

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Teori Pengertian Etika Bisnis**

Etika bisnis berasal dari bahasa Yunani “Ethos” berarti adat istiadat atau kebiasaan. Hal ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lainnya.

Suatu etika membutuhkan evaluasi kritis atas seluruh situasi yang terkait. Dibutuhkan semua informasi sebanyak-banyaknya dan selengkap mungkin (komprehensif) baik yang menyangkut nilai dan norma moral, maupun informasi empiris tentang situasi yang belum terjadi atau telah terjadi untuk memungkinkan seseorang bisa mengambil keputusan yang tepat, baik tentang tindakan yang akan terjadi maupun yang telah dilakukan oleh pihak tertentu.<sup>1</sup>

##### **Definisi Etika**

Etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar salah dan lain sebagainya serta prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Etika juga

---

<sup>1</sup> Faisal Badroen, Suhendra, M. Arief Mufraeni, Ahmad Bashori, “*Etika Bisnis dalam Islam*”, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 35-36

dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filsafatnya dalam berperilaku.

Etika bagi seseorang terwujud dalam kesadaran moral (moral consciousness) yang memuat keyakinan ‘benar dan tidak’ sesuatu. Perasaan yang muncul bahwa ia akan selalu melakukan sesuatu yang diyakininya tidak benar berangkat dari norma-norma moral dan perasaan self-respect (menghargai diri) bila ia meninggalkannya. Tindakan yang diambil olehnya harus ia pertanggungjawabkan pada diri sendiri. Begitu juga dengan sikapnya terhadap orang lain bila pekerjaan tersebut mengganggu atau sebaliknya mendapatkan pujiannya.

Dalam menciptakan etika bisnis,ada hal-hal yang perlu diperhatikan,antara lain adalah :<sup>2</sup>

1. Pengendalian diri
2. Pengembangan tanggung jawab sosial perusahaan (social respon sibility)
3. Mempertahankan jati diri dan tidak mudah untuk terombang-ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi
4. Menciptakan persaingan yang sehat
5. Menerapkan konsep “pembangunan berkelanjutan”
6. Menghindari sifat KKN (Kolusi, Korupsi, dan Nepotisme) yang dapat merusak tatanan moral
7. Harus mampu untuk menyatakan hal benar itu adalah benar

---

<sup>2</sup> Agus Arijanto, “*Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*”, (Jakarta: Rajawali Pers,2012), hlm.5-

8. Membentuk sikap saling percaya anatar golongan pengusaha kuat dan golongan pengusaha ke bawah
9. Konsekuen dan konsisten dengan aturan-aturan yang telah disepakati bersama
10. Menumbuhkembangkan kesadaran dan rasa memiliki terhadap apa yang telah disepakati (*sense of belonging*)
11. Perlu adanya sebagian etika bisnis yang dituangkan dalam satu hukum positif yang berupa peraturan maupun perundang-undangan.

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

Nilai-nilai atau *values* adalah kesadaran, hasrat efektif atau keinginan orang yang menunjukkan perilaku mereka. Nilai-nilai personal individu menunjukkan perilaku di dalam dan diluar pekerjaan. Apabila serangkaian nilai-nilai orang adalah penting, maka akan menunjukkan orang dan juga mengembangkan perilaku konsisten untuk semua situasi.

nilai-nilai adalah keyakinan yang stabil dan evaluatif yang menunjukkan preferensi kita untuk hasil atau tindakan dalam berbagai situasi. Merupakan persepsi tentang apa yang baik atau buruk, benar atau salah. Nilai-nilai berfungsi sebagai pedoman moral yang mengarahkan motivasi, keputusan dan tindakan kita. Nilai-nilai berhubungan dengan konsep diri karena sebagian mendefinisikan siapa kita sebagai individu dan sebagai anggota kelompok dengan nilai-nilai yang sama.

Dengan mengacu pendapat-pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan nilai-nilai adalah kesadaran dan keyakinan individu untuk menunjukkan bagaimana berperilaku dalam melakukan tindakan dalam berbagai situasi.<sup>3</sup>

### 3. Prinsip-prinsip Etika bisnis

pada umumnya prinsip-prinsip yang berlaku dalam bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sehari-hari, dan prinsip-prinsip ini sangat berhubungan erat terkait dengan sistem nilai-nilai yang dianut di kehidupan masyarakat.

Menurut Sonny Keraf prinsip-prinsip etika bisnis adalah sebagai berikut<sup>4</sup>:

- a. Prinsip Otonomi, adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.
- b. Prinsip Kejujuran, terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran. *Pertama*, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. *Kedua*, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. *Ketiga*, jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan.

