

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

a. Definisi Etika

Secara etimologi, kata etika berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu *ethos* yang berarti kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berpikir.¹ Sedangkan dalam Al-Qur'an, tema yang berhubungan dengan etika adalah *al-khuluq*. *Al-khuluq* dari kata dasar *khaluqa-khuluqan* yang berarti tabiat, budi pekerti, kebiasaan, kesatriaan, keperwiraan. Di samping istilah akhlaq, juga dikenal dengan istilah etika dan moral. Ketiga istilah itu sama-sama menentukan nilai baik dan buruk sikap perbuatan manusia, tetapi perbedaannya terletak pada standarnya. Akhlak standarnya Al-Qur'an dan sunah, sedangkan etika standarnya pertimbangan akal dan fikiran, dan moral standarnya adalah adat kebiasaan yang umum berlaku di lingkungan masyarakat.²

Menurut Issa Rafiq Beekun, etika didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan mana yang baik ataupun buruk. Etika merupakan bidang ilmu yang bersifat normatif, karena berperan dalam menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak

¹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm. 131

² Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 23

dilakukan oleh individu.³ Etika itu sendiri merupakan cabang filsafat yang mencari hakikat nilai-nilai baik dan buruk yang berkaitan dengan perbuatan dan tindakan seseorang, yang dilakukan dengan penuh kesadaran berdasarkan pertimbangan pemikirannya. Etika bagi seseorang terwujud dalam kesadaran moral yang memuat keyakinan “benar atau tidak” sesuatu. Perasaan yang muncul, ia akan merasa salah jika melakukan sesuatu yang diyakini tidak benar berangkat dari norma-norma moral dan perasaan *self-respect* (menghargai diri) bila ia meninggalkannya. Tindakan yang diambil harus dipertanggung jawabkan pada diri sendiri.⁴ Jadi, secara umum dapat dikatakan bahwa etika merupakan ilmu tentang sesuatu yang baik ataupun buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).

b. Definisi Bisnis

Menurut Bertens, bisnis adalah suatu kegiatan ekonomis yang di dalamnya terjadi kegiatan tukar-menukar, jual beli, memproduksi, memasarkan, bekerja dan memperkejakan serta interaksi manusia yang lainnya dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.⁵ Bisnis juga dapat dipahami sebagai suatu kegiatan individu yang terorganisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.⁶ Suatu bisnis ini dapat berlangsung karena adanya ketergantungan

³ Rafik Issa Bekun, dalam Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP- AMP YKPN, 2004), hlm. 38

⁴ Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis...* hlm. 5-6

⁵ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), hlm. 17

⁶ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 20

antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya.

Sedangkan bisnis Islam dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang atau jasa) termasuk *profitnya*, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal haram).⁷

Adapun tujuan dari bisnis Islam adalah untuk mencapai empat hal utama, yaitu sebagai berikut:

1) Target hasil (*profit-materi* dan *benefit-non materi*)

Tujuan dari kegiatan berbisnis tidak hanya untuk mencari *profit* atau nilai materi setinggi-tingginya, namun juga harus mendapat dan memberikan keuntungan atau manfaat nonmateri seperti memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat, bantuan sosial, zakat, terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial, dan lain sebagainya kepada internal organisasi perusahaan.

2) Pertumbuhan

Jika keuntungan *profit-materi* dan *benefit-non materi* sudah diraih, maka perusahaan harus berupaya untuk menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Akan tetapi, upaya dalam meningkatkan pertumbuhan ini harus selalu sesuai dengan lingkup

⁷ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggaet Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm. 15

syariah dengan tidak menghalalkan segala cara untuk mencapai tujuan.

3) Keberlangsungan

Keberlangsungan tidak berhenti pada target hasil dan pertumbuhan, tetapi harus diupayakan agar pertumbuhan target hasil yang telah diperoleh tersebut dapat dijaga keberlangsungannya.

4) Keberkahan

Semua tujuan yang telah dicapai oleh perusahaan bisa tidak berarti apa-apa jika di dalamnya tidak ada keberkahan, karena dalam bisnis Islam keberkahan ini sebagai tujuan inti yang mana bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia. Keberkahan ini menjadi bukti bahwa bisnis yang dilakukan oleh pengusaha Muslim telah mendapatkan ridha dari Allah SWT dan bernilai ibadah karena didalamnya terdapat elemen niat ikhlas dan cara yang digunakan sesuai tuntutan syariah.⁸

c. Etika Bisnis

Menurut Solihin Ismail menyebutkan bahwa etika bisnis adalah penerapan etika secara umum terhadap pelaku bisnis. Secara lebih khusus lagi makna etika bisnis menunjukkan perilaku etis maupun tidak etis yang dilakukan oleh manajer dan karyawan dari suatu organisasi perusahaan.⁹

⁸ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggaet Bisnis...* hlm. 18-19

⁹ Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktik dan Studi Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 103

