dek antara kewajiban sholat dengan mencari rezeki, supaya diberikan keberkahan dalam usaha, kita harus melaksanakan kewajiban kita sebagai hamba Allah swt.”*

Berdasarkan pernyataan Ibrahim sebagai salah satu pedagang campuran di pasar sentral pinrang sholat dan mencari resek itu hukumnya wajib, tetapi dahulukan sholatmu ketika tiba waktunya sebab sholat adalah bentuk rasa syukur atas nikmat yang telah diberikan Allah swt kepada kita.

Berbeda dengan yang diungkapkan H. Muh Yakub, pedagang campuran dalam wawancaranya mengatakan bahwa :

*“Saya menutup toko jika waktu sholat tiba, karena hanya saya yang menjaga toko ini, jika tidak di tutup pada waktu sholat saya tidak menjalankan ibadah, karena klo dibiarkan terbuka padahal waktu sholat tiba, tidak bisa dipungkiri tidak ada barang yang hilang, resek sudah di atur oleh Allah swt.”*

Berdasarkan pernyataan H.Muh.Yakub sebagai salah satu pedagang campuran yang ada di pasar sentral pinrang, resek sudah di atur oleh Allah swt jadi jangan takut pembeli hilang jika toko di tutup karena ingin menunaikan ibadah sholat.

Dengan demikian, peneliti memberikan kesimpulan bahwa pedagang sembako di pasar sentral pinrang secara

keseluruhan menjalankan kewajibannya sebagai umat syariah yaitu sholat, ada yang menutup tokonya pada tiba waktu sholat dan ada yang bergantian menjaga toko karena mereka punya keluarga atau karyawan untuk menggantikannya sebentar untuk menjalankan ibadah sholat, karen sholat adalah wajib di jalankan oleh umat syariah yang sudah baligh.

Ekonomi Syariah mengatur hidup yang seimbang. Keseimbangan hidup dalam Islam berlaku secara menyeluruh, yang meliputi keseimbangan urusan dunia maupun akhirat, keseimbangan ibadah-muamalah, keseimbangan kerja-santai, keseimbangan bisnis-sosial, keseimbangan kolektif-individu, keseimbangan material, spiritual, keseimbangan sektor keuangan-sektor riil, keseimbangan makro-mikro, dan keseimbangan pemanfaatan-pelestarian. Keseimbangan ini akan membuat kehidupan manusia lebih tertata, terkendali, terjaga dan lestari yang pada akhirnya manusia akan meraih kesejahteraan dan kebahagiaan yang hakiki

Aturan Syariah menetapkan aktivitas ekonomi sesuai dengan syariah. Muslim wajib untuk menaati ketetapan syariah terhadap berbagai aspek kehidupan. Balasan atas ketaatan muslim adalah pahala dan kelancaran mencari rezeki di muka bumi. Setiap hukum syariah memiliki tujuan menciptakan keadilan untuk seluruh makhluk di dunia. Sebagaimana Allah menyebutnya dalam QS. Al-Baqarah/2 : 201.

*Dan di antara mereka ada orang yang berdoa: Ya Rabb kami, berilah kami kebaikan di dunia dan*

*kebaikan di akhirat dan peliharalah kami dari siksa neraka.*

Dan bila Allah memang berkehendak pada makhluk ciptaannya berbeda satu sama lainnya, disanalah letak keseimbangannya. Bahwa perbedaan ada bukan untuk dijadikan kesenjangan, tapi justru untuk mencapai keseimbangan atau keselarasan.

#### **4 Nilai Kebebasan**

Pengimplementasian Nilai Kebebasan yang dimaksud peneliti disini yaitu memberikan kebebasan kepada pedagang lain untuk berjualan di dekatnya, seperti yang dilakukan oleh pedagang ikan dan pedagang sayuran di pasar Sentral Pinrang, mereka tidak melarang pedagang lain untuk menjual di dekatnya dan mereka juga tidak melarang menjual barang dengan harga di bawahnya, karena mereka percaya bahwa rejeki seseorang tidak akan tertukar. Seperti yang dikatakan oleh Asrul pedagang ikan dalam wawancaranya dengan peneliti mengatakan bahwa :

*“Saya tidak masalah berdampingan dengan penjual yang menjual ikan sesuai dengan jenis ikan yang saya jual dan saya juga tidak keberatan apabila dia menetapkan harga jual di bawah harga jual yang saya tetapkan, sebab reseki orang berbeda beda dan sudah ditetapkan oleh Allah swt.”*

Berdasarkan pernyataan Asrul sebagai salah satu pedagang ikan di pasar sentral pinrang, persaingan memang ada tetapi bukan menjadi jalan untuk saling menjatuhkan, sebab masing masing mencari reseki untuk menafkahi keluarganya.

Hal senada juga diungkapkan oleh P.Tini pedagang sayuran, dalam wawancaranya dengan peneliti mengatakan bahwa :

*“Bukan hakkuu untuk melarang orang lain berdagang di samping saya dengan jenis jualan yang sama, selama keberadaannya tidak menghalangi saya dalam berjualan, kita sama sama mencari resek untuk menghidupi keluarga.”*

Berdasarkan pernyataan yang diungkapkan P.Tini sebagai salah satu pedagang sayuran yang ada di pasar sentral pinrang, persaingan memang selalu ada, sangat penting menjaga hubungan baik antara sesama manusia, bersaing secara sehat dan

Melihat hasil wawancara tersebut, kebebasan juga dapat diartikan bahwa pedagang tidak memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya. Pembeli memiliki kebebasan membeli barang dari tempat yang dia inginkan. Berdasarkan hal ini Larammang selaku penjual Ikan dalam wawancara dengan peneliti mengatakan bahwa :

*“Saya tidak pernah memaksa orang untuk membeli ikan saya, karena kalau dipaksa pasti risih pembeli dan bisa jadi beranggapan bahwa mungkin ada yang kurang bagus sama barang yang kita jual, jadi kalau ada pembeli yang datang saya jelaskan mengenai jualanku, kalau berminat alhamdulillah, kalau tidak silahkan cari ke tempat lain.”*

Berdasarkan pernyataan dari Larammang sebagai salah satu pedagang ikan di pasar setral pinrang peneliti menyimpulkan bahwa transaksi terjadi apabila adanya sikap suka sama suka dan rela sama rela pada barang yang ditawarkan.

Hal ini juga dijelaskan oleh Agus penjual ikan dalam wawancaranya, mengatakan bahwa :

*“Saya menjamin kualitas ikan saya, jadi tidak pernah saya paksa pembeli untuk membeli disini. Sebab, Pembeli bisa membedakan mana barang yang*

*memiliki kualitas bagus dengan barang yang kualitas kurang bagus, jangan tertipu masalah harga yang ditawarkan dengan jenis barang yang sama.”*

Berdasarkan pernyataan dari agus sebagai salah satu penjual ikan di pasar sentral pinrang peneliti menyimpulkan bahwa kualitas barang yang ditawarkan menjadi penentu seseorang melakukan pembelian, jangan tertipu masalah harga dengan jenis barang yang sama.

Tetapi lain halnya yang dikatakan ibu indri selaku pembeli, dalam wawancara dengan peneliti mengatakan bahwa :

*Saya pernah menawar ikan di salah satu penjual ikan di pasar sentral Pinrang, baruka bertanya tanya nakasih kantong mi itu ikannya padahal masih mauka liat-liat ki dulu, kalau tidak saya ambil ki merasa kasihan ka karena sudah mi na bungkus, jadi langsung saya bayar saja.*

Berdasarkan pernyataan dari ibu indri selaku pembeli di pasar sentral pinrang, tidak ada tawar menawar sebelumnya, dia melakukan pembelian sebab ikan yang ditawarkan pembeli sudah dimasukkan ke kantong, jadi mau tidak mau harus di beli karena merasa kasihan pada penjualnya.

Hal senada juga dikatakan oleh ibu Sanawati selaku pembeli, bahwa :

*“Terkadang saya menemukan pedagang yang menjelaskan dan memuji jualannya mengatakan bahwa ikannya masih segar dan baru, tapi kalau kuliat ii tidak segar mi, mauka pindah tapi dia menawarkan ikannya bisa dikembalikan jika terbukti tidak baru, jadi saya lakukan transaksi di tempat itu, namun yang saya dapatkan justru berbeda dengan yang dikatakan penjualnya, dan tidak mungkin saya*

*kembali kesana untuk melapor mengenai ikan yang dia jual.”*

Berdasarkan pernyataan dari ibu Sanawati selaku pembeli di pasar sentral pinrang peneliti menyimpulkan bahwa dia melakukan transaksi karena teriur akan janji yang diberikan oleh penjual bahwa ikan yang dibeli jika terbukti tidak baru maka akan diberi ganti atau uang kembali.

Hal ini juga diungkapkan oleh ibu Muli selaku pembeli dalam wawancara dengan peneliti mengatakan bahwa

*“Tidak pernah ka saya merasa atau menemukan pedagang yang memaksa pembeli untuk membeli jualannya, karena saya pikir memang begitu cara penjualannya untuk menarik pembeli, tapi kalau pembeli lain tidak saya tahu bagaimana tanggapan mereka mengenai pedagang yang banyak bicara.”*

Berdasarkan pernyataan ibu muti selaku pembeli peneliti menyimpulkan bahwa hal yang dilakukan pedagang adalah suatu daya tarik untuk seseorang melakukan pembelian dengan bertindak seperti itu maka penjualan yang dilakuakn akan meningkat atau dengan kata lain jualannya cepat terjual.

Hal ini tentunya bertentangan dengan nilai kebebasan karena pedagang memaksa pembeli, dan pedagang tidak bertanggung jawab atas apa yang dilakukannya dengan mengatakan hal yang tidak sesuai dengan barang yang dia tawarkan. Berdasarkan hasil wawancara diatas penulis menyimpulkan masih ada beberapa pedagang yang tidak menerapkan nilai kebebasan dalam berdagang.

Di dalam sistem ekonomi Syariah, masalah kebebasan ekonomi adalah tiang pertama dalam dalam struktur pasar Syariah. Kebebasan di dasarkan atas ajaran- ajaran fundamental Syariah atau dengan kata lain nilai dasar kebebasan ini merupakan konsekuensi logis, dari ajaran



tauhid dimana dengan pernyataan tidak ada tuhan selain Allah, artinya manusia terlepas dari ikatan perbudakan baik oleh alam maupun oleh manusia sendiri.

Setiap muslim perlu menyadari bahwa dalam situasi apa pun, ia dibimbing oleh aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang didasarkan pada ketentuan-ketentuan Tuhan dalam syariat-Nya yang dicontohkan melalui Rasul-Nya. Konsep free will ini pada hakikatnya merupakan refleksi dari wewenang yang diberikan oleh Allah swt kepada manusia dalam hubungan perwalian antara Allah swt dan manusia. Kebebasan manusia dalam berdagang memiliki batas dan memiliki aturan sesuai yang syariat syariah yang dimana segala sesuatu dilakukan harus dipertanggungjawabkan.

Sehingga dapat dinyatakan di sini, bahwa kebebasan dalam Syariah lebih terbatas dan terarah, atau dengan kata lain bebas tapi terikat. Hal ini setidaknya bisa dilihat pada demokrasi liberal dan Syariah. Dimana demokrasi liberal menekankan kemampuan berbuat tanpa batas; sedang dalam Syariah, kebebasan menekankan kemampuan untuk bereksis. Karena standar hukumnya berbeda. Jika hukum dalam demokrasi liberal dengan mudah diubah atau diganti dengan hukum baru yang lebih akomodatif terhadap aspirasi rakyat, untuk mendapatkan kebebasan yang lebih besar. Sementara hukum Syariah tidak bisa berubah seenaknya. Hanya produk hukum Syariah dari hasil ijtihad saja yang dapat diubah, sedangkan hukum-hukum dari nash-nash qath, tidak boleh dirubah

## **5 Nilai Kebersamaan**

Nilai kebersamaan yang dimaksud peneliti disini adalah sikap saling tolong menolong sesama pedagang, persaudaraan, dan rasa empati. Manusia sama di depan

tuhannya, kebersamaan tidaklah hanya bernuansa insaninyah (kemanusiaan) tetapi juga bernuansa ilahiyyah (ketuhanan). Seperti yang dikatakan oleh Muh Aswar pedagang ikan dalam wawancaranya dengan peneliti mengatakan bahwa :

*“Jika ada anggota sesama penjual ikan yang meminta pertolongan diangkatkan barangnya dari tempat parkir motornya sampai kesini tempat jualannya, kami semua pedagang ikan disini bersatu saling membantu dan tolong menolong, karena biasa saya juga begitu jika bawahan ikan jualan saya banyak.”*

Berdasarkan pernyataan Muh. Aswar selaku pedagang ikan yang ada di pasar sentral pinrang peneliti menyimpulkan bahwa tolong menolong itu penting, meringankan beban orang lain dan hubungan sesama akan terjalin dengan baik.

Kebersamaan juga disini diartikan bahwa para pedagang sembako di pasar sentral Pinrang saling menghubungi jika ada pembeli yang menanyakan barang yang kebetulan kosong di tokonya ke toko di sampingnya atau ke toko lain yang masih memiliki stock barang yang di cari pembeli, seperti yang dikatakan P.Tini dalam wawancaranya dengan peneliti mengatakan bahwa :

*“Kalau ada pembeli yang menanyakan barang yang stocknya kosong di toko saya, saya memberitahukan tempat/toko yang kemungkinan masih memiliki stock barang tersebut, karena sesama pedagang harus membantu.”*

Melihat hasil wawancara tersebut, kebersamaan dapat diartikan bahwa tidak terjadi persaingan yang mengakibatkan hubungan antara pedagang satu dengan pedagang lainnya tidak baik, persaingan memang ada tapi bukan menjadi alasan untuk saling menjatuhkan, Karena mereka sama sama mencari resekki untuk menghidupi keluarganya.

Dalam sistem ekonomi Syariah adalah prinsip tauhid yang di bawa Syariah yang mengajarkan tiada tuhan selain Allah. Memiliki persamaan antara manusia bahwa setiap manusia adalah bersumber dari satu yaitu : Allah swt. Dengan kata lain di dalam Syariah tidak ada perbedaan sosial atas warna kulit, dan keadaan fisik, mereka adalah sama semua milik Allah swt. Jadi dengan konsep kebersamaanyang di bawa syariah telah menciptakan konsep baru dalam sistem demokrasi, yang tidak sama dengan demokrasi barat. Bila demokrasi barat hanya mengaitkan konsep persamaan tersebut hanya di depan hukum. Tetapi di dalam syariah manusia sama di depan tuhan. Jadi, arti demokrasi di dalam syariah tidaklah hanya bernuansa insaninyah (kemanusiaan) tetapi juga bernuansa ilahiyyah (ketuhanan).

Perdagangan mempunyai peranan yang penting dalam memperoleh harta. Perdagangan jelas lebih baik dari pada pertanian dan pekerjaan lainnya. seperti kita ketahui bersama bahwa sejarah menyaksikan bagaimana masyarakat memperoleh kemakmuran dan bagaimana bangsa-bangsa mendapatkan keberuntungan serta kebesaran melalui perdagangan. Syariah mengakui peranan perdagangan untuk mendapatkan keberuntungan dan kebesaran. Namun Syariah membatasi cara mendapatkan keuntungan dan kebesaran tersebut dengan tidak melakukan kezaliman terhadap sesama terutama dalam berbisnis yang harus di lakukan dengan suka sama suka sebagai mana firman Allah, QS an-Nisa/4:29 :

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku*

*dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

Ayat ini menjelaskan bahwa orang yang beriman dilarang untuk memakan harta dengan cara yang batil, melainkan dalam proses jual beli transaksi yang dilakukan harus sama-sama suka atau saling ridha,. Dan salah satu kondisi yang harus dihilangkan dalam menciptakan sikap saling ridha adalah terbebasnya transaksi jual beli dari proses penipuan.

## **KESIMPULAN**

Ekonomi Syariah adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Syariah. Nilai ekonomi syariah antara lain; nilai kepemilikan, nilai keadilan, nilai keseimbangan, nilai kebebasan dan nilai kebersamaan . Pedagang yang memegang teguh prinsip islami dalam berperilaku adalah bekal menuju akhirat. Sebagian besar pedagang sembako tidak mengetahui nilai-nilai ekonomi syariah, disebabkan karena :Rendahnya pendidikan dan Minimnya pengetahuan agama yang mereka miliki.

Ketidaktahuan pedagang tentang nilai-nilai ekonomi syariah tidak bisa dijadikan dasar untuk berbuat hal-hal yang dianggap mengeksploitasi orang lain. Setiap manusia harus mengetahui nilai dan norma dalam berdagang. Penerapan nilai kepemilikan, nilai keadilan, dan nilai keseimbangan terhadap perilaku pedagang di pasar sentral Pinrang ditemukan antara lain;

- a) Nilai kepemilikan tidak sepenuhnya dijalankan
- b) Nilai keadilan telah diabaikan
- c) Nilai keseimbangan tetap dijalankan secara rutin.
- d) Nilai kebebasan telah diabaikan
- e) Nilai kebersamaan tetap dijalankan

Setiap kegiatan yang dilakukan harus memiliki sikap tanggungjawab atas hal yang kemungkinan akan terjadi, serta tidak mengabaikan kebersamaan antar sesama manusia.

## REFERENSI

*Al-Qur'an, Al Karim*

Al Arif, M.Nur Ariyanto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012

Apriandi, Iwan. "Implementasi Qanun Nomor 11 Tahun Tahun 2002 Tentang Syariat Syariah Di Kota Langsa", 2015

Arikunto, Suharsimi . *Prosedur Penelitian Suatu PendekatanPraktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.

Arikunto, Suharsimi. M *Proses Penelitian Suatu Pendekatan* . Cet. XIII. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.

Bertenz, K. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta : Kanisius, 2000.

Bungin, M. Burhan . "Metodologi Penelitian Kuantitatif". Edisi Kedua . Kencana.

C.S.T. Kensil dan Christine S. Kansil. *Pokok pokok Pngetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta:Sinar Grafika, 2008.

Chaudry, Muhammad Syarif . *Sistem Ekonomi Syariah, Prinsip Dasar*. Cet Ke.II. .Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.

Daymon, Christine dan Immy Holloway. *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Jakarta: Bentang Pustaka, 2007.

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Penerbit Diponegoro, 2019.

- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat*. Ed. IV; Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Faizal, Sanafiah . *Format-format Penelitian Sosial* . Cet. V. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.
- Gaffar, Afan. *Otonomi Daerah Dalam Negara Kesatuan* . Cet. VI; Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan Pusat pengkajian Etika dan Pemerintahan, 2009.
- Kementerian Agama RI, Laznah Pentashihan Mushaf al-Qur'an. "*Al-Qur'an Terjemah, Tajwid, dan Tafsir Per Kata, Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir, Jalalain, Ath-Thabari, al-Qurthubi, Riyadhus Shalihin, Bulughul Maram, dan Asbabun Nuzul.*". (2010).
- Kurriawati, Nirma . "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen". *Jurnal*. Bangkalan: Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo. (2015).
- M. Fuad, et al. 2000. *Pengantar Bisnis*. Cet. I. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Manan, Muhammad Abdul . *Teori Dan Prakteik Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1997.
- Manuturi, Sophar Simanjuntak Ompu. *Fuklor Batak Toba*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2015.
- Mariati, Kun dan Juju Suriyawati. 2001. *Sosiologi untuk SMA dan MA*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Mubarak, Jaih. *Fikih Mu'amalah Maliyah: Prinsip-prinsip Perjanjian*. Bandung: Simbiosis Perkatama Media, 2017.

- Murlan, Eka. 2012. “Konsep kepemilikan harta dalam Ekonomi Islam menurut Afzalur rahman di Buku Economic Doctrines of Islam.” Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim.
- Prastowo, Rokmad. “Karakteristik Sosial Ekonomi dan Perilaku Kerja Perempuan Pedagang Asongan”. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik; Universitas Sebelas Maret. (2008).
- Purwanto, Erwan Agus dan Diyah Ratih Sulis. *Implementasi Kebijakan Publik: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media, 2012.
- R. Spiegel Murray dan Larry J. Stephens. *Statistik*. Gelora Aksara Pratama; Edisi Ketiga, 2004.
- Rusyan, Tabrani. *Pendekatan dalam Proses Belajar Mengajar*. Bandung. Bandung : Remaja Rosdakarya, 2010.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sujarni, Wiratma. *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014.
- Tandjung, Jenu Widjadja . *Spiritual Selling How To Get And Keep Your Customers*. Jakarta :Elex Media Komputindo. 2008.
- Tarigan, Azhari Akmal . *Pergumulan Ekonomi Syariah di Indonesia*. Bandung: Cita Pustaka Media, 2007.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa.2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. ED. III, Cet. II; Jakarta: Balai Pustaka, 2002.