---

<sup>3</sup> Wibowo, "Perilaku dalam Organisasi", (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm.35-36

<sup>4</sup> *Ibid.*, hlm.17-18

- c. Prinsip Keadilan, menuntut agar setiap orang dipelakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional objektif, serta dapat dipertanggung jawabkan.
- d. Prinsip saling menguntungkan (mutual benefit principle),menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa,sehingga menguntungkan semua pihak.
- e. Prinsip Integritas Moral,terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan,agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan maupun perusahaannya.

## **B. Pandangan Agama tentang Etika Bisnis**

Menurut sumber-sumber literatur mengatakan bahwa etika bisnis didasari oleh ajaran-ajaran agama. Dalam agama judaism misalnya punya literatur yang banyak dan kode hukum tentang akumulasi dan penggunaan kekayaan. Dasar literatur dan kode hukum tersebut adalah taurat yang dikembangkan dalam mishnah dan talmud. Begitu juga dengan ajaran agama kristen.

Adapun agama islam banyak sumber literatur yang tersedia dan kode hukum yang mengatur masalah harta dan kekayaan yang merujuk pada kitab suci Al-Qur'an dan diterjemah dalam bentuk hadis-hadis Rasulullah SAW. Tetapi inisiatif yang dilakukan oleh tiga agama samawi (Islam,Kristen,dan Yahudi) yang diprakarsai HRH.Prince dan putra Mahkota Hassan bin Talal (Jordan) tahun 1984 sepakat meletakkan prinsip-prinsip etika dalam bisnis. Ada tiga isu etika dalam bisnis yang diklarifikasi waktu itu,yaitu moralitas dalam sistem ekonomi, moralitas

dalam kebijakan organisasi yang terlibat dalam bisnis,serta moralitas perilaku individual para karyawan saat bekerja.<sup>5</sup>

Dalam deklarasi yang dilakukan ada perbedaan-perbedaan yang menonjol dalam perspektif ajaran agama masing-masing,namun tiga hal diatas menjadi titik temu yang disepakati oleh ketiganya. Semua sepakat bahwa kerangka hukum berbisnis berbeda dari satu negara dengan lainnya yang harus diakui oleh semua di mana hukum nasional berlaku bagi sebuah perusahaan yang terdaftar di negara tersebut dengan tidak memandang kewarganegaraan pemilik atau manajernya.

Deklarasi yang dikeluarkan oleh tiga agama tersebut menghasilkan kesepakatan untuk menjunjung empat prinsip yang krusial,yaitu: keadilan (justics), saling menghormati (matual respect), kepercayaan (trusteeship), dan kejujuran (honesfly).<sup>6</sup>

### **Etika Ekonomi Islam**

Agama kerap sekali dianggap sebagai pandangan hidup yang menomor duakan urusan kehidupan duniawi karena sebagian ajarannya banyak mengulas perkara kehidupan setelah mati. Karena itulah maka agama lebih sering dilihat dalam aspek sakralitas dan ritualnya daripada ritual sosialnya yang menyentuh masyarakat. Padahal munculnya kesadaran keagamaan tidak hanya berkenan dengan ritual ketuhanan dan

---

<sup>5</sup> *Ibid.*, hlm.18

<sup>6</sup> *Ibid.*, hlm.19-20

menggapai keselamatan akhirat, namun agama juga dibutuhkan sebagai pedoman dalam menjalani kehidupan di dunia.

Dalam sosiologi, keberagamaan dikaji sebagai suatu fakta sosial. Munculnya sosiologi agama di akhir abad 19 sebagai disiplin baru dari sosiologi adalah untuk melihat agama sebagai situs pengetahuan yang dikaji dari sudut pandang sosiologis. Sosiologi agama tidak hendak melihat mengapa dan bagaimana seseorang beragama, akan tetapi untuk melihat kehidupan beragama secara kolektif yang difokuskan kepada peran agama dalam mengembangkan atau menghambat eksistensi sebuah praktik kehidupan bermasyarakat.<sup>7</sup>

Secara lebih singkat ilmu ekonomi mengkaji tentang uang dan keuangan, konsumen, badan usaha, teori harga pasar, teori dan proses produksi, distribusi pendapatan, teori keseimbangan umum, peranan pemerintah di bidang ekonomi dan lain sebagainya.

Namun Ghazi Inayah mengomentari definisi ekonomi barat yang berkaitan dengan masalah-masalah materi tanpa ada perhatian pada masalah rohani, religi, moral dan akhlak. Akibat mengabaikan aspek nilai dan moral ini, maka ekonomi barat menghadapi permasalahan ekonomi sosial dan dekadensi moral serius. Sebab utama dari kerusakan moral tersebut adalah hilangnya makna kesakralan agama bagi nilai-nilai sosioekonomi akhirnya masyarakat terjatuh dari mekanisme filter moral

---

<sup>7</sup> Muhtadi Ridwan, "*Geliat Ekonomi Islam*", (Malang: UIN-MALIKI PRESS, 2011), hlm.103-105

yang secara sosial sudah mereka sepakati. Penerapan sudut pandang sekuler seperti ini sangat tidak menguntungkan bagi negeri-negeri Islam.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ  
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا أَنْفُسَكُمْ ۚ  
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S An-Nisa’:29)”<sup>8</sup>

### C. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan juga upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah selanjutnya tentu melaksanakan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Secara sederhana mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.