Etika bisnis juga dapat diartikan sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moralitas. Selain itu, etika bisnis ini juga dapat diartikan sebagai seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus berkomitmen dalam bertransaksi, berperilaku, dan berhubungan untuk mencapai tujuan bisnisnya. Dengan demikian, ketika mempelajari tentang etika bisnis, berarti “*learning what is right or wrong*” yang nantinya dapat membekali seseorang untuk berbuat sesuatu yang benar yang didasari oleh ilmu, kesadaran, dan kondisi yang berbasis moralitas. Akan tetapi, etika bisnis ini dapat berarti juga etika manajerial atau etika oraganisasional yang disepakati oleh perusahaan.¹⁰ Jadi, etika bisnis adalah refleksi dari perbuatan baik atau buruk, benar atau salah, wajar atau tidak, dan pantas atau tidak pantas dalam melakukan bisnis.

d. Etika Bisnis Islam

Dalam Islam diajarkan bahwa nilai-nilai etika harus tetap dijunjung dalam setiap aktivitas, termasuk di dalam hal aktivitas bisnis. Karena dalam kegiatan bisnis, para pelaku bisnis mempunyai kecenderungan untuk melakukan tabrakan kepentingan, yaitu saling menghalalkan cara untuk memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Selain itu pelaku bisnis juga bisa membunuh pihak lain

¹⁰ Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis...* hlm. 15-16

dengan cara pihak yang kuat mendominasi dan pihak yang lemah sehingga semakin tersingkir.

Setelah mengetahui pengertian dari etika dan bisnis, maka dapat diketahui apa itu etika bisnis Islam. Etika bisnis Islam adalah aplikasi pemahaman mengenai apa yang baik, buruk, benar, salah, halal, haram untuk berbagai aktivitas bisnis yang bersumber pada Al-Qur'an dan sunah rasul dalam dunia bisnis.¹¹ Kemudian, titik sentral dari etika bisnis Islam itu sendiri adalah untuk menjaga perilaku pengusaha muslim dengan tetap bertanggung jawab karena percaya kepada Allah SWT.¹² Jadi, dalam etika bisnis Islam, kegiatan berbisnis haruslah sesuai dengan norma-norma etika yang ada di dalam Al-Qur'an dan hadist. Hal ini dapat dilihat dari firman Allah SWT pada Al-Qur'an Surah An-Nisa': 29

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

Artinya: “Wahai orang-orang beriman! Janganlah kamu sekalian memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil kecuali perdagangan yang berdasarkan atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu.”(QS. An-Nisa': 29)¹³

Dari ayat Al-Qur'an di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam Islam tidak ada larangan untuk melakukan kegiatan bisnis,

¹¹ Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis...* hlm. 70

¹² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN-Malang Press, 2007), hlm. 10

¹³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya...*, hlm. 107-108

tetapi dalam melakukan prakteknya ada batasan-batasan tertentu. Batasan-batasan ini seperti aturan halal haram, sehingga dalam melakukan kegiatan bisnis, para pelaku bisnis harus memakai etika bisnis.

2. Prinsip Dasar Etika Bisnis Islami

Untuk membangun suatu bisnis yang sehat maka harus dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan untuk pedoman perilaku oleh para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya. Seperti dalam Islam, bisnis yang dijalankan harus sesuai dengan aturan syariah yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Hadist. Dengan demikian etika tersebut sebagai kontrol perilaku mereka agar bisnis yang dilakukan tetap sesuai koridor. Adapun prinsip dasar etika bisnis Islami adalah sebagai berikut:¹⁴

a. Kesatuan (*Tauhid*)

Dalam hal ini menjelaskan bahwa sumber utama dari etika Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap keesaan Tuhan. Hal tersebut mencerminkan hubungan vertikal, yaitu antara manusia dengan Tuhan. Dengan mengintegrasikan aspek religius dalam aspek-aspek kehidupan yang lain seperti dalam aspek ekonomi akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang seimbang, konsisten, dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan. Peran integrasi dalam konsep tauhid akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia

¹⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi...* hlm 45-47

bahwa ia akan selalu merasa diawasi dalam setiap kegiatannya termasuk dalam kegiatan ekonomi. Dengan demikian, perhatian terus-menerus untuk memenuhi tuntutan etik akan meningkatkan kesadaran individu untuk berbuat baik kepada sesamanya dan alam lingkungannya. Selain itu, jika dimotivasi oleh perasaan tauhid kepada Tuhan Yang Esa maka dalam melakukan segala kegiatan bisnis tidak akan mudah menyimpang dari segala ketentuan-Nya.

b. Keseimbangan/keadilan

Islam menuntut keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dengan kepentingan orang lain, antara kepentingan si kaya dan si miskin, antara hak pembeli dan hak penjual. Artinya, sumber daya ekonomi itu hendaknya tidak hanya terakumulasi atau terkonsentrasi pada sekelompok orang saja, karena orang lain juga mempunyai hak yang sama untuk dapat memiliki sumber daya ekonomi tersebut.¹⁵

Kemudian, dalam melakukan aktivitas kerja ataupun bisnis Islam mengharuskan untuk berbuat adil tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surah An-Nahl ayat 90 :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ
وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan*

¹⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penerbit Plus, 2012), hlm. 21-24

permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar dapat mengambil pelajaran.”(QS. An-Nahl: 90)¹⁶

Praktek keseimbangan dalam kegiatan bisnis dapat dilakukan dengan cara tidak ada kecurangan dalam takaran dan timbangan serta penentuan harga berdasarkan mekanisme pasar yang normal.¹⁷ Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surah Al-Isra’ ayat 35.