- Uchrowi Zaim. *Karakter Pancasila Membangun Pribadi dan Bangsa Bermartabat*. Jakarta: PT Balai Pustaka(Persero), 2012.
- Yusuf Qardhawi. *Norma dan Etika Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Yusuf, A Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media, 2016.
- Zakiyah dan Bitang Wirawan. “Pemahaman Nilai-Nilai Syari’ah Terhadap Perilaku Berdagang Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung”. *Jurnal Sociologie*. Vol. 1.



## 4

### **PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PEDAGANG KAKI LIMA**

#### **PENDAHULUAN**

Bisnis merupakan media bagi umat manusia untuk mencari rahmat Allah swt. Islam tidak melarang manusia untuk mencari pekerjaan, justru menempatkan pekerjaan sebagai bagian daripada ibadah dan tidak membatasi umatnya dalam mencari kekayaan. Islam justru menganjurkan seseorang untuk bekerja dan tidak bermalas-malasan. Di perbolehkan manusia untuk hidup dengan bergelimang kekayaan namun dalam batas norma Islam.

Akibat tuntutan ekonomi yang semakin besar, membuat minat masyarakat untuk mencari nafkah dengan jalan berdagang. Masyarakat yang tidak memiliki keahlian atau keterampilan dan memiliki taraf ekonomi yang menengah ke bawah yang memadai mencari nafkah dengan jalan berdagang sebagai pedagang kaki lima. Rongrongan ekonomi yang mendorong manusia untuk menjadi pedagang kaki lima tanpa memperhatikan etika bisnis.

Kampus merupakan salah satu pusat kegiatan ekonomi yang mampu menarik minat para pelaku ekonomi. Tidak mengherankan jika ada kampus di suatu daerah akan melahirkan pusat keramaian. Sudah lumrah dimana ada pusat keramaian maka disitu akan lahir pasar. Dengan hadirnya pelaku ekonomi dari berbagai macam karakter sebagai akibat usaha untuk mendekati pasar tentu akan melahirkan problem bagi semua pihak.

Etika berasal dari bahasa Yunani Kuno, *ethikos* yang artinya timbul dari kebiasaan; atau analisis atau penerapan konsep benar-salah, baik-buruk (Wikipedia). Etika bisnis adalah cara untuk berbisnis dan meliputi semua bagian yang berhubungan dengan perusahaan, masyarakat, dan individu. Etika bisnis Islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran islam. Dalam berdagang, harus memiliki etika bisnis, bahkan dalam Islam etika tersebut memiliki kriteria sebagai berikut:

1. *Khuluq* adalah dalam berdagang mengetahui tata aturan perdagangan
2. *Khayr* adalah baik dalam beretika bisnis harus mengetahui kebaikan yang terdapat dalam berdagang, dalam berdagang harus menegakkan kebaikan antara satu dengan yang lainnya.
3. *Adl* adalah adil dalam berdagang
4. *Haqq* adalah kebenaran berdagang misalnya penjual makanan harus mengakui kebenaran bahwa yang di jual tersebut adalah makanan yang halal dan masih bagus untuk di makan.
5. Taqwa artinya takwa dalam bidang berdagang jangan berbuat kecurangan dalam menjalani jual beli barang atau makanan. Bisnis yang bertujuan *Falah* mengetahui keselamatan dunia dan akhirat berlandaskan dalam Al-Quran.

Dalam berdagang, sering kita menjumpai banyak pedagang kaki lima yang melanggar etika bisnis baik secara umum maupun ditinjau dari segi Islamiknya. Mereka sering berdagang di tempat-tempat yang telah dilarang oleh pemerintah, sehingga tata letak kota semrawut dan menyebabkan kemacetan. Pedagang kaki lima juga tidak memerlukan izin dagang, dan membutuhkan modal yang

tidak besar dibanding pedagang besar (retail). Berdasarkan Permendag 46 tahun 2009 pasal 4 ayat 1:”setiap perusahaan yang melakukan usaha perdagangan wajib untuk memiliki surat izin usaha perdagangan”.

Masih banyak etika bisnis yang dilanggar oleh pedagang kaki lima baik aturan umum maupun syariah, dari lingkungan sosial dan masyarakat. Namun, dibalik keuntungan tersebut juga ada efek negatif terhadap pedagang kaki lima. Mereka seringkali terjaring razia oleh petugas Pamong Praja, dan bahkan kadang penertiban itu disertai dengan kekacauan yang menyebabkan kerugian bukan pada pedagang kaki lima saja, tapi masyarakat umum pemakai jalan.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Prinsip dan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam**

Para sarjana muslim membagi prinsip atau aksioma etika bisnis Islam ke dalam beberapa bagian. Syed Nawad Haider Naqvi, misalnya menawarkan empat aksioma atau prinsip dasar dari etika bisnis Islam, yaitu: kesatuan (*Tauhid*), keseimbangan/kesejajaran (*al-„adl wa al-Ihsān*), kehendak bebas (*ikhtiyār*) dan tanggung jawab (*fardh*) (Naqvi, 2003). Kemudian, Rafik Issa Beekun membagi aksioma etika bisnis ke dalam lima aksioma, yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*„adl*), kehendak bebas (*ikhtiyār*), tanggung jawab (*fard*) dan kebaikan (*ihsān*) (Beekun, 2006). Sementara Lukman Fauroni membagi prinsip etika bisnis Islam menjadi kesatuan, kesetimbangan, kehendak bebas,

pertanggungjawaban dan kebenaran: kebajikan dan kejujuran (fauroni, 2006). Berdasarkan semua pendapat di atas, maka dalam tulisan ini, penulis mengikuti pendapat Beekun yang menyebutkan lima aksioma atau prinsip dasar dalam etika bisnis Islam.

1. Prinsip kesatuan (*Tauhid*) merupakan pondasi awal dalam agama Islam. Bagi orang yang beriman pertama harus mengucapkan kalimat syahadat sebagai tanda adanya hubungan antara manusia dengan Tuhannya. Hubungan ini menyebabkan konsekuensi penyerahan diri kepada Tuhan berupa penyerahan hati, akal pikiran, ucapan dan perbuatan (Rasyid, 1998). Dengan penyerahan diri tersebut, maka setiap aktivitas yang dilakukan manusia akan seirama dengan nilai syari'ah. Tauhid dapat menjaga keselarasan konsep ekonomi, sosial, dan politik, serta keagamaan yang dilandaskan pada keagamaan.
2. Prinsip keseimbangan („adl) dipahami bahwa keseimbangan atau keadilan („adl) merupakan dimensi horizontal ajaran Islam yang harmoni dengan alam semesta. Bersikap adil dan baik harus senantiasa dilakukan dalam ajaran Islam. Bahkan bersikap adil harus diutamakan daripada melakukan sebuah kebajikan. Pada perdagangan, yang menjadi syarat utama agar tercapai keadilan adalah adanya mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) suatu produk ketika ditimbang. Oleh karena itu, sikap adil dapat mendekatkan kepada takwa, karena dalam perdagangan Islam melarang aktivitas yang dapat merugikan orang lain.
3. Prinsip kehendak bebas (*ikhtiyār*) dimaksudkan bahwa manusia diberikan keleluasaan untuk membimbing arah kehidupannya. Berdasarkan prinsip ini, dalam perdagangan manusia diperbolehkan untuk membuat suatu perjanjian, baik perjanjian itu dilaksanakan atau

diingkarinya. Seorang muslim yang mempunyai keimanan kepada Allah akan selalu menempati janjinya. Dengan begitu, prinsip kebebasan kehendak saling berkaitan dengan prinsip ketauhidan dan prinsip keadilan (Beekun, 1997).

4. Prinsip tanggung jawab (*fard*) mempunyai kaitan prinsip kehendak bebas. Kebebasan dengan tidak adanya batasan adalah sesuatu yang bertentangan karena didalamnya tidak ada rasa pertanggungjawaban. Agar terpenuhinya rasa keadilan dan kesatuan, setiap perbuatan manusia memiliki pertanggungjawaban. Hal ini dapat dipahami bahwa prinsip pertanggungjawaban saling berkaitan dengan prinsip kehendak bebas. Prinsip kehendak bebas membatasi perbuatan yang dilakukan manusia dengan bertanggung jawab atas semua perbuatannya.
5. Prinsip kebajikan (*ihsān*) diartikan sebagai perbuatan terpuji yang dilakukan agar memberikan manfaat kepada orang lain, walaupun tidak ada paksaan padanya untuk melakukan perbuatan tersebut. Ihsān juga digambarkan dalam bentuk perilaku, seperti beradab, berbuat baik, memberikan maaf dan suka membantu orang lain yang mengalami kesulitan. Dengan prinsip kebajikan ini, maka etika Islam sangat memperhatikan agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan ketika melakukan aktivitas dalam perdagangan. Di dalam AlQur'an sudah dijelaskan bahwa perdagangan harus terhindar dari cara kebatilan, kerusakan dan kezaliman. Perdagangan yang baik harus dilakukan dengan kesadaran tinggi dan kerelaan.

Dari paparan aksioma atau prinsip di atas, yaitu kesatuan, keseimbangan (keadilan), kehendak bebas, bertanggungjawab dan kebajikan, mempunyai peran penting dalam mensukseskan segala bentuk aktivitas dalam

perdagangan. Dengan demikian, kelima aksioma tersebut telah menjadi tolak ukur untuk membangun suatu bisnis/perdagangan. Berdasarkan aksioma tersebut, terdapat nilai-nilai dasar yang harus dimiliki setiap insan dalam kegiatan bisnisnya. Nilai-nilai etika dalam al-Qur'an menurut *Azharsyah dan "Azzah (2013)* adalah:

<b>Nilai- Nilai</b>	<b>Sumber dalam Al-Qur'an</b>
Kebenaran	QS. Al-Maidah:119
Kejujuran	QS. Al-Baqarah :261-283
Nasehat	QS. Al-Shura:38; Ali Imran:159
Menepati Janji	QS. Al-Saff: 2-3
Keadilan	QS. Al-Nahl:90, Hud:85, Al-Isra:35, Ar-Rahman:8-9, Al-Baqarah: 282
Kepercayaan	QS. An-Nahl:90, Al-Baqarah:283, An-Nisa: 58
Sabar	QS. Al-Furqan:63, Ali Imran:134, Al-Baqarah:153, Al-Muzammil:10, Al-Maarij:5
Rendah Hati	QS.Al-Shu"ara:215, Hud:23
Kedermawanan	QS.Al-Ahzab:35, Al-Hadid:18, Al-Baqarah:272
Harga Diri	QS.Al-Furqan:72, Al-Baqarah:188, At-Taubah:34
Keramahan	QS.Al-Hujurat:10,13
Profesional	QS.Al-Qashas:26
Tepat Waktu	QS.Al-Maidah:8
Kerjasama	QS.Al-Maidah:2
Kemandirian	QS.An-Najm: 39
Transpartasi	QS.Al-Baqarah:282

## **B. Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Kaki Lima Di Sekitar Daerah Kampus UIN Alauddin Samata**

Kampus sebagai sumber pasar yang potensial yang mampu memberi nuansa dalam aktifitas masyarakat disekitarnya. Salah satu aktifitas masyarakat yang paling menonjol adalah kegiatan ekonomi. Munculnya pelaku-pelaku ekonomi yang datang dari berbagai latar belakang memberi warna tersendiri dalam kehidupan sosial ekonomi disekitar kampus. Bauran berbagai latarbelakang yang berbeda menghasilkan kebiasaan baru bagi setiap yang terlibat didalamnya. Maka dengan sendirinya muncul aturan yang tidak tertulis bagi setiap pihak. Aturan tersebut dimaklumi bersama dan tetap berusaha menaati aturan pemerintah setempat. Sehingga tatanan tersebut melahirkan aturan berupa etika.

Sejak dibukanya kampus UIN ALauddin Makassar di kabupaten Gowa mengakibatkan munculnya beberapa usaha mulai dari toko besar sampai pedagang kaki lima. Usaha tersebut ramai mulai dari persimpangan jalan sampai sekitar satu kilometer melewati kampus. Usaha yang paling banyak adalah makanan, toko kelontong, penjual pulsa, laundry, jasa pengetikan dan foto copy, serta penjual sayuran dan ikan.

Pedagang kaki lima tersebut kebanyakan menumpang dan kontrak tempat. Sehingga hampir tiap saat berganti penghuni dan usaha, namun ada juga yang sanggup bertahan sampai sekarang. Proses bisnis tersebut terlihat normal namun dibalikny ada persaingan yang sangat tinggi didalamnya. Ada yang berganti usaha ada juga yang ganti orang atau berpindah posisi. Semua itu terjadi untuk bertahan dalam berusaha.

Etika bisnis Islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai syriah Islam. Islam

melarang seseorang dalam bekerja menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan aktivitas terlarang lainnya. Namun tidak menutup kemungkinan ada saja yang melakukan hal-hal yang menyimpang dari syariah.

Dari hasil pengamatan yang kami lakukan baik dengan berinteraksi langsung dengan mereka maupun melalui pedagang lain yang biasa kami tempati belanja dengan bertanya ke mereka, menunjukkan bahwa pada dasarnya mereka mempraktekkan etika bisnis Islam. Kebanyakan dari mereka menghindari hal-hal yang dapat menghilangkan kepercayaan pelanggannya. Tentu hal-hal yang dilakukan adalah sifat yang terpuji. Namun sebagian besarnya tidak menyadari bahwa itu sesuai dengan etika bisnis dalam Islam. Para pedagang tersebut umumnya jujur, sopan, ramah, dapat dipercaya serta sifat-sifat baik lainnya.

Contoh yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam sempat penulis temukan ada PKL yang menerapkan unsur kesyirikan di dalamnya, salah satunya dengan menempatkan dupa di sudut jualan mereka yang ketika ditanya itu di buat untuk menolak bala dan memanggil pelanggan untuk membeli dagangannya. Ada juga yang menyiram” air yang telah didoakan” di depan dagangan mereka buat penglaris. Namun, secara umum banyak PKL dalam hal berbisnis telah melaksanakan etika bisnis dalam Islam karena banyak pedagang yang telah mengenal syariah Islam.

Salah satu hal menarik yang kami temukan adalah penjual sate yang ketika masuk waktu sholat meninggalkan begitu saja jaluannya dengan hanya menitipkan pada penjual disampingnya untuk ikuti sholat berjamaah di mushollah terdekat. Ketika kami tanyakan ke penjual yang dititipi untuk menjaga jaluannya menyampaikan bahwa penjual sate tersebut setiap waktu sholat menitipkan jaluannya dan pergi



sholat berjamaah di mushollah terdekat. Hal tersebut membuktikan bahwa ada diantara mereka mengamalkan etika bisnis Islam meskipun mereka tidak memahami etika bisnis tersebut. Kemudian ada tempat jasa pengetikan, fotocopy dan cetak foto yang biasa penulis gunakan, dengan hanya mengirimkan dokumen yang ingin di cetak lewat media sosial dengan perjanjian waktu pengambilan dokumen, hasilnya sudah siap untuk di ambil. Begitu juga beberapa penjual diantara mereka memberi makan kepada pemulung yang lewat dekat jualan mereka. Bahkan ada penjual yang memberi potongan harga pada hari Jumat bahkan membagikan makanan gratis dengan hanya mengharap berkah Jumat.

Dalam aktifitas bisnis, secara umum mereka kelihatannya tidak ada masalah dengan etika, begitu juga dengan Islam. Tetapi ketika diperhadapkan pada kepentingan lain maka akan kelihatan ada sesuatu yang melanggar etika. Kebanyakan bangunan yang mereka tempati meskipun itu sewaan tetapi berada pada zona umum yang mestinya tidak ditempati bangunan untuk berjualan. Begitu juga dengan lahan parkir bagi sebagian besar pedagang kaki lima tidak memiliki lokasi parkir. Karena menempati zona umum sehingga terkadang mengganggu pengguna jalan yang lainnya.

Meskipun mereka sebagian besar belum menyadari bahwa mereka menerapkan etika bisnis Islam dalam berdagang namun mereka tetap melakoni aktifitas tersebut. Disamping itu pelanggaran etika juga ada yang mereka lakukan meski itu dianggap sudah kebiasaan karena hampir semua melakukannya. Pelanggaran etika itu yaitu mengambil hak para pejalan kaki dengan menjual dagangannya di trotoar dan kadang menyebabkan kemacetan karena pelanggan yang

berbelanja langsung berhenti di depan jualan mereka untuk membeli.

Sejalan dengan apa yang ditemukan oleh Yeni (2015) bahwa bahwa pedagang kaki lima tidak menggunakan etika bisnis yang baik dalam berdagang, saat waktu shalat para pedagang masih menggelar dagangannya dan tidak memperdulikan waktu datangnya shalat, para pedagang juga tidak memberi hak kepada pejalan kaki maupun para pengguna kendaraan lainnya.

Secara umum PKL di daerah kampus UIN Alauddin Samata sejalan dengan apa yang ditemukan oleh Umuri dan Ibrahim (2020) mengungkapkan perilaku pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh telah sesuai dengan etika bisnis Islam. Begitu juga dengan temuan Zulfikar bahwa penjual di pasar Dompu tidak memahami etika bisnis menurut Islam, akan tetapi dalam melakukan transaksi jual beli tetap memakai ketentuan sesuai dengan etika bisnis Islam.

## **KESIMPULAN**

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum sebagian dari pedagang kaki lima yang berdagang di sekitar kampus UIN Alauddin Makassar sudah mengamalkan etika Bisnis Islam namun tidak menyadarinya. Namun ada beberapa pedagang yang masih menerapkan unsur kesyirikan didalamnya, dan secara umum sebagian besar masih ada yang dilanggar khususnya yang terkait dengan kepentingan umum.

## **REFERENSI**

- Gustiarni, Yeni. "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Kaki Lima Di Pasar Panorama Kota Bengkulu," 2015.
- Hidayati,Nailal, "Penentuan Harga Pedagang Kaki Lima Perspektif Etika Bisnis Islam di Malioboro, Yogyakarta,

2020.

Mursidah, UMI, Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional, 2017

Umuri, Khairil, and Azharsyah Ibrahim. “Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam” 6 (2020): 187–97.

Wikipedia, diakses tanggal 13 Oktober 2021

Yusuf al\_Qardhawi, Norma dan Etika Ekonomi Islam, Gema Insani, Jakarta, 2018

Zhou, Yang, and Wang. “Perilaku Jual Beli Di Kalangan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Di Pasar Sentral Kabupaten Dompu Ntb” 21, No. 1 (2020): 1–9.

## 5

### ETIKA BISNIS ISLAM PADA KEDAI KOPI

#### PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu hasil komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi diantara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa negara melainkan juga merupakan sumber penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia. Kopi juga merupakan salah satu komoditas perkebunan nasional yang memegang peranan yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Peranan tersebut dapat berupa pembukaan bagian kesempatan kerja, serta sebagai sumber pendapatan penting. Pengelolaan komoditas kopi telah membuat peluang bagi lima juta petani. Oleh karena itu kopi merupakan salah satu komoditi pertanian yang menjadi prioritas pengembangan oleh pemerintah Indonesia

Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini berpengaruh terhadap perilaku gaya hidup masyarakat. Salah satu yang menjadi bagian dari gaya hidup sebagian masyarakat ialah perilaku mengonsumsi kopi. Hal ini yang menjadikan tren mengonsumsi kopi terus meningkat tajam dan secara tidak disadari. Melihat perkembangan tren mengonsumsi kopi, kopi tidak hanya dilihat sebagai minuman orangtua, tetapi juga menjadi tren sendiri sebagai gaya hidup anak muda, contohnya seperti kehidupan sosial mereka. Perilaku berkumpul (nongkrong) menjadi faktor

pendukung gaya hidup anak muda saat ini. Tren konsumsi kopi pada kalangan muda zaman sekarang (kaum milenial) sangat berpotensi besar guna meningkatkan jumlah konsumsi kopi di Indonesia.

Data dari Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian pada Kementerian Pertanian menunjukkan bahwa konsumsi kopi nasional tahun 2016 mencapai 250 ribu ton dan tumbuh sebesar 10,54% menjadi 276 ribu ton. Sepanjang periode 2016-2021 konsumsi kopi di Indonesia diprediksi tumbuh rata-rata 8,22% per tahun. Pasokan kopi pada tahun 2021 diprediksi 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga surplus 425 ribu ton. Jenis kopi robusta yang dihasilkan dari produksi kopi nasional berasal dari daerah Lampung, Sumatera Selatan, Jawa Tengah, Bengkulu, Jawa Timur. Konsumsi kopi di Indonesia mengalami tren positif atau mengalami kenaikan dari tahun 2016 hingga tahun 2021. Hal tersebut semakin memperjelas bahwa kopi semakin banyak digemari oleh berbagai kalangan di Indonesia.