---

<sup>8</sup> *Ibid.*, hlm.13-14

Secara sederhana mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada 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 biasanya merujuk kepada *management ethics organizational ethics*. Etika bisnis dapat diartikan pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.<sup>9</sup>

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melanjutkan tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standart untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya etika bisnis Islami merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.<sup>10</sup>

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk benar, salah dan halal haram

---

<sup>9</sup> Faisal Badroen, Suhendra, M.Arief Mufraeni, Ahmad Bashori, "*Etika Bisnis dalam Islam*", (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm.70

<sup>10</sup> Abdul Aziz, "*Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Bisnis Islam untuk Dunia Usaha*", (Bandung: Alfabeta, 2013) hal. 35

dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.

Karakteristik standart etika bisnis Islami yaitu :<sup>11</sup>

1) Harus memperhatikan tingkah laku dari konsekuensi serius untuk kesejahteraan manusia.

2) Memperhatikan validitas yang cukup tinggi dari bantuan atau keadilan. Etika untuk berbisnis secara baik dan fair dengan menegakkan hukum dan keadilan secara konsisten dan konsekuen setia pada prinsip-prinsip kebenaran, keadaban dan bermartabat.

a) Karena bisnis tidak hanya bertujuan untuk profit saja, namun perlu mempertimbangkan nilai-nilai manusiawi, apabila tidak akan mengorbankan hidup banyak orang, sehingga masyarakat pun berkepentingan agar bisnis dilaksanakan secara etis.

b) Bisnis dilakukan diantara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya, sehingga membutuhkan etika sebagai pedoman dan orientasi bagi pengambilan keputusan, kegiatan dan tindak tunduk manusia dalam berhubungan (bisnis) satu dengan yang lainnya.

c) Bisnis saat ini dilakukan dalam persaingan yang sangat ketat, maka dalam persaingan bisnis tersebut orang yang bersaing dengan tetap

---

<sup>11</sup> *Ibid.*, hal. 35-36

memperhatikan norma-norma etis pada iklim yang semakin profesional justru akan menang.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengertian etika bisnis Islami tersebut selanjutnya dijadikan sebagai kerangka praktis yang secara fungsional akan membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi (*religiousness economy practical guidance*).

Ada beberapa parameter kunci sistem etika bisnis islam, diantaranya dapat dirangkum sebagai berikut:<sup>12</sup>

- a) Berbagai tindakan ataupun keputusan disenut etis bergantung pada niat individu yang melakukannya. Allah Maha Kuasa dan mengetahui dan mengetahui apapun niat kita sepenuhnya dan secara sempurna.
- b) Niat baik yang diikuti tindakan yang baik akan dihitung sebagai ibadah. Niat yang halal tidak dapat mengubah tindakan yang haram menjadi halal.
- c) Islam memberikan kebebasan kepada individu untuk percaya dan bertindak berdasarkan apapun keinginannya, namun tidak dalam hal tanggungjawab dan keadilan.
- d) Percaya kepada Allah Swt memberi individu kebebasan sepenuhnya dari hal apapun atau siapapun kecuali Allah.

---

<sup>12</sup> Rafik Issa Bekun, "*Etika Bisnis islam*", (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 31-32

- e) Keputusan yang menguntungkan kelompok mayoritas ataupun minoritas tidak secara langsung berarti bersifat etis dalam dirinya. Etika bukanlah permainan mengenai jumlah.
- f) Islam mempergunakan pendekatan terbuka terhadap etika, bukan sebagai sistem yang tertutup, dan berorientasi-diri sendiri. Egois tidak mendapat tempat dalam ajaran Islam.
- g) Keputusan etis harus didasari pada pembacaan secara bersamasama antar Al-qur'an dan alam semesta.
- h) Tidak seperti sistem etika yang diyakini banyak agama lain, Islam mendorong umat manusia untuk melaksanakan tazkiyah melalui partisipasi aktif dalam kehidupan ini. Dengan perilaku etis ditengah golongan ujian dunia, kaum muslim harus mampu membuktikan ketaatannya kepada Allah Swt.<sup>13</sup>

Istilah etika bisnis berasal dari dua kata yaitu etika dan bisnis. Etika berasal dari kata Yunani, *ethikos* yang mempunyai beragam arti pertama, sebagai analisis konsep-konsep mengenai apa yang harus, mesti, tugas, aturan-aturan moral, benar salah, wajib, tanggung jawab, dan lain-lain. Kedua, pencarian ke dalam watak moralitas atau tindakan-tindakan moral. Ketiga, bisnis mempunyai beberapa arti usaha, perdagangan, toko, perusahaan urusan dagang, usaha komersial dalam dunia perdagangan atau bidang usaha. Dari pengertian secara bahasa itu tampak bahwa bisnis

---

<sup>13</sup> *Ibid.*, hlm.50-52

adalah sebagai aktivitas riil ekonomi yang secara sederhana dilakukan dengan cara jual atau pertukaran barang dan jasa.

