

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika

Menurut Bertens ada dua pengertian etika: sebagai praktis dan sebagai refleksi. Sebagai praktis, etika berarti nilai-nilai dan norma-norma moral yang baik yang dipraktikkan atau justru tidak dipraktikkan, walaupun seharusnya dipraktikkan. Etika sebagai praktis sama artinya dengan moral atau moralitas yaitu apa yang harus dilakukan, tidak boleh dilakukan, pantas dilakukan, dan sebagainya. Etika sebagai refleksi adalah pemikiran moral.¹⁵

Istilah “etika” pertama kali diperkenalkan oleh Aristoteles dalam *Eticha Nichomacheae*, yang kemudian dianggap sebagai awal lahirnya etika. Secara etimologis, “etika” berasal dari bahasa Yunani “*ethos*” yang berarti “jiwa atau roh yang mendasari tindakan”. Etika kemudian berkembang menjadi “peraturan”. Dalam ajaran agama Islam, etika disebut sebagai akhlaq yang diberi penjelasannya oleh berbagai ulama dan cendekiawan muslim. Kata “akhlaq” berasal dari bahasa Arab yang berarti “penciptaan”. Dengan demikian, dapat

¹⁵Abuddin Nata, *Akhlaq Tasawuf dan Karakter Mulia* (Jakarta: Raja Grafindo, 2012), hal.

dipahami bahwa manusia harus berperilaku sesuai dengan ketentuan yang telah diperintahkan Allah sang pencipta.¹⁶

Etika adalah suatu penyelidikan atau pengkajian secara sistematis tentang perilaku, pernyataan utama dalam etika adalah tindakan dan sikap apa yang dianggap benar atau baik.¹⁷ Etika adalah ilmu atau pengetahuan tentang apa yang baik dan apa yang tidak baik untuk dijunjung tinggi atau untuk diperbuat (*Ethics is the science of good and bad*). Etika yang baik itu yang mencakup:¹⁸

- a. Kejujuran (*Honesty*) mengatakan dan berbuat yang benar, menjunjung tinggi kebenaran.
- b. Ketetapan (*Reability*) janjinya selalu tepat, tepat menurut isi janji (ikrar), waktu, tempat, dan syarat.
- c. Loyalitas, setia kepada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikan kesetiaannya, setia kepada organisasinya, berikut pimpinannya, rekan-rekan, bawahan, relasi, klien anggaran dasar dan anggaran rumah tangganya.
- d. Disiplin tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun taat kepada system, peraturan, prosedur, dan teknologi yang telah ditetapkan. Standard baik dan buruk menurut ajaran Islam berbeda dengan ukuran-ukuran lainnya. Untuk menilai apakah sesuatu perbuatan itu

¹⁶ Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hal.4

¹⁷ M. Dawam Rahardjo, *Etika Ekonomi dan Manajemen*, (Yogyakarta : PT. Tiara Wacana Yogya, 1990), hal. 4

¹⁸ Panji Anoraga, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2011), hal.133

baik atau buruk, juga harus diperhatikan kriteria (bagaimana cara melakukan perbuatan itu).¹⁹

Dengan demikian, secara umum “etika/ akhlaq/ moral” adalah “jiwa/ roh yang mendasari perilaku atau kerja seseorang atau masyarakat”. Etika dan akhlaq lebih ditekankan kepada perilaku yang bersifat pribadi atau personal, sedangkan moral lebih ditekankan kepada ketentuan yang bersifat sosial.²⁰

2. Pengertian Etika Bisnis

Menurut para ahli etika bisnis yaitu mengutip dari Hill dan Jones bahwa, “Etika bisnis merupakan suatu ajaran untuk membedakan antara salah dan benar guna memberikan pembekalan kepada setiap pemimpin perusahaan ketika mempertimbangkan untuk mengambil keputusan strategis yang terkait dengan masalah moral yang kompleks”. Sedangkan menurut Steade et al, Etika bisnis adalah standar etika yang berkaitan dengan tujuan dan cara memnuat keputusan bisnis.²¹ Dalam penelusuran asal usul etika tak lepas dari kata *ethos* dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*costum*) atau karakter (*character*).²²

¹⁹ Faisal BAdroen, Suhendra, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hal. 15

²⁰ Mukhtar Samad, *Etika Bisnis Syariah, Berbisnis Sesuai dengan Moral Islam*, (Yogyakarta: Sunrise, 2016), hal. 7

²¹ Soetam Rizky Wicaksono, *Antologi Teknologi Informasi Tinjauan Manajemen Pemasaran*, (Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung : Malang, 2018), hal 12

²² Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2006), hal 5

Etika bisnis merupakan penerapan etika dalam menjalankan kegiatan suatu bisnis. Tujuan bisnis yakni memperoleh keuntungan tetapi harus berdasarkan norma-norma hukum yang berlaku. Bila menurut norma hukum yang tertuang secara eksplisit dalam berbagai peraturan dinyatakan tidak boleh maka para pelaku bisnis tidak boleh pula melakukannya.²³ Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas.

Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Sedangkan titik sentral etika Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggungjawab karena kepercayaan terhadap kemahakuasaan Tuhan. Hanya saja kebebasan manusia itu tidaklah mutlak, dalam arti kebebasan yang terbatas. Dengan kebebasan tersebut manusia mampu memilih antara yang baik dan jahat, benar dan salah, halal dan haram.²⁴

3. Pengertian Etika Bisnis Islam

Menurut Djohar Arifin, etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika

²³Suyadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Modern*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hal 3

²⁴Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*,...hal.70

bisnis juga bisa dikatakan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus mempunyai komitmen dalam melakukan transaksi, berperilaku, dan juga berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat. Dengan demikian maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis. Hal itu dimaksudkan agar seseorang terutama pelaku bisnis mempunyai bekal untuk berbuat *the right thing* yang berdasarkan pada nilai-nilai moralitas.²⁵

Menurut Muhammad Saifullah etika bisnis adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis. Dalam arti lain, etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma yang mana para pelaku bisnis harus menjunjungnya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnis dengan selamat.²⁶

Etika Islam didasarkan atas prinsip secara sederhana mempelajari etika bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik atau buruk, benar atau salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. (*learning what is right or wrong, and than doing the right thing. "Right Thing" based on moral principle, and*

²⁵Djohar Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hal. 22

²⁶Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbasis Keberkahan*, (Sleman : CV Budi Utama, 2020), hal. 2

others believe the right thing to do depends on the situation). Kajian etika bisnis terkadang merujuk kepada, *management ethics* atau *organization ethics*. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.²⁷

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal benar dan hal-hal salah, dimana selanjutnya tentu melanjutkan dan melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Memperlajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standart untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya etika bisnis Islami merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.²⁸

Pada etika bisnis Islam, setiap pelaku bisnis (wirausaha) dalam berdagang, hendaknya tidak semata-mata bertujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya. Akan tetapi yang paling penting adalah mencari keridhaan dan mencapai keberkahan atas rezeki yang diberikan oleh Allah SWT. Hakikat keberkahan usaha itu adalah kemantapan dari usaha yang dilakukannya dalam bentuk memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai Allah SWT. Islam mengajarkan agar dalam berbisnis, seorang muslim harus senantiasa berpijak kepada aturan yang

²⁷Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam...* hal. 70-71

²⁸Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam, ...* hal.5

ada dalam agama, utamanya bagaimana pengusaha tidak hanya memikirkan kepentingan sendiri, namun juga bisa membina hubungan yang harmonis dengan konsumen atau pelanggan, serta mampu menciptakan suasana saling meridhai dan tidak ada unsur eksploitasi.²⁹

Al-Ghazali dalam bukunya *Ihya' Ulumuddin*, sebagaimana dikutip oleh Ali Hasan menjelaskan pengertian etika adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan pikiran. Dengan demikian etika bisnis dalam syariat Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.³⁰

4. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam dunia bisnis semua orang tidak mengharapkan memperoleh perlakuan tidak jujur dari sesamanya. Praktek manipulasi tidak akan terjadi jika dilandasi dengan moral tinggi. Moral dan tingkat kejujurn rendah akan menghancurkan tata nilai etika bisnis itu sendiri. Masalahnya ialah tidak ada hukuman tegas terhadap pelanggaran etika, karena nilai etika hanya ada dalam hati, berbeda dengan aturan hukum yang mempunyai unsur paksaan dari luar kehendak hati. Akan tetapi

²⁹ Saban Echdar dan Maryadi, *Business Ethics and Entrepreneurship Etika Bisnis dan Kewirausahaan*, (Sleman: CV Budi Utama, 2019), hal.110

³⁰Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hal. 171

bagi orang-orang yang bergerak dalam bisnis yang dilandasi oleh rasa keagamaan mendalam akan mengetahui bahwa perilaku jujur akan memberikan kepuasan tersendiri dalam kehidupannya baik dalam dunia nyata maupun akhirat. Hendaknya kehidupan dunia terutama dalam bisnis, tidak terlepas dari kehidupan di hari kemudian itu.³¹

Dalam hukum Islam disebutkan bagaimana prinsip-prinsip dalam berbisnis. Etika bisnis Islam merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan Al-qur'an, hadist dan hukum yang telah dibuat oleh para ahli fiqih. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam harus mencakup:

a. Prinsip Ketauhidan (*unity*)

Prinsip kesatuan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai pondasi utama bagi setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan *tauhid* atau *ilahiyyah* ini bertitik tolak pada keridhoan Allah, tata cara yang dilakukan sesuai dengan syariah-Nyam kegiatan bisnis dan distribusi diikatkan pada prinsip dan tujuan *ilahiyyah*.³²

b. Prinsip Keadilan (*Equilibrium*)

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan.

