

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Budaya Organisasi

a) Pengertian Budaya Organisasi

Sebelum mendefinisikan pengertian budaya organisasi, perlu diketahui terlebih dahulu mengenai pengertian budaya dan pengertian organisasi. Budaya adalah bentuk jamak dari kata “budi” dan “daya” yang berarti cinta, karsa, dan rasa. Kata “budaya” sebenarnya berasal dari bahasa Sanskerta *budhayah* yaitu bentuk jamak kata *buddhi* yang berarti budi atau akal. Dalam bahasa Inggris, kata budaya berasal dari kata *culture*. Dalam bahasa Belanda diistilahkan dengan kata *cultuur*. Dalam bahasa Latin, berasal dari kata *colera* berarti mengolah, dan mengerjakan, menyuburkan, dan mengembangkan tanah (bertani).¹ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, budaya diartikan sebagai pikiran, adat istiadat, sesuatu yang sudah berkembang yang menjadi kebiasaan yang sukar diubah.² Budaya merupakan nilai-nilai yang dimiliki manusia, bahkan mempengaruhi sikap dan perilaku manusia. Budaya merupakan satu unit interpretasi, ingatan, dan makna yang ada di dalam manusia dan bukan sekadar dalam kata-kata.³

¹ Elly M. Setiadi, et. all., *Ilmu Sosial & Budaya Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 27.

² Hari Sulaksono, *Budaya Organisasi dan...*, hlm. 3

³ *Ibid*, hlm. 2.

Kata organisasi dalam bahasa Inggris yaitu *organization* berasal dari bahasa Yunani “organon” dan istilah Latin “organum” yang dapat berarti alat, bagian, anggota atau badan. James D. Mooney mengatakan bahwa organisasi adalah bentuk setiap perserikatan manusia untuk mencapai suatu tujuan bersama.⁴ Menurut Siagian, organisasi adalah setiap bentuk perserikatan antara dua orang atau lebih yang bekerjasama untuk tujuan bersama dan terikat secara formal dalam persekutuan yang selalu terdapat hubungan antarorang atau sekelompok orang yang disebut pimpinan dan seorang atau orang lain yang disebut bawahan.⁵ Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa organisasi adalah kesatuan dari sekelompok orang yang mempunyai tujuan yang sama, dimana agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif dan efisien setiap anggota organisasi mempunyai tugas dan tanggung jawab masing-masing.

Menurut Robbins, budaya organisasi merupakan sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota yang membedakan suatu organisasi dari organisasi lain.⁶ Kreitner dan Kinitcki mendefinisikan budaya organisasi adalah perekat organisasi yang mengikat anggota organisasi melalui nilai-nilai yang ditaati, peralatan simbolik, dan cita-cita sosial yang ingin dicapai. Sementara Mondy mengartikan budaya organisasi sebagai sistem nilai-nilai, keyakinan, dan kebiasaan bersama dalam organisasi yang berinteraksi dengan struktur formal untuk menghasilkan

⁴ Anang Firmansyah, *Manajemen*, (Surabaya: Qiara Media, 2019), hlm. 48.

⁵ Hari Sulaksono, *Budaya Organisasi dan...*, hlm. 1.

⁶ *Ibid*, hlm. 2.

norma perilaku.⁷ Sejalan dengan Mondy, Matsutomo mendefinisikan budaya organisasi sebagai seperangkat sikap, nilai-nilai, keyakinan, dan perilaku yang dipegang oleh sekelompok orang dan dikomunikasikan dari generasi ke generasi berikutnya. Titik tekan kedua tokoh ini terletak tidak hanya pada sistem nilai-nilai yang diyakini, tetapi juga diajarkan untuk semua anggota organisasi.⁸

Budaya organisasi merupakan gaya dan cara hidup suatu organisasi yang merupakan cerminan dari nilai-nilai atau kepercayaan yang selama ini dianut oleh seluruh anggota organisasi. Budaya organisasi adalah pola kepercayaan, nilai, ritual, mitos para anggota suatu organisasi, yang memengaruhi perilaku semua individu dan kelompok di dalam organisasi.⁹ Budaya organisasi mengacu pada sekumpulan keyakinan bersama, sikap dan tata hubungan serta asumsi-asumsi yang secara eksplisit atau implisit diterima dan digunakan oleh keseluruhan anggota organisasi untuk menghadapi lingkungan luar dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi. Dalam hal ini, budaya organisasi mempunyai pengaruh penting terhadap motivasi.¹⁰

Schein mengungkapkan bahwa budaya organisasi dapat ditemukan dalam tiga tingkatan, yaitu:

1. Artifak, dimana budaya bersifat kasat mata. Misalnya: lingkungan fisik organisasi, teknologi, cara berpakaian, dan lain-lain.

⁷ Djokosantoso Moeljono, *Cultured! Budaya Organisasi...*, hlm. 12.

⁸ Ibid, hlm. 13.

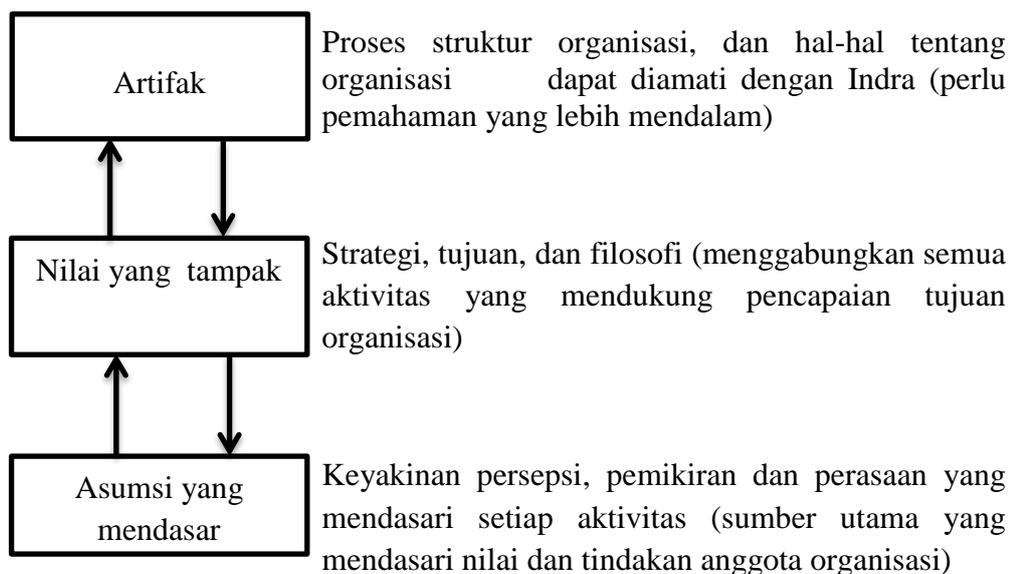
⁹ Marwan, et. all., *Manajemen Kinerja & Budaya Organisasi Suatu Tinjauan Teoritis*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 36.

¹⁰ Hari sulaksono, *Budaya Organisasi dan...*, hlm. 3-4.

2. Nilai, yang memiliki tingkat kesadaran lebih tinggi daripada artifak. Nilai ini sulit diamati secara langsung oleh karenanya perlu untuk menyimpulkan melalui wawancara dengan anggota kunci organisasi.
3. Asumsi dasar, merupakan bagian penting dari budaya organisasi. Asumsi ini menjelaskan di mana budaya diterima begitu saja walau tidak kasat mata dan tidak disadari.

Tiga tingkatan budaya dan interaksinya tersebut menurut Schein dapat dicermati pada gambar di bawah ini:

Gambar 2.1 Model Tiga Tingkatan Budaya Organisasi dari Schein



Dari gambar tiga tingkatan budaya di atas, dijelaskan beberapa asumsi dasar yang dapat digunakan sebagai alat untuk menilai budaya organisasi, karena asumsi menunjukkan apa yang dapat dipercayai oleh anggota organisasi sebagai kenyataan, dan karenanya dapat mempengaruhi apa yang mereka pahami, pikirkan dan rasakan. Beberapa asumsi dasar budaya organisasi tersebut adalah keterkaitan dengan lingkungan, hakikat kegiatan

manusia, hakikat realitas dan kebenaran, hakikat waktu, hakikat sifat manusia, hakikat hubungan antar manusia, dan *homogeneity vs diversity*.