Untuk memahami hakikat etika dan bisnis dalam islam, khususnya dalam Al-Qur'an dapat merujuk istilah-istilah yang terdapat dalam Al-Qur'an yang tepat untuk mewakili istilah etika dan bisnis. Atau paling tidak istilah-istilah yang berdekatan maknanya dengan apa yang dikandung oleh pengertian etika dan bisnis.

Landasan dasar etika bisnis dalam Islam bersumber pada surat Al-Baqarah 282. Ayat ini menurut Ali as-Sayis, dengan tegas melarang setiap orang beriman memakan harta dengan cara yang bathil. Memakan harta dengan bathil ini mencakup dua pengertian, yaitu memakan harta sendiri dan memakan harta orang lain. Memakan harta sendiri dengan bathil misalnya menggunakannya untuk kepentingan maksiat. Sedangkan memakan harta orang lain dengan bathil, adalah memakan harta hasil riba, judi, kecurangan dan kezaliman, juga termasuk memakan harta dari perdagangan barang dan jasa yang haram.<sup>14</sup>

Dalam ekonomi Islam, manusia mempunyai peranan yang sangat penting sebagai pelaku ekonomi. Pemuatan prinsip-prinsip moral dalam sumber hukum menjadikan etika bisnis sebagai basis yang harus dipegang dan dijalankan seorang atau kelompok dalam melakukan aktivitasnya. Islam membangun pribadi individu secara terpadu antara kebutuhan dunia

---

<sup>14</sup> Kwat Ismanto, "*Manajemen Syariah*", (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009), Hlm.37-

dan akhirat secara bersamaan, seimbang (harmonis) dengan melihat pertimbangan dan hasil yang akan diperoleh sebagai pertanggungjawaban manusia. Dalam praktiknya pelaku keuangan syari'ah akan senantiasa mempertimbangkan segala aktivitasnya apakah berada dalam bingkai ajaran islam dengan prinsip-prinsip moralnya atau sebaliknya,karena hal ini sangat berimplikasi pada seluruh aspek kehidupan manusia secara keseluruhan.<sup>15</sup>

Dalam menjelaskan aturan-aturan moral Islam,sangat penting bagi kita untuk memahami bahwa tindakan-tindakan dapat dikategorikan menurut tingkatan yang halal ataupun yang tidak halal. Dalam fiqh (hukum islam) terdapat beberapa jenis tindakan,diantaranya wajib (*fard*), sunnah (*mustahab*),mubah,makruh,dan haram. Yang menarik adalah hanya sedikit saja hal yang berada dalam kondisi halal maupun haram.

Berkaitan dengan halal dan haram, Yusuf al-Qardlawi membuat rumusan etika perdagangan dalam islam, yang meliputi :

1. Pada dasarnya diperbolehkannya segala sesuatu
2. Untuk membuat sah dan untuk melarang adalah hak allah semata
3. Melarang yang halal dan membolehkan yang haram sama dengan perbuatan syirik
4. Larangan segala sesuatu didasarkan atas sifat najis dan melukai

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, hlm.41

5. Apa yang halal adalah yang diperbolehkan, dan yang haram adalah yang dilarang
6. Menganggap yang haram sebagai halal adalah dilarang
7. Niat yang baik tidak membuat sesuatu yang haram bisa diterima
8. Hal-hal yang meragukan sebaiknya dihindari
9. Yang haram terlarang bagi siapa pun
10. Keharusan menentukan adanya pengecualian

Dalam memetakan perilaku etis seseorang, sangatlah penting bagi kaum muslim. baik untuk melakukan hal-hal yang halal dan juga untuk menghindari hal-hal yang tidak halal menjadi halal. Islam telah memberikan arahan mengenai halal dan haram. Allah berfirman :

قُلْ أَرَأَيْتُمْ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ لَكُمْ مِنْ رِزْقٍ فَجَعَلْتُمْ مِنْهُ  
حَرَامًا وَحَلَّالًا قُلْ أَلَا إِنَّ اللَّهَ أَعْلَمُ بِمَا تَفْتَرُونَ

“Katakanlah: ‘Terangkan kepadaku tentang rezeki yang diturunkan Allah kepadamu, lalu kamu jadikan sebagiannya haram dan (sebagiannya) halal.’Katakanlah: ‘Apakah Allah telah memberikan izin kepadamu (tentang ini) atau kamu mengada-adakan saja terhadap Allah?’” (QS. Yunus: 59).<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> *Ibid.*, hlm.43-44