Ditengah maraknya kedai kopi kekinian, sebagai pelaku bisnis terutama pelaku bisnis muslim dalam menjalankan bisnisnya seharusnya menerapkan etika bisnis sebagai pengarah perilaku persaingan bisnis supaya sesuai dengan norma yang ada dan sesuai dengan yang ditetapkan di Alquran, Hadis, dan sumber Islam lainnya. Suatu persaingan bisnis dapat dikatakan baik, bila melengkapi seluruh nilai yang ada agar terhindar dari hal yang tidak diinginkan karena masih banyak pelaku bisnis yang tidak menerapkan etika bisnis atau melanggar prinsip etika bisnis khususnya etika bisnis Islam.

Menurut Aziz (2013), etika bisnis Islam merupakan sebuah upaya atau suatu proses guna mengetahui benar dan salah terkait dengan produk, pelayanan perusahaan yang memiliki kepentingan dengan tuntutan perusahaan. Etika

bisnis yang baik dan adil adalah dengan menerapkan hukum dan keadilan secara konsisten dan setia pada prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Semua bentuk kegiatan bisnis wajib dilakukan dengan etika yang telah ditetapkan dalam bisnis Islam seperti tidak melakukan kecurangan dalam berbisnis, riba, dan tindakan yang dilarang oleh Islam. Bisnis merupakan hal terbaik dalam mendapatkan harta yang telah ditetapkan oleh Islam.

Salah satu tujuan utama penerapan etika dalam bisnis adalah agar seluruh perusahaan dapat memahami dengan baik bagaimana suatu bisnis tidak hanya berorientasi pada profit semata. Islam mengkombinasikan nilai-nilai spiritual dan material dalam kesatuan yang seimbang. Namun, kenyataan saat ini menunjukkan bahwa konsep materialistis telah membawa manusia pada kondisi dimana nilai-nilai spiritual terpinggirkan.

Salah satu kedai kopi khususnya di Kabupaten Gowa yang sedang mengikuti tren yaitu HM Kopi. Kedua pemilik yang merupakan salah satu pelaku usaha muslim yang menjalankan bisnis di bidang industri kafe berbasis kopi kekinian ini menerapkan konsep bisnis kewirausahaan sosial. HM Kopi mengincar kaum milenial sebagai konsumen dari bisnisnya. Menurut salah satu pemilik kedai kopi HM Kopi bahwa kaum milenial saat ini ingin serba praktis. Minum kopi dengan berbagai varian rasa yang telah menjadi tren atau gaya hidup mereka. Jika dilihat dari pasar di Kabupaten Gowa sangat prospektif. Dengan jumlah anak muda dan kelas menengah yang terus bertambah. Termasuk mahasiswa di berbagai kampus. Maka dari itulah yang menjadi segmen pasar potensial HM Kopi. Selain itu juga media sosial menjadi faktor pendukung kaum milenial berekspresi dengan menikmati kopi. Sebagai pelaku usaha yang beragam

muslim, mengharuskan untuk menerapkan kaedah-kaedah bisnis Islam.

## **PEMBAHASAN**

### **a. Pengertian Etika Bisnis dalam Islam**

Etika dan moralitas sering dianggap memiliki pengertian yang sama. Namun sesungguhnya antara etika dan moralitas memiliki pengertian yang berbeda, dan etika bisa mempunyai makna yang sama sekali berbeda dengan moralitas. Kata etika berasal dari Yunani yaitu ethos yang berarti adat istiadat atau kebiasaan. Dari pengertian tersebut, etika berkaitan dengan suatu kebiasaan hidup yang baik, baik terdapat pada diri seseorang maupun pada suatu kelompok atau masyarakat. Kebiasaan ini lalu teraplikasi ke dalam prilaku sehari-hari yang membentuk pola, dan terus berulang sehingga menjadi suatu kebiasaan.

Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan suatu hal yang baik dan buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena memiliki peran menentukan apa yang seharusnya dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang manusia. Dalam Islam, istilah yang paling berdekatan dan berhubungan dengan istilah etika di dalam Al-Quran adalah khuluq. Etika merupakan cabang filsafat yang mempelajari hal yang berkaitan dengan baik buruknya perilaku dari seorang manusia.

Kaitannya dengan studi etis dibidang ekonomi dan bisnis maka telah mashur dengan pembahasan etika bisnis. Etika

bisnis kemudian dapat didefinisikan sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berlandaskan kepada prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus memiliki suatu komitmen dalam aktivitas transaksi, perilaku, dan berelasi agar bisnis sesuai dengan koridor yang baik.

Terdapat lima perangkat aksioma sebagai penguat prinsip dasar etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:

#### 1. Tauhid/Keesaan

Konsep tauhid merupakan dimensi vertikal didalam agama Islam. Hal ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika bisnis Islam adalah keimanan kepada Allah SWT. Dengan mengintegrasikan aspek religius dengan beberapa aspek di dalam kehidupan manusia, maka akan dapat mendorong manusia kedalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dan merasa selalu diawasi oleh Allah SWT (Ihsan). Konsep Ihsan inilah yang dapat mengintegrasikan manusia dan menimbulkan perasaan selalu diawasi dan direkan segala aktivitas kehidupannya. Dengan demikian kesadaran akan muncul dari dalam diri manusia sendiri yang menjadi sumber kekuatan dan ketulusan dalam setiap aktivitas khususnya dalam kegiatan bisnis.

#### 2. Keseimbangan/Keadilan

Keseimbangan atau disebut juga `adl, menggambarkan suatu dimensi horizontal di dalam ajaran Islam dan berkaitan erat dengan harmoni tentang segala sesuatu yang ada di alam semesta ini. Di dalam ruang lingkup ekonomi, konsep keseimbangan ini sangat menentukan konfigurasi aktivitas distribusi, konsumsi, serta produksi dengan kualitas yang terbaik. Dengan demikian agama Islam menuntut keseimbangan atau keadilan antara kepentingan diri sendiri



dan kepentingan orang lain. Dengan adanya hal tersebut maka konsep tauhid akan mengintegrasikan perilaku keseimbangan dan keadilan. Konsep etika bisnis kontemporer yang berkaitan dengan konsep keseimbangan adalah konsep keadilan distributif. Di dalam keadilan distributif ini, lebih ditekankan kepada nilai tunggal yaitu keadilan. Pandangan keadilan distributif disebut etis apabila keputusan-keputusan dan tindakan yang dilakukan harus menjamin pembagian kekayaan, keuntungan, dan kerugian secara merata dan adil.

### 3. Kehendak Bebas

Pada suatu level tertentu, seorang manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan hidupnya sendiri pada saat Allah SWT menurunkannya ke bumi. Manusia diberikan kemampuan untuk berfikir, membuat keputusan untuk memilih jalan hidup yang diinginkan, dan yang paling penting adalah manusia diberi kesempatan untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang dia mau pilih. Di dalam pandangan Islam, kebebasan tersebut tetap memiliki suatu batasan. Di dalam konsep kontemporer, etika bisnis yang berkaitan dengan konsep kehendak bebas disebut dengan relativisme. Di dalam sistem ini ditekankan kepada tidak ada kriteria tunggal, universal yang dapat digunakan untuk menemukan apakah suatu tindakan disebut etis atau tidak. Setiap manusia dapat mempergunakan kriterianya masing-masing, dan di dalam kriteria ini sangatlah mungkin timbul perbedaan diantara satu kebudayaan dengan kebudayaan lain.

### 4. Tanggung Jawab

Apabila seorang melakukan kebebasan yang tidak terbatas adalah sebuah absurditas. Untuk memenuhi konsep keadilan dan kesatuan seperti yang sama-sama dapat dilihat pada semua ciptaan Allah SWT, seorang manusia dituntut untuk mempunyai tanggung jawab terhadap segala sesuatu yang

telah dilakukan. Islam adalah agama yang adil. Di dalam konsep tanggung jawab Islam membedakan antara tanggung jawab yang bersifat fardhu`ain dan tanggung jawab yang bersifat fardhu kifayah. Didalam konsep kontemporer, konsep yang berkaitan dengan sistem etika tanggung jawab adalah konsep hak. Di dalam pandangan ini, pendekatan hak terhadap etika lebih ditekankan kepada sebuah nilai yaitu suatu kebebasan. Pandangan ini disebut etis apabila keputusan-keputusan dan tindakan harus didasarkan pada hak-hak individu yang menjamin tentang suatu hak pribadi seseorang. Pada pendekatan hak ini, berkeyakinan bahwa seorang individu memiliki hak moral yang bersifat tidak dapat diganggu gugat. Hak-hak ini kemudian membawa kepada kewajiban yang saling menguntungkan diantara para pemegang hak tersebut.

#### 5. Kebenaran

Kebenaran selain mengandung makna kebenaran lawan kesalahan, mengandung juga unsur kebajikan dan kejujuran. Nilai kebenaran adalah nilai yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Dalam Al-Qur`an aksioma kebenaran yang mengandung kebajikan dan kejujuran dapat ditegaskan atas keharusan memenuhi perjanjian dalam melaksanakan bisnis.

### **b. Analisis Etika Bisnis Islam pada Kedai HM Kopi**

Kedai HM Kopi terletak di Jalan Pallantikang Kabupaten Gowa. HM Kopi memiliki 5 orang pegawai yang bekerja mulai pukul 10.00 pagi sampai pukul 10.00 malam. HM Kopi memiliki fasilitas ruang ber-AC, TV LED, tempat parkir, toilet, dan musholla. Adapun analisis penerapan prinsip etika bisnis Islam pada Kedai HM Kopi adalah sebagai berikut:

### *Prinsip Tauhid*

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pemilik kedai, Haji Mahbub, dan salah satu pegawai kedai, Kedai HM Kopi memberikan waktu bagi karyawan kedai untuk melaksanakan ibadah wajibnya. Apabila azan telah berkumandang, maka karyawan akan terbagi menjadi dua shift, satu shift untuk melaksanakan sholat berjamaah di masjid dan shift yang lainnya tetap bertugas sampai shift pertama selesai melaksanakan sholat.

Prinsip tauhid dalam pandangan Islam yang telah ditetapkan pada Surat Al Jum'ah ayat 10 yang berbunyi :

Terjemahan:

Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.

Ayat diatas dapat disimpulkan bahwa sebagai pedagang atau pelaku usaha muslim, apabila telah datang atau tiba waktunya untuk melaksanakan sholat Jum'at maka alangkah baiknya untuk menutup sementara atau memberhentikan transaksi jual beli. Karena Allah SWT melarang pedagang muslim melakukan perdagangan pada saat shalat Jum'at ditunaikan. Transaksi jual beli atau kegiatan berdagang dapat dilakukan setelah shalat Jum'at telah ditunaikan atau telah selesai.

Selain kewajiban shalat tepat waktu, para karyawan HM Kopi juga dibekali ilmu dalam membaca Alquran secara baik dan benar atau disebut juga *tahsinul qiroah*. Pemilik kedai HM Kopi juga telah membuat program majelis taklim sekali sebulan dan dibuka untuk umum.

### *Prinsip Keseimbangan*

Berdasarkan hasil wawancara pemilik kedai, HM Kopi telah menerapkan prinsip keseimbangan. Hal ini dapat dibuktikan dalam proses pembuatan kopi atau minuman yang lainnya dimana pegawai HM Kopi tidak pernah mengurangi atau mencurangi takaran apabila konsumen tidak meminta untuk dikurangi. HM Kopi telah menetapkan standar recipe untuk setiap produk dan varian yang dijual. HM Kopi juga telah melatih para barista untuk tidak menyalahi standar tersebut. Begitupun pada saat melakukan promosi, apabila ada produk baru HM Kopi tidak pernah memaksa pelanggan untuk membeli produk tersebut. Haji Mahbub mengatakan bahwa HM Kopi tidak pernah mengurangi takaran apabila pelanggan tidak memintanya. Selain itu, pemilik HM Kopi juga telah membuat kebijakan bahwa 2,5% dari total keuntungan akan didistribusikan kepada kegiatan social seperti sedekah makan di hari Jumat, bantuan makanan untuk buka puasa hari senin dan kamis, pemberian santunan kepada anak yatim, dan sebagainya.

### *Prinsip Kehendak Bebas*

Kopi kekinian telah menjadi tren di dunia bisnis yang menimbulkan banyaknya persaingan. Haji Mahbub selaku founder HM Kopi menyadari hal tersebut. Beliau mengungkapkan strategi HM Kopi dalam menghadapi persaingan dengan menentukan nilai yang berbeda yang menjadikan merek HM Kopi lebih murni dari yang lain. Setelah itu memberikan target yang realistis, HM Kopi tidak mungkin menginginkan semua orang di Kabupaten Gowa untuk membeli produk HM Kopi, sehingga HM Kopi melakukan segmentasi pasar dengan memfokuskan pada pasar yang diinginkan dengan strategi yang telah mereka tetapkan di awal.

Dalam prakteknya, HM Kopi memiliki cara untuk memperoleh dan memilah kolega bisnis dan menciptakan kepercayaan satu sama lain. Kendala dalam membangun sebuah bisnis adalah kesesuaian dengan kolega. Haji Mahbub mengatakan bahwa untuk membangun *chemistry* dengan kolega adalah dengan sering melakukan diskusi atau *brain storming*. Haji Mahbub mengatakan bahwa dirinya dan koleganya setiap hari melakukan diskusi. Menurutnya, dalam menciptakan kepercayaan adalah dengan komitmen. Ketika telah memutuskan untuk cocok dengan kolega maka kita harus bekerjasama dengan baik dan membangun komitmen dengan asas kebersamaan.

#### *Prinsip Tanggung Jawab*

Dalam praktek bisnis salah satu bentuk dari prinsip tanggungjawab ialah menjamin bahan yang digunakan halal. Bahan dan proses yang dilakukan oleh HM Kopi selama membuat minuman atau produk mereka menjamin 100% halal. Haji Mahbub mengatakan bahwa kehalalan produk merupakan salah satu syarat utama dalam membangun sebuah bisnis. Untuk sertifikat halal dari MUI, HM Kopi sedang dalam tahap memprosesnya.

Bentuk tanggung jawab lain dari etika bisnis Islam ialah meregulasi zakat, infaq dan shadaqah. Dalam praktiknya, HM Kopi telah meregulasikan zakat, infaq, shadaqah dari penghasilan atau pendapatan mereka. HM Kopi juga membagikan paket sembako, masker kain selama masa pandemi ini kepada masyarakat dan karyawan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik kedai, apabila terdapat salah seorang pegawai yang melanggar SOP yang telah ditetapkan maka tindakan yang diambil adalah melihat tingkat keparahan atau pelanggaran, apabila pelanggaran yang dilakukan ringan atau kecil maka hanya ditegur saja atau diperingatkan. Tetapi apabila diulangi kembali sampai

tiga kali maka yang dilakukan adalah diberikan peringatan keras. Apabila diulangi kembali maka akan diberikan SP (surat peringatan). Maka jika dibandingkan dengan teori prinsip tanggungjawab, HM Kopi dalam konteks ini telah melakukan atau menerapkan prinsip tanggungjawab.

Komplain atau keluhan pelanggan merupakan salah satu hal penting dalam manajemen bisnis. Karena dengan komplain atau keluhan pelanggan dapat dijadikan sistem kontrol bagi pemilik usaha. Seringnya komplain atau keluhan yang diterima, HM Kopi berusaha sebisa mungkin dan setegas mungkin dalam menanggapi dan menampung semua keluhan pelanggan. Salah satu bentuk keluhan pelanggan yang diperoleh adalah pelanggan memesan produk melalui aplikasi ojek online, setelah produk dikirim, pelanggan mendapatkan produk yang tidak sesuai dengan yang dipesan. Maka hal yang dilakukan oleh HM Kopi adalah mengkonfirmasi pesanan sebelumnya dan mengirimkan kembali sesuai dengan produk yang dipesan pelanggan sebelumnya dengan gratis.

#### *Prinsip Kebenaran*

Dalam prakteknya, HM Kopi memiliki prinsip dalam melayani pelanggan yaitu dengan pelayanan yang rama, menyenangkan. HM Kopi menerapkan sistem poin sebagai bentuk reward atau hadiah bagi pelanggan. Pada saat proses transaksi dilakukan pegawai akan menanyakan nama, alamat email, nomor telepon pelanggan. Hal tersebut dilakukan karena HM Kopi akan membuat sebuah undian sebagai hadiah untuk pelanggan yang telah mengumpulkan poin sebanyak-banyaknya. Mereka menyiapkan hadiah liburan bagi dua customer yang memiliki point paling banyak dengan destinasi yang berbeda-beda.

HM Kopi juga memberikan informasi yang detail ketika mempromosikan produk baru kepada pelanggan.

Apabila terdapat pelanggan yang bertanya tentang komposisi dari minuman yang konsumen pesan, maka HM Kopi akan memberikan informasi tersebut.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dapat diperoleh kesimpulan bahwa kedai HM Kopi yang terletak di Kabupaten Gowa telah menerapkan lima perangkat aksioma dalam prinsip etika bisnis Islam, yaitu prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Hal ini menunjukkan bahwa kedai HM Kopi tidak hanya berorientasi pada profit semata, namun juga terdapat nilai-nilai spiritual dalam kegiatan bisnisnya yang tujuannya untuk meraih *falah*.

## **REFERENSI**

- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Amalia, F. (2014, Januari). Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 6, 116-125
- Alfaqih, A. (2017, July). Prinsip-Prinsip Praktik Bisnis dalam Islam bagi Pelaku Usaha Muslim. *Jurnal hukum IUS QUIA IUSTUM*, 24, 448-466.
- Jubaedi, Sobari, A., & Gustiawati, S. (2018, June). Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Universitas IBN Khaldun Bogor). *Jurnal Ekonomi Islam*, 9, 151-172.

## 6

### ETIKA BISNIS ISLAM PADA RESTO DAN CAFE

#### PENDAHULUAN

Etika Bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak. Dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sanksi akan diterima. Dimana sanksi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung.

Beretika dalam agama islam memiliki kedudukan yang tinggi didalamnya. Karna dalam kehidupan didunia semua yang kita lakukan akan dimintai pertanggung jawaban sesuai dengan perbuatan kita semasa hidup didunia. Sebagaimana firman Allah swt dalam al-Qur'an al baqarah ayat 143 yang artinya :

*Dan demikian (pula) Kami telah menjadikan kamu (umat Islam), umat yang adil dan pilihan agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu. Dan Kami tidak menetapkan kiblat yang menjadi kiblatmu (sekarang) melainkan agar Kami mengetahui (supaya nyata) siapa yang mengikuti Rasul dan siapa yang membelot. Dan sungguh (pemindahan kiblat) itu terasa amat berat, kecuali bagi orang-orang yang telah diberi petunjuk oleh Allah; dan Allah tidak akan menyia-*



*nyiakan imanmu. Sesungguhnya Allah Maha Pengasih lagi Maha Penyayang kepada manusia.*

Ayat diatas menerangkan bahwa Allah swt menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada ummnya, untuk dapat beretika selayaknya umat yang beragama, apalagi dalam berbisnis . perilaku yang terdapat dalam diri masing-masing menjadi salah satu tolak ukur kita agar menjadi manusia yang beretika terhadap siapapun, terutama didalam dunia berbisnis. Untuk menerapkan Etika Bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam pada sektor bisnis, terlebih dahulu ditanamkan nilai-nilai etika pada titik pangkal yang menjadi dasar kegiatan itu. Berarti Etika Bisnis Islam harus diterapkan terlebih dahulu dibidang produksi ketimbanga bidang lainnya. Karena merupakan titik pusat dari kegiatan bisnis tersebut.

Etika Bisnis Islam adalah seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk dalam suatu kegiatan bisnis dalam Islam. Dengan berpegang pada landasan ini maka setiap muslim yang berbisnis akan beraktifitas apapun akan merasa ada kehadiran pihak ketiga (Tuhan) di setiap aspek hidupnya. Keyakinan ini harus menjadi bagian integral dari setiap muslim dalam berbisnis. Hal ini karena bisnis dalam Islam tidak semata-mata orientasi dunia tetapi harus punya visi akhirat yang jelas.

Dengan kerangka pemikiran seperti itulah maka persoalan etika dalam bisnis menjadi sorotan penting dalam islam. Aktifitas ekonomi dan bisnis selalu menjadi relasi dengan Etika dan karena itu pula bisnis tidak bisa dilepaskan dari sosial budaya masyarakat di mana etika itu dipraktikkan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan syariah perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan rizki yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan untuk mencapai pemenuhan

kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang bekepanjangan di masyarakat.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam**

Bisnis Islam meliputi ranah produksi, distribusi, maupun konsumsi dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan harta, barang dan jasa termasuk keuntungan yang diperoleh, tetapi dibatasi cara memperoleh dan pendayagunaan yang dikenal dengan istilah halal dan haram, untuk menjadi pelaku bisnis yang sukses sesuai dengan maksud ajaran Islam yakni mendapatkan keuntungan dalam kehidupan dunia akhirat. Berawal dari urusan-urusan muamalah yang selalu berkaitan erat dengan perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari terkadang manusia berpikir semaunya, lupa diri dan tidak beretika dalam melakukan bisnis, sehingga terjadilah kezaliman ditengah masyarakat yang tidak terkendali.