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كَلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۗ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: “Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”(QS. Al-Isra’: 35)¹⁸

Berdasarkan ayat di atas, sudah secara jelas bahwa kita diperintah untuk menakar dengan sempurna dan menimbang dengan neraca yang benar. Apabila takaran kita belum atau tidak sempurna, maka hal tersebut sama saja melakukan kecurangan dalam takaran.

c. Kehendak Bebas (*Ikhtiyar-Freewill*)

Islam menekankan bahwa kebebasan atau akibat yang terjadi sebagai konsekuensi dari setiap perbuatan yang kita lakukan tidak merugikan kepentingan orang lain atau kepentingan bersama. Dalam hal ini kepentingan individu dibuka lebar, dan setiap orang diberi kebebasan untuk aktif berkarya dan bekerja sesuai dengan potensi yang dimilikinya, namun kebebasan tersebut tetap harus sesuai dengan

¹⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya...*, hlm. 377

¹⁷ Sri Nawatmi, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam, Fokus Ekonomi (FE)*, Vol. 9, No.1, 2010, hlm. 57

¹⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya...*, hlm. 389

aturan Islam.¹⁹ Implementasi dari kehendak bebas dalam kegiatan bisnis yaitu bersaing dengan sehat saat berkompetisi menghadapi persaingan.

d. Tanggung Jawab (*Fardh*)

Islam sangat menekankan konsep tanggung jawab dalam kehidupan manusia tanpa mengabaikan kebebasan individu. Hal ini berarti Islam menghendaki adanya kebebasan yang bertanggung jawab. Manusia harus berani mempertanggungjawabkan pilihannya di hadapan orang lain maupun dihadapan Allah kelak, karena bisa saja dengan kelihaihan yang dimiliki, manusia dapat melepaskan tanggung jawab atas perbuatannya yang merugikan orang lain.

Tanggung jawab kepada Tuhan dalam perspektif etika bisnis karena disadari bahwa manusia dalam melakukan kegiatan bisnis segala objek yang diperdagangkan pada hakikatnya adalah anugerah-Nya. Manusia selaku pelaku bisnis hanyalah melakukan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Sedangkan tanggung jawab kepada manusia karena manusia adalah mitra yang harus dihormati hak dan kewajibannya.²⁰

e. Kebenaran

Kebenaran dalam konteks bisnis dimaksudkan sebagai niat, sikap, dan perilaku yang benar meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam

¹⁹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi...* hlm 46

²⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit...* hlm. 26-29

upaya meraih keuntungan. Dalam hal ini terkandung dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran.²¹

Kebajikan adalah sikap ihsan, yang merupakan tindakan memberi keuntungan bagi orang lain. Aplikasi dari sikap kebajikan dan kejujuran dapat dilihat saat memberi kelonggaran waktu kepada pihak yang berutang, mau menerima pengembalian barang yang sudah dibeli, membayar utang sebelum ditagih, ramah dan toleran dalam menjual, membeli ataupun menagih utang, dan jujur dalam setiap transaksi bisnis.²²

3. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam, yaitu:²³

- a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk bernama etika bisnis.

²¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi...* hlm 46

²² Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), hlm. 156-157

²³ Johan Arifin, *Etika Bisnis...* hlm. 76

- c. Etika bisnis terutama etika bisnis Islam juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern seperti di era sekarang ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utama yaitu Al-Qur'an dan As-sunah.

4. Prinsip Etika Bisnis Islami

Seorang pengusaha atau pelaku usaha dalam pandangan etika Islam, tujuan utamanya bukan hanya sekedar mencari keuntungan tetapi juga keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridloi oleh Allah SWT. Hal ini berarti yang harus diraih oleh seorang pedagang bukan hanya keuntungan materiil tetapi juga keuntungan immaterial (spiritual).

Untuk meraih keberkahan seperti yang dijelaskan di atas, maka pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam Islam, yaitu:²⁴

- a. Jujur dalam takaran

Menurut Islam, kunci sukses seorang pelaku bisnis adalah kejujuran. Dalam bisnis, untuk membangun kerangka kepercayaan seorang pedagang harus mampu berbuat jujur atau adil, baik terhadap dirinya sendiri ataupun terhadap orang lain. Kejujuran ini harus direalisasikan misalnya dalam hal penggunaan timbangan yang tidak

²⁴ Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis, Dialektika Etika dengan Realitas*, (Malang: UIN-Malang Press, 2009), hlm. 75

membedakan antara kepentingan pribadi (penjual) maupun orang lain (pembeli).

b. Menjual barang yang baik mutunya

Salah satu kecacatan etika dalam kegiatan perdagangan yaitu tidak transparan dalam hal mutu yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam bisnis. Padahal tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkeimbangan antara keuntungan yang didapat dengan mematuhi atau memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum ataupun etika. Seorang palaku bisnis yang menyembunyikan mutu sama halnya berbuat curang dan bohong. Secara tidak langsung, kelakuan tersebut menindas pembeli, karena pembeli telah dizalimi. Hal ini tentu saja dapat menghilangkan keberkahan atas rezeki atau keuntungan yang didapat.²⁵

c. Dilarang menggunakan sumpah

Dalam kehidupan sehari-hari sering ditemukan banyak dari kalangan pedagang yang mengobral sumpah. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas dengan harapan untuk agar orang terdorong untuk membeli. Dalam islam hal ini tentu saja dilarang karena sama saja membohongi pembeli dan tentunya juga bisa menghilangkan keberkahan.