Sehubungan dengan hal ini, dalam bisnis yang islami dibutuhkan beberapa klasifikasi, khususnya yang berhubungan dengan etika dalam berbisnis, yang diklasifikasikan sebagai berikut :<sup>17</sup>

1. Etika pemasaran dalam konteks produk
  - a. Produk yang halal dan thoyyib
  - b. Produk yang berguna dan dibutuhkan
  - c. Produk yang berpotensi ekonomi atau benefit
  - d. Produk yang bernilai tambah yang tinggi
  - e. Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial
  - f. Produk yang dapat memuaskan masyarakat
2. Etika pemasaran dalam konteks harga
  - a. Beban biaya produksi yang wajar
  - b. Sebagai alat kompetensi yang sehat
  - c. Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat
  - d. Margin perusahaan yang layak
  - e. Sebagai alat daya tarik bagi konsumen
3. Etika pemasaran dalam konteks distribusi
  - a. Kecepatan dan ketepatan waktu
  - b. Keamanan dan keutuhan barang
  - c. Sarana kompetisi memberikan pelayanan kepada masyarakat
  - d. Konsumen mendapat pelayanan tepat dan cepat
4. Etika pemasaran dalam konteks promosi

---

<sup>17</sup> *Ibid.*, hlm.45

- a. Sarana memperkenalkan barang
- b. Informasi kegunaan dan kualifikasi barang
- c. Sarana daya tarik barang terhadap konsumen
- d. Informasi fakta yang di topang kejujuran

## 1. Pengertian Bisnis Islam

Secara etimologi, bisnis memiliki beberapa arti; usaha, perdagangan, toko, perusahaan, tugas, urusan, hak, usaha dagang, usaha komersil dalam dunia perdagangan atau bidang usaha. Dari pengertian secara bahasa itu tampak bahwa bisnis adalah sebagai aktivitas riil ekonomi yang secara sederhana dilakukan dengan cara jual beli atau pertukaran barang dan jasa. Secara termologi, terdapat beberapa pengertian mengenai bisnis.<sup>18</sup> Menurut Hughes dan Kapoor, bisnis merupakan kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan laba atau menjual barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>19</sup>

Setiap manusia manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu. Salah satunya melalui bekerja, sedangkan salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan, untuk “bekerja”. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang

---

<sup>18</sup> Muhammad, Alimin, “*Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*”, (Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta, 2004), hlm.75-77

<sup>19</sup> Kwat Ismanto, “*Manajemen Syariah: Implementasi TMQ Dalam Lembaga Keuangan Syariah*”, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009) hlm.37-39

memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rezeki.<sup>20</sup>

Dari pemaparan diatas, bisnis islam dapat diartikan sebagai serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) keperluan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun di batas dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram) dan aktivitas usaha yang didasarkan pada aturan yang tertuang di dalam Alquran, hadist, qiyas, dan ijma.

## **2. Instrumen Etika Bisnis Islam**

Menurut Dr. Muhammad Syafii Antonio, seorang pakar ekonomi syariah, bisnis syar'ī harus mencakup 6 unsur.<sup>21</sup>

- a. Produk yang dijual harus halal, artinya bisnis tersebut tidak memperdagangkan produk diharamkan dalam islam, misalnya babi, darah, bangkai, khamar (minuman keras), maysir (perjudian), trafficking (penjualan manusia), dan pelacur.
- b. Bisnis terbebas dari unsur riba. Segala sesuatu “tambahan” (keuntungan) yang diterima dengan tanpa dapat dibenarkan oleh salah satu pihak dalam

---

<sup>20</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, “*Menggagas Bisnis Islam*”, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hal 17-18

<sup>21</sup> *Ibid.*, hlm. 36-37

suatu transaksi perdagangan disebut riba al-fadll, termasuk juga riba dari bunga bank.

c. Akad dasar transaksi harus terbebas dari gharar (ketidakpastian) dan maysir. Gharar adalah unsur ketidakjelasan dalam transaksi, ada sesuatu yang disembunyikan. Sedangkan maysir adalah unsur untung-untungan yang didalamnya mengandung perjudian. Prinsip ini menegaskan kepada kita, selaku pembisnis yang terikat dengan norma islam, harus melepaskan setiap aktivitas bisnis dari unsur gharar dan maysir. Artinya, dalam setiap transaksi bisnis harus jelas, baik dari sisi akad maupun implikasi yang ditimbulkan oleh akad tersebut.

d. Adanya ijab qabul (tawaran dan penerimaan) antara dua pihak yang melakukan transaksi. Sehingga harus ada kesepakatan yang jelas antara apa yang didapat dan apa yang tidak didapat oleh pembeli. Dengan kesepakatan bersama, atau dengan suatu usulan dan penerimaan antara kedua belah pihak, suatu bentuk transaksi barang akan sempurna.

e. Dalam perdagangan harus adil, terbebas dari dzulm yang berarti “aniaya,” memperlakukan dengan kesewenang-wenangan, lawan dari kata adil. Islam melarang berbuat dzalim dalam segala hal, termasuk didalamnya praktik transaksi dalam kegiatan ekonomi. Dzuml dapat merugikan salah satu pihak.

f. Transaksi keuangan harus terbebas dari riba, harus melalui bank syariah dan asuransi syariah.