Dari definisi budaya organisasi atau budaya perusahaan tersebut dapat disimpulkan bahwa budaya organisasi yang menjadi budaya kerja perusahaan merupakan suatu rangkaian dari nilai-nilai, norma, dan asumsi-asumsi yang dimiliki para karyawan sehingga dapat membedakan perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain.¹¹

b) Karakteristik Budaya Organisasi

Budaya organisasi pada setiap organisasi pasti memiliki karakteristik masing-masing. Hal ini menunjukkan keberagaman sifat, ciri, elemen, sebagai karakteristik dari budaya organisasi itu sendiri. Menurut Michael Zwell yang menjadi karakteristik suatu budaya organisasi adalah: budaya yang dipelajari, norma dan adat istiadat yang berlaku umum, budaya kebanyakan pekerja secara tanpa sadar, dikontrol melalui banyak mekanisme dan proses sosial, diteruskan pada setiap generasi, adat dan perilaku yang biasa berkaitan dengan moralitas dan keunggulan, dan kenyamanan dan dikenal umum.¹²

Sedangkan menurut Robbins, ada tujuh karakteristik budaya organisasi antara lain sebagai berikut:

¹¹ Alifiulahtin Utaminingsih, *Perilaku Organisasi: Kajian Teoritik & Empirik terhadap Budaya Organisasi, Gaya Kepemimpinan, Kepercayaan, dan Komitmen*, (Malang: UB Press, 2014), hlm. 29-30.

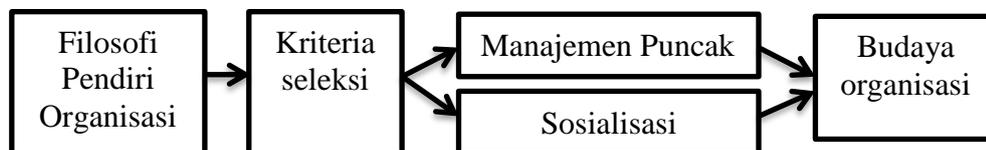
¹² Onita Sari Sinaga, et. all., *Manajemen Kinerja dalam Organisasi*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 57.

1. Inovasi dan pengambilan resiko (*Inovation and risk taking*), suatu tingkatan dimana pekerja didorong untuk menjadi inovatif dan mengambil resiko.
2. Perhatian pada hal detail (*Attention to detail*), dimana pekerja diharapkan menunjukkan ketepatan, analisis, dan perhatian pada hal detail.
3. Orientasi pada manfaat (*Outcome orientation*), di mana manajemen fokus kepada hasil atau manfaat daripada sekedar pada teknik atau proses yang digunakan untuk mendapatkan manfaat tersebut.
4. Orientasi pada orang (*People orientation*), di mana keputusan manajemen mempertimbangkan pengaruh manfaatnya pada orang dalam organisasi.
5. Orientasi pada tim (*Team orientation*), di mana aktifitas kerja di organisasi berdasar tim daripada individual.
6. Agresivitas (*Aggresivenness*), di mana orang cenderung lebih agresif dan kompetitif daripada *easygoing*.
7. Stabilitas (*Stability*), di mana aktifitas organisasional menekankan pada menjaga status quo sebagai lawan dari perkembangan.¹³

c) Pembentukan Budaya Organisasi

Terbentuknya budaya organisasi menurut Robbins dapat dicermati pada gambar berikut:

¹³ Moh. Saiful Bahri, *Pengaruh Kepemimpinan Lingkungan Kerja, Budaya Organisasi dan Motivasi terhadap Kepuasan Kerja yang Berimplikasi terhadap Kinerja Dosen*, (Surabaya: Jakad Publishing, 2018), hlm. 38-39.

Gambar 2.2 Pembentukan Budaya Organisasi

Dari gambar di atas, dapat dijelaskan bahwa budaya organisasi dibentuk oleh filosofi dari pendiri organisasi dengan melalui kriteria yang dianut kemudian ditetapkan oleh manajemen puncak (*top management*) yang implementasinya dengan cara disosialisasikan kepada seluruh elemen organisasi proses transformasi budaya kepada seluruh anggota organisasi setelah diseleksi dengan kriteria tertentu yang telah disepakati bersama berdasarkan dengan nilai, norma, dan asumsi yang bersumber dari filosofi pendiri organisasi.

Dengan kata lain, budaya organisasi diciptakan oleh pendiri organisasi/ perusahaan atau pimpinan paling atas sebagai falsafah dan strategi, yang ditetapkan menjadi petunjuk dan pedoman anggota organisasi dalam melakukan semua aktivitas atau menjalankan tugas.

Implementasi budaya organisasi dengan cara disosialisasikan kepada seluruh karyawan, sehingga sikap dan perilaku karyawan akan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh organisasi. Sosialisasi yang efektif akan menghasilkan karyawan yang mempunyai tingkat penyesuaian yang lebih baik, yang pada akhirnya akan dapat menurunkan gejala tekanan psikologis, menurunkan dorongan untuk meninggalkan organisasi (meningkatkan komitmen untuk keberlanjutan pada organisasi), dan akan dapat meningkatkan kepuasan kerja dan kinerja karyawan. Apabila

implementasinya berhasil dan dapat bertahan maka filosofi atau visi yang diyakini akan berkembang menjadi budaya organisasi yang kuat di tempat tersebut.¹⁴

Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam pembentukan budaya organisasi yaitu unsur-unsur pembentuk budaya organisasi dan proses pembentukan budaya organisasi itu sendiri. Menurut Pabundu, ada tiga kekuatan untuk mempertahankan budaya organisasi antara lain sebagai berikut:

1. Proses seleksi, proses seleksi bertujuan untuk mengidentifikasi dan mempekerjakan individu-individu yang memiliki pengetahuan, keterampilan dan kemampuan untuk melaksanakan pekerjaan dengan sukses dalam organisasi.
2. Manajemen puncak, tindakan manajemen puncak memiliki dampak besar pada budaya organisasi. Ucapan dan perilaku mereka dalam melaksanakan norma-norma sangat berpengaruh terhadap anggota organisasi.
3. Sosialisasi dimaksudkan agar para karyawan baru dapat menyesuaikan diri dengan budaya organisasi.¹⁵

d) Fungsi Budaya Organisasi

Fungsi budaya pada umumnya sukar dibedakan dengan budaya organisasi atau budaya kelompok, karena budaya merupakan gejala sosial. Menurut Ndraha, ada beberapa fungsi budaya antara lain sebagai berikut:

¹⁴ Alifiulahtin Utaminingsih, *Perilaku Organisasi: Kajian Teoritik & Empirik terhadap...*, hlm. 31-32.

¹⁵ Marwan, et. all., *Manajemen Kinerja & Budaya Organisasi...*, hlm. 44-45.

1. Sebagai identitas dan citra suatu masyarakat
2. Sebagai pengikat suatu masyarakat
3. Sebagai kekuatan penggerak
4. Sebagai kemampuan untuk membentuk nilai tambah
5. Sebagai pola perilaku
6. Sebagai warisan
7. Sebagai pengganti formalitas
8. Sebagai mekanisme adaptasi terhadap perubahan
9. Sebagai proses yang menjadikan bangsa kongruen dengan negara sehingga terbentuk *nation-state*

Sedangkan menurut Robbins, fungsi budaya organisasi adalah sebagai berikut:

1. Budaya menciptakan perbedaan yang jelas antara satu organisasi dan yang lain.
2. Budaya membawa suatu rasa identitas bagi anggota-anggota organisasi.
3. Budaya mempermudah timbulnya komitmen pada sesuatu yang lebih luas daripada kepentingan diri individual seseorang.
4. Budaya merupakan perekat sosial yang membantu mempersatukan organisasi itu dengan memberikan standar-standar yang tepat untuk dilakukan oleh karyawan.
5. Budaya sebagai mekanisme pembuat makna dan kendali yang memandu dan membentuk sikap serta perilaku karyawan.¹⁶

¹⁶ Saban Echdar dan Maryadi, *Business Ethics...*, hlm. 137.