²⁵ Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis, Dialektika Etika...* hlm. 75-78

d. Longgar dan bermurah hati

Dalam kegiatan transaksi pasti terjadi kontrak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli, karena dengan bersikap demikian pembeli menjadi senang dan pada akhirnya bisa menjadi pelanggan setia yang akan menguntungkan bagi perkembangan bisnis dikemudian hari. Selain itu, juga dapat menarik konsumen baru dan dapat memperoleh keberkahan dalam penjualan. Refleksi dari sikap ramah ini dapat dilakukan dengan senyum dan menyambut dengan antusias saat melayani pembeli.²⁶

e. Membangun hubungan baik antar kolega

Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapa saja termasuk antar sesama pelaku bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain baik itu dalam bentuk monopoli atau yang lainnya yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan.

Bisnis merupakan suatu komitmen daripada sekedar transaksi, sehingga hubungan pribadi dianggap sangat penting dalam mengembangkan ikatan perasaan dan kemanusiaan dan perlu diyakini secara timbal balik bahwa hubungan bisnis tidak akan berakhir segera setelah hubungan bisnis selesai. Dengan demikian antara penjual dan pembeli tidak hanya mengejar keuntungan materi semata, namun di

²⁶ Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis, Dialektika Etika...* hlm. 79-80

balik itu ada nilai kebersamaan untuk saling menjaga jalinan kerja sama yang terbangun lewat silaturahmi. Dengan melakukan silaturahmi, jaringan bisnis yang dibangun bisa semakin luas, informasi yang diserap juga semakin banyak dan memperoleh dukungan dari berbagai kalangan yang pada akhirnya dapat membantu mengembangkan usaha bisnis yang dilakukannya.

f. Tertib administrasi

Dalam dunia perdagangan, praktik pinjam-meminjam wajar terjadi. Dalam hubungan ini al-Qur'an mengajarkan perlunya administrasi hutang piutang agar manusia terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi.

g. Menetapkan harga dengan transparan

Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu dalam menetapkan harga harus dilakukan dengan terbuka dan wajar agar tidak terjerumus dalam riba. Meskipun dalam kegiatan bisnis tetap ingin memperoleh keuntungan, hak pembeli juga harus tetap dihormati. Dalam hal ini penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli, terlepas apakah ia sebagai konsumen tetap atau konsumen tidak tetap.²⁷

²⁷Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis, Dialektika Etika...* hlm. 80-84

5. Pedoman Etika Umum Bagi Bisnis Kaum Muslim

Seorang Muslim dituntut untuk bertindak secara Islami dalam melakukan kegiatan bisnis, karena Allah SWT akan menjadi saksi dalam setiap kegiatan dan transaksi yang mereka lakukan. Adapun prinsip-prinsip bisnis kaum Muslim yaitu:²⁸

a. Jujur dan berkata benar

Kejujuran dan kebiasaan berkata benar adalah kualitas-kualitas yang harus dikembangkan dan dipraktekkan oleh para pengusaha Muslim.

b. Rendah hati dalam menjalani hidup

Seorang Muslim atau pengusaha Muslim tidak boleh terbawa ke dalam gaya hidup yang berlebihan, dan harus menunjukkan kemauan baik dalam semua transaksi diantara mereka.

c. Menjalankan musyawarah dalam menyelesaikan masalah

Ketika terjadi permasalahan dalam kegiatan ekonomi, termasuk dalam aktivitas bisnis, kita tidak diperbolehkan untuk terbur-buru mengambil langkah untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, apalagi dengan menyalahkan orang lain. Sebaiknya dilakukan musyawarah untuk mengatasi permasalahan yang terjadi, sehingga langkah yang diambil nanti bisa efektif dan efisien. Oleh karena itu, Allah SWT menekankan pentingnya musyawarah.