#### **D. Kendala Penerapan Etika Bisnis Islam**

Dalam menerapkan suatu operasional perusahaan pastinya perusahaan menemukan sebuah kendala, tidak terkecuali dalam penerapan etika bisnis yang disesuaikan dengan kriteria islam. Adapun kendala tersebut yang sering terjadi dalam perusahaan akan menghambat perkembangan perusahaan. Lalu kendala dalam penerapan etika bisnis islam meliputi :<sup>22</sup>

- 1) Standar moral para pelaku bisnis pada umumnya masih lemah. Banyak di antara pelaku bisnis yang lebih suka menempuh jalan pintas, bahkan menghalalkan segala cara untuk memperoleh keuntungan dengan mengabaikan etika bisnis, seperti memalsukan campuran, timbangan, ukuran, menjual barang yang kadaluwarsa, dan memanipulasi laporan keuangan.
- 2) Banyak perusahaan yang mengalami konflik kepentingan. Konflik kepentingan ini muncul karena adanya ketidaksesuaian antara nilai pribadi yang dianutnya atau antara peraturan yang berlaku dengan tujuan yang hendak dicapainya, atau konflik antara nilai pribadi yang dianutnya dengan praktik bisnis yang dilakukan oleh sebagian besar perusahaan lainnya, atau antara kepentingan perusahaan dengan kepentingan masyarakat. Orang-orang yang kurang teguh standar moralnya bisa jadi akan gagal karena mereka mengejar tujuan dengan mengabaikan peraturan.

---

<sup>22</sup> *Ibid.*, hlm.42-43

- 3) Situasi politik dan ekonomi yang belum stabil. Hal ini diperkeruh oleh banyaknya sandiwara politik yang dimainkan oleh para elit politik, yang di satu sisi membingungkan masyarakat luas dan di sisi lainnya memberi kesempatan bagi pihak yang mencari dukungan elit politik guna keberhasilan usaha bisnisnya. Situasi ekonomi yang buruk tidak jarang menimbulkan spekulasi untuk memanfaatkan peluang guna memperoleh keuntungan tanpa menghiraukan akibatnya.
- 4) Lemahnya penegakan hukum. Banyak orang yang sudah divonis bersalah di pengadilan bisa bebas berkeliaran dan tetap memangku jabatannya di pemerintahan. Kondisi ini mempersulit upaya untuk memotivasi pelaku bisnis menegakkan norma-norma etika.
- 5) Belum ada organisasi profesi bisnis dan manajemen untuk menegakkan kode etik bisnis dan manajemen.<sup>23</sup>

Dalam penerapan etika bisnis secara islam kendala sering muncul dari lingkungan perusahaan sendiri, padahal dalam dunia bisnis, bisnis sangat berkaitan dengan etika dengan kata lain bisnis seharusnya dijalankan dengan etika. Etika bisnis islam sendiri memberikan tuntunan kepada setiap yang menjalakkannya agar berjalan bisnisnya secara baik dan etis. Perusahaan yang memperhatikan kepentingan dan hak semua elemen yang terkait dengan bisnisnya. Sehingga keuntungan tidak hanya dimiliki oleh perusahaan, namun juga elemen yang ikut membangun bisnis.

---

<sup>23</sup> <https://www.gogle.com/amp/s/faridsetiawan021.woldpress.com/2015/05/13/penerapan-etika-dan-kendala-kendalanya/amp/> diakses pada sabtu, 20 Juli 2019

Kendalan selanjutnya bisa saja muncul dari dalam perusahaan ketika penerapan etika bisnis islam terkadang pengelola hanya memahami penerapan etika bisnis secara umum, namun dalam menjalankan etika bisnis secara islam masih minim dalam pemahamannya. Dari sini membuat para pelaku bisnis kesulitan dan masih enggan dalam menjalankan etika bisnis islam.

#### **E. Solusi dalam Menghadapi Kendala Etika Bisnis Islam**

Dalam menjalankan bisnis kendala-kendala yang sering terjadi bisaantisipasi dengan menerapkan sebuah solusi, yang mana solusi tersebut akan mengurangi kendala yang ada. Solusi tersebut bisa dilakukan dengan melihat kendala apa yang sedang dihadapi, lalu dalam menjalankan setiap aktivitas kendala tersebut dapat dikurangi dengan memperbaiki segala sistem yang diterapkan oleh perusahaan.