³¹Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 200

³²Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*,...,hal. 70-71

Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya. Dalam beraktifitas didunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.³³

c. Prinsip Kehendak Bebas (Ikhtiar/ *Freewill*)

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam karena masalah ekonomi termasuk kepada aspek muamalah bukan ibadah maka berlaku padanya kaidah umum “semua boleh kecuali yang dilarang” yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba. Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar, tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.³⁴Prinsip Bertanggung Jawab (Responsibility)

Dalam dunia bisnis, pertanggung jawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertical (kepada Allah Swt) dan sisi horizontalnya kepada manusia atau konsumen. Tanggungjawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan),

³³Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2012)hal. 32

³⁴Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit,* Hal. .33

kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menerapkan Batasan mengenai apa yang dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.³⁵

d. Prinsip Kebenaran Kebijakan (Ihsan)

Konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dalam prinsip ini terkandung dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.³⁶

5. Aktivitas Dalam Etika Bisnis Islam

Dalam melakukan segala aktivitas terutama dalam bentuk kegiatan usaha ada etika yang mengatur. Sehingga dalam kegiatan tersebut dapat menimbulkan keharmonisan dan keselarasan antar

³⁵ Faisal Badroen, Suhendra, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kendana Prenada Media Grub, 2006), hal. 15.

³⁶ *Ibid.*, hal. 38

sesama. Begitu juga dalam dunia bisnis tidak lepas dari etika bisnis. Etika bisnis merupakan aturan yang sangat mengatur tentang aktivitas bisnis.

- a. Bertaqwa adalah senantiasa bermuamalah dengan muamalah yang Islami atau berbisnis secara alami. Adapun aktivitas dan etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:³⁷

- 1) Pembisnis harus jujur (*shiddiq*)

Shiddiq adalah berkata benar. Jujur terhadap diri sendiri, makhluk lain dan sang pencipta. Tanpa kejujuran semua hubungan termasuk hubungan bisnis tidak akan berjalan lama. Padahal dalam prinsip berbisnis interaksi yang memberikan keuntungan sedikit tetapi berlangsung berkali-kali lebih baik dari pada untung banyak tetapi hanya sekali, dua kali atau tiga kali. Jujur merupakan motivator yang abadi dalam budi pekerti dan perilaku seorang pembisnis muslim. Karena sebagai salah satu sarana untuk memperbaiki amalnya dan sarana untuk bisa masuk surga.

- 2) Amanah

Islam mewajibkan pembisnis untuk mempunyai sikap amanah terhadap dirinya sendiri dan orang lain apalagi tidak boleh meremehkan hak orang yang memberikan amanah.

³⁷Halifah, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran pada Butik Moshait Surabaya*, Jurnal Kajian Bisnis, hal. 21

Karena amanah merupakan tanggungjawab yang besar dan lebih berat dari seluruh yang ada didunia ini.

3) Adil

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis dan melarang berbuat curang. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut karena kunci keberhasilan bisnis adalah keadilan. Bersikap adil dalam transaksi jual beli berdampak baik kepada hasil jualannya karena konsumen akan merasakan kenyamanan dan tidak ada yang dilebihkan serta dirugikan.³⁸

b. Adapun beberapa distorsi atau kecurangan dalam pasar perspektif Islam yaitu:³⁹

1) Rekayasa penawaran dan rekayasa permintaan

Rekayasa terjadi ketika pembeli menciptakan permintaan palsu seolah-olah terdapat banyak permintaan terhadap suatu produk sehingga harga jual beli produk itu akan naik. Hal ini bisa ditemukan misalnya dalam bursa valas dan yang lainnya.

Sedangkan rekayasa penawaran (flash demand) atau lebih dikenal dengan ikhtiar. Ikhtiar disini adalah penimbunan barang yang akan dijual yang mana barang tersebut sedang dibutuhkan oleh masyarakat dari sirkulasi pasar dalam satu masa tertentu

³⁸Halifah, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam,*, hal. 23

³⁹ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Perspektif Maqashid Alsyariah*, (Jakarta: kencana, 2014) hal. 204

sampai kemudian barang tersebut akan semakin mahal. Ketika harga mahal maka barang tersebut akan dijual.⁴⁰

2) Penipuan

Setiap transaksi di dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak. Mereka harus mempunyai informasi tentang barang yang diperdagangkan, baik dari segi kualitas, kauntitas harga jual dan waktu serah terima. Sehingga tidak ada yang merasa dirugikan di dalam hal ini, dan tidak ada pihak yang meras dicurangi. Karena Islam tidak memaksa seorang untuk menjual ataupun membeli suatu barang karena unsur pemaksaan adalah suatu hal yang sangat dilarang. Agar tidak merugikan pihak-pihak tertentu.⁴¹

3) Kerancauan

Kerancauan atau yang biasa di sebut gharar juga mengambil empat bentuk yang menyangkut kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang. Jual beli gharar yaitu segala jenis jual beli dengan menipu pihak lain.⁴²

c. Konsep Al-Qur'an Bisnis yang Beretika

Terintegrasinya etika Islam dalam bisnis telah menciptakan suatu paradigma bisnis dalam sistem etika bisnis Islam. Poaradigma bisnis dalam sistem etika bisnis Islam. Paradigma bisnis adalah gugusan pikir atau cara pandang tertentu yang

⁴⁰ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi*,..... hal. 205

⁴¹ *Ibid.*, hal 205

⁴² *Ibid.*hal. 25

dijadikan sebagai landasan bisnis baik sebagai aktifitas