Maka konsep etika bisnis sangat sesuai untuk dijadikan pijakan dasar sehingga akan kembali tercipta keadilan dan kejujuran serta kebaikan pada masyarakat dan khususnya umat Islam. Oleh karenanya Nabi Muhammad SAW diutus oleh Allah SWT untuk menyempurnakan akhlak, sebagaimana Rasulullah SAW bersabda artinya:

Dari Abu Hurairah berkata Rasulullah SAW: *“Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia”* (H.R. Ahmad).

Ketika peradaban bangsa Arab pada masa jahiliyah sangat jauh dari akhlak mulia, misalnya mereka saling melakukan pembunuhan, pelacuran dan mabuk-mabukan, serta usaha-usaha bisnis yang curang, dan manusia tidak lagi

mengenal Allah SWT, maka Allah SWT mengutus Muhammad SAW sebagai Nabi dan Rasul untuk menjadi suri tauladan bagi sekutu alam, serta membuat perubahan yang signifikan dibidang akhlak sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Quran surah al-Ahzab ayat 21:

Terjemahnya:

21. Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.

Petunjuk Rasulullah SAW tentang etika bisnis ada empat hal yang menjadi kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis, keempat hal tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari Nabi Muhamad SAW dan sangat dikenal dikalangan ulama, namun masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis. Sifat-sifat tersebut di antaranya:

1. *Ṣiddīq* (jujur/Benar)

Jujur nilai dasar ialah prinsip-prinsip, nilai-nilai, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional adalah sikap yang sangat penting dalam hal bisnis. Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada berlawanan atau pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Selalu bersikap jujur maka akan dicatat oleh Allah SWT sebagai seorang yang jujur.

Oleh sebab itu, salah satu karakter pebisnis yang penting dan di ridhai oleh Allah SWT ialah kejujuran. Begitu pentingnya kejujuran bagi kehidupan disegala aspek terutama dalam kegiatan bisnis yang berkaitan dengan orang lain. Seorang pebisnis yang jujur akan merasa bahagia kelak dia dapat berkumpul bersama para

Nabi. sebagaimana dalam sebuah hadis Rasulullah SAW:

Artinya: Dari Abu Sa'īd al-Khudzri r.a berkata, Rasulullah SAW bersabda: *“Pedagang yang jujur dan terpercaya akan dikumpulkan bersama Nabi, para sahabat dan orang-orang mati syahid”* (H.R. Al-Tirmidzi).

## 2. *Amānah* (Terpercaya)

Sikap *amānah* ialah nilai dasar terpercaya, dan nilai-nilai dalam berbisnisnya ialah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan dan tepat waktu sikap ini juga sangat dianjurkan dalam aktifitas bisnis, kejujuran dan *amānah* mempunyai hubungan yang sangat erat, karena jika seseorang telah berlaku jujur pastilah orang tersebut *amānah* (terpercaya). Maksud *amānah* adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain (Irawan 2017). sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Quran surah An-Nisa" ayat 58 yaitu:

Artinya: *“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”* (Q.S. An-Nisa" [4]: 58) :

!

3. *Faṭānah* (Cerdas)

*Faṭānah* berarti memiliki pengetahuan luas, nilai-nilai dalam bisnis memiliki visi, pemimpin yang cerdas mengerti akan suatu produk dan jasa serta dapat menjelaskannya, *faṭānah* dapat juga diartikan dengan kecerdikan atau kebijaksanaan. Sifat *faṭānah* dapat dinyatakan sebagai strategi hidup setiap muslim. Seorang muslim yang mempunyai kecerdasan dan kebijaksanaan, akan mementingkan persoalan akhirat dibanding dengan persoalan dunia. Kecerdasan yang dimaksud di sini bukan hanya kecerdasan *intelektual* tapi juga kecerdasan emosional dan kecerdasan spritual seperti yang dikatakan Ary Ginanjar yaitu “kemampuan untuk memberi makna ibadah terhadap setiap perilaku kegiatan, melalui langkah-langkah dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju manusia seutuhnya dan memiliki pola pikiran *tauhid* serta berprinsip karena Allah SWT.

4. *Tablīgh* (Ramah dan Komunikatif)

Rasulullah SAW dikaruniai sifat *tablīgh* untuk menyampaikan apa yang diterima dari Allah SWT untuk disampaikan kepada ummatnya dengan tidak mengurangi sedikitpun perintah yang diterimanya. Nilai dasarnya sifat *tablīgh* ialah komunikatif dan nilai bisnisnya ialah dapat menyesuaikan diri, pebisnis yang cerdas, kerja tim, dan koordinasi. *Tablīgh* artinya menyampaikan sesuatu. Hal ini berarti bahwa orang yang memiliki sifat *tablīgh* harus komunikatif dan argumentatif. Jika kita dititipi *amānah* oleh orang lain

maka harus disampaikan kepada orang yang berhak menerimanya, karena sudah menjadi kewajiban sebagai umat Nabi Muhammad SAW, seperti menyampaikan dan menerapkan sikap *tabligh* dalam segala aspek terutama dalam dunia bisnis (Rahmat, 2017).

## **b. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Cilacap Resto Dan Cafe Di Majene**

### **1. Lokasi Rumah Makan Cilacap Resto Dan Cafe**

Rumah Makan Cilacap Resto Dan Cafe Majene yang terletak di jalan poros majene Mamuju

### **2. Fasilitas Rumah Makan Cilacap Resto Dan Cafe**

Rumah Makan Cilacap Resto Dan Café Majene menawarkan berbagai fasilitas bagi para konsumennya dengan tujuan agar konsumen mendapatkan kenyamanan dan kepuasan untuk berkunjung. Adapun fasilitas-fasilitas tersebut diantaranya:

#### **a. Tempat parkir**

Sebagai tempat parkir dengan ukuran cukup luas membuat konsumen yang membawa kendaraan menjadi nyaman.

#### **b. Mushola**

Sebagai tempat untuk melaksanakan ibadah shalat bagi konsumen yang melaksanakannya.

#### **c. Toilet**

Toilet yang cukup bersih dan nyaman untuk konsumen

### **3. Etika Bisnis Islam Rumah Makan Cilacap Resto Dan Cafe Majene**

Etika Islam meliputi seluruh kehidupan manusia. Pada umumnya dari keempat ini yang menjadi kunci sukses Nabi Muhammad SAW, sebagai seorang pebisnis yaitu: sifat *šiddiq*, *tabligh*, *amanah*, dan *faṭānah*.

Keempat sifat tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari Nabi Muhammad SAW dan sangat dikenal dikalangan ulama. Namun masih jarang diterapkan khususnya dalam dunia bisnis (Rahmat, 2017).

Oleh karena itu kami mencoba menelusuri sejauh mana penerapan etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW dalam berbisnis terhadap para pebisnis apakah sifat-sifat tersebut diterapkan atau tidak, selanjutnya dapat dilihat berdasarkan dari hasil observasi yang peroleh dilapangan, dengan teknik observasi di Rumah Makan Cilacap Majene terkait dengan etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW dalam berbisnis apakah sifat-sifat tersebut diterapkan atau tidak,

Adapun penjelasan masing-masing indikator sifat-sifat tersebut adalah sebagai berikut :

#### 1. *Ṣiddiq* (Jujur/Benar)

*Ṣiddiq* merupakan salah satu sifat Rasulullah SAW yang memiliki arti jujur atau benar. Sifat jujur merupakan sikap yang harus ada di dalam hati setiap pelaku bisnis, karena kejujuran merupakan cerminan dari Rasulullah saw. Dalam Islam juga di ajarkan bahwa kejujuran merupakan syarat yang mendasar dalam kegiatan bisnis. Rumah Makan Cilacap di Majene merupakan salah satu rumah makan yang selalu ramai di kunjungi pelanggan di Majene.

Sikap jujur yang ditampilkan oleh Rumah Makan Cilacap di Majene yaitu daftar menu dilengkapi dengan harga . Harga merupakan jumlah dari biaya ditambah dengan keuntungan. Rumah Makan Cilacap Resto Dan Cafe di Majene memiliki kisaran harga yang bervariasi dengan mengambil

segmen pasar kalangan menengah keatas. Meski kisaran harganya untuk kalangan menengah keatas, namun rumah makan ini tidak pernah sepi oleh pengunjung.

Konsep harga yang tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah sudah menjadi salah satu nilai lebih dan strategi rumah makan Cilacap Resto Dan Cafe di Majene. Karena selain menu yang memiliki kisaran harga tinggi, mereka juga memberikan menu paket ekonomis yang lebih murah dengan mutu makanan yang sama. Kejujuran yang ditekankan disini adalah bahwa menu-menu tersebut sesuai dengan harga masing-masing paket, tanpa adanya pengurangan mutu makanan. Dalam menjalankan suatu usaha tanpa diiringi kejujuran, maka keberkahan akan berkurang di sisi Allah SWT.

## 2. **Amanah (terpercaya)**

*Amanah* artinya dapat dipercaya, bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas yang diberikan. Setiap perbuatan yang dilakukan pasti menuntut adanya pertanggung jawaban, sifat *amanah* sangat diperlukan dalam dunia bisnis karena tanpa adanya kepercayaan dan tanggung jawab maka kehidupan bisnis akan hancur. Sifat *amanah* dan kejujuran juga mempunyai hubungan yang sangat erat karena orang yang jujur akan menjaga kepercayaan orang lain. Begitu juga halnya di Rumah Makan Cilacap Resto Dan Cafe Majene berusaha menjaga *amānah* yang telah diberikan, salah satunya yaitu dapat menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik, artinya bahwa konsumen sebagai raja dan konsumen diprioritaskan dalam terciptanya kebutuhan mereka, dengan cara



memberikan pelayanan yang tepat dan cepat, murah senyum, dan pelayanan ramah.

Rasulullah sangat menganjurkan para pelaku bisnis untuk bermurah hati dalam setiap transaksi, murah senyum dan ramah tamah. Sebagaimana hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Ibnu Majah yang artinya:

*Dari Jabir bin Abdullah bahwa Rasulullah SAW bersabda: „semoga Allah merahmati seseorang hamba yang toleran bila menjual, toleran bila membeli, dan toleran bila menagih“.* (HR. Bukhari dan Ibnu Majah).

Apapun dan bagaimanapun bentuk pelayanan yang diberikan semuanya itu dilakukan untuk menarik minat konsumen dan membuat konsumen merasa nyaman ketika melakukan pembelian. Disamping itu, memberikan pelayanan yang optimal dapat membuat konsumen loyal dan akhirnya akan melakukan pembelian ulang.

Selain itu rumah makan Cilacap Resto Dan Cafe majene juga selalu berusaha Menepati Janji, hal ini terlihat dari adanya pelayanan pesanan antar yang sangat mengedepankan ketepatan dan kecepatan pengiriman. jadi setiap pelaku bisnis harus memiliki komitmen yang kuat dalam hal pemenuhan janji. Hal tersebut dikarenakan Allah memerintahkan kepada orang Muslim untuk menepati janji dan Allah telah menyebutkan orang mukmin yang beruntung adalah orang yang dapat menepati janji-janjinya.

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.”

### 3. **Faṭānah (Cerdas)**

Di dunia bisnis berlaku jujur dan bijaksana belum sempurna jika tidak diimbangi dengan kecerdasan dalam mengelola suatu usaha. *Faṭānah* merupakan salah satu sifat Rasulullah saw yang berarti cerdas dan memiliki pengetahuan yang luas. Sifat *faṭānah* dapat dikatakan sebagai strategi khusus untuk menghadapi ketatnya persaingan di dunia bisnis termasuk dibisnis makanan.

Sifat *faṭānah* salah satunya adalah adanya **inovasi produk**. Inovasi sangat diperlukan dalam memajukan atau mengembangkan suatu usaha agar selalu siap menghadapi persaingan Bentuk inovasi yang dilakukan rumah makan Cilacap Resto Dan Cafe diantaranya menambah menu baru dan menawarkan paket menu kepada konsumen dengan harga yang lebih murah. tempat duduk berupa sofa-sofa dan *bean bag* yang empuk. Terdapat juga fasilitas seperti WiFi gratis dan stop kontak listrik.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa inovasi produk yang dilakukan rumah makan Cilacap Resto Dan Cafe Majene tidak bertentangan dengan syariat Islam.

### 4. **Tablig (Ramah dan Komunikatif)**

Sifat *tablig* artinya menyampaikan. Seorang pebisnis harus memiliki sifat *tablig* karena seorang pebisnis harus menggunakan tutur kata yang sopan,

bijaksana dan tepat sasaran kepada pelanggannya

maupun rekan bisnisnya. Dalam Rumah Makan Cilacap Resto Dan Cafe Majene karyawan dalam melayani konsumen/pelanggan berpenampilan menarik dengan memakai pakain yang rapi dan sopan. Dalam menawarkan menu makanan karyawan juga bersikap ramah dan menggunakan bahasa yang sopan.

Keramahan atau sifat *tablig* merupakan suatu *skill* yang harus ada dalam diri setiap karyawan, karena dalam melayani konsumen harus melayani konsumen dengan baik. Hal terpenting yang harus diingat oleh pelaku bisnis adalah komunikasi dengan menggunakan bahasa yang sopan dan tidak menyakiti hati konsumen. Disamping itu berbicara dengan bahasa yang mudah dipahami dan dapat diterima oleh akal juga harus menjadi perhatian bagi para pelaku bisnis. Dalam pernyataan di atas dapat dipahami bahwa seorang pebisnis harus selalu menjaga keramahan dan komunikatif agar dapat melancarkan bisnisnya dan dapat membuat para konsumennya merasa senang dan puas terhadap pelayanan yang diberikan.

## **KESIMPULAN**

1. Empat hal yang menjadi kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis, keempat hal tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari Nabi Muhamad SAW yaitu *Ṣiddīq* (jujur/Benar), *Amānah* (Terpercaya), *Faṭānah* (Cerdas) dan *Tablīg* (Ramah dan Komunikatif)
2. Penerapan etika bisnis Islam dalam usaha rumah makan cilacap di majene sudah sesuai dengan etika bisnis Islam.

## REFERENSI

- Ahmad, M. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta Timur: Pustaka Al-kautsar.
- Duratin Nafis (2019) *Implementasi etika bisnis islam dalam usaha rumah makan (studi kasus usaha rumah makan wong solo batoh, kec. Lueng bata kota banda aceh)*. Skripsi. Aceh Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
- Faisal, B., dkk. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Harahap, S. (2010). *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Selemba Empat
- Irawan, H. (2017). *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai*. Tesis. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Izzati, S. A. (2015). *Penerapan Etika Bisnis Islam Di Boombu Hot Resto Tegal*. Skripsi. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo

# 7

## ETIKA BISNIS RESTORAN JEPANG

### PENDAHULUAN

Sebagian besar orang beranggapan bahwa dalam menjalankan bisnis seorang pebisnis tidak perlu mengindahkan aturan-aturan, norma-norma serta nilai moral yang berlaku dalam bisnis karena bisnis merupakan suatu persaingan, sehingga pelaku bisnis harus memfokuskan diri untuk berusaha dengan berbagai macam cara dan upaya agar bisa menang dalam persaingan bisnis yang ketat.

Dalam bisnis terdapat aturan yang penuh dengan persaingan dan tentunya aturan-aturan tersebut berbeda dengan aturan moral dan sosial yang biasa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Seorang pebisnis yang ingin mematuhi atau menerapkan aturan moral atau etika akan berada pada posisi yang tidak menguntungkan. Namun, anggapan tersebut tidak sepenuhnya benar karena ternyata beberapa perusahaan dapat berhasil karena memegang teguh kode etis dan komitmen moral tertentu. Bisnis merupakan aktivitas yang penting dari masyarakat, sehingga norma dan nilai moral yang dianggap baik dan berlaku di masyarakat dibawa dan diterapkan ke dalam kegiatan bisnis.

Sebuah perusahaan yang unggul sebaiknya tidak hanya tergantung pada kinerja yang baik, pengaturan manajerial dan financial yang baik, keunggulan teknologi yang dimiliki, sarana dan prasarana yang dimiliki melainkan juga harus didasari dengan etika bisnis yang baik. Dengan memperhatikan etika bisnis yang baik maka kepercayaan

konsumen terhadap perusahaan tetap terjaga. Hal ini tentunya membantu perusahaan dalam menciptakan citra bisnis yang baik dan etis

Usaha Restoran di Indonesia pada saat ini perkembangannya sangat baik karena peluang untuk berhasil pada usaha ini sangat besar. Usaha Restoran akan memiliki kejayaan yang panjang apabila dikelola dengan baik. Sejalan dengan menjamurnya usaha Restoran maka banyak pula konsep Restoran bermunculan, salah satu konsep Restoran yang ditawarkan kepada kosumen adalah konsep makanan khas dari suatu Negara atau daerah, dimana makanan itu dijadikan sebagai ciri khas dari Negara atau daerah tersebut. Makanan khas mempunyai daya tarik dan unik tersendiri sehingga setiap konsumen ingin mencoba sesuatu yang unik itu, Contohnya Restoran jepang yang memiliki makanan khas sushi, sashimi dan lainlain.

Pertumbuhan industri restoran jepang di Indonesia terus berkembang hingga saat ini. Dari mulai makanan cepat saji, buffet, restoran kedai dan lain sebagainya. Jenis makan yang ditawarkan juga tidak kalah bervariasi dari mulai ramen dan udon (mie khas jepang), sushi, sashimi, teriyaki, yakiniku, shabushabu, tepanyaki, okonomiyaki hingga takoyaki.

Salah satu indikator suburnya industri Restoran Jepang di Indonesia adalah makin banyaknya masyarakat yang mulai menggemari cita rasa masakan jepang. Pasar tersebut yang kemudian dilihat oleh pengusaha-pengusaha untuk membangun bisnis restoran jepang di Indonesia. Dari berbagai jenis dan banyaknya jumlah Restoran Jepang, ada sebagian yang memang dibawa langsung dari jepang sebagai produk franchise dan ada pula yang dikembangkan dari awal oleh orang Indonesia sendiri. Restoran-restoran yang tidak dibawa langsung dari jepang biasanya akan memodifikasi

cita rasa asli untuk disesuaikan dengan cita rasa masyarakat Indonesia.

Dalam ajaran Islam, kegiatan bisnis sangat dianjurkan, tetapi harus sesuai dengan apa yang telah ditetapkan baik itu oleh al-Qur'an maupun sunnah Nabi. Keduanya menjadi pedoman bagi kaum muslim dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Di antara pedoman tersebut terdapat pula beberapa kode etika dalam perdagangan menurut Islam diantaranya adalah *sidiq* (jujur). Amanah (tanggung jawab), tidak melakukan riba, menepati janji, tidak melakukan penipuan, tidak *tahfif* (curang dalam timbangan), tidak menjelek-jelekan pedagang lain, tidak menimbun barang dan hal ini yang dapat merugikan orang lain.

Ekonomi Islam mengarahkan bisnis atau dunia usaha yang penuh dengan nilai-nilai ekonomi dan etika, dengan kata lain bahwa Islam tidak pernah memisahkan ekonomi dengan etika. Manusia muslim, individu maupun kelompok dalam lapangan ekonomi atau bisnis disatu sisi diberi kebebasan untuk mencari keuntungan sebesar besarnya namun disisi lain ia terkait dengan iman dan etika sehingga ia tidak bebas mutlak dalam menginvestasikan modalnya atau membelanjakan hartanya.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Etika Bisnis Dalam Ekonomi Islam**

#### ***1. Etika bisnis dalam ekonomi islam***

Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan Rasullulah SAW sendiri pun



telah menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang (hadist). Artinya, melalui jalan berdagang inilah pintupintu rezeki akan dapat dibuka sehingga karunia Allah SWT terpancar daripadanya.

Etika memiliki dua pengertian. Pertama, etika sebagaimana moralitas berisikan moral dan norma-norma konkret yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupan. Kedua, etika sebagai refleksi kritis dan rasional. Etika membantu manusia bertidak secara bebas tetapi dapat dipertanggungjawabkan. Etika ini sangat erat hubungannya dengan perilaku manusia, khususnya perilaku para pelaku bisnis, apakah berperilaku etis ataukah berperilaku tidak etis. Secara spesifik, tentang hubungan etika dengan etika bisnis, Vincent Barry dalam bukunya *Moral issue in business*, menyatakan: *“Business ethics is the study of what constitutes and human conduct, including related action and values, in a business contact”* (etika bisnis adalah studi tentang baik buruknya mengenai sikap manusia, termasuk tindakantindakan relasi dan nilai-nilai dalam kontrak bisnis). Dari kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis merupakan perilaku bisnis dalam mengembangkan tugas dan tanggung jawabnya, apakah benar-benar sesuai dengan norma yang ada.