²⁸ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2004), hlm. 105

d. Tidak terlibat dalam kecurangan

Seorang pengusaha harus menghindari kecurangan dalam menghadapi persaingan bisnis. Karena jika persaingan bisnis semakin ketat, maka bisa saja terjadi bentuk-bentuk kecurangan seperti monopoli yang akhirnya merugikan pihak lain dan mendorong persaingan tidak sehat.

e. Tidak menyuap

Para pengusaha mungkin kadangkala digoda untuk memberikan uang suap untuk mendesak pihak lain agar memberi mereka kesempatan khusus atau untuk memungkinkan mereka mendapat peluang dengan praktek-praktek ketidakjujuran. Praktek penyuapan seperti ini sangat dilarang dalam Islam.

f. Berbisnis secara adil

Prinsip keadilan ini biasanya berlaku pada semua bentuk transaksi seperti takaran dan timbangan dan penentuan harga. Selain itu, sebagai seorang pengusaha Muslim, meskipun kita tidak menyukai orang lain dalam suatu kegiatan bisnis, kita tetap harus memperlakukan orang lain dengan cara yang sama dan adil sebagaimana mereka diperlakukan.²⁹

6. Sifat-Sifat Nabi Muhammad SAW dalam Berbisnis

Agama Islam adalah agama yang sempurna, oleh karena itu Allah SWT mengutus Nabi Muhammad SAW sebagai penyempurna akhlak

²⁹ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami...* hlm. 105

dan sebagai contoh bagi seluruh manusia dalam seluruh kegiatannya, termasuk di dalamnya kegiatan berbisnis. Adapun sifat- sifat Nabi Muhammad SAW yang harus diteladani dan diterapkan oleh para pelaku ekonomi adalah sebagai berikut.³⁰

a. Shidiq (kejujuran)

Shidiq diartikan sebagai kejujuran dan kebenaran. Nilai dasarnya adalah integritas, nilai – nilai dalam bisnisnya berupa jujur, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional. Jika seorang *businessman* menerapkan sifat ini dalam kegiatan operasionalnya maka niscaya tujuan dari bisnis tersebut akan dicapai dengan mudah, efektif dan efisien.³¹

Sifat jujur merupakan sifat yang terpuji dan akhlak Islam yang utama. Seorang Muslim harus tetap berpegang teguh pada sikap ini dalam setiap keadaan. Sebagai seorang pengusaha, sikap jujur ini penting untuk diterapkan dalam kegiatan usahanya termasuk dalam kegiatan transaksi yang juga disertai dengan kejelasan. Hal ini nantinya akan membawa berkah dalam kegiatan muamalahnya dan Allah SWT akan mengangkat derajatnya di surga setingkat dengan para nabi, shidiqqun (orang-orang yang jujur) dan syuhada.³²

³⁰ Ahmad Mujahidin, *Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep, Instrument, Negara, dan Pasar*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 26

³¹ Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 309

³² Asyraf M Dawabah, *Menjadi Pengusaha Muslim*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2005), hlm. 62

Sikap jujur ini dapat diterapkan oleh pengusaha dalam menawarkan atau mempromosikan produk yang dijualnya. Dalam menawarkan produk, seorang pengusaha harus memberikan penjelasan kualitas produk sesuai dengan keadaan barang dan tidak disertai sumpah palsu serta tidak menutupi kecacatan barang. Selain itu, pelaku bisnis juga harus mampu untuk menepati janji yang telah dibuatnya. Sehingga dalam kegiatan jual beli ini tidak ada konsumen yang merasa dirugikan.

b. Amanah

Amanah nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam bisnisnya adalah kepercayaan, bertanggung jawab, transparan, dan tepat waktu. Amanah merupakan bentuk perilaku seseorang yang dapat dipercaya dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang menjadi tugasnya.³³

Amanah (tanggung jawab, dapat dipercaya, kredibilitas) menjadi misi hidup setiap Muslim. Karena seorang Muslim hanya dapat menjumpai Sang Maha Benar dalam keadaan ridha dan diridhai, yaitu manakala menepati amanat yang telah dipikulkan kepadanya. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap individu Muslim. Sifat amanah memainkan peranan

³³ Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah...* hlm. 309

fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.³⁴

Dalam kegiatan jual beli dengan menggunakan akad bagi hasil, sikap amanah ini dapat dilakukan oleh pengusaha dengan menjelaskan harga penjualan serta keuntungan yang diambil.³⁵ Dalam hal ini, pelaku bisnis dilarang untuk memakan riba, melakukan tindak kedzaliman, melakukan suap, memberikan hadiah haram (curang) serta memberi komisi yang haram.

c. Tabligh

Sifat *tabligh* artinya komunikatif, sehingga orang yang memiliki sifat ini akan menyampaikan pesan dengan benar melalui tutur kata yang menyenangkan dan lemah lembut. Dalam dunia bisnis seorang pelaku usaha harus mampu menyampaikan visi dan misi dengan benar kepada *stakeholdernya*, mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk tanpa berbohong dan tidak menipu pelanggan. Selain itu seorang pengusaha juga harus mampu berdialog, berdiskusi dan berbicara dengan orang lain dengan bahasa yang mudah dipahami sehingga mudah diterima.³⁶

d. Fathanah

Fathanah berarti cakap atau cerdas, memiliki kemampuan intelektual cerdas, kreatif, berani, percaya diri, dan bijaksana.