B. Etika Bisnis Islam

1) Pengertian Etika Bisnis

Istilah “etika” pertama kali diperkenalkan oleh Aristoteles dalam *Ethica Nichomacheae*, yang kemudian dianggap sebagai awal lahirnya etika.¹⁷ Etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti ‘adat istiadat’ atau ‘kebiasaan’. Dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. 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 yang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain.¹⁸ Secara sederhana, etika merupakan ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk atau ilmu tentang apa yang benar dan apa yang keliru serta ilmu tentang hak dan kewajiban moral. Pada tataran ini, etika identik dengan filsafat moral.¹⁹

Selanjutnya membahas mengenai bisnis. Secara historis, kata bisnis berasal dari bahasa Inggris “*business*”, dari kata dasar “*busy*” yang bermakna “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, maupun masyarakat. Secara etimologi, bisnis bermakna keadaan dimana seseorang atau sekumpulan orang sibuk melakukan pekerjaan yang membuahkan

¹⁷ Mukhtar Samad, *Etika Bisnis Syariah Berbisnis Sesuai dengan Moral Islam*, (Yogyakarta: Sunrise, 2016), hlm. 7.

¹⁸ Sonny Keraf, *Pustaka Filsafat Etika Bisnis Tuntunan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), hlm. 14.

¹⁹ L. Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), hlm. 6-7.

keuntungan.²⁰ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, dan bidang usaha. Adapun pengertian bisnis menurut para ahli diantaranya ialah:

- a. Menurut Atraub dan Attner, bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan konsumen untuk memperoleh profit. Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat dilihat oleh indra), sedangkan jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis.²¹
- b. Menurut Allan Afuah, bisnis merupakan suatu kegiatan usaha perorangan atau kelompok yang terorganisasi/ terstruktur guna memproduksi dan menjual produk dan atau layanan jasa dalam rangka memperoleh laba guna memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Umumnya orang yang menjalankan bisnis akan mengusahakan uang, berkorban waktu, dan mereka juga siap menanggung risiko yang disebut *entrepreneur*.
- c. Menurut Griffin dan Ebert, bisnis adalah aktivitas yang menyediakan produk atau layanan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh para konsumen/ masyarakat. Kegiatan bisnis dapat dilakukan oleh perusahaan yang berbadan hukum/ badan usaha, ataupun perorangan yang tidak mempunyai badan hukum/ badan usaha.

²⁰ Apiaty Kamaluddin, *Administrasi Bisnis*, (Makassar: CV. Sah Media, 2017), hlm. 5-6.

²¹ Fauzan dan Ida Nuryana, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang", *Modernisasi*, Vol. 10, No. 1, Februari 2014, hlm. 42.

d. Menurut Hooper, bisnis merupakan suatu kegiatan yang sangat kompleks yang biasa dilakukan pada bidang industri, perbankan, transportasi, penjualan, distribusi, dan lainnya. Tujuan kegiatan tersebut adalah para pelakunya mendapatkan keuntungan.²²

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan usaha yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan menciptakan atau menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Menurut Yosephus, etika bisnis adalah wilayah penerapan prinsip-prinsip moral umum pada tindak manusia di bidang ekonomi, khususnya bisnis. Jadi secara hakiki sarannya adalah perilaku moral pebisnis yang melakukan kegiatan ekonomi. Sedangkan Hill dan Jones menyatakan, etika bisnis adalah suatu ajaran untuk membedakan antara salah dan benar. Hal ini dapat memberikan pembekalan kepada setiap pemimpin perusahaan ketika mempertimbangkan untuk pengambilan keputusan strategis yang terkait dengan masalah moral yang kompleks. Menurut Budi Untung, etika bisnis adalah pengetahuan mengenai tata cara yang ideal terhadap pengelolaan dan pengaturan bisnis yang harus memperhatikan moralitas dan norma yang ada dan dikenali secara universal.²³

Etika bisnis merupakan pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas berarti aspek baik atau buruk, terpuji atau tercela, dan karenanya diperbolehkan atau tidak, dari perilaku manusia.

²² Febrianty, et. all., *Pengantar Bisnis: Etika, Hukum, dan Bisnis Internasional*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 3-4.

²³ Saban Echdar dan Maryadi, *Business Ethics...*, hlm. 23.

Moralitas selalu berkaitan dengan apa yang dilakukan manusia, dan kegiatan ekonomis merupakan suatu bidang perilaku manusia yang penting.²⁴ Etika bisnis juga dapat diartikan aturan-aturan main yang berhubungan erat dengan norma dan prinsip-prinsip umum yang berlaku di dalam masyarakat yang bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi pihak-pihak yang melakukan aktivitas bisnis yang di dalamnya terdapat aspek hukum, kepemilikan, pengelolaan dan pendistribusian harta.²⁵

2) Pengertian Bisnis Islam

Bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang atau jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).²⁶ Bisnis Islami adalah ikhtiar yang bisa dijalankan dengan menanamkan niat dan tekad kuat dalam merubah sesuatu yang asalnya tidak bisa menghasilkan sesuatu yang berharga menjadi barang yang bernilai dan mendatangkan kesuksesan bila dijalankan dengan baik dan benar (*halalan thoyyibah*).²⁷

Hermawan Kartajaya dan Syakir Sula memberi pengertian bahwa bisnis syariah adalah bisnis yang santun, bisnis yang penuh kebersamaan dan penghormatan atas hak masing-masing baik penjual maupun pembeli. Syafi'i Antonio mengatakan syariah mempunyai keunikan tersendiri,

²⁴ Bambang Setiyo Pambudi, "Penerapan Etika Bisnis pada Usaha Kecil dan Menengah melalui Pemanfaatan Computer Mediated Communication/Media Social Instagram", *Seminar Nasional dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage (SCA) 8*, September 2018, hlm. 3.

²⁵ Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam...*, hlm. 4.

²⁶ Ahmad Rajafi, *Masa Depan Hukum Bisnis Islam...*, hlm. 15.

²⁷ Eny Latifah, *Pengantar Bisnis Islam*, (Grobogan: CV. Sarnu Untung, 2020), hlm. 2.

syariah tidak saja komprehensif, tetapi juga universal. Universal bermakna bahwa syariah dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat oleh setiap manusia. Keuniversalan ini terutama pada bidang sosial (ekonomi) yang tidak membeda-bedakan antara kalangan muslim dan non-muslim. Untuk menjawab masalah-masalah ini Allah menurunkan kitab suci Al-Qur'an sebagai pedoman umat Islam.²⁸

3) Pengertian Etika Bisnis Islam

Dalam khazanah pemikiran Islam, etika dipahami sebagai *al-akhlaq*, *al-adab*, atau *al-falsafah al-adabiyah*, yang mempunyai tujuan untuk mendidik moralitas manusia.²⁹ Dalam hal ini, meskipun etika dan akhlak memiliki definisi yang hampir sama, namun terdapat perbedaan di antara keduanya. Salah satunya perbedaan pada aspek sumber, etika bersumber dari hasil potensi akal manusia (rasio), sedangkan akhlak bersumber dari ajaran wahyu yang bersifat transenden.

Islam sebagai agama *rahmat lil 'alamin* yang bersumber pokok dari ajaran wahyu, sudah barang tentu menjadikan etika (akhlak) sebagai urat nadi dalam segala aspek kehidupan seorang muslim. Terlebih lagi Islam mengajarkan ketinggian nilai etika tidak saja bersifat teoritis bersifat abstrak, namun juga yang bersifat aplikatif. Seperti halnya misi pokok Rasulullah Muhammad SAW yaitu menyempurnakan akhlak manusia. Praktik bisnis Rasulullah SAW yang ditunjukkan kepada manusia, pada

²⁸ Ariyadi, "Bisnis dalam Islam", *Jurnal Hadratul Madaniyah*, Vol. 5, No. 1, Juni 2018, hlm. 15-16.