Sistem etika bisnis Islam berbeda dengan etika sekuler ataupun sebagaimana sistem etika yang diusung oleh agama lain. Secara sederhana mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. (*learning what is right or wrong, and then doing the right thing. “Right thing” based on moral principle, and others believe the right thing to do depends on the situation*). Kajian etika bisnis terkadang merujuk kepada management ethics atau organizatoinal ethics. Etika bisnis

dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas di sini, sebagaimana disinggung di atas berarti: aspek baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas, dari perilaku manusia. Kemudian dalam kajian

Etika bisnis Islam susunan adjective tersebut ditambah dengan halal/haram (degrees of lawful and lawful, sebagaimana yang disinyalir oleh Husein Sahatah yang dikutip dalam buku Etika Bisnis Dalam Islam yang mana disitu dipaparkan bahwa sejumlah perilaku etis bisnis (akhlak al Islamiyah) yang dibungkus dengan dhawabith syarīah (batasan syarīah) atau general guideline menurut Rafik Issa Beekum yang juga dikutip dari buku Etika Bisnis Islam. Etika islam sendiri didasarkan pada hak manusia atas kemerdekaan. Pada prinsipnya kemerdekaan adalah hak manusia untuk hidup yang harus terus dijaga dan dilindungi dengan kebaikan dan kebenaran.

Islam juga memiliki aturan tentang etika yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis dalam berbisnis. Etika dipandang sama dengan akhlak yang membahas tentang perilaku baik buruknya seseorang. Titik sentral dari etika bisnis islam sendiri adalah untuk menjaga perilaku wirausaha muslim dengan tetap bertanggungjawab karena percaya kepada Allah Swt. Etika bisnis islam bersumber pada Al-Qur'an sebagai pedoman. Al-qur'an adalah sumber segala ajaran bagi seluruh umat muslim yang menjelaskan tentang norma, aturan atau hukum, dan nilai-nilai yang mengatur segala aktifitas manusia termasuk dalam kegiatan bisnis.

Setiap pelaku bisnis islam memiliki aturan-aturan atau etika yang harus dilakukan. Hal ini dilakukan karena manusia tidak hanya hidup sendiri melainkan sebagai makhluk sosial yang membutuhkan orang lain dan memiliki pertanggung jawaban yang akan dia ajukan kepada Allah

Sw. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadist yang telah diterapkan oleh Rasulullah saat menjalankan bisnisnya. Menurut Yusuf Qardhawi etika diterapkan pada kegiatan ekonomi yang dilakukan. Qardhawi berpendapat jika ekonomi (bisnis) dan akhlak (etika) saling berkaitan karena akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan yang Islami.

Jadi dalam etika bisnis terdapat aspek hukum yang terdiri dari kepemilikan, pengelolaan, dan pendistribusian harta. Sehingga etika bisnis syariah yaitu:

- a. Menolak monopoli (Monopoli adalah penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan /atau penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha).
- b. Menolak eksploitasi.
- c. Menolak diskriminasi.
- d. Menuntut keseimbangan antara hak dan kewajiban.
- e. Terhindar dari usaha tidak sehat.

Rasulullah SAW juga sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis yaitu:

- 1) sidiq (jujur).
- 2) Amanah (tanggung jawab)
- 3) tidak melakukan riba
- 4) menepati janji
- 5) tidak melakukan penipuan
- 6) tidak tahfif (curang dalam timbangan)
- 7) tidak menjelek-jelekan pedagang lain,
- 8) tidak menimbun barang dan hal ini yang dapat merugikan orang lain.

”.

Pemuatan prinsip-prinsip moral dalam sumber hukum menjadikan etika bisnis sebagai basis yang harus dipegang dan dijalankan seseorang atau kelompok dalam melakukan aktivitasnya. Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bisnis Islam ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan berupa barang atau jasa termasuk juga profitnya, namun dibatasi dalam acara memperolehnya dan penggunaan hartanya karena aturan halal dan haram.

### **B. *Kasus Pelanggaran Etika Bisnis Restoran Marugame Udon***

Marugame Udon adalah salah satu tempat makan yang mengusung tema Jepang yang lekat dengan mienya yang dikenal dengan udon, Marugame Udon adalah pelopor pertama dalam membuat Sanuki Udon di Indonesia yang dibuka di Taman Anggrek Mall, Jakarta Barat pada tanggal 14 Februari 2013. Marugame udon berasal dari Kobe, Jepang. Marugame Udon Indonesia (Marugame Seimen dalam Jepang) berada di bawah manajemen Sriboga Food Group.

Marugame Udon sudah memiliki cabang diberbagai kota besar di Indonesia dan saat ini memiliki lebih dari 1100 cabang di penjuru dunia, seperti di Los Angeles, Hawaii, Moscow, Sydney, Seoul, Hong Kong, dan kota-kota besar lainnya didunia. Marugame Udon sudah mendapatkan sertifikasi halal MUI pada 7 Oktober 2015 dan berkomitmen

untuk terus menyajikan Udon & Tempura terbaik kepada para pelanggan setianya.

Restoran Marugame Udon Indonesia yang menyajikan kuliner asal Jepang diduga menggunakan bahan pangan yang telah kedaluwarsa. Dugaan itu bermula dari sebuah kopi surat elektronik yang diterima beberapa media, termasuk CNNIndonesia.com. Surat itu tertanggal 4 April 2016, dikirim seorang petugas bagian penjualan di Sriboga Food Group –pemilik jaringan restoran Marugame Udon, Pizza Hut Indonesia, Pizza Hut Delivery(PHD), dan The Kitchen by PizzaHut. Pada surat itu, petugas bagian penjualan meminta izin kepada bagian jaminan mutu (quality assurance) untuk memperpanjang masa kedaluwarsa bahan sukiyaki tare, dan saus tempura.

Kedua bahan itu datang pada Mei 2015 dan disiapkan untuk memenuhi kebutuhan Juni-Juli 2015. Namun karena proses peralihan halal selesai Oktober 2015, sehingga selama Juni-September restoran masih menggunakan stok dari produksi sebelumnya. Akibatnya, kedua produk itu pada batas masa kedaluwarsa bersisa dalam jumlah besar, yakni 91 galon sukiyaki tare dan 249 galon saus tempura. Produk tersebut sudah di-extend (diperpanjang) dua kali. Suki-yaki tare yang memiliki masa kedaluwarsa 8-9 Januari 2016, telah diperpanjang masa pakainya menjadi 8-9 Februari 2016. Sementara saus tempura yang memiliki batas kedaluwarsa 19-23 Januari 2016 telah di perpanjang menjadi 19-23 Maret 2016.

Menurut surat itu, perpanjangan yang ketiga kalinya akan menyelamatkan uang perusahaan Rp596 juta. Namun, petugas jaminan mutu menolak perpanjangan masa pakai hingga tiga kali dari batas kedaluwarsa demi alasan keamanan. Dalam pemeriksaan saat itu, polisi menemukan bonito powder atau bubuk untuk sup ikan dengan batas

kedaluwarsa Desember 2015, yang kemudian diperpanjang masa pakainya menjadi Juni 2016.

Ahli teknologi pangan Institut Pertanian Bogor, Dr Joko Hermanianto memaparkan, untuk makanan berbasis protein perlu diperhatikan level mikroba di makanan tersebut- karena bisa membuatnya tidak aman dikonsumsi. Betapa pun, ahli teknologi pangan IPB, Prof Purwiyatno Hariyadi mempertanyakan langkah itu (perpanjangan masa kadaluwarsa). Ia mengakui, tes mikroba dengan yang disebutnya rapid test seperti yang dilakukan SFG, memang cukup untuk mengetahui kandungan mikroba dan memprediksi berapa lama suatu produk dapat bertahan. Namun ini menurutnya tetap problematik, ada masalah etika disitu,” kata Prof Purwiyatno.

Penggunaan bahan kadaluwarsa jelas dilarang dalam praktik usaha, hal tersebut jelas sudah melanggar UU tentang pangan No 18 tahun 2012 pasal 143, yaitu “Setiap Orang yang dengan sengaja menghapus, mencabut, menutup, mengganti label, melabel kembali, dan/atau menukar tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa Pangan yang diedarkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 99 dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah)”. Tidak hanya itu jika kabar mengenai kasus ini benar perusahaan juga telah melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen secara tegas telah menjamin keselamatan para konsumen, dengan mewajibkan kepada setiap produsen untuk menyajikan makanan berkualitas.

Ketua harian YLKI Tulus Abadi mengatakan, pelaku usaha yang memproduksi dan memperdagangkan produk, harus sesuai standar yang ditetapkan perusahaan bagi

konsumen terkait batas masa kadaluwarsa. Bila terjadi sebaliknya, maka ini merupakan pembohongan pada publik.

Kasus ini juga seakan menggambarkan kelonggaran pengawasan atas penggunaan bahan-bahan yang akan diolah menjadi makanan. Pada hakikatnya memang belum tentu makanan yang sudah kadaluwarsa jika dikonsumsi akan berbahaya, belum tentu seperti itu. Namun, sudah pasti kadar gizinya berubah dan rasanya pun tidak sama lagi. Meskipun dalam berita diatas perusahaan juga telah menjelaskan sekalipun ada perpanjangan masa kadaluwarsa perusahaan tidak melakukannya dengan tanpa pertimbangan dan penelitian terhadap produknya, perusahaan hanya berani melakukan perpanjangan masa kadaluwarsa jika mendapat izin dari kendali mutu dan rekomendasi dari pemasokterlebih dahulu, namun tetap saja jika dilakukan ada pelanggaran etika di dalamnya, karena sebagai produsen dan pelaku usaha sangat jelas telah diatur dalam Undang-Undang untuk menjamin kesehatan dan keselamatan konsumennya.

Jika benar terbukti PT Sriboga Food Group menggunakan bahan pangan yang diperpanjang masa kadaluwarsanya perusahaan telah tidak jujur kepada konsumennya mengenai kualitas produk yang mereka tawarkan kepada konsumennya. Adanya kasus ini juga bisa menurunkan citra produk perusahaan tentunya. Ini juga menunjukkan bahwa perusahaan belum sepenuhnya bersikap transparan dalam menjalan praktik usahanya.

Penggunaan bahan pangan kadaluwarsa jelas melanggar hukum, bertentangan dengan UU Pangan no. 18 pasal 143 dan Perlindungan Konsumen No 8 tahun 1999, sebagai perusahaan dan pelaku bisnis PT SFG jika terbukti menggunakan bahan kadaluwarsa dan memperpanjang masa simpan dengan alasan apapun telah membahayakan

keselamatan konsumennya, setra dalam praktiknya perusahaan telah berlaku tidak jujur kepada konsumennya.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Etika bisnis islam sendiri adalah untuk menjaga perilaku wirausaha muslim dengan tetap bertanggungjawab karena percaya kepada Allah Swt. Etika bisnis islam bersumber pada Al-Qur'an dan Hadist sebagai pedoman. Al-qur'an dan Hadist adalah sumber segala ajaran bagi seluruh umat muslim yang menjelaskan tentang norma, aturan atau hukum, dan nilai-nilai yang mengatur segala aktifitas manusia termasuk dalam kegiatan bisnis.
2. Jika benar terbukti PT Sriboga Food Group menggunakan bahan pangan yang diperpanjang masa kadaluwarsanya perusahaan telah tidak jujur kepada konsumennya mengenai kualitas produk yang mereka tawarkan kepada konsumennya. Adanya kasus ini juga bisa menurunkan citra produk perusahaan tentunya. Ini juga menunjukkan bahwa perusahaan belum sepenuhnya bersikap transparan dalam menjalankan praktik usahanya. Penggunaan bahan pangan kadaluwarsa jelas melanggar hukum, bertentangan dengan UU Pangan no. 18 pasal 143 dan Perlindungan Konsumen No 8 tahun 1999, sebagai perusahaan dan pelaku bisnis PT Sriboga Food Group jika terbukti menggunakan bahan kadaluwarsa dan memperpanjang masa simpan dengan alasan apapun telah membahayakan keselamatan konsumennya, setra dalam praktiknya perusahaan telah berlaku tidak jujur kepada konsumennya.



## REFERENSI

- Agoes, Sukrisno dkk, Etika Bisnis dan Profesi Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya, (Jakarta: Salemba Empat, 2014).
- BBC Indonesia.(2016,September 4). Pizza hut dan Marugame Udon gunakan bahanexpired.BBC.com.
- CNN Indonesia "Kronologi Dugaan Bahan Kedaluwarsa Marugame Udon & Pizza Hut"
- Djakfar, Muhammad, Etika Bisnis dalam Perspektif Islam, (Malang: UIN-Malang Press, 2007).
- Jurnal Ekonomi Islam: ISLAMICA, Vol. 6, No. 2. Abdul Ghofur Noor, Kebijakan Distribusi Ekonomi Islam Dalam Membangun Keadilan Ekonomi Indonesia,(Lampung: Islamika, 2012).
- Prof. Dr.H. Veithzal Rivai, SE.,M.M M.B.A,dkk. Islamic Business and Economic Ethics. Bumi Aksara, h.276.
- Tribunnews.com.diakses darihttp: //www .tribunnews.com/internasional/ 2016/09/05/ benarkah-pizza-hut-dan-marugame-gunakan-bahan-bahan-kadaluarsa?

## 8

# ETIKA BISNIS ISLAM DALAM INDUSTRI TANAM BULU MATA

### PENDAHULUAN

Salah satu sektor jasa yang saat ini berkembang di Indonesia adalah industri kecantikan. Pasar industri kecantikan Indonesia adalah pasar terbesar ketiga di Asia, menghasilkan banyak produk kecantikan untuk pasar domestik dan internasional. Pada tahun 2020, industri kecantikan Indonesia diperkirakan akan tumbuh paling besar dibandingkan dengan negara-negara lain di Asia Tenggara, melebihi 5,5 Miliar USD. (Global Aesthetic Market).

Pertumbuhan industri tata rias dapat mendorong persaingan yang ketat antar pelaku bisnis tata rias. Akibat persaingan yang semakin ketat, para pelaku bisnis tata rias perlu menentukan strategi untuk menang, atau setidaknya bertahan. Oleh karena itu, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Widiana et al., 2013).

Pengusaha salon telah menemukan inovasi baru, *eyelash extension* atau *extension* bulu mata, untuk mengatasi masalah ini. Salah satu produsen wig dan bulu mata palsu terletak di Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah. Selain menjual produk di dalam negeri atau lokal, pangsa pasarnya lebih mengarah pada ekspor ke negara-negara maju di dunia seperti Amerika Serikat, Australia, Kanada, Jepang dan Korea Selatan.

Tanam bulu mata sejenis dengan menyambung rambut karena menambah jumlah helai dan volume rambut dengan tujuan untuk mempercantik diri (Ni"mah et al., 2021). Pemasangan *eyelash extension* ini sebagai salah satu yang

saat ini sedang diminati oleh para wanita karena dapat membuat penampilan kaum wanita menjadi lebih cantik dengan bulu mata yang panjang, tebal dan juga lentik tanpa menggunakan maskara lagi.

Sementara dalam hukum Islam menjelaskan tidak boleh wanita mempercantik dirinya dengan merubah ciptaannya karena itu merupakan dosa-dosa besar. Sebagian dosa-dosa besar adalah menyambung rambut wanita, menginginkan hal tersebut, ingin menyambung adalah dosa besar dan menyambung dosa besar, membuat tahi lalat dan ingin dibuatkan tahi lalat, memperindah gigi, ingin memperindah gigi, mencabuti bulu (Ni"mah et al., 2021).

Yang menjadi problematika saat ini adalah praktik jasa tanam bulu mata di salon kecantikan masih sangat mudah dijumpai di wilayah Indonesia. Memang pada dasarnya penampilan merupakan kebutuhan primer

perempuan, sehingga jasa salon kecantikan akan terus meningkat seiring perkembangan populasi dunia.

Area Makassar rata-rata memiliki jumlah pelanggan yang signifikan, dan ada beberapa nama salon yang cukup murah dan dengan hasil yang memuaskan, Diantara nama-nama salon tersebut ada juga salaon Muslimah yang turut menawarkan jasa tanam bulu mata (*eyelash extension*). Di semua salon tersebut, konsumennya adalah wanita kalangan pelajar, mahasiswa, dan pekerja muslim dan semua salon menawarkan harga di kisaran Rp. 250,000- Rp. 500,000.

Namun, memasang ekstensi bulu mata tidak selalu berdampak positif bagi pengguna. Ekstensi bulu mata ini dilarang dari kualitas lem bulu mata, kualitas akhir, sering terkena air, dan mencuci muka lambat, tetapi dapat bertahan selama sekitar 2-3 minggu, yang menimbulkan risiko kesehatan Beberapa konsumen mengalami alergi seperti alergi pada bulu mata, mata gatal, bulu mata juga bisa rontok dan bahkan menyebabkan kebutaan. Hal ini membuat konsumen takut dan kecewa mengharapkan mata mereka menjadi lebih indah dengan *extension* bulu mata ini, padahal mereka tahu bahwa mereka adalah pecundang.

Tentu saja, fakta ini bertentangan dengan konsep produksi, proses pembuatan atau penambahan nilai suatu produk atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber yang ada. Produsen kosmetik harus lebih mementingkan keselamatan konsumen daripada kepentingan bisnis, dan produsen harus memberikan tanda terima kasih kepada konsumen untuk membeli produk dan menggunakan layanan yang mereka tawarkan.

Produsen lebih tertarik pada keuntungan. Seperti yang sering terjadi, produsen tidak memperhatikan kemungkinan hal-hal buruk dalam produksi yang membahayakan keselamatan konsumen. Berdasarkan fakta

dan permasalahan di atas, artikel ini memaparkan : 1) bagaimana etika produksi dalam pespektif islam, 2) apakah unsur-unsur produksi dalam industri tanam bulu mata dan 3) bagaimana penerapan etika bisnis islam dalam industri tanam bulu mata?.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Etika Produksi Dalam Ekonomi Islam**

#### **1. Pengertian Etika**

Etika adalah ilmu yang membahas baik dan buruk manusia seluas yang dapat dipahami oleh pikiran manusia. Istilah lain yang sinonim dengan etika, yaitu: Susila, mengacu pada dasar-dasar, prinsip-prinsip dan kaidah-kaidah etika, yang berarti kehidupan yang lebih baik dan moralitas, yang berarti moralitas, dan ilmu kesusilaan (Susanto, 2021).

Definisi Yunani tentang etika (asal) adalah "ethos", yang berarti watak etiket atau adat. Etika berarti filsafat moral dan merupakan cara hidup yang benar secara budaya, moral dan agama. Oleh karena itu, sebagai etika profesi, etika produksi membahas berbagai prinsip, kondisi, dan masalah yang terkait dengan praktik bisnis yang beretika baik (Hasibuan, 2018). Dengan kata lain, etika bisnis terutama ditujukan untuk mendorong para pelaku bisnis untuk melakukan bisnis dengan benar dan beretika. Hal ini sangat diperlukan baik untuk kehidupan ekonomi masyarakat maupun pelaksanaan produksi.

#### **2. Pengertian produksi**

Produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang digunakan oleh konsumen. Secara teknis, produksi adalah proses mengubah input menjadi output. Sarjana ekonomi Islam yang mengabdikan dirinya pada teori produksi adalah Imam al-Ghazali. Dia melihat pengejaran ekonomi sebagai bagian dari

kultus kepribadian. Pemenuhan kebutuhan dasar secara khusus dianggap sebagai kewajiban sosial.

Imam al-Ghazali juga menyatakan bahwa produksi adalah penggunaan terbesar sumber daya alam oleh sumber daya manusia, yang menjadikannya komoditas yang bermanfaat bagi umat manusia (Hasibuan, 2018). Adapun faktor-faktor produksi adalah sebagai berikut:

- 1) Unsur produksi yang asli, yaitu
  - a. Bahan atau sumber daya alam. Contoh: tanah, air, udara, sinar matahari, tumbuhan, hewan, mineral.
  - b. Tenaga kerja atau sumber daya manusia. Tanpa tenaga kerja, sumber daya alam yang tersedia tidak dapat diubah atau diolah menjadi produk industri.
- 2) Faktor-faktor produksi. Perkiraan faktor produksi meliputi modal, keterampilan dan peralatan teknis.

### **3. Memahami etika produksi dari perspektif Islam.**

Etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang berarti kebiasaan atau kepribadian. Dalam Islam, istilah yang paling dekat dengan etika adalah *khuluq* (Hasibuan, 2018). *Al-Khuluq* sendiri berasal dari kata dasar *khaluqa-khuluqan* yang memiliki arti kepribadian, adat istiadat, budi pekerti, keprawiraan, dan kesatriaan (El-Badriaty, 2018). Al-Qur'an juga mengejar visi bisnis yang jelas, masa depan yang tidak hanya mengejar keuntungan sementara tetapi juga "merugikan", tetapi juga keuntungan yang secara inheren baik dan pada akhirnya menghasilkan hasil yang baik. Salah satu kegiatan bisnis dalam kehidupan kita adalah industri manufaktur (Rivai et al., 2012).