³⁴ Ahmad Mujahidin, *Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep...* hlm. 27

³⁵ Asyraf M Dawabah, *Menjadi Pengusaha...* hlm. 73

³⁶ Mustofa, *Entrepreneurship Syariah: (Menggali Nilai-Nilai Dasar Manajemen Bisnis Rasulullah)*, *Al-Mizan*, Vol. 9, No. 1, 2013, hlm. 43-44

Seorang pelaku bisnis yang mempunyai sifat ini maka akan memahami dan mengerti tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan kewajiban dan tugasnya.³⁷

Sifat *fathanah* (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap Muslim. Karena untuk mencapai Sang Maha Benar, seorang Muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh-Nya. Potensi yang paling dan termahal yang hanya diberikan kepada manusia adalah akal (*intelektualitas*).

Implikasi ekonomi dan bisnis dari sifat ini adalah bahwa segala aktivitas harus dilakukan dengan ilmu, kecerdasan dan pengoptimalan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. Jujur, benar, kredibel dan bertanggung jawab saja tidak cukup dalam berekonomi dan bisnis. Para pelaku harus pintar dan cerdik supaya usahanya efektif dan efisien, dan agar tidak menjadi korban penipuan.³⁸

Dengan memiliki sifat ini, pelaku bisnis bisa dengan cepat menganalisis situasi persaingan yang sedang terjadi serta perubahan-perubahan saat itu atau yang mungkin terjadi di masa yang akan datang. Hal ini penting dilakukan agar tujuan dari suatu bisnis atau perusahaan tersebut bisa tercapai dan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Selain itu, dengan mempunyai sifat

³⁷Ali Muhammad Taufiq, *Praktik Manajemen Berbasis Al-Qur'an*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), hlm 176

³⁸Ahmad Mujahidin, *Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep...*hlm. 28

fathanah ini seorang pelaku bisnis akan menumbukan kreatifitasnya untuk melakukan berbagai inovasi yang bermanfaat untuk bisnisnya.

B. Pelaku Usaha

1. Pengertian Pelaku Usaha

Istilah pelaku usaha sama dengan istilah pelaku bisnis dan pelaku ekonomi. Pelaku usaha adalah subjek yang melakukan kegiatan usaha atau melakukan kegiatan ekonomi. Sedangkan pelaku bisnis merupakan subjek yang melakukan kegiatan bisnis sama seperti pelaku ekonomi. Dan pelaku ekonomi adalah subjek yang melakukan kegiatan ekonomi seperti memproduksi barang atau jasa serta melakukan distribusi. Dalam hal ini pelaku usaha termasuk kelompok pengusaha. Adapun kelompok pelaku usaha terdiri dari:³⁹

- a. Kalangan investor, yaitu pelaku usaha yang menyediakan dana untuk membiayai berbagai kepentingan.
- b. Produsen, yaitu pelaku usaha yang memproduksi barang atau jasa. Produsen itu sendiri terdiri dari orang atau badan usaha yang berkaitan dengan pangan, memproduksi sandang, dan orang atau usaha yang berkaitan dengan pembuatan rumah, angkutan, kesehatan, obat-obatan dan lain sebagainya.
- c. Distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang dan jasa kepada masyarakat.

³⁹ Agus Riyanto, *Hukum Bisnis Indonesia*, (Batam: CV. Batam Publisher, 2018), hlm. 109

2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Dalam kegiatan perdagangan, pelaku usaha memiliki hak-hak yang harus diberikan dan dihormati oleh pihak lain. Hak tersebut diimbangi dengan dibebankannya beberapa kewajiban yang harus dilakukan. Adapun hak pelaku usaha sebagaimana yang disebutkan dalam pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁴⁰

Sedangkan kewajiban pelaku usaha diatur dalam pasal 7, yaitu sebagai berikut:

- a. Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.

⁴⁰ Agus Riyanto, *Hukum Bisnis...* hlm. 110

- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.⁴¹

C. Penelitian Terdahulu

Penelitian Rachman, dkk⁴² yang bertujuan untuk mengidentifikasi apakah para pedagang fashion busana muslim di Pasar Baru Trade Center

⁴¹ Agus Riyanto, *Hukum Bisnis...* hlm. 111

telah menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan praktek bisnisnya atau belum. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasilnya menunjukkan bahwa tauhid berkorelasi positif dengan penerapan konsep etika bisnis Islam dan dapat disimpulkan bahwa pedagang fashion busana muslim di Pasar Baru Trade Center telah menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini dibuktikan dengan nilai indeks yang tinggi pada nilai tauhid yakni sebesar 89,9% (sangat tinggi) yang berdampak pada tingginya penerapan setiap variabel dalam penelitian, yakni shiddiq 83% (sangat tinggi), amanah 84,2% (sangat tinggi), fathanah 82,7% (sangat tinggi), dan tabligh 79,2% (tinggi). Persamaan dengan penelitian ini terletak pada pembahasan tentang penerapan etika bisnis islam, sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian, tempat, dan objek penelitian.