Pengertian solusi sendiri adalah cara atau jalan yang digunakan untuk memecahkan atau menyelesaikan masalah tanpa adanya tekanan. Solusi sendiri biasanya akan muncul dengan adanya adaptasi dengan perubahan serta waktu dan kondisi tertentu. Solusi bisa diterapkan salah satu dan dipilih yang dianggap paling tepat, kemudian kita jalankan solusi yang telah dipilih perusahaan. Kemudian setelah itu dilakukan sebuah evaluasi hasil apakah solusi yang perusahaan pilih sudah tepat untuk memecahkan masalah yang dihadapi.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> <https://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-solusi/> diakses pada sabtu, 20 Juli 2019

Solusi dalam kendala penerapan etika bisnis islam bisa diterapkan melalui manajemen operasional perusahaan, salah satunya dengan memahami aspek-aspek etika bisnis islam secara mendalam. Misalnya aspek pemasaran dengan menetapkan harga price sesuai dengan etika islam, promosi serta distribusi. lalu penerapannya juga dapat dilakukan melalui hal yang sederhana, yaitu pada manajemen dan SDM dalam bentuk tingginya tingkat kejujuran pada karyawan dalam seluruh kegiatan operasional perusahaan. Lalu solusi yang lain adalah perusahaan lebih memperhatikan etika secara islami, salah satunya dengan memberikan kontribusi sosial, hal ini akan memberikan pengaruh positif bagi perusahaan dan menambah citra baik perusahaan. Lalu keuntungan juga dapat dirasakan tidak hanya bagi perusahaan namun bagi masyarakat sekitar. Setiap perusahaan dalam mengimplementasikan etika bisnis islam sebaiknya memperhatikan beberapa aspek, yaitu tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan kebijakan (ihsan).<sup>25</sup>

#### **F. Penelitian Terdahulu**

Peneliti menjumpai hasil penelitian terdahulu yang memiliki titik singgung hampir sama dengan judul yang diangkat dalam proposal yang peneliti tulis, diantara lain sebagai berikut :

---

<sup>25</sup> [https://www.researchgate.net/publication/329583730\\_penerapan\\_etika\\_bisnis\\_islam](https://www.researchgate.net/publication/329583730_penerapan_etika_bisnis_islam)  
diakses pada sabtu, 20 Juli 2019

Rosiyana,dkk.<sup>26</sup> yang berjudul Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis yang Islami (Studi pada Waroeng Steak and Shake Cabang Malang). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi etika bisnis islam guna membangun bisnis yang islami yang telah diterapkan oleh *Waroeng Steak and Shake* cabang malang, serta mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam implementasinya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif yang mendeskripsikan keadaan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta dan data yang tampak atau seadanya. Berdasarkan hasil pengamatan penulis bahwa persamaan dari penelitian Leli Rosiyana, Zainul Arifin, Sunarti dengan penelitian penulis sama-sama meneliti mengenai etika bisnis islam. Sedangkan perbedaannya penelitian milik Rosiyana, Arifin, sunarti dengan penulis adalah letak objek penelitian ini bertempat di Waroeng Steak and Shake Cabang Malang, sedangkan penelitian penulis bertempat di Nusantara Mart Rejotangan.

Izzati.<sup>27</sup> yang berjudul Penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tega. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan etika bisnis di boombu hot resto tegal. Metode yang digunakan

---

<sup>26</sup> Leli Rosiyana,Zainul Arifin,Sunarti," *Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis yang Islami (Studi pada Waroeng Steak and Shake Cabang Malang)*", Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.53 No.1 hal 196, Desember 2017

<sup>27</sup> Sidqi Amalia Izzati," *Penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tega*", Skripsi, (Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015)

dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan analisis deskriptif, yaitu mendeskripsikan data-data yang peneliti kumpulkan baik dari hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi, selama mengadakan penelitian di Boombu Hot Resto Tegal tentang penerapan Etika Bisnis Islam. Berdasarkan hasil pengamatan penulis bahwa persamaan dari peneliti Izzati dengan penelitian penulis sama-sama meneliti mengenai etika bisnis islam. Sedangkan perbedaannya penelitian milik Sidqi Amalia Izzati dengan penulis adalah letak objek penelitian ini bertempat di Boombu Hot Resto Tegal, sedangkan penelitian penulis bertempat di Nusantara Mart Rejotangan.