Etika produksi Islami adalah penerapan nilai/moralitas pada produksi atau peningkatan nilai guna suatu objek melalui penggunaan sumber daya sebaik mungkin untuk mencapai kemaslahatan individu dan masyarakat. Etika bisnis yang berkaitan dengan fungsi

produksi bertujuan untuk mencapai keselarasan atau keseimbangan antara semua pihak yang berkepentingan dalam masalah produksi (Samad, 2018). Lebih khusus lagi, para sarjana ekonomi Islam telah mengekstrak aksioma kegiatan produksi dari Al-Qur'an dan Sunnah, yaitu:

1. Keesaan (Tauhid), Kesempurnaan Vertikal, Sistem Sosial Gotong Royong Menuju Keesaan Tuhan. Semuanya direduksi menjadi Tuhan, dan tanggung jawab manusia adalah hamba misi Tuhan dan hanya ada sebagai pengemban. Dengan kata lain, untuk membuat bumi makmur. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang utuh tentang produksi, dimulai dari proses pertama pengadaan bahan baku (input) hingga produk akhir (output).
2. *Equilibrium*, keseimbangan (keadilan). Jika seorang pengusaha memiliki hak untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan produksinya, semua yang terlibat dan terpengaruh akan memiliki hak untuk mendapatkan keuntungan dan hak untuk tidak dirampas, saya tunggu.
3. *Free will* atau bebas berkehendak (ikhtiar). Para ulama mensyaratkan bahwa transaksi harus dilakukan atas dasar suka sama suka (attaradi). Setiap orang perlu bertindak secara mandiri, tanpa paksaan fisik, psikis atau politik, agar para pihak tidak dirugikan.
4. *Responsibility* (pertanggungjawaban). Tanggung jawab sosial, politik, ekonomi, budaya, lingkungan nasional, kepentingan, manusia dan lingkungan lainnya.
5. Kebenaran: Kebijakan dan kejujuran. Dari segi isi, prinsip kebenaran berkaitan dengan hak dan kewajiban, serta tujuan ekonomi secara keseluruhan dalam konteks ajaran agama dan kepentingan semua. Semuanya harus berdasarkan kehendak Tuhan, karena seluruh dunia

adalah ciptaan Tuhan dan kemudian diserahkan kepada manusia.

## **B. *Unsur-Unsur Produksi Dalam Industri Tanam Bulu Mata***

Kegiatan industri mengubah input menjadi output. Ini juga disebut sebagai faktor produksi. Faktor-faktor tersebut mempengaruhi kegiatan produksi, seperti orang yang digunakan sebagai tenaga kerja, bahan baku, modal yang digunakan untuk membuat rambut, atau rambut yang digunakan. Ini dijelaskan sebagai berikut:

### 1) Faktor Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah penduduk yang berusia di atas 10 tahun yang sedang mencari atau sedang mencari pekerjaan dan sedang melakukan kegiatan lain seperti sekolah atau pekerjaan rumah tangga. Faktor tenaga kerja industri rambut dan bulu mata adalah bagaimana mendapatkan pekerja dan pekerja kantoran yang dapat menjalankan usaha industri di industri apapun.

### 2) Bahan Baku

Bahan baku merupakan salah satu faktor produksi yang paling penting. Bahan baku ini dianggap bersumber dari industri rambut dan bulu mata, dan bahan baku ini digunakan untuk membuat rambut dan bulu mata palsu ini. Bahan dasar yang tersedia tidak mencukupi dapat menyebabkan proses produksi terhenti karena keausan.

### 3) Faktor Modal

Faktor Modal penelitian ini mensurvei industri rambut dan bulu mata. Cari tahu faktor modal yang dibutuhkan masing-masing industri ini untuk memulai bisnis. Modal awal peralatan, pemeliharaan penggunaannya dan gaji karyawan. Selain itu, aset yang



kurang penting adalah perlunya izin penyelesaian untuk memulai usaha.

4) Dampak teknologi industri

Perkembangan perekonomian dunia menuju globalisasi ekonomi telah mempengaruhi perubahan lingkungan bisnis yang semakin tidak stabil. Perubahan yang terjadi meliputi banyak aspek, termasuk perubahan teknologi. Pembelajaran teknologi berperan penting dalam mendukung inovasi produk suatu perusahaan untuk memenuhi permintaan konsumen akan nilai dan keuntungan produk. Apakah akan menciptakan diferensiasi produk lebih lanjut melalui dampak teknologi yang ada untuk bersaing dengan perusahaan sejenis?.

5) Promosi (Iklan)

Semua bisnis menanggapi opini publik saat ini, tren gaya hidup, model fashion yang sedang tren, dan opini publik dengan menilai citra konsumen.

### ***C. Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Industri Tanam Bulu Mata***

Ketika kita berbicara tentang bisnis dan nilai-nilai muamalah, jelaslah bahwa prinsip-prinsip bisnis Islam adalah: prinsip-prinsip keyakinan (Tauhid), prinsip-prinsip keadilan (ʿadl), prinsip-prinsip kenabian (nubuwwah), prinsip pemerintahan (*khilafah*) dan Prinsip hasil (*maʿad*). Nilai-nilai tersebut menjelaskan rincian utama ekonomi Islam, tetapi sebenarnya merupakan sifat komprehensif yang ditunjukkan dengan jelas dalam segala hal yang didasarkan pada ajaran Islam.

Semua aktivitas dengan semua maksud dan harapan di atas dibenarkan atau diaktifkan dalam kasus berikut:

1. Usaha yang akan dilaksanakan adalah usaha produk atau jasa halal.
2. Cara yang dilakukan dapat dibenarkan oleh hukum Islam.
3. Tujuan bisnis tercapai dengan benar dan jelas sesuai dengan hukum syari'ah (Baidowi, 2016).

Dalam menjalankan bisnis atau jual beli, Islam membutuhkan orang-orang yang terjun ke dunia bisnis untuk mengetahui apa yang dapat mengarah pada bisnis, atau untuk mengetahui apakah jual beli itu legal. Mu`amalat seharusnya bekerja secara legal dan semua pengaturan tindakan bukanlah kerusakan yang tidak dapat benarkan (Oktasari, 2018). Pada prinsipnya, Islam membolehkan etika bisnis selama sesuai dengan aturan Muamalah.

Kitab suci al-Qur'an menggunakan konsep produksi barang dalam arti yang luas. Bagi Islam, memproduksi sesuatu bukanlah sekedar untuk dikonsumsi sendiri. Al-Qur'an menekankan manfaat dari barang yang diproduksi. Pada dasarnya kebutuhan manusia itu beragam dan berbeda satu sama lain, tapi secara umum yang menjadi kebutuhan pokok manusia adalah berupa sandang, pangan dan papan (tempat tinggal). Jadi, menurut Afzalur Rahman, jika seorang muslim memproduksi suatu barang hanya karena keinginan manusia semata (barang mewah), bukan karena kebutuhan, maka islam tidak membolehkannya. Seperti dikatakan : " berarti barang itu harus diproduksi".

Agar dapat memenuhi kebutuhan manusia dan tidak menghasilkan barang mewah yang berlebihan yang tidak memenuhi kebutuhan manusia." Dia bahkan berkata, "Al-Qur'an tidak membenarkan produksi barang-barang mewah dalam keadaan apapun." Singkatnya, produsen, umat Islam, perlu memprioritaskan produksi komoditas yang memenuhi kebutuhan masyarakat, daripada produksi barang mewah

ketika masyarakat membutuhkan komoditas yang memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Yusuf Kardawi mengatakan masyarakat didorong untuk meningkatkan produksi baik di bidang perdagangan, industri, pertanian, perkebunan, teknologi maupun jual beli. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tanpa meninggalkan produk yang dihasilkan. Misalnya, Anda tidak boleh menanam buah, pohon apel yang hanya dimakan oleh orang kaya, mengabaikan makanan pokok seperti gandum, beras, dan jagung.

Yusuf Qardhawi mengartikan bahwa umat Islam tidak boleh memproduksi produk yang hanya digunakan sebagai suplemen, meninggalkan produk produsen yang dibutuhkan masyarakat. Namun jika barang-barang yang dibutuhkan masyarakat tercukupi dan mencukupi, maka produsen muslim diperbolehkan memproduksi barang komplementer. Misalnya, Afzalur Rahman mengatakan tenaga kerja yang digunakan untuk memproduksi barang-barang mewah dianggap tidak produktif. Saat itu kita sangat membutuhkan energi untuk memproduksi barang-barang untuk daerah, bukan untuk memproduksi barang-barang mewah. Bukan meletakkan pada tempatnya, yaitu kerja harus digunakan untuk menghasilkan barang yang dibutuhkan masyarakat, tetapi karena barang mewah, ini adalah jenis pembaziran. Mubazir terhadap tenaga kerja. Sedangkan dalam al-Qur'an dikatakan bahwa mubazir adalah kawannya setan. Sebagaimana Q.S. Al-Isra" (27) :

Terjemahnya :

*27. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.*

Untuk *eyelash extension* yang tergolong hair extension karena bertambahnya jumlah dan jumlah rambut, para profesional perlu mengelola *eyelash extension* dengan hati-hati dan menyeluruh agar tidak menimbulkan bahaya dan risiko kesehatan yang fatal. Proses pembuatan *eyelash extension* adalah sebagai berikut: Alat dan bahannya adalah :

- a) Bulu Angsa atau Bulu Mata Manusia Sintetis
- b) Ekstensi Bulu Mata Perkat digunakan untuk menempelkan ekstensi bulu mata palsu ke bulu mata asli.
- c) Lem ring digunakan untuk mengoleskan lem atau wadah lem bulu mata untuk memudahkan proses pewarnaan *eyelash extension*.
- d) Pinset berfungsi untuk menempelkan dan melepaskan bulu mata
- e) *Cleanser* digunakan untuk membersihkan bulu mata extension yang lengket.
- f) Kipas angin berfungsi untuk mengeringkan lem bulu mata palsu yang menempel pada bulu mata asli. NS). Kain tersebut digunakan untuk menghilangkan kotoran yang tertinggal di sekitar mata.
- h) *Remover* digunakan untuk membersihkan riasan di sekitar mata.
- i) Penutup mata digunakan untuk menghalangi bulu mata bagian bawah agar tidak menempel pada bulu mata bagian atas.
- j) Kuas atau sisir bulu mata digunakan untuk melengkapi bulu mata sebelum dan sesudah *extension* bulu mata.
- l) *Eye tape* digunakan untuk melindungi penutup mata agar tidak menempel pada area mata dan untuk mempermudah membuka mata.
- m) Bulu mata maskara yang ditanam khusus digunakan untuk menutup bulu mata asli saat memasang ekstensi bulu mata palsu.
- n) Tetes mata mengurangi mata merah akibat kontak dengan lem bulu mata.

Efek samping dari *eyelash extension* antara lain mata kering, sensasi terbakar, pembengkakan pada kelopak mata, nyeri dan kemerahan setelah menggunakan *eyelash extension*, gatal-gatal, dan berat kelopak mata. Jika tidak diobati, kondisi mata serius lainnya seperti *dermatitis* kontak,

*konjungtivitis toksik, erosi konjungtiva, dan blefaritis* alergi paling sering terjadi.

Banyak penelitian telah menyelidiki penyebab reaksi mata ini dan mempersempit batas mekanis dari sumber lem bulu mata dan ekstensi bulu mata itu sendiri. Lem yang merekatkan bulu mata palsu ke bulu mata alami terutama didasarkan pada *cyanoacrylate* dan mengandung *lateks* dan *amonia*. Perekat telah terbukti sebagai produk *emisi formaldehida* tinggi dan banyak digunakan di hampir setiap negara. Produk-produk ini, yang mengandung zat *alergen*, telah dikaitkan dengan perkembangan *dermatitis* kontak ringan hingga berat beberapa kali.

Selain itu, *Eyelash extension* adalah extension bulu mata yang meningkatkan paparan dan kekeringan korneum saat tidur, akumulasi bakteri penyebab infeksi mikroba di bawah bulu mata, kebersihan fisik terbatas dan pembersihan kelopak mata yang menyebabkan infeksi, dan bulu mata dengan bulu mata. permukaan bulu mata. Bantalan gel (penutup mata) sering diterapkan di bawah garis bulu mata bawah untuk ekstensi bulu mata. Bantalan ini menahan bulu mata bagian bawah dan melindungi kulit halus di bawah mata. Penutup mata telah terbukti mengandung pengawet *methylisothiazolinone* (MI). Ini mengiritasi area periorbital dan juga dapat menyebabkan reaksi alergi ringan hingga berat (Masud et al., 2019).

Penggunaan *eyelash extension* membawa risiko yang dapat terjadi: 1) iritasi dan alergi 2) kehilangan bulu mata alami 3) Ini jarang terjadi tetapi dapat menyebabkan kebutaan. Sebagai upaya mencegah risiko kesehatan mata, seseorang yang melakukan tanam bulu mata dilarang menggosok mata sembarangan, dilarang menggunakan *eye makeup remover* atau tidak menggunakan produk riasan mata tahan air, tidak menggosok-gosol mata, berhati-hati saat

mencuci wajah, dan dilarang tidur dengan wajah menggunakan bantal. Seperti yang dijelaskan dalam deskripsi, implan bulu mata tidak hanya memberikan nilai estetika, tetapi juga membawa risiko kesalahan. Oleh karena itu, terjadi perbedaan pendapat antara ulama salaf dan ulama khalaf berdasarkan bahan yang digunakan untuk menyambung rambut sebagai berikut:

1. Menyambung rambut dengan rambut manusia asli: semua kalangan ulama berpendapat untuk tidak memperbolehkan dan mengharamkan proses penyambungan rambut dengan menggunakan rambut manusia (*human hair*). Karena hal ini jelas-jelas sangat mengandung unsur penipuan dan pengelabuan.
2. Menyambung rambut dengan rambut tiruan berbahan sintetis: penyambungan rambut dengan rambut tiruan berbahan plastik atau sintetis ini memiliki perbedaan pendapat di sebagian ulama<sup>22</sup> salaf maupun ulama<sup>23</sup> khalaf. Adapun ulama<sup>24</sup> yang memperbolehkan sambung rambut dengan menggunakan bahan tersebut diantaranya:
3. Imam Syafi'i, beliau berpendapat bahwa menyambung rambut dengan rambut buatan diperbolehkan apabila rambut buatan itu sudah disucikan dan yang perempuan yang minta disambungkan rambutnya sudah menikah dan mendapatkan izin dari suaminya untuk menyambung rambutnya.
4. Imam Hanafi, beliau juga berpendapat diperbolehkan menyambung rambut selain dengan rambut asli, maka hukumnya halal jika tidak terdapat padanya unsur penipuan dan pengelabuan, serta tidak adanya penggunaan bagian manapun dari tubuh manusia,

5. Syekh Athiyah Shaqr, beliau menyebutkan telah memperbolehkan menyambung rambut dengan selain rambut asli.

Selain ulama-ulama yang masuk kedalam kriteria bahan yang diperbolehkan untuk digunakan menyambung rambut terdapat ulama<sup>26</sup> Imam an-Nawawi yang melarang keras kegiatan menyambung rambut dengan bahan apapun, baik itu menyambung rambut dengan rambut manusia asli, rambut berbahan plastik atau sintesis dan rambut yang berbahan dasar dari bulu hewan yang tidak najis sekalipun. Kemudian, Ibnu Hazm mengatakan bahwa menyambung rambut merupakan salah satu perbuatan dosa besar. Selanjutnya, Syarh Shahih Muslim An-Nawawi 14:103 dalam Hadis secara tegas menunjukkan haramnya menyambung rambut, dan laknat untuk wanita yang menyambung rambut atau konsumen yang disambungkan rambutnya secara mutlak.

Oleh karena itu, penerapan etika bisnis Islami dalam industri penanaman bulu mata tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Islam tidak menginginkan sesuatu yang merugikan penggunaanya karena dilarang.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Etika produksi Islam adalah penerapan nilai/moral dalam menghasilkan atau menambah nilai guna suatu barang dengan memanfaatkan sumber daya seoptimal mungkin demi mencapai kemaslahatan individu dan masyarakat. Kegiatan produksi dari Al-Qur'an dan Sunnah yaitu : *Unity* (keesaan Tuhan/Tauhid), *Equilibrium*, keseimbangan (keadilan), *Free will* atau bebas berkehendak (ikhtiar), *Responsibility*

- (pertanggungjawaban) dan Kebenaran: Kebijakan dan kejujuran.
2. Unsur-unsur produksi dalam industri tanam buku mata diantaranya adalah sumber daya manusia yang digunakan sebagai tenaga kerja, bahan baku, modal, pengaruh teknologi industri dan promosi.
  3. Penerapan etika bisnis Islam dalam industri tanam bulu mata tidak sesuai dengan etika bisnis Islam karena Islam tidak menghendaki adanya sesuatu yang membahayakan bagi penggunaannya karena sesuatu yang membahayakan adalah terlarang.

## REFERENSI

- Baidowi, A. (2016). Etika Bisnis Perspektif Islam. *Jurnal Hukum Islam*.
- El-Badriaty, B. (2018). Implikasi Nilai-Nilai Etika Pada Bisnis Perspektif F Al-Qur'an Dan Al-Hadits. *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 19–34.
- Hasibuan, A. (2018). *Etika Profesi-Profesionalisme Kerja*. UISU Press.
- Masud, M., Moshirfar, M., Shah, T. J., Gomez, A. T., Avila, M. R., & Ronquillo, Y. C. (2019). Eyelid cosmetic enhancements and their associated ocular adverse effects. *Medical Hypothesis, Discovery and Innovation in Ophthalmology*, 8(2), 96.
- Ni'mah, A., Faidah, M., Kusianti, N., & Puspitorini, A. (2021). Tatalaksana Eyelash Extension Di Eyelash Extension Pandaan Pada Era New Normal. *Jurnal Tata Rias*, 10(2).
- Oktasari, O. (2018). Bisnis Kosmetik Dalam Etika Bisnis Islam. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1).



- Rivai, V., Nuruddin, A., & Arfa, F. A. (2012). *Islamic business and economic ethics: mengacu pada Al-Qur'an dan mengikuti jejak Rasulullah SAW dalam bisnis, keuangan, dan ekonomi*. Bumi Aksara.
- Samad, M. (2018). *Etika Bisnis Syariah: Berbisnis Sesuai Dengan Moral Islam*. Sunrise Book Store.
- Susanto, A. (2021). *Filsafat ilmu: Suatu kajian dalam dimensi ontologis, epistemologis, dan aksiologis*. Bumi Aksara.
- Widiana, W., Hubeis, M., & Raharja, S. (2013). Tingkat kepuasan pelanggan dan strategi pengembangan usaha jasa salon kecantikan keraton di Tangerang. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 8(1), 88–98.

## 9

### **ETIKA BISNIS ISLAM PADA IKLAN PENGOBATAN TRADISIONAL**

#### **PENDAHULUAN**

Kebutuhan akan kesehatan merupakan hak asasi setiap warga negara. Tak pelak masyarakat dari golongan apapun baik dari strata kelas atas sampai bawah membutuhkan pelayanan kesehatan yang memadai. Tak jarang untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang bagus, bagi masyarakat yang mempunyai penghasilan tinggi rela untuk membayar mahal pelayanan kesehatan di rumah sakit. Namun jika tidak, mereka dapat menggunakan pengobatan alternatif atau pengobatan tradisional. Alasannya sangat sederhana, selain harga yang terjangkau oleh masyarakat berpenghasilan rendah, juga dikarenakan dipercayai obat yang diberikan ampuh untuk penyakit yang dideritanya. Bukti-bukti empiris pengobatan tradisional ini juga menarik masyarakat kelas atas terbukti dari bermunculannya tradisionalis yang membidik segmen kelas atas ini yang kemudian memunculkan persaingan usaha.

Untuk memudahkan dalam mempromosikan pelayanan kesehatan yang diberikan, pelaku pengobatan tradisional memasarkan jasa kesehatannya dengan berbagai cara baik brosur, spanduk maupun melalui iklan di media elektronik bahkan media sosial. Dewasa ini, iklan sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting, tidak saja bagi produsen barang dan jasa tetapi juga bagi konsumen. Kemampuan iklan dan metode promosi lainnya dalam menyampaikan pesan kepada konsumen

menjadikan iklan tersebut memegang peran yang sangat penting bagi keberhasilan suatu usaha.