²⁹ Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), hlm. 43.

hakikatnya tidak terlepas dari rekayasa Allah SWT yang mengajarkan tentang etika dalam pengertian praksis itu. Dalam tesis Yusuf Qardhawi yang menyatakan bahwa segala ranah kehidupan muslim tidak lepas dari ajaran akhlak, termasuk aktivitas ekonomi (bisnis), tak perlu diragukan lagi keabsahannya dan benar adanya.³⁰

Istilah bisnis dalam Al-Qur'an menggunakan kata *al-tijarah*, *al-ba'i*, *tadayantum*, dan *isyara*. Tetapi yang seringkali digunakan yaitu *al-tijarah* yang dalam bahasa Arab berawal dari kata dasar *tajara-tajran wa tija-ratan*, yang artinya berdagang atau berniaga. *At-tijaratun wal mutjar* yaitu perdagangan, perniagaan. Sedangkan menurut ar-Raghib al-Asfhani dalam al-Mufradat fii Gharib Al-Qur'an, bahwa *at-tijarah* artinya sebagai pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Dapat disimpulkan bahwa kegiatan bisnis dalam Al-Qur'an tujuan intinya tidak semata-mata mencari keuntungan material saja, tetapi bersifat material sekaligus immaterial, bahkan lebih meliputi dan mengutamakan hal yang bersifat immaterial dan kualitas yaitu meraih bisnis yang sukses dan berkah dunia akhirat.³¹

Menurut bahasa, Islam berasal dari bahasa Arab yang diambil dari kata *salima* yang berarti selamat. Dari kata *salima* dibentuk menjadi kata *aslama* yang berarti berserah diri, patuh dan tunduk. Kemudian jadilah kata Islam yang mengandung arti selamat, aman, damai, patuh, berserah diri dan

³⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis...*, hlm. 31.

³¹ Muhammad Iqbal Fasa, dkk., *Eksistensi Bisnis Islami di Era Revolusi Industri 4.0*, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020), hlm. 121.

taat.³² Islam adalah agama para Rasul dan Nabi seluruhnya. Dari Nabi Adam hingga risalah Nabi Muhammad SAW yang menjadi pamungkas risalah-risalah Alloh SWT. Islam maknanya adalah berserah diri kepada Allah SWT dalam perintah-Nya, larangan-Nya dan berita-Nya melalui jalan wahyu. Maka siapa yang menyerahkan dirinya, hatinya dan anggota tubuhnya kepada Alloh SWT dalam segala perkara berarti dia adalah seorang muslim.³³

Jika dipandang dari segi ajaran yang mendasar, etika Islam tergolong etika teologis. Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Hamzah Ya'kub, bahwa "ukuran etika teologis adalah baik buruknya perbuatan manusia didasarkan atas ajaran Tuhan". Berdasarkan ungkapan tersebut, dalam tinjauan historis, umat Islam sudah sejak awal bersentuhan dengan dunia perniagaan, baik yang dilakukan secara domestik maupun internasional. Lebih lanjut etika dalam bisnis tinjauan Islam melingkupi beberapa aspek. Sebagaimana etika terapan pada umumnya, etika bisnis dapat dijalankan pada tiga taraf antara lain:

- a. Taraf makro, fokus pada aspek-aspek moral dari sistem ekonomi skala besar
- b. Taraf meso atau menengah, fokus pada penyelidikan pada masalah etis bidang organisasi

³² Abuddin Nata, *Studi Islam Komprehensif*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 11.

³³ Said Hawwa, *Al-Islam*, (Jakarta: Gema Insan, 2004), hlm. 14.

c. Taraf mikro, fokus pada individu dalam hubungannya dengan transaksi dan bisnis Islam³⁴

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 Hadits yang bertumpu pada 6 prinsip, terdiri dari kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan.³⁵ Sedangkan menurut Muhammad Djakfar, etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapa pun dalam aktivitas bisnis.³⁶ Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya. Setiap orang boleh punya seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu Al-Quran dan hadis sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan, termasuk dalam bisnis.³⁷

³⁴ Munawir Nasir, *Etika dan Komunikasi...*, hlm. 54-55.

³⁵ Richa Angkita Mulyawisdawati, "Implementasi Etika Bisnis Islam di CV Rumah Warna Yogyakarta", *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, Vol. 13, No. 2, September 2019, hlm. 150.

³⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis...*, hlm. 29.

³⁷ Erly Juliyani, "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ummul Qura*, Vol. VII, No. 1, Maret 2016, hlm. 65.

Perbedaan etika bisnis Islam dengan etika bisnis yang selama ini dipahami dalam kajian ekonomi terletak pada landasan tauhid dan orientasi jangka panjang (akhirat). Prinsip ini dipastikan lebih mengikat dan tegas sanksinya. Etika bisnis Islam memiliki dua cakupan. Pertama, cakupan internal, yang berarti perusahaan memiliki manajemen internal yang memperhatikan aspek kesejahteraan karyawan, perlakuan yang manusiawi dan tidak diskriminatif, plus pendidikan. Kedua, cakupan eksternal meliputi transparansi, akuntabilitas, kejujuran, dan tanggung jawab. Demikian pula kesediaan perusahaan untuk memperhatikan aspek lingkungan dan masyarakat sebagai *stakeholder* perusahaan.³⁸

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standar 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.³⁹

4) Landasan Hukum Bisnis Islam

Al-Qur'an menjelaskan bahwa bisnis atau perniagaan yang menguntungkan ialah bisnis yang dijalankan dengan dilandasi keimanan dan

³⁸ Veithzal Rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economics and Finance Ekonomi dan Keuangan Islam Bukan Alternatif, tetapi Solusi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm.231.

³⁹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Bisnis Islam untuk Dunia Usaha*, (Bandung:Alfabeta, 2013) , hlm. 35.

ikhtiar di jalan Allah SWT dengan harta dan jiwa. Tidak hanya memperoleh keuntungan di dunia, namun juga sebagai bekal di akhirat. Sebagaimana firman Allah pada QS. As-Shaff (61) ayat 10 dan 11 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا هَلْ أَذُنُكُمْ عَلَىٰ تِجْرَةٍ تُنحِيكُمْ مِّنْ عَذَابِ أَلِيمٍ تُوْمِنُونَ بِاللَّهِ
وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنفُسِكُمْ ۚ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ
تَعْلَمُونَ

*“Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih? (yaitu) kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.”*⁴⁰

Dalam kegiatan perdagangan, Rasulullah sangat mengutamakan akhlak mulia. Kejujuran dan kepercayaan merupakan akhlak beliau yang paling utama ketika berdagang. Sebagaimana hadits Rasulullah:

“Pedagang muslim yang jujur dan amanah, pada hari kiamat nanti akan bersama dengan para nabi, orang-orang shidiq, dan para syuhada”.

Hadis di atas mengungkap bahwasanya, pebisnis muslim senantiasa jujur dan dapat dipercaya (amanah). Dengan kejujuran dan aspek spiritual, yang senantiasa melekat pada praktik-praktik pelaksanaannya, usaha perdagangan yang dilaksanakan akan mendatangkan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat. Para pedagang diharamkan melariskan dagangannya untuk mendapatkan keuntungan dengan menggunakan sumpah-sumpah bohong.⁴¹

5) Aksioma Dasar Etika Bisnis Islam

⁴⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, hlm. 552.

⁴¹ Muhammad Iqbal Fasa, dkk., *Eksistensi Bisnis Islami...*, hlm. 4.