Penelitian Zahroh⁴³ yang bertujuan untuk mengetahui nilai fathonah dalam dalam pengelolaan bisnis di Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik studi kasus. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa nilai fathonah memiliki pengaruh yang baik dalam bisnis yakni terhadap pemasaran, produksi, peningkatan penjualan, pengelolaan keuangan yang baik dan kemampuan mahasiswa dalam berwirausaha. Persamaan dalam penelitian adalah sama-

⁴² Fajri Futuh Rachman , dkk, Identifikasi Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Fashion Busana Muslim di Pasar Baru Trade Center, *Prosiding Ilmu Ekonomi*, Vol. 4, No. 1, 2018, hlm. 37-43, diakses melalui karyailmiah.unisba.ac.id pada tanggal 30 Agustus 2020

⁴³ Fatimathuz Zahroh, Muhammad Nafik H.R, Nilai Fathonah dalam Pengelolaan Bisnis di Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo, *JESTT*, Vol. 2, No. 9, 2015, hlm. 745-758, diakses melalui <https://e-journal.unair.ac.id> pada tanggal 29 Agustus 2020

sama membahas tentang etika bisnis Islam termasuk di dalamnya nilai fathanah. Sedangkan perbedaan terletak pada tempat penelitian, dan teknik yang digunakan.

Penelitian Herianingrum⁴⁴ yang bertujuan untuk mengetahui implementasi nilai-nilai amanah yang diterapkan karyawan Hotel darussalam Pondok Gontor. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus yang bersifat eksplanatoris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi sifat amanah karyawan Hotel Darussalam Pondok Gontor Ponorogo sudah diterapkan dengan baik. Dalam melakukan proses pelayanan kepada konsumen, karyawan Hotel Darussalam Pondok Gontor Ponorogo telah menerapkan ketiga indikator yakni tanggung jawab, transparasi, serta tepat janji dengan baik. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang penerapan etika bisnis Islam termasuk di dalamnya nilai amanah. Sedangkan perbedaannya terletak pada jenis penelitian dan tempat yang dijadikan objek penelitian.

Penelitian Sampurno⁴⁵ yang bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam dan dampaknya pada perusahaan. Analisis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara umum perusahaan telah

⁴⁴ Sri Herianingrum, dkk, Implementasi Nilai-Nilai Amanah pada Karyawan Hotel Darussalam Pondok Pesantren Gontor di Ponorogo, *Al-Tijarah*, Vol. 1, No. 1, 2015, hlm. 59-71, diakses melalui <https://ejournal.unida.gontor.ac.id> pada tanggal 30 Agustus 2020

⁴⁵ Wahyu Mijil Sampurno, Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga, *Journal of Islamic Economics Lariba*, Vol. 2, Issue 1, 2016, hlm 13-18, diakses melalui <https://journal.uui.ac.id> pada tanggal 30 November 2019

melaksanakan etika bisnis Islam sesuai dengan lima aksioma etik yang diacu, yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, ihsan dan tanggung jawab. Selain itu, penerapan etika bisnis Islam pada perusahaan juga berdampak pada enam aspek kemajuan bisnis perusahaan yaitu aspek pemasaran, manajemen dan SDM, hukum, sosial, dan dampak lingkungan. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang penerapan etika bisnis Islam pada lingkup usaha. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek kajian penelitian. Pada penelitian ini objek kajian penelitian adalah usaha kerajinan bambu, sedangkan pada penelitian Sampurno, objek kajian adalah industri rumah tangga penghasil bandeng di Kabupaten Pematang Jaya, Sumatera Utara.

Penelitian Juliana, dkk⁴⁶ yang bertujuan untuk mengukur tingkat implementasi etika bisnis Islam para pelaku UMKM program PUSPA bank Indonesia wilayah Jawa Barat di Kota Bandung tahun 2017. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan statistika deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan tingkat implementasi etika bisnis Islam pelaku usaha mikro binaan program PUSPA bank Indonesia wilayah Jawa Barat tahun 2017 masuk dalam kriteria baik. Hal ini terlihat dari beberapa dimensi yang digunakan yaitu, jujur, penggunaan barang berkualitas baik, ihsan, membangun hubungan baik dengan konsumen dan etika menetapkan harga.

⁴⁶ Juliana, M. Faathir & M.A. Sulthan, Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro: Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Mikro Syariah Puspa Bank Indonesia Wilayah Jawa Barat Di Bandung Tahun 2017, *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, Vol. 19, No. 1, 2019, hlm. 36-43, diakses melalui <https://ejournal.upi.edu/index.php/strategic/article/view/17663>, tanggal 30 November 2019

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang etika bisnis pada pelaku usaha, sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan dan objek penelitian.

Penelitian Sari⁴⁷ yang bertujuan untuk mengetahui apakah praktik bisnis yang dilakukan oleh para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) muslim khususnya di bidang makanan dan minuman di Kabupaten Tuban telah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam serta apa saja kendala yang dihadapi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode interaksi simbolik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam belum diterapkan oleh para pelaku UMKM makanan dan minuman di Kabupaten Tuban. Karena, dalam aktivitas bisnisnya belum menerapkan sepenuhnya kelima prinsip dari etika bisnis Islam. Tidak diterapkannya kelima prinsip dari etika bisnis Islam disebabkan terdapat beberapa kendala yang dihadapi. Kendala dalam penerapan prinsip tauhid adalah dalam proses produksi yang tidak bisa untuk ditinggalkan sehingga dalam pelaksanaan ibadah sholat tidak bisa dilakukan segera dan harus bergantian. Kejujuran belum diterapkan karena harga bahan baku yang terus mengalami kenaikan sehingga salah satu cara adalah melakukan penimbunan terhadap bahan baku untuk menekan biaya produksi. Kebermanfaatan belum diterapkan karena kurangnya kemampuan dalam mengelola limbah dengan baik sehingga dapat mencemari