Melalui iklan produsen dapat menyampaikan kelebihan produk, begitu juga melalui iklan konsumen dapat mengetahui kelebihan produk tersebut. Karena iklan menjangkau secara massal dalam waktu yang relatif bersamaan, maka informasi yang digunakan dalam iklan dapat diandalkan untuk membujuk sekaligus menciptakan citra (positif) dari suatu produk dengan hasil akhir dari bujukan tersebut konsumen mengambil keputusan untuk membeli produk.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin pesat, pelaku usaha akan dengan sangat mudah mempromosikan, serta memasarkan barang dan/atau jasa yang diproduksi kepada masyarakat luas dengan menggunakan berbagai macam media. Kondisi demikian sangat bermanfaat bagi kepentingan konsumen dikarenakan kebutuhan akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi kebebasan untuk memilih jenis kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan kemampuannya, di sisi lain kondisi dan fenomena tersebut dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, sebab konsumen dapat menjadi objek aktivitas bisnis dari pelaku usaha melalui cara penjualan dengan iklan, promosi, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen. Hal ini disebabkan kurangnya pendidikan konsumen dan rendahnya kesadaran akan hak-hak dan kewajibannya.

Berdasarkan Latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan berikut :

1. Bagaimana etika bisnis dalam perspektif Islam?
2. Bagaimana hakikat iklan dalam perspektif etika bisnis Islam?

## **PEMBAHASAN**

### **A. Etika Bisnis dalam Perspektif Islam**

Secara khusus Islam telah menetapkan nilai-nilai atau etika yang harus dipatuhi dalam kegiatan bisnis. Salah satunya etika dalam berdagang (berbisnis) yang merupakan salah satu bentuk dari kegiatan ekonomi. Prinsip dasar yang telah ditetapkan Islam mengenai perdagangan atau perniagaan merupakan tolok ukur kejujuran, kepercayaan dan ketulusan. Etika bisnis Islam adalah seperangkat aturan-aturan yang mengacu pada aturan-aturan atau norma-norma yang berlaku untuk mencapai suatu tujuan bisnis yang berasal dari al-Qur'an sehingga tidak melenceng dari norma-norma yang ada dimasyarakat sekarang. Menurut Abdul Manan, sekarang ini banyak ketidaksempurnaan pasar yang seharusnya dapat dlenyapkan jika prinsip ini diterima oleh masyarakat bisnis dari bangsa-bangsa yang ada didunia.

Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam yang harus diterapkan dalam setiap kegiatan ekonomi, antara lain:

#### **1. Kesatuan (*unity*)**

Kesatuan yang dimaksud terefleksikan pada konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

## 2. Keseimbangan (keadilan)

Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis.

## 3. Tanggung Jawab

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal mustahil, lantaran tidak menuntut tanggung jawab. Menurut Al-Ghozali, konsep adil meliputi hal bukan hanya *equilibrium* tapi juga keadilan dan pemerataan. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya. Allah menekankan konsep tanggung jawab moral tindakan manusia, Menurut Sayyid Qutub prinsip pertanggungjawaban Islam adalah pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya.

## 4. Kebenaran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas.

Selain prinsip-prinsip dasar etika bisnis diatas, adapula prinsip-prinsip yang melatarbelakangi keberhasilan Rasulullah Saw dalam berbisnis, yakni:

### a. *Shiddiq* (benar dan jujur)

*Shiddiq* berarti memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam tanpa adanya pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Oleh karena itu Allah swt.

memerintah orang-orang yang beriman untuk senantiasa memiliki sifat Shiddiq dan menciptakan lingkungan yang Shiddiq pula.

Kejujuran dalam dunia bisnis, bisa juga ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan (*mujahadah* dan *itqan*). Tampilannya dapat berupa: ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi), melakukan perbaikan secara terus-menerus, menjauhkan diri dari kebohongan dan menipu (baik kepada diri sendiri, teman sejawat, perusahaan maupun mitra kerja, termasuk informasi melalui iklan-iklan di media tulis dan elektronik). Bisnis yang dipenuhi kebohongan dan manipulasi seperti ini tidak akan mendapat rahmat dan barokah dari Allah swt. karena tidak mencerminkan perilaku bisnis syariah seperti apa yang telah dicontohkan oleh Rasulullah saw. dalam melakukan perdagangan.

b. Amanah (dapat dipercaya)

Amanah artinya dapat dipercaya dan bertanggung jawab. Amanah bisa juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Dan amanah juga merupakan salah satu moral keimanan. Seorang pebisnis haruslah memiliki sifat amanah, karena Allah menyebutkan sifat orang-orang mukmin yang beruntung adalah yang dapat memelihara amanat yang diberikan kepadanya.

Konsekuensi amanah adalah mengembalikan setiap hak kepada pemiliknya, baik sedikit ataupun banyak, tidak mengambil lebih banyak daripada yang ia miliki, dan tidak mengurangi hak orang lain, baik itu berupa hasil penjualan, bonus (*reward*), jasa atau upah buruh. Amanah juga berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan kepadanya. Amanah

dapat ditampilkan dalam bentuk: keterbukaan, kejujuran, dan pelayanan yang optimal kepada atasan, bawahan dan mitra kerja.

c. *Fathanah* (Cerdas)

*Fathanah* dapat diartikan sebagai intelektual “kecerdikan/kecerdasan atau kebijaksanaan”. Pemimpin perusahaan yang *fathanah* artinya pemimpin yang memahami, mengerti, dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya. Sifat *fathanah* dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap Muslim. Seorang Muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh Allah swt. Potensi yang paling berharga dan termahal hanya diberikan oleh Allah kepada manusia yaitu akal (intelektualitas). Allah dalam al-Qur’an berulang-ulang menyindir orang-orang yang menolak seruan untuk kembali (tobat) kepada-Nya dengan kalimat “Apakah kamu tidak berpikir? Apakah kamu tidak menggunakan akalmu? Allah menciptakan siang dan malam, menjadikan gunung-gunung, tanaman-tanaman yang berbeda sebagai tanda kebesaran-Nya bagi kaum yang berpikir”.

d. *Tabligh* (menyampaikan/komunikatif)

Sifat *tabligh* artinya komunikatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat *tabligh*, akan menyampaikan sesuatu dengan benar (berbobot) dan dengan tutur kata yang tepat (*bi al- hikmah*). Seorang pemimpin dalam dunia bisnis haruslah menjadi seseorang yang mampu mengkomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada karyawan dan semua pihak terkait dalam bisnisnya. Seorang pebisnis atau pemasar harus mampu menyampaikan keunggulankeunggulan produknya dengan jujur dan tidak berbohong tentang kekurangan produknya (tidak menipu pelanggan). Seorang pelaku bisnis syariah

harus menjadi seorang komunikator yang baik yang bisa berbicara dengan benar dan bi al-hikmah (bijaksana dan tepat sasaran) kepada mitra bisnisnya. Kalimat-kalimat yang keluar dari ucapannya berbobot dan tidak menyinggung.

## **B. Hakikat Iklan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam**

Sering kita jumpai penduduk kota Makassar yang sebagian besar dari suku Makassar dan Bugis masih mempertahankan adat istiadat dan tradisi dalam kehidupan sehari-harinya, termasuk dalam hal pengobatan. Pengobatan tradisional masih menjadi pilihan masyarakat, sekalipun pengobatan modern telah menunjukkan kemajuan yang pesat, juga paramedis yang membidangi pengobatan modern tersebut sudah banyak, akan tetapi fungsi dan peran obat tradisional yang umumnya terbuat dari berbagai tanaman/herbal masih tetap dibutuhkan dan dicari orang. Hal serupa juga dijumpai dalam kehidupan masyarakat Bugis-Makassar yang hingga kini konsisten dengan sistem pengobatan tradisional yang mereka warisi secara turun temurun dari leluhurnya.

Dengan melihat fenomena di atas, maka para pelaku usahapun mengambil peluang yang ada dengan memproduksi/ membuka usaha pengobatan tradisional sesuai dengan keahlian dan pengetahuan mereka tentang pengobatan tradisional. Bahkan untuk memajukan usahanya, mereka memasarkan/mempromosikan produknya melalui media periklanan seperti televisi, radio, internet, surat kabar, tabloid, majalah dan lain sebagainya. Tentu saja dalam mengiklankan produknya para pelaku usaha harus mengikuti beberapa aturan yang telah ditetapkan.

Informasi mengenai produk atau pengobatan tradisional harus jelas agar tidak merugikan konsumen.



Beberapa hal yang harus diperhatikan para pelaku usaha dalam mengiklankan produknya antara lain:

- a. Nama produk
- b. Nama dan alamat produsen/importir
- c. Nomor pendaftaran/nomor izin edar
- d. Nomor best/kode produksi
- e. Tanggal kadaluwarsa
- f. Netto
- g. Komposisi
- h. Peringatan/perhatian
- i. Cara penyimpanan

Iklan obat tradisional telah diatur melalui Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 386 Tahun 1994, tentang Pedoman Periklanan Obat Bebas, Obat Tradisional, Alat Kesehatan, Kosmetika, PKRT, dan Makanan Minuman. Dalam peraturan tersebut, iklan produk obat tradisional harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

1) Memiliki Persetujuan Badan POM

Tidak hanya produk obat tradisional saja yang harus mendapatkan persetujuan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (Badan POM), Setiap iklan obat tradisional juga harus mendapat persetujuan dari Badan POM sebelum diedarkan. Tercatat selama 2018 BPOM Sulsel telah mendapat 335 item obat tradisional yang tidak memenuhi syarat, terdiri dari 300 item TIE ( tanpa izin edar) tidak terdaftar di cek produk BPOM karena registrasi sudah berakhir dan belum diperpanjang.

2) Objektif

Setiap iklan obat tradisional harus memberikan informasi yang benar serta tidak menyimpang dari manfaat dan keamanan yang telah disetujui oleh Badan POM.

3) Lengkap

Iklan obat tradisional juga harus memberikan informasi yang lengkap tentang khasiat, hal-hal yang harus diperhatikan, serta penandaannya. Kadang kala, ada obat yang logo registrasinya masih Jamu, tetapi diiklankan begitu berlebihan seperti halnya obat. Padahal obat tradisional kategori Jamu belum melalui uji pra-klinis dan klinis, untuk membuktikan keamanan dan khasiatnya.

#### 4) Tidak Berlebihan dan Tidak Menyesatkan

Iklan obat tradisional harus memuat informasi yang jujur, bertanggung jawab, dan tidak boleh memanfaatkan kekhawatiran masyarakat terhadap suatu masalah kesehatan.

Aneka iklan mulai dari yang ditayangkan secara tradisional melalui media-media cetak maupun melalui media yang lebih modern seperti radio, televisi, internet. Kesemuanya itu sedikit banyak telah meningkatkan penjualan dari produk yang telah ditawarkan oleh suatu unit usaha. Dibalik keberhasilan iklan dalam mendorong penjualan produk dalam bisnis, terselip beberapa permasalahan yang bermuara pada persoalan etika. Kontent serta visualisasi iklan tersebut dianggap sebagai pembodohan serta penipuan terhadap konsumen.

Nilai-nilai etika Islam yang dapat mendorong bertumbuhnya dan suksesnya bisnis yaitu:

1. Konsep ihsan, Ihsan adalah suatu usaha individu untuk sungguh-sungguh bekerja, tanpa kenal menyerah dengan dedikasi penuh menuju pada optimalisasi, sehingga memperoleh hasil maksimal.
2. Itqan artinya membuat sesuatu dengan teliti dan teratur.
3. Konsep hemat
4. Kejujuran dan keadilan, Ini adalah konsep yang membuat ketenangan hati bagi orang yang melaksanakannya.

## 5. Kerja keras

Sedangkan landasan etika periklanan dapat dikemukakan bahwa :

1. Berbisnis bukan hanya mencari keuntungan, tetapi itu harus diniatkan sebagai ibadah kita kepada Allah swt.
2. Sikap jujur (objektif).
3. Sikap toleransi antar penjual dan pembeli.
4. Tekun (*istiqomah*) dalam menjalankan usaha.
5. Berlaku adil dan melakukan persaingan sesama pebisnis dengan baik dan sehat.

Menurut Rivai dan Usman dalam bukunya mengatakan bahwa melakukan suatu usaha orang Islam harus berpedoman terhadap cara yang dicontohkan Rosulullah saw yaitu:

### 1. Kejujuran

Kejujuran merupakan sifat langka dan nyaris tidak ada dalam praktik dunia ekonomi dan bisnis saat ini. Sifat jujur dalam perniagaan menjadi sesuatu yang asing di tengah dominasi praktik-praktik usaha kotor yang bisa menghanyutkan siapa saja yang berkecimpung didalamnya. Islam memberikan inisiatif bahwa berlaku jujur dalam berusaha, sekalipun berat, merupakan salah satu sebab diberkatinya usaha dan Allah begitu membenci orang yang tidak jujur dalam berjualan.

Kejujuran akan mendatangkan keberkahan bagi para pedagang. Misalnya mengukur, menakar dan menimbang semuanya dilakukandengan jujur. Pedagang yang demikian itu akan diridhai oleh Allah swt dan pedagang yang jujur akan bertambah pelanggannya. Sebaliknya pedagang yang curang, sekalipun mendatangkan keuntungan yang besar, namun tidak akan mendatangkan berkah dan para pelanggan yang dikhianati tidak akan lagi berhubungan dengannya.

Kejujuran merupakan kunci utama dalam kegiatan ekonomi. Tanpa adanya kejujuran maka suatu usaha tidak akan bisa sukses. Dalam melakukan usaha kejujuran penting karena melandasi segala unsur dalam kegiatan ekonomi. Contohnya jika penjual tidak jujur dalam menjual dagangannya pastilah pembeli tidak akan kembali lagi membeli di tempatnya. Sebaliknya jika penjual jujur maka pembeli akan kembali lagi membeli di tempatnya namun jika tidak maka pembeli tidak akan kembali lagi ke tempatnya.

## 2. Keadilan

Keadilan merupakan prinsip dasar dan utama yang harus ditegakkan dalam seluruh aspek kehidupan. Prinsip ini mengarahkan setiap individu untuk melakukan aktivitas ekonomi yang tidak merugikan orang lain. Islam juga menganut kebebasan terikat dimana kebebasan tersebut berarti kebebasan dalam melakukan transaksi namun tetap memegang nilai-nilai keadilan, ketentuan agama dan etika. Prinsip keadilan atau *Al-Mizan* (keseimbangan) artinya adanya keseimbangan antara hak dan kewajiban. Prinsip ini dijadikan sebagai titik tolak kesadaran setiap manusia terhadap hak-hak orang lain dan kewajiban dirinya sendiri. Jika ia berkewajiban melakukan sesuatu, ia berhak menerima sesuatu. Antara hak dan kewajiban harus berjalan seimbang dan dirasakan adil untuk dirinya dan orang lain.

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis dan melarang berbuat curang atau berlaku zalim. Rasulullah saw diutus Allah swt untuk membangun keadilan. Dalam Al-Qur'an Allah swt memerintahkan kepada kaum Muslim menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. Firman Allah dalam QS Al-sraa" (17) ayat 35:

Terjemahnya: Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.

Dari ayat di atas disebutkan bahwa dalam menakar dan menimbang haruslah dilakukan dengan benar. Tidak boleh diberi pemberat ataupun melakukan hal-hal lain yang bisa membuat kuantitas jumlah barang yang diterima pembeli berkurang. Hal ini menciptakan ketidakadilan bagi pembeli, dan hal itu dilarang dilakukan aktivitas ekonomi Islam.

### 3. Amanah

Sifat amanah erat kaitannya dengan sifat kejujuran (*shiddiq*). Sifat amanah sendiri merupakan refleksi dari kuat atau tipisnya iman seseorang. Amanah begitu rentan sekali, jika tidak kuat iman maka amanah bisa saja dilanggar. Allah swt berfirman bahwa beruntunglah orang-orang yang beriman dimana pengertiannya ada di ayat selanjutnya. Salah satu orang yang beriman adalah orang yang memelihara amanat dan menepati janji.

### 4. Nasihat-menasihati

Niat yang baik menjadi salah satu jalan untuk mendapatkan rezeki yang halal dan jalan untuk mendapatkan ridha Allah swt. Niat yang baik dalam urusan muamalah menjadi sebab seseorang mendekati diri kepada Allah swt. Niat yang baik menurut Al-Ghazali dalam memulai aktivitas jual beli akan menghantarkan seseorang merasa berkecukupan dengan rezeki yang halal, dan akan mendapatkan pertolongan dimudahkan dalam proses pelaksanaan jual beli. Selain itu, Al-Ghazali menekankan agar mempunyai niat amar makruf nahi

mungkar ke tempat perdagangan. Apabila hal ini dapat dipraktikkan, maka ia tergolong orang yang akan mendapatkan kebahagiaan dunia akhirat.

Niat merupakan awal dari adanya kebaikan dari seseorang. Tiap individu yang terlibat dalam usaha bisnis selalu menyayangi kebaikan dan keutamaan bagi orang lain sebagaimana ia mencintai kebaikan itu bagi dirinya sendiri. Salah satu contoh ia mencintai kebaikan adalah ia lebih banyak beramal untuk bekal di akhiratnya kelak.

Termasuk kebajikan dalam bisnis adalah sikap kesukarelaan dan keramahtamaan. Kesukarelaan dalam pengertian sikap sukarela antara kedua belah pihak dalam melakukan transaksi. Prinsip kerelaan dalam Islam merupakan unsur penting bagi sahnya suatu kegiatan ekonomi.

Kerelaan antara pihak-pihak yang berakad dianggap sebagai prasyarat bagi terwujudnya semua transaksi. Jika dalam transaksi unsur kerelaan tidak terpenuhi maka sama artinya dengan memakan sesuatu dengan cara yang batil. Transaksi yang dilakukan tidak dapat dikatakan telah mencapai sebuah bentuk kegiatan yang saling rela di antara para pelaku, jika di dalamnya ada tekanan, paksaan, penipuan dan mis-statement. Jadi ayat ini mengharuskan tidak adanya paksaan dalam proses transaksi dari pihak manapun. Unsur kerelaan ini diimplementasikan dalam perjanjian yang dilakukan di antaranya dengan kesepakatan dalam bentuk *sighat* (ijab dan qabul) serta adanya konsep *khiyar*.

5. Barang yang dijual harus halal dalam zat dan cara memperolehnya

Menurut Muhammad dan R. Lukman F. berbisnis dalam Islam boleh dengan siapa pun tanpa melihat agama dan keyakinan mitra bisnis. Ini persoalan muamalah

duniawiyah, yang penting barangnya halal. Halal dan haram adalah persoalan prinsipil. Memperdagangkan atau melakukan transaksi barang yang haram, misalnya alkohol, obat-obatan terlarang dan barang yang *gharar*, dilarang dalam Islam.

Prinsip dalam muamalah ialah mesti halal dan bukan berbisnis barang-barang yang diharamkan oleh Islam. Islam memerintahkan pemeluknya untuk melaksanakan hal-hal yang baik dan menghindari hal-hal yang dibenci Allah swt. Dalam perdagangan tidak dibenarkan memperjualbelikan atau melakukan aktivitas ekonomi yang diharamkan. Umpamanya menjual minuman keras, najis dan alat-alat perjudian dan lain-lain.

Maka dari itu, berinvestasi pada perusahaan-perusahaan yang mencampur baurkan barang halal dengan haram juga tidak dibenarkan dalam Islam. Investasi tidak halal yang dilakukan oleh suatu perusahaan disamakan dengan tolong menolong dalam keburukan, Islam telah menggariskan sejumlah barang atau komoditas yang halal dan tidak. Manusia dihadapkan pada pilihan untuk menggunakan, memanfaatkan semua yang halal bagi kepentingan bisnisnya. Dalam Islam seseorang bukan hanya didasarkan pada kegunaan semata, melainkan juga maslahat tanpa meninggalkan aspek rasionalitas.

Dalam melakukan kegiatan muamalah harus didasarkan ada adanya manfaat dan menghindarkan madlarat, baik bagi pelakunya maupun masyarakat keseluruhannya. Penerapan prinsip kemanfaatan dalam kegiatan bisnis sangat berkaitan dengan objek transaksi bisnis. Objek tersebut tidak hanya berlabel halal tetapi juga memberikan manfaat bagi konsumen. Hal ini berkaitan dengan penggunaan objek setelah adanya transaksi. Objek

yang memenuhi kriteria halal apabila digunakan untuk hal-hal yang dapat menimbulkan kerusakan maka dilarang.

Maksud dari kaidah ini adalah ketika pada waktu bersamaan dihadapkan pada pilihan antara menolak kemafsadatan atau meraih kemaslahatan (manfaat), maka harus menolak mafsadat. Karena dengan menolak mafsadat maka kita sudah meraih kemaslahatan. Ini sesuai dengan tujuan hukum Islam yakni meraih kemaslahatan di dunia dan akhirat, karena syariat Islam lebih memberi perhatian kepada yang dilarang daripada yang diperintahkan.

Hakekat kemaslahatan dalam Islam yaitu segala bentuk kebaikan dan manfaat yang berdimensi *duniawi* dan *ukhrawi*, material dan spiritual serta individual dan kolektif. Sesuatu dipandang Islam bermaslahat jika memenuhi dua unsur, yaitu kepatuhan syariah (halal) dan bermanfaat, serta membawa kebaikan (*tayyib*) bagi seluruh aspek, tidak merugikan salah satu aspek.