Etika Islam yang menyatu ke dalam sistem etika bisnis menciptakan paradigma bisnis ke dalam sistem etika bisnis Islam. Paradigma bisnis juga dikatakan sebagai cara pandang yang dijadikan landasan bisnis sebagai aktivitas maupun entitas. Menurut teori Syed Nawab Haider Naqvi dalam buku *Etika dan Ilmu Ekonomi*. Suatu sintesis Islami menjelaskan bahwa paradigma bisnis Islam dibangun dan dilandasi oleh aksioma berikut:

a. Tauhid (*Unity*)

Kesatuan (tauhid) merupakan sumber utama etika Islam artinya kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan. Berdasarkan atas konsep ini Alam semesta termasuk manusia adalah milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sempurna atas makhluk-makhluk-Nya. Konsep tauhid (berdimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.⁴² Dalam kegiatan ekonomi, tauhid adalah alat bagi manusia untuk menjaga perilakunya dalam berbisnis. Dengan adanya penyerahan diri kepada Tuhan maka pelaku bisnis akan selalu menjaga perbuatannya dari hal-hal yang dilarang agama. Sebab, perilaku yang menyimpang akan membawa kemudharatan bagi individu dan orang lain.⁴³

Berdasarkan aksioma ini, dalam melakukan aktivitas maupun entitas bisnisnya pengusaha muslim tidak akan melakukan paling tidak

⁴² Havis Aravik, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*, (Depok: Kencana, 2017), hlm. 137-138.

⁴³ Ariyadi, *Bisnis dalam...*, hlm. 20.

tiga hal, yaitu: pertama, diskriminasi di antara pekerja, penjual, pembeli, dan mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama. Kedua, terpaksa atau dipaksa melakukan praktik-praktik mal bisnis karena hanya Allahlah yang semestinya ditakuti dan dicintai. Ketiga, menimbun kekayaan atau serakah karena hakikatnya kekayaan merupakan amanah Allah.⁴⁴ Konsep tauhid mengintegrasikan aspek religius, dengan aspek – aspek lainnya, seperti ekonomi, akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dalam dirinya, dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan. Dalam konsep ini akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas ekonomi.⁴⁵ Sebagaimana firman Allah pada QS. Al-Baqarah ayat 29 sebagai berikut:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ ۗ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

“Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak menciptakan langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu”.⁴⁶

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah mempunyai kehendak atas segalanya. Allah menciptakan semua yang ada di bumi merupakan bentuk kekuasaan-Nya agar manusia dapat memanfaatkan sebaik-

⁴⁴ R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis...*, hlm.145.

⁴⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis...*, hlm. 23.

⁴⁶ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah New Cordova*, (Jakarta: PT Toha Putra, 2016), hlm. 5.

baiknya dan menjadikannya sebagai pelajaran. Kemudian Allah menciptakan langit sebanyak tujuh lapis dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu yang mencakup segala ciptaan-Nya. Atas dasar ini, pelaku bisnis harus menyadari bahwa semua yang ada di dunia ini hanya titipan, manusia diberikan amanah untuk dapat mengelola dan memanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Serta pelaku bisnis hendaknya menghindari segala bentuk penyimpangan atau hal-hal yang dapat merugikan orang lain karena segala yang dilakukan tidak luput dari pengawasan Allah SWT.

b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan menggambarkan dimensi horisontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada alam semesta. Hukum dan tatanan yang kita lihat pada alam semesta mencerminkan kesetimbangan yang harmonis. Tatanan ini pula yang dikenal dengan *sunnatullah*.⁴⁷ Begitu juga dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang pada kezaliman, karenanya orang yang adil akan

⁴⁷ Lukman Fauroni, "Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif Al-Qur'an", *Iqtisad Journal of Islamic Economics*, Vol. 4, No. 1, Maret 2003, hlm. 101.

lebih dekat kepada ketakwaan.⁴⁸ Sebagaimana firman Allah pada QS. Al-Ma'idah ayat 8 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوْمِينَ لِلّٰهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَا تَعْدِلُوا ءَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۚ إِنَّ اللّٰهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi yang adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil itu lebih dekat dengan takwa dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan ”.⁴⁹

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah memerintahkan umatnya untuk bersikap adil terhadap siapapun, sekalipun terhadap orang-orang yang tidak disukai. Sesungguhnya berbuat adil akan mendekatkan diri pada ketakwaan. Atas dasar ini, dalam menjalankan aktivitasnya pelaku bisnis harus dapat menyeimbangkan antara kepentingan diri sendiri dan kepentingan orang lain. Seperti halnya adil antara kepentingan si kaya dan si miskin, adil antara hak pembeli dan hak penjual, adil antara manajer dan karyawan, dan lain sebagainya.

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kehendak bebas merupakan kontribusi Islam yang paling orisinal dalam filsafat sosial tentang konsep manusia “bebas”. Hanya Tuhan yang bebas, namun dalam batas-batas skema penciptaan-Nya manusia juga

⁴⁸ Richa Angkita Mulyawisdawati, *Implementasi Etika Bisnis Islam...*, hlm. 154-155.

⁴⁹ Departemen Agama RI, *Terjemah 'Ali al-Maidah : 8*, (Bandung: CV Penerbit J-ART, 2005), hlm. 109.

secara relatif mempunyai kebebasan. Manusia sebagai khalifah di muka bumi (sampai batas-batas tertentu) mempunyai kehendak bebas untuk mengarahkan kehidupannya kepada tujuan pencapaian kesucian diri. Manusia dianugerahi kehendak bebas (*free will*) untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah.⁵⁰ Sebagaimana firman Allah pada QS. An-Nisa ayat 85 sebagai berikut:

مَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا^ط وَمَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا^ظ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقْبِلًا

*“Barangsiapa yang memberikan syafa’at yang baik, niscaya ia akan memperoleh bahagian (pahala) dari padanya. Dan barangsiapa memberi syafa’at yang buruk, niscaya ia akan memikul bahagian (dosa) dari padanya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”*⁵¹

Ayat di atas menjelaskan bahwa seseorang akan menerima balasan dari setiap usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memberi syafa’at (pertolongan) dalam hal kebaikan, maka ia akan memperoleh bagian pahala. Sebaliknya, seseorang yang memberi syafa’at (pertolongan) dalam keburukan, maka ia akan mendapatkan tanggungan dosa. Atas dasar ini, pelaku bisnis perlu menyadari bahwa manusia diberikan pilihan atau kehendak untuk menentukan jalan terbaik untuk dirinya. Ketika suatu bisnis dijalankan dengan memperhatikan etika bisnis maka akan menciptakan iklim bisnis yang kondusif. Sebaliknya, ketika suatu bisnis

⁵⁰ Lukman Fauroni, *“Rekonstruksi Etika Bisnis:..., hlm. 102.*

⁵¹ Departemen Agama, *Al-Qur’an dan Terjemah*, (Jakarta: CV Pustaka Agung Harapan, 2006), hlm. 119.

dijalankan melanggar etika bisnis maka dapat merugikan pelaku bisnis itu sendiri.

Prinsip kebebasan ini pun mengalir dalam ekonomi Islam prinsip transaksi ekonomi yang menyatakan asas hukum ekonomi adalah halal, seolah mempersilahkan para pelakunya melaksanakan kegiatan ekonomi sesuai yang diinginkan, menumpahkan kreativitas, modifikasi dan ekspansi seluas sebesar-besarnya, bahkan transaksi bisnis dapat dilakukan dengan siapapun secara lintas agama.⁵² Namun, tetap dengan memperhatikan aturan yang sesuai syariat Islam.

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Konsep tanggung jawab adalah konsep yang berkaitan dengan konsep kebebasan. Kebebasan yang dilakukan seseorang akan dimintai pertanggungjawaban, semakin luas kehendak bebas yang dilakukan maka semakin luas pula tanggung jawab moral yang akan dijalani. Tanggungjawab mempunyai kekuatan yang dinamis dalam kehidupan sosial masyarakat. Dengan adanya konsep tanggung jawab manusia akan sangat berhati-hati dengan apa yang dia lakukan karena segala perbuatan mengandung konsekuensi yang harus dijalankan. Islam juga memberikan kebebasan pada pemeluk agamanya dengan konsekuensi yang harus dia lakukan sendiri.⁵³ Sebagaimana firman Allah pada QS. Muddasir ayat 38 sebagai berikut:

⁵² Eva Iryani, "Falsafah Etika Bisnis dalam Al-Qur'an", *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, Vol. 14, No. 3, 2014, hlm. 116.