Barus,dkk.<sup>28</sup> yang berjudul Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi pada Rumah Makan Wong Solo Medan). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menerapkan sistem bisnis syariah yang berlandaskan perintah Allah SWT. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi di Rumah Makan Wong Solo cabang Gajah Mada Medan. Berdasarkan hasil pengamatan penulis bahwa persamaan dari peneliti Barus, Nuriani dengan penelitian penulis sama-sama meneliti mengenai Etika Bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya penelitian milik Barus, Nuriani dengan penulis adalah letak objek penelitian ini bertempat

---

<sup>28</sup> Elida Elfi Barus,Nuraini,"*Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi pada Rumah Makan Wong Solo Medan)*" Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam, Volume 2 nomor 2 hlm 127, September 2016

di Rumah Makan Wong Solo Medan sedangkan penelitian penulis bertempat di Nusantara Mart Rejotangan.

Khotimah.<sup>29</sup> yang berjudul Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melaporkan proses implementasi etika bisnis islam yang dijalankan di Aflah Bakery Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu dengan cara data yang telah dihimpun selanjutnya disusun secara sistematis, dan di analisis sehingga dapat menjelaskan tentang gejala yang diteliti. Berdasarkan hasil pengamatan penulis bahwa persamaan dari peneliti Khotimah dengan peneliti penulis sama-sama meneliti mengenai Etika Bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya peneliti milik Khotimah dengan penulis adalah letak objek penelitian ini bertempat di Aflah Bakery Yogyakarta sedangkan penelitian penulis bertempat di Nusantara Mart Rejotangan.

Rohmah.<sup>30</sup> yang berjudul Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan nilai-nilai etika bisnis islam serta kriteria hotel syariah standar nasional. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu dengan cara menganalisis dan menyajikan data secara sistematis sehingga dapat mudah dipahami dan

---

<sup>29</sup> Khusnul Khotimah, "*Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam di Aflah Bakery Yogyakarta*", Skripsi, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017).

<sup>30</sup> Siti Rohmah, "*Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Hotel Madani Syariah Yogyakarta*", Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014)

disimpulkan. Berdasarkan hasil pengamatan penulis bahwa persamaan dari peneliti Rohmah dengan peneliti sama-sama meneliti mengenai Etika Bisnis Islam. Sedangkan perbedaan peneliti milik Rohmah dengan penulis adalah letak objek penelitian ini bertempat di Hotel Madani Syariah Yogyakarta sedangkan penelitian penulis bertempat di Nusantara Mart Rejotangan.

### **G. Kerangka Berfikir Teoritis**

Penelitian ini meneliti mengenai Implementasi Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam di Nusantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung dengan menggunakan kerangka berfikir teoritis dengan pradigma sebagai berikut :

Nusantara Mart MWC NU Rejotangan merupakan swalayan yang digerakkan oleh organisasi NU. NU sendiri merupakan salah satu organisasi besar islam yang ada di indonesia, oleh karena itu dalam menjalankan setiap aktivitas bisnis harus sesuai dengan etika bisnis islam.

Etika bisnis islam merupakan suatu proses dan juga upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah selanjutnya tentu melaksanakan hal yang benar. Secara sederhana mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Etika dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.<sup>31</sup>

---

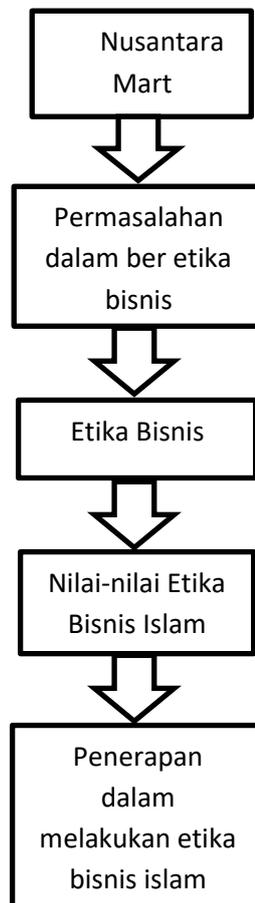
<sup>31</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam :” Implementasi Etika Bisnis Islam untuk Dunia Usaha”*, (Bandung:Alfabeta, 2013) hlm.35

Penerapan dalam melakukan etika bisnis islam dapat dilakukan dengan mengedepankan prinsip-prinsip etika yang sesuai dengan anjuran islam, sehingga dalam setiap aspek aktivitas bisnis dapat tetap berjalan dan tidak melanggar aturan-aturan dalam ajaran islam. Dengan hal ini dikarenakan bisnis dalam islam tidak dikerjakan semata-mata karena orientasi dunia akan tetapi harus mempunyai visi tidak hanya di dunia namun juga visi diakhirat yang jelas. Dengan kerangka berfikir seperti ini maka persoalan etika dalam bisnis menjadi sorotan penting dalam ekonomi islam.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Faisal Badroen, Sahendra dkk, "*Etika Bisnis Islam*", (Jakarta: Fajar Interprama Offset, 1006) hlm.70

Gambar 2.1  
Kerangka Berfikir Teoritis



(Sumber : Data diolah, 2019)