#### 6. Tidak ada unsur penipuan

*Tadlis* berarti penipuan. Penipuan ini berarti penipuan baik dari pihak penjual maupun pembeli dengan cara menyembunyikan kecacatan ketika melakukan transaksi. Dalam bisnis modern perilaku *tadlis* bisa terjadi dalam proses transaksi bisnis yang berakibat pada timbulnya wanprestasi.

Dalam ekonomi Islam, kondisi ideal dalam pasar yaitu penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama terhadap objek atau barang yang diperjualbelikan. Pada saat terjadi ketimpangan informasi terhadap objek yang diperjualbelikan maka besar kemungkinan akan terjadi penipuan.

Sebagai contoh pada iklan jamu tetes Soman yang diiklankan pada radio gamasi, dimana isi iklannya menyatakan Soman jamu tetes pertama dari Indonesia untuk



dunia, inovatif terbukti baik secara empiris maupun ilmiah memiliki khasiat farmakologi bagi tubuh. Soman telah teruji sehingga siap bersaing dengan produk kesehatan manapun. Karena soman menitik beratkan pada khasiat, maka soman bukan obat tetapi bekerja lebih baik dari obat. Soman bekerja menyembuhkan sel pada hakikatnya jika tubuh sakit maka selesailah yang sakit. Soman dapat digunakan untuk semua kebutuhan kesehatan baik dalam maupun luar tubuh. Jamu tetes soman mengklaim mampu mengobati 70 macam penyakit. Iklan tersebut terindikasi dapat merugikan konsumen karena terlalu melebih-lebihkan produk dan menggunakan testimoni dari masyarakat yang belum tentu kebenarannya.

Pelaku usaha wajib memberikan representasi yang benar atas barang dan/atau jasa yang diperdagangkannya. Hal ini penting karena sebagaimana diketahui bahwa salah satu penyebab terjadinya kerugian konsumen adalah misrepresentasi terhadap barang dan/atau jasa tertentu. Kerugian yang dialami oleh konsumen juga kebanyakan karena tergiur oleh iklan-iklan atau brosur-brosur yang ternyata tidak benar (Miru & Yodo, 2008).

Pelarangan penggunaan testimoni dalam sebuah iklan pengobatan tradisional karena dikhawatirkan orang yang mengaku pasien dan memberikan testimoninya dalam iklan merupakan sebuah rekayasa belaka hanya untuk meyakinkan konsumen. Reaksi yang berbeda dari setiap pasien setelah melakukan pengobatan juga menjadi alasan kenapa testimoni tidak diperbolehkan. Pasien mungkin saja memiliki penyakit yang sama tetapi tidak semua pasien cocok dengan obat maupun cara pengobatan yang sama dengan pasien lainnya.

## KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan penjelasan dalam pembahasan ini, penulis menyimpulkan bahwa Pengobatan tradisional di Makassar yang masih diminati oleh sebagian masyarakat dan menjadi pilihan pengobatan alternatif selain pengobatan medis. Minat masyarakat itu sendiri dikarenakan iklan pengobatan tradisional yang dikemas oleh para pelaku usaha dengan beberapa konten dan visual yang mengandung penyimpangan, seperti testimoni pasien yang belum pasti kebenarannya, menawarkan produk secara berlebihan dengan mengklaim dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit termasuk penyakit kronis, memberikan jaminan kesembuhan, dan lain sebagainya. Etika bisnis Islam yang berlandaskan pada al-Qur'an, *hadits*, *ijma*", dan *ijtihad* atau *Qiyas* yang diterapkan dalam kegiatan ekonomi termasuk periklanan harus memberikan manfaat bagi masyarakat selaku konsumen.

## REFERENSI

- Adi Kristanto, Yakub. 2007, *Iklan dan Konsumen dalam Perspektif Pemasaran dan Hukum (Analisis Iklan yang Menyesatkan menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen)*, Jurnal Studi Pembangunan Interdisipliner, XIX No. 3, Kritis.
- Adi Nugroho, Susanti. 2011, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Jakarta: Kencana.
- Ahmad Saebani, Beni, 2008. *Filsafat Hukum Islam*, Bandung: Pustaka Setia.
- Djamil, 2013. *Hukum Ekonomi Islam. Sejarah, teori, dan konsep*. Jakarta: Sinar Grafika.

- Hidayat, Enang. 2015. *Fiqih Jual Beli*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Ismanto, 2009. *Asuransi syari'ah: tinjauan asas-asas hukum Islam: dilengkapi dengan fatwafatwa Dewan Syariah Nasional*, MUI . Pustaka Pelajar.
- Manan, Abdul. 1995. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta : Dana Bhakti Wakaf.
- Rivai dan Usman, 2012. *Islamic Economics & Finance. Ekonomi dan Keuangan Islam Bukan Alternatif, tetapi Solusi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

# 10

## PRAKTIK ENDORSEMENT DALAM TINJAUAN PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM

### PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman, banyak strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mempermudah upaya memperkenalkan suatu produk pada konsumen, salah satunya dengan menggunakan strategi iklan atau promosi. Pada masa ini, dengan semakin canggihnya teknologi informasi, pemaparan iklan memiliki banyak unsur yang bisa mendukungnya, sehingga mampu menampilkan bentuk iklan sedemikian rupa. Bukan saja dengan tulisan, tetapi unsur audio dan video juga sangat membantu periklanan ini, sehingga perusahaan banyak yang melakukan terobosan baru dan berinovasi menemukan strategi iklan baru, salah satu strategi yang banyak digunakan untuk memasarkan produk pada era canggih ini adalah strategi *endorsement*.

*Endorsement* adalah strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan tokoh terkenal seperti artis, fashion blogger, politikus dan lain-lain sebagai alat pendukung dan penunjang ketertarikan masyarakat dengan produk yang ditawarkan di media sosial yang digunakan. Adapun media sosial yang paling banyak digemari saat ini adalah Instagram. Dapat dilihat di media sosial Instagram, para pemilik onlineshop menawarkan produk atau meminta para tokoh terkenal untuk meng-*endorse* produknya dengan cara

membagikan foto mereka memakai produk tersebut di media sosial yang mereka miliki. Strategi marketing komunikasi ini disebut *endorsement* melalui media sosial. Strategi ini bisa menambah keefektifan pemasaran.

*Endorsement* saat ini dapat kita rasakan keberadaannya. Tidak dapat dipungkiri, dengan meluasnya kegiatan ini, *endorsement* dapat menjadi salah satu tren strategi iklan yang diandalkan oleh pebisnis, terutama kegiatan dagang yang menggunakan cara pembelian dan pembayaran secara *online*, dan beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan endorser mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap efektifitas dunia pemasaran dalam upaya menarik perhatian dan minat beli konsumen terhadap suatu produk. Namun dalam aktivitas *endorsement* yang banyak ditemukan di media sosial, terdapat beberapa *endorser* menampilkan *review* produk yang tidak sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

## **LITERATURE REVIEW Etika**

### **Bisnis Islam**

Etika berasal dari kata *ethikos* yang berarti “timbul dari kebiasaan”. Etika adalah cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas yang menjadi studi mengenai standar dan penilaian moral. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar, salah, baik, buruk, dan tanggung jawab.

Etika memiliki dua pengertian. Pertama, etika sebagaimana moralitas, berisikan moral dan norma-norma konkret yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupan. Kedua, etika sebagai refleksi kritis dan rasional. Etika membantu manusia bertindak secara bebas, tetapi dapat dipertanggungjawabkan.

Adapun bisnis menurut Straub, sebagaimana dikutip oleh Veithzal Rivai dan Andi Bukhari, yaitu suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al Islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syari'ah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya. Sedangkan menurut Djakfar, etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan al-Qur'an dan Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.

Secara khusus Islam telah menetapkan nilai-nilai etika yang harus dipatuhi dalam kegiatan bisnis. Salah satunya adalah etika atau moral dalam berbisnis yang merupakan bentuk kegiatan ekonomi. Islam juga telah menetapkan prinsip etika bisnis, diantaranya adalah:

Pertama, bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah Saw. 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, Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami" (HR. Muslim). Rasulullah saw. sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang

para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan baru bagian atas.

kedua, Menjual barang yang baik mutunya (*quality*). Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkeimbangan (*balance*) antara memperoleh keuntungan (*profit*) dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum, maupun etika atau adat. Mengejar keuntungan dengan menyembunyikan mutu, identik dengan bersikap tidak adil. Bahkan secara tidak langsung telah mengadakan penindasan terhadap pembeli. Penindasan merupakan aspek negatif bagi keadilan, yang sangat bertentangan dengan ajaran Islam. Penindasan merupakan kezaliman karena sesungguhnya orang-orang yang zalim tidak akan pernah mendapatkan keuntungan.

Ketiga, dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*). Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan para pedagang kelas bawah apa yang dikenal dengan obral sumpah. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya. Dalam Islam perbuatan semacam itu tidak dibenarkan karena juga akan menghilangkan keberkahan.

Keempat, Longgar dan bermurah hati (*tatsamuh dan taraahum*). Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis. Nabi Muhammad Saw, mengatakan, “Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis” (HR. Bukhari dan Tarmizi).

Kelima, Membangun hubungan baik (*interrealiation/silat al-rahyn*) antar kolega. Islam

menekankan hubungan konstruktif dengan siapa pun, inklud antarsesama pelaku dalam bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, *oligopoly* maupun bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan.

Keenam, Menetapkan harga dengan transparan. Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli, terlepas apakah ia sebagai konsumen tetap maupun bebas (insidental). Rasulullah Saw bersabda dalam hadistnya yang diriwayatkan Imam Bukhari dari Aliy ibn Ayyash, dari Abu Ghassan Muhammad ibn Mutarrif, dari Muhammad ibn Al-Munkadiri dari Jabir ibn Abd Allah radiy Allah „anhuma: : “Sesungguhnya Rasulullah saw bersabda: Allah telah memberi rahmat kepada seseorang yang bersikap toleran ketika membeli, menjual dan menagih janji (utang)”.

Selain dari prinsip etika dalam bisnis, Islam juga telah menggariskan beberapa hal yang menjadi larangan-larangan dalam bisnis Islam, sebagaimana berikut :

- a. Menghindari Transaksi Bisnis yang diharamkan Agama Islam
- b. Menghindari Cara Memperoleh dan Menggunakan Harta Secara Tidak Halal.
- c. Persaingan yang tidak fair
- d. Pemalsuan dan penipuan.

### **Etika Promosi (*Endorsment*) dalam Bisnis Islam**

Kata endorse sangat erat hubungannya dengan dunia pemasaran khususnya pada pemasaran online. Menurut Martin Roll, endorsement adalah saluran dari komunikasi



merek, dimana selebriti berperan sebagai juru bicara dan mendukung merek tersebut dengan segala atribut kepopuleran, kepribadian, dan status sosial selebriti tersebut.<sup>4</sup> Dengan kata lain, endorsement adalah strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan tokoh terkenal seperti artis, *fashion blogger*, *fashion stylish* dan lain-lain sebagai alat pendukung dan penunjang ketertarikan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan di media sosial yang digunakan.

Promosi dalam tinjauan syariah harus sesuai dengan sharia compliance yang merefleksikan kebenaran keadilan dan kejujuran kepada masyarakat. Segala informasi yang terkait dengan produk harus diberitahukan secara transparan dan terbuka sehingga tidak ada potensi unsur penipuan dan kecurangan dalam melakukan promosi. Promosi yang tidak sesuai dengan kualitas atau kompetensi, contohnya promosi yang menampilkan imajinasi yang terlalu tinggi bagi konsumennya, adalah termasuk dalam praktik penipuan dan kebohongan. Untuk itu promosi yang semacam tersebut sangat dilarang dalam Islam.

Berbagai bentuk penawaran (promosi) yang dilarang tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- a. Penawaran dan pengakuan (testimoni) fiktif, bentuk penawaran yang dilakukan oleh penjual seolah barang dagangannya ditawar banyak pembeli, atau seorang artis yang memberikan testimony keunggulan suatu produk padahal ia sendiri tidak mengkonsumsinya.
- b. Iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan, berbagai iklan yang sering kita saksikan di media televisi, atau dipajang di media cetak, media indoor maupun outdoor, atau kita dengarkan lewat radio seringkali memberikan keterangan palsu.

- c. Eksploitasi wanita, produk-produk seperti kosmetika, perawatan tubuh wanita agar iklannya dianggap menarik. Bahkan dalam suatu pameran banyak perusahaan yang menggunakan wanita berpakaian minim menjadi penjaga stand pameran produk mereka dan menugaskan wanita tersebut merayu pembeli agar melakukan pembelian terhadap produk mereka. Model promosi tersebut dapat kita kategorikan melanggar *akhlakul karimah* Islam sebagai agama yang menyeluruh mengatur tata cara hidup manusia, setiap bagian tidak dapat dipisahkan dengan bagian yang lain. Demikian pula pada proses jual beli harus dikaitkan dengan etika Islam sebagai bagian utama. Jika penguasa ingin mendapatkan rezeki yang erkah, dan dengan profesi sebagai pedagang tentu ingin dinaikan derajatnya setara dengan para nabi, maka ia harus mengikuti syariah Islam secara menyeluruh, termasuk etika jual beli.

## **HASIL PENELITIAN**

Tulisan ini berangkat dari hasil pengamatan penulis terhadap beberapa endorser yang ada di Kota Palopo. Beberapa endorser tersebut adalah sebagaimana berikut:

### **1. Palopo\_info (Instagram)**

Akun media sosial ini dikelola oleh beberapa individu yang tergabung dalam tim kerja. Saat ini akun palopo\_info sendiri telah memiliki 117.000 jumlah follower. Palopo\_info dengan jumlah follower yang tinggi, saat ini akun palopo\_info telah menerima jasa endorse berbayar dalam akunnya dengan tarif yang bermacam-macam sesuai dengan fasilitas yang diberikan.

Pada awalnya akun palopo\_info ini dibuat dengan tujuan memberikan informasi terkini yang terjadi disekitar Luwu Raya. Namun, jika mengamati perkembangan aktivitas dari akun ini terlihat konten-konten yang tidak sesuai lagi dengan tujuan media ini di buat. Saat ini dengan jumlah konten upload 10.200 banyak dari konten akun palopo\_info ini melanggar norma-norma agama, seperti konten perempuan mengumbar aurat, dan konten hiburan-hiburan yang tidak sesuai dengan prinsip Islam.

Alur pemesanan jasa endorsement melalui akun ini, dapat dilakukan dengan menghubungi admin/pengelola melalui direct messages (DM) Instagram atau bisa juga dilakukan melalui media WhatsApp. Tarif yang dikenakan dalam jasa endorse sesuai dengan fasilitas yang diberikan oleh akun palopo\_info, seperti fasilitas konten dan waktu promosi. Setelah bersepakat maka palopo\_info akan memposting foto atau video di akun instagram. Dalam Islam praktik endorsement yang dilakukan menurut analisis penulis masuk kedalam akad ijarah, karena terdapat dua pihak yaitu pemilik usaha atau online shop dan endorser, yang mana pemilik usaha atau online shop menggunakan jasa endorser untuk mempromosikan produknya, dengan imbalan tertentu, lalu endorser melaksanakan kewajibannya.

Jika melihat dalam perspektif etika bisnis Islam ini, penulis menemukan beberapa etika yang dilanggar yaitu:

- 1) *Endorser* menerima tawaran *endorse* dengan seolah-olah menggunakan produk tersebut. Oleh sebab itu, praktik *endorsement* yang dilakukan *endorser* termasuk *kedalam bai najasy* karena

*endorser* menjadi pelaku *najasy* atau *al-naaijisy*, yaitu *endorser* memuji produk *endorsenya* agar orang lain tertarik membeli. Padahal *endorser* sendiri tidak benar-benar membeli barang tersebut. Adapun dalam fikih muamalah *bai' najasy* termasuk ke dalam kategori jual beli terlarang karena mengandung unsur dzalim dan penipuan.

- 2) Eksploitasi wanita, dengan menampilkan review produk oleh wanita yang membuka aurat.

## 2. Palopomedia (Instagram)

Akun ini merupakan media sosial dari sebuah perusahaan pers onlne yaitu palopomedia.com dibawah naungan PT. Palopo Media Group. Dalam keterangan redaksi yang diperoleh penulis dari link palopo media ini terdapat 3 orang yang mengelolah dan bertanggung jawab dalam media sosial perusahaan pers ini.

Akun media sosial instagram dari palopomedia ini telah memiliki 125.000 pengikut dengan 7.558 postingan atau konten instagram. Akun ini lebih banyak memuat informasi sekaitan dengan berita yang dikeluarkan oleh perusahaan persnya. Namun jika melihat lebih detail terdapat beberapa selingan iklan atau endorse dalam postingan akun ini. Ada beberapa postingan iklan yang sempat diidentifikasi oleh penulis yaitu iklan produk otomotif, event, property, treatment kecantikan, konveksi, dan kuliner.

Cara memasang iklan pada media sosial ini cukup mudah dengan mengakses tautan yang tersedia yaitu [biolinky.co/palopomedia](https://biolinky.co/palopomedia). Pada tautan itu akan

terdapat akses kontak berupa alamat menuju media pers, alamat menuju whatsapp pemasangan iklan dan informasi serta alamat menuju facebook.

Berdasarkan dengan hasil pengamatan penulis menggunakan perspektif etika bisnis Islam, akun ini juga tidak jauh berbeda dengan akun palopo\_info pada sisi iklan atau endorse. Masih terdapat iklan yang berisikan konten wanita atau perempuan dengan membuka aurat pada produk kecantikan yang mana dalam Islam melarang hal tersebut. Model promosi tersebut dapat dikategorikan dalam pelanggaran *akhlaqul karimah*. Islam sebagai agama yang menyeluruh mengatur tata cara hidup manusia, setiap bagian tidak dapat dipisahkan dengan bagian yang lain.

Namun pada postingan iklan dan endorse yang lain telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Dapat dilihat dari postingan iklan kuliner yang mana pengelola akun ini mengupload review kuliner yang dilakukan secara langung. Maksudnya etika dalam melakukan iklan atau menggambarkan produk sesuai dengan kaidah Islam yang jauh dari unsur penipuan dan dzalim.

### **3. Nasaralghazi (Instagram)**

Akun ini dikelola secara pribadi/personal oleh salah satu freelancer yang ada di kota Palopo yaitu Nasar Alghazi yang juga merupakan founder dari gerakan sedekah pagi. Akun ini telah memiliki 6.545 pengikut dengan jumlah 17 Postingan. Akun ini berisikan konten yang dimuat berdasarkan dengan story telling, motivasi, dan photography.

Tidak jauh berbeda dengan akun palopo\_info dan palopomedia proses pemesanan jasa endorsement dapat dilakukan dengan cara menghubungi pemilik akun secara personal melalui Direct Messages. Namun untuk endorsement sendiri akun ini tidak menerima jasa promosi produk diluar kemampuannya. Akun ini lebih senang meriview produk UMKM yang bergerak dalam bisnis kuliner.

Menurutnya review produk kuliner lebih mudah dan aman untuk dilakukan. Dalam melakukan promosi akun Nasaralgazy sendiri menetapkan biaya dengan mendapatkan fasilitas foto produk langsung, dan kontrak selama waktu yang ditentukan dalam penayangan iklan di akun Instagramnya.

Menurut penulis konsep endorsement yang ditawarkan oleh akun ini telah menerapkan prinsip syariah, karena dalam melakukan review produk dilakukan dengan melibatkan diri secara langsung untuk membuat konten. Sehingga dalam meriview produk dilakukan secara transparan, dan jujur melalui pengalaman pribadi.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan dengan hasil pengamatan penulis diatas dapat diperoleh kesimpulan bahwa praktik endorsment dalam tinjauan prinsip etika bisnis Islam di kota Palopo masih belum sepenuhnya menerapkan prinsip etika bisnis Islam, karena masih terdapat praktik *bai" najasy* dan pelanggaran *akhlaqul karimah* dengan menampilkan perempuan dengan mengumbar aurat dalam postingan endorsement kecantikan di media sosial. Namun pada jenis postingan kuliner, property, otomotif dan event pada media sosial instagram

yang disebutkan oleh peneliti sepenuhnya menerapkan prinsip etika bisnis Islam.

## REFERENSI

Mikharisti Tampubolon, Yuliani Rachma Putri, Nur Atnan, *Strategi Promosi Coffee Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Crematology)*, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, eProceeding of Management : Vol.3, No.2 Agustus 2016

Nur asnawi & Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah Teori, filosofi & isu-isu kontemporer*, (Depok: Rajawali Pers, 2017)

Syabbul Bahri, *Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam*, Jurnal Epistemé, Vol. 8, No. 1, Juni 2013.

Yulianti, *Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Miandsha Shop, Bandar Lampung)*, (Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2019)