⁵³ Ariyadi, *Bisnis dalam...*, hlm. 22.

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya,”⁵⁴

Ayat di atas menjelaskan bahwa setiap jiwa harus bertanggung jawab atas apa yang ia lakukan tanpa terkecuali di hadapan Allah, baik berupa perbuatan baik maupun perbuatan buruk. Begitu juga dalam dunia bisnis, dalam melakukan aktivitas bisnis segala objek yang diperdagangkan pada hakikatnya merupakan anugerah-Nya. manusia selaku pelaku bisnis hanyalah sebatas melakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan oleh Tuhan. Selain itu, pelaku bisnis juga mempunyai tanggung jawab pada sesamanya, karena manusia adalah mitra yang harus dihormati hak dan kewajibannya.

Konsep tanggung jawab dalam Islam mengandung dua aspek fundamental yakni, pertama tanggung jawab yang menyatu dengan status kekhalifahan manusia di muka bumi. Dengan predikat ini, manusia dapat melindungi kebebasannya sendiri khususnya dari ketamakan dan kerasukan dengan melaksanakan tanggung jawabnya terhadap orang lain. Dengan tidak menunaikan tanggung jawab ini, tentu bertentangan dengan keimanan. Kedua, tanggung jawab dalam Islam pada dasarnya bersifat sukarela, tanpa paksaan. Ini berarti manusia (yang bebas) di samping harus sensitif pada lingkungannya, juga harus peka terhadap konsekuensi dari kebebasannya sendiri. Kesukarelaan pertanggungjawaban

⁵⁴ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta: Adhi Aksara Abadi Indonesia, 2011), hlm. 54.

merupakan cermin implementasi iman dari seseorang sebagai buah dari kesadaran tauhid sebagai seorang muslim yang menyerahkan segala hidupnya di bawah bimbingan Tuhan.⁵⁵

e. Kebenaran (*Benevolence*)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebenaran adalah nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar, yang meliputi, proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih dan menetapkan keuntungan. Adapun kebajikan adalah sikap ihsan, *benevolence* yang merupakan tindakan yang dapat memberi keuntungan terhadap orang lain.⁵⁶ Sebagaimana firman Allah pada QS. Al-Baqarah ayat 195 sebagai berikut:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

“Dan nafkahkanlah (harta) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan (dirimu sendiri) dengan tanganmu ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”⁵⁷

⁵⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis...*, hlm. 26.

⁵⁶ Lukman Fauroni, *Rekonstruksi Etika Bisnis: ...*, hlm. 103.

⁵⁷ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta:PT Bumi Restu,1976), hlm. 54.

Ayat di atas menjelaskan bahwa manusia diperintahkan mempergunakan hartanya di jalan kebaikan atau sesuatu yang bermanfaat di jalan Allah. Dan memperingatkan manusia untuk selalu berbuat baik dan menjauhkan diri dari hal-hal yang mengandung keburukan karena hal itu sama dengan membahayakan atau merugikan dirinya sendiri. Atas dasar ini, pelaku bisnis perlu menerapkan aksioma ihsan dalam menjalankan bisnisnya. Baik dalam lingkungan internal (para *stakeholder*) maupun lingkungan eksternal (masyarakat).

Termasuk ke dalam kebajikan dalam bisnis adalah sikap kesukarelaan dan keramahtamahan. Kesukarelaan dalam pengertian, sikap sukarela antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian bisnis. Hal ini ditekankan untuk menciptakan keharmonisan hubungan serta cinta mencintai antar mitra bisnis. Sedangkan keramahtamahan merupakan sikap ramah, toleran baik dalam menjual, membeli maupun menagih. Adapun kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun atau dapat dimaknai dengan amanah.⁵⁸

Menurut Ahmad, kemurahan hati adalah fondasi dan ihsan. Keihsanan adalah tindakan terpuji yang dapat mempengaruhi hampir setiap aspek dalam hidup, keihsanan adalah atribut yang selalu mempunyai tempat terbaik di sisi Allah. Dalam sebuah kerajaan bisnis, ada beberapa perbuatan yang mendukung pelaksanaan aksioma ihsan

⁵⁸ Lukman Fauroni, *Rekonstruksi Etika Bisnis: ...*, hlm. 103.

dalam bisnis, yaitu: (1) kemurahan hati (*liniency*); (2) motif pelayanan (*service motives*). Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan adanya pelaksanaan yang menjadi prioritas (*consciousness of Allah and of hisprescribed priorities*).⁵⁹

6) Tujuan Bisnis dalam Islam

Dengan kendali syariat, bisnis bertujuan untuk mencapai empat hal utama, yaitu sebagai berikut:

a. Target Hasil: Profit Materi dan Benefit Nonmateri

Tujuan bisnis atau perusahaan tidak selalu mencari profit (*qimah madiyah* atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan dan manfaat) nonmateri, baik bagi internal organisasi perusahaan (pelaku bisnis) maupun eksternal perusahaan (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya. Benefit yang dimaksud tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga dapat bersifat nonmateri. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada *qimah madiyah*. Masih ada tiga orientasi lainnya, yakni *qimah insaniyah*, *qimah khuluqiyah*, dan *qimah ruhiyah*. Dengan orientasi *qimah insaniyah*, berarti pengelola perusahaan juga dapat memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial (sedekah), dan bantuan lainnya. *Qimah khuluqiyah* mengandung pengertian bahwa nilai-nilai *akhlaqul karimah*

⁵⁹ Richa Angkita Mulyawisdawati, *Implementasi Etika Bisnis Islam...*, hlm. 157.

(akhlak mulia) menjadi suatu kemestian yang harus muncul dalam setiap aktivitas pengelolaan perusahaan, sehingga dalam perusahaan tercipta hubungan persaudaraan yang islami, bukan sekadar hubungan fungsional atau profesional. Sementara itu, *qimah ruhiyah* berarti perbuatan tersebut dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah.

Dalam setiap amalnya, seorang muslim selain harus berusaha meraih *qimah* yang dituju, upaya yang dilakukan harus sesuai dengan aturan Islam. Dengan kata lain, ketika melakukan suatu aktivitas harus disertai dengan kesadaran hubungannya dengan Allah. Jadi, amal perbuatannya bersifat materi, sedangkan kesadaran akan hubungannya dengan Allah SWT ketika melakukan suatu perbuatan dinamakan ruh. Inilah yang dimaksud dengan menyatukan antara materi dengan ruh atau juga diartikan sebagai ibadah.

b. Pertumbuhan

Jika profit materi dan benefit nonmateri telah diraih sesuai target, perusahaan akan mengupayakan pertumbuhan atau kenaikan terus-menerus dari setiap profit dan benefitnya. Hasil perusahaan akan terus diupayakan agar tumbuh meningkat setiap tahunnya. Upaya penumbuhan ini tentu dijalankan dalam koridor syariat. Misalnya, dalam meningkatkan jumlah produksi seiring dengan perluasan pasar, peningkatan inovasi sehingga bisa menghasilkan produk baru dan sebagainya.

c. Keberlangsungan

Belum sempurna orientasi manajemen suatu perusahaan bila hanya berhenti pada pencapaian target hasil dan pertumbuhan. Karena itu, perlu diupayakan terus agar pertumbuhan target hasil yang telah diraih dapat dijaga keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama. Sebagaimana upaya pertumbuhan, setiap aktivitas untuk menjaga keberlangsungan tersebut juga dijalankan dalam koridor syariah.⁶⁰

d. Keberkahan

Faktor keberkahan atau orientasi untuk menggapai ridha Allah SWT merupakan puncak kebahagiaan hidup manusia muslim. Bila ini tercapai, menandakan terpenuhinya dua syarat diterimanya amal manusia, yakni adanya elemen niat ikhlas dan cara yang sesuai dengan tuntunan syariat. Karenanya, para pengelola bisnis perlu mematok orientasi keberkahan yang dimaksud agar pencapaian segala orientasi di atas senantiasa berada di dalam koridor syariat yang menjamin diraihnya keridhaan Allah SWT.⁶¹

7) Ciri Khas Bisnis Islami

Bisnis Islami merupakan perwujudan dari aturan syariah Allah. Bentuk bisnis Islami tidak jauh berbeda dengan bisnis pada umumnya, yaitu upaya memproduksi barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen. Namun, aspek syariah inilah yang membedakannya dengan bisnis pada umumnya. Bisnis syariah selain mengusahakan bisnis pada umumnya juga menjalankan syariah Islam dan perintah Allah SWT dalam hal

⁶⁰ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm. 18-19.