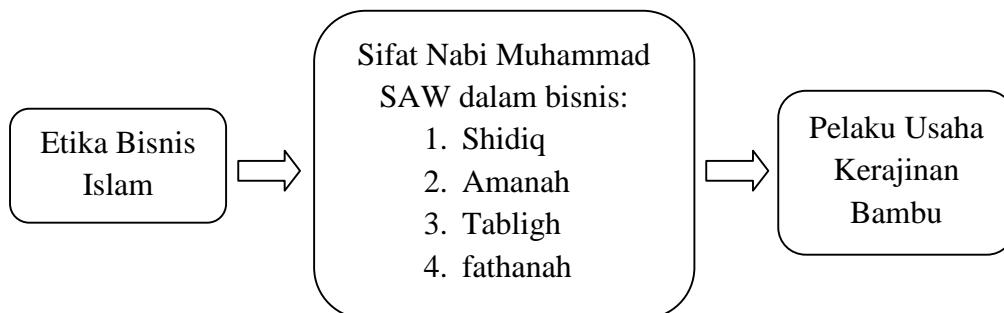
⁴⁷ Dwi Hardika Sari, Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Makanan dan Minuman di Kabupaten Tuban, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, Vol. 7, No. 2, 2019, diakses melalui <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5696> pada tanggal 29 Maret 2020

lingkungan dan mengganggu aktivitas masyarakat. Bertanggung jawab belum diterapkan karena jarak dan waktu, terbatasnya tenaga kerja dan mesin menyebabkan kurang tepatnya dalam memenuhi jangka waktu pemesanan kepada konsumen. Serta, prinsip keadilan belum diterapkan karena terdapat beberapa tindakan curang yang mampu merugikan pihak lain serta dalam aktivitas bisnisnya merugikan pihak lain yaitu masyarakat seperti adanya limbah. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang penerapan etika bisnis Islam pada pelaku usaha. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek kajian penelitian. Pada penelitian ini objek kajian penelitian adalah usaha kerajinan bambu, sedangkan pada penelitian Sari, objek kajian adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) muslim khususnya di bidang makanan dan minuman di Kabupaten Tuban. Selain itu metode yang digunakan juga berbeda, yaitu menggunakan interaksi simbolik.

D. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir digunakan sebagai dasar dalam pengembangan konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian, sehingga kerangka berfikir dalam penelitian adalah sebagai berikut.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Keterangan:

Bisnis merupakan suatu kegiatan ekonomi yang di dalamnya terdapat kegiatan produksi, memasarkan, tukar menukar dan jual beli dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Dalam Islam, usaha untuk memperoleh keuntungan tersebut tidak boleh dengan menggunakan berbagai cara, karena ada batasan-batasan tertentu. Oleh karena itu peran etika bisnis Islam di sini sangat penting untuk membatasi perilaku mereka agar tidak menyimpang.

Etika bisnis Islam adalah aplikasi pemahaman mengenai apa yang baik atau buruk, benar atau salah, dan halal atau haram dalam kegiatan bisnis yang bersumber dari Al-Qur'an dan sunah Rasul. Adapun etika bisnis yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha kerajinan Bambu yang ada di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek dapat mencontoh dari sikap Nabi Muhammad SAW dalam kegiatan bisnisnya. Beberapa sikap tersebut diantaranya shidiq, amanah, tabligh, dan fathanah.

Shidiq dapat diartikan sebagai kejujuran dan kebenaran. Jika pelaku bisnis menerapkan sikap ini dalam kegiatan operasional bisnisnya, maka niscaya tujuan dari bisnis tersebut dapat dicapai dengan mudah, efektif dan

efisien. Selanjutnya amanah merupakan sikap atau perilaku seseorang yang dapat dipercaya dan tanggung jawab atas segala sesuatu yang menjadi tugasnya. Sifat amanah ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan penuh tanggung jawab pada setiap pelaku bisnis. Kemudian tabligh artinya komunikatif. Seseorang yang mempunyai sifat ini akan menyampaikan pesan dengan benar melalui tutur kata yang baik dan mudah dipahami. Dan yang terakhir fathanah berarti cakap atau cerdas. Oleh karena itu seorang pelaku bisnis harus mempunyai sikap ini agar dapat memahami dan mengerti segala sesuatu yang berhubungan dengan kewajiban dan tugasnya.

Dengan demikian, keempat sikap rasul tersebut dapat dijadikan sebagai contoh oleh pelaku usaha kerajinan bambu yang ada di Desa Wonoanti Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek dalam menjalankan kegiatan usahanya agar cara yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan dan mengatasi persaingan usaha tidak menyimpang dari aturan yang telah ditetapkan dalam Al-Qur-an dan As-Sunah.