⁶¹ Ibid, hlm. 21.

bermuamalah. Beberapa ciri dan karakter bisnis Islami antara lain sebagai berikut:

- a. Selalu berpijak pada nilai-nilai ruhiah. Nilai ruhiah adalah kesadaran setiap manusia akan eksistensinya sebagai ciptaan (makhluk) Allah yang harus selalu kontak dengan-Nya dalam wujud ketaatan di setiap tarikan napas hidupnya. Ada tiga aspek paling tidak nilai ruhiah ini harus terwujud: 1) konsep, 2) sistem yang diberlakukan, 3) pelaku (personel).
- b. Memiliki pemahaman terhadap bisnis yang halal dan haram. seorang pelaku bisnis syariah dituntut mengetahui benar fakta-fakta (*tahqiqul manath*) terhadap praktik bisnis yang sah dan yang salah. Di samping juga harus paham dasar-dasar nash yang dijadikan hukumnya (*tahqiqul hukmi*).
- c. Benar secara syar'i dalam implementasi. Intinya pada masalah ini adalah ada kesesuaian antara teori dan praktik, antara apa yang telah dipahami dan yang diterapkan. Karena itu, pertimbangannya tidak semata-mata untung dan rugi secara material.
- d. Berorientasi pada hasil dunia dan akhirat. Bisnis tentu dilakukan untuk mendapat keuntungan sebanyak-banyaknya berupa harta, dan ini dibenarkan dalam Islam. Bisnis dilakukan memang untuk mendapatkan keuntungan materi (*qimah madiyah*). Dalam konteks ini hasil yang diperoleh, dimiliki, dan dirasakan memang berupa harta.⁶²

⁶² Veithzal Rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economics and Finance...*, hlm. 232.

- e. Seorang muslim yang shalih tentu bukan hanya berorientasi pada dunia, tetapi lebih dari itu, kebahagiaan abadi di yaumul akhir. Karena itu, untuk mendapatkannya, dia harus menjadikan bisnis yang dikerjakannya itu sebagai ladang ibadah dan menjadi pahala di hadapan Allah. Hal itu terwujud jika bisnis atau apa pun yang kita lakukan selalu mendasarkan pada aturan-Nya yaitu syariah Islam.
- f. Jika semua hal di atas dimiliki seorang pengusaha muslim, niscaya dia akan mampu memadukan antara realitas bisnis duniawi dan ukhrawi, sehingga memberikan manfaat bagi kehidupannya di dunia maupun akhirat. Akhirnya, dengan demikian kita bisa beribadah di level yang lebih tinggi lagi.⁶³

8) Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami. Dijelaskan sebagai berikut :

- 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. Dan 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.

⁶³ Ibid, hlm. 233.

- c. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Quran dan Sunnah.⁶⁴

9) Urgensi Etika Bisnis dalam Islam

Urgensi dalam aktivitas bisnis dapat ditinjau dari berbagai aspek, yaitu:

a. Aspek Teologis

Etika dalam Islam (akhlak) merupakan ajaran Tuhan yang diwahyukan kepada Rasulullah SAW, baik dalam bentuk Al-Qur'an maupun Sunnah.

b. Aspek Watak Manusia (*Character*)

Aspek watak manusia yang cenderung mendahulukan keinginan (*will*) daripada kebutuhannya (*need*). Secara universal, watak manusia bersifat serakah dan cenderung mendahulukan keinginannya yang tidak terbatas daripada sekadar memenuhi kebutuhannya yang terbatas. Dengan watak yang seperti ini, manusia perlu memahami adanya batasan atau etika dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan memperhatikan nilai-nilai etika, maka akan dapat meminimalisir kerugian pada berbagai pihak yang terlibat transaksi.

c. Aspek Sosiologis (*Reality*)

Dalam realitas sebagai akibat dari watak manusia yang cenderung amoral, pada akhirnya menimbulkan persaingan bisnis yang tidak sehat. Selain itu adanya praktik monopoli menimbulkan terjadinya pelanggaran

⁶⁴ Erly Juliyani, *Etika Bisnis dalam...*, hlm. 66.

hak asasi manusia serta banyak terjadi penyimpangan moral yang dapat menghancurkan nilai-nilai luhur dalam dunia bisnis. Dengan kenyataan ini, sudah selayaknya perlu adanya ajaran etika dalam dunia bisnis agar pelaku bisnis memahami antara hal yang boleh dilakukan dengan hal yang tidak boleh dilakukan. Jika tidak, dampak yang ditimbulkan akan semakin meluas serta menghambat perkembangan ekonomi.

d. Aspek Perkembangan Teknologi

Dewasa ini, penyimpangan nilai etika dalam dunia bisnis tidak hanya disebabkan oleh masalah-masalah sosial, namun juga disebabkan oleh perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat. Perkembangan teknologi dan informasi dapat menimbulkan dampak positif dan negatif. Dampak positif dari perkembangan teknologi sangat membantu manusia karena proses pemenuhan kebutuhan manusia menjadi efektif dan efisien. Sedangkan dampak negatifnya adalah banyaknya penyalahgunaan dari perkembangan teknologi sehingga menyebabkan kerugian pada pihak yang terlibat dalam transaksi. Oleh karena itu, hadirnya etika bisnis diharapkan dapat meminimalisir berbagai bentuk penyimpangan yang terjadi.

e. Aspek Akademis (*Science- Academic*)

Dilihat dari keempat aspek di atas terlihat bahwa etika bisnis memiliki peranan yang sangat penting. Untuk itu, sudah selayaknya apabila etika bisnis dijadikan mata kajian akademis baik masa kini maupun yang akan datang. Kajian akademik secara mendalam dan berkesinambungan dari

kalangan akademisi sangat diharapkan agar mereka dapat selalu menghasilkan teori-teori mutakhir berdasarkan atas kajian literer dan atau penelitian lapangan untuk kemudian dapat dijadikan acuan dalam konteks realitas. Untuk selanjutnya, dari aplikasi teori dalam memotret realitas itu bisa dijadikan bahan kajian baru untuk melahirkan sebuah teori baru lagi, sebagai koreksi atas teori yang ada. Demikian seterusnya sampai akhirnya etika bisnis Islami diharapkan menjadi kajian yang dapat menjawab tantangan zaman sesuai kebutuhan.⁶⁵

10) Kendala dalam Penerapan Etika Bisnis

Menurut Keraf, pencapaian tujuan etika di Indonesia masih berhadapan dengan beberapa masalah dan kendala, antara lain:

- a. 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.
- b. 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

⁶⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis...*, hlm. 31-34.

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.

- c. Situasi politik dan ekonomi yang belum stabil. Hal ini diperkeruh oleh banyaknya sandiwara politik yang dimainkan oleh para elit politik, 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.
- d. 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.
- e. Belum ada organisasi profesi bisnis dan manajemen untuk menegakkan kode etik bisnis dan manajemen.

C. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi bagi peneliti serta memiliki titik singgung pada penelitian ini. Beberapa penelitian serupa yang telah dilakukan oleh sejumlah peneliti di antaranya sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan Nila Astuti Harahap, bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis secara komprehensif tentang penerapan etika bisnis dan dampak yang didapatkan perusahaan dari penerapan etika bisnis Islam di Supermarket De' Halal Mart Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Supermarket De' Halal Mart telah mengintegrasikan kelima aksioma etika bisnis Islam terhadap beberapa aspek parameter kemajuan bisnis. Dampak positif dari penerapan etika bisnis Islam pada perusahaan yaitu semakin banyaknya jumlah pelanggan menjadikan bisnis semakin berkembang dan beroperasi secara lancar. Sedangkan dampak negatifnya adalah jika aksioma tidak dijalankan maka operasional perusahaan tidak berjalan dengan lancar dan mengalami kebangkrutan.⁶⁶ Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas mengenai etika bisnis Islam serta metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dimana teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian, yaitu pada penelitian ini berlokasi di Supermarket De' Halal Mart Yogyakarta, sedangkan penelitian penulis berlokasi di Restoran Ayam Geprek Sa'i Srengat Kabupaten Blitar.

Penelitian yang dilakukan oleh Leli Rosiyana, Zainul Arifin, Sunarti, bertujuan untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam guna membangun

⁶⁶ Nila Astuti Harahap, *Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam terhadap Kemajuan Bisnis pada Supermarket De' Halal Mart Yogyakarta*, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018).

bisnis yang islami yang telah diterapkan oleh *Waroeng Steak and Shake* cabang Malang, serta mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam implementasinya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis Islam guna membangun bisnis Islami pada *Waroeng Steak and Shake* cabang Malang telah diterapkan sesuai dengan konsep etika bisnis islam yang telah Rasulullah contohkan dalam model bisnis islami, dengan menjalankan jual beli secara ma'ruf. Adanya beberapa kekurangan berupa hambatan dari pihak internal dan eksternal akan menjadikan perbaikan yang sangat besar untuk kemajuan *Waroeng Steak and Shake* ke depan.⁶⁷ Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif serta sama-sama membahas mengenai implementasi etika bisnis Islam. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian, yaitu pada penelitian ini berlokasi di *Waroeng Steak and Shake* cabang Malang, sedangkan penelitian penulis berlokasi di Restoran Ayam Geprek Sa'i Srengat Kabupaten Blitar.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Aulia bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam pada Rumah Makan Super Geprek cabang Jambi adapun cara pengimplementasiannya dapat dilihat melalui kinerja karyawan, kualitas produk serta kepemimpinan dalam perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil

⁶⁷ Leli Rosiyana, Zainul Arifin, Sunarti, "Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis yang Islami", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 53, No. 1, Desember 2017.

penelitian menunjukkan bahwa Rumah Makan Super Geprek cabang Jambi menerapkan konsep etika bisnis Islam yang berlandaskan syariah serta implementasi etika bisnis Islam sudah diterapkan dengan sangat baik. Hal ini dapat dilihat melalui kinerja karyawan, kualitas produk serta kepemimpinan.⁶⁸ Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas mengenai implementasi etika bisnis Islam dan metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian, yaitu pada penelitian ini berlokasi di Rumah Makan Super Geprek cabang Jambi, sedangkan penelitian penulis berlokasi di Restoran Ayam Geprek Sa'i Srengat Kabupaten Blitar.

Penelitian yang dilakukan oleh Duratun Nafis bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam di Rumah Makan Wong Solo cabang Batoh dan kesesuaian antara etika bisnis Islam dengan etika bisnis Rumah Makan Wong Solo cabang Batoh. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis Islam di Rumah Makan Wong Solo cabang Batoh sudah diterapkan dengan baik. Etika bisnis yang diterapkan Rumah Makan Wong Solo cabang Batoh pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan Rasulullah SAW, walaupun tidak sesempurna yang dilakukan oleh

⁶⁸ Nurul Aulia, *Implementasi Etika Bisnis Islam pada Rumah Makan Super Geprek Cabang Jambi*, (Jambi: UIN Sultan Thaha Saifuddin, 2019).

Rasulullah SAW.⁶⁹ Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas mengenai implementasi etika bisnis Islam dan metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian, yaitu pada penelitian ini berlokasi di Rumah Makan Wong Solo cabang Batoh, sedangkan penelitian penulis berlokasi di Restoran Ayam Geprek Sa'i Srengat Kabupaten Blitar.

Penelitian yang dilakukan oleh Rudi Purnomo bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang pandangan karyawan terhadap kebijakan perusahaan yang diterapkan untuk seluruh karyawan serta mengetahui peran lingkungan dalam memberikan kesempatan kepada karyawan untuk melakukan tindakan kecurangan yang dilakukan di dalam sebuah perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan analisisnya bersifat induktif. Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pandangan karyawan CV. Jaya Star Nine Madiun pada dasarnya setuju dengan kebijakan etika bisnis Islam perusahaan yang dituangkan ke dalam bentuk budaya organisasi perusahaan, namun hal yang disayangkan adalah metode pengambilan kebijakan tersebut berdasarkan teori implementasi dengan pendekatan *top-down*. Kedua, peran lingkungan sangat berpengaruh terhadap tindakan kecurangan (*fraud*) yang terjadi di perusahaan.

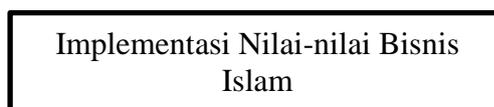
⁶⁹Duratun Nafis, *Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Usaha Rumah Makan (Studi Kasus Usaha Rumah Makan Wong Solo Batoh Kec. Lueng Bata Kota Banda Aceh)*, (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2019).

Faktor lingkungan mampu merubah karakter dan kepribadian karyawan, terutama dari faktor kebutuhan yang dihasilkan dari dorongan diri pribadi maupun tekanan kebutuhan keluarga.⁷⁰ Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas mengenai etika bisnis Islam serta metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam dalam perilaku karyawan pada perusahaan *advertising* atau periklanan yang berlokasi di CV. Jaya Star Nine Madiun, sedangkan penelitian penulis bertujuan untuk mengetahui implementasi nilai-nilai bisnis Islam dalam budaya organisasi pada perusahaan kuliner yang berlokasi di Restoran Ayam Geprek Sa'i Srengat Kabupaten Blitar.

D. Kerangka Berfikir

Berdasarkan uraian konteks penelitian diatas dapat digambarkan kerangka berfikir sebagai berikut :

Gambar 2.3 Kerangka Berpikir



⁷⁰ Rudi Purnomo, *Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perilaku Karyawan pada Perusahaan Advertising (Studi Kasus di CV. Jaya Star Nine Madiun)*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018).



Penelitian ini membahas mengenai implementasi nilai-nilai bisnis Islam dalam budaya organisasi di Restoran Ayam Geprek Sa'i Srengat Kabupaten Blitar. Untuk memperoleh gambaran mengenai penelitian ini, maka peneliti meng gambarkannya dalam bentuk kerangka berpikir dengan paradigma sebagai berikut:

Restoran ayam geprek Sa'i Srengat Kabupaten Blitar merupakan cabang bisnis restoran siap saji dari Yogyakarta dengan manajemen kemitraan berbasis syariah. Hal ini dapat dilihat dari adanya nilai-nilai Islam di dalam pengelolaan bisnisnya. Untuk mengetahui implementasi nilai-nilai bisnis Islam dalam budaya organisasi di Restoran Ayam Geprek Sa'i Srengat Kabupaten Blitar, peneliti menggunakan dasar lima aksioma etika bisnis Islam yang terdiri dari tauhid (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran (*benevolence*).

Pada dasarnya, tujuan bisnis dalam Islam tidak hanya berorientasi pada kehidupan di dunia namun juga berorientasi pada kehidupan di akhirat. Etika bisnis Islam merupakan suatu upaya untuk mengetahui hal yang benar maupun yang salah dalam aktivitas bisnis dengan mengacu pada Al-Qur'an dan Hadist. Etika bisnis Islam mengarahkan pelaku bisnis untuk menghormati hak masing-masing pelaku bisnis sehingga dapat memberikan keuntungan bagi kedua pihak. Dengan penjelasan kerangka berpikir ini maka persoalan mengenai etika dalam bisnis menjadi sorotan penting dalam ekonomi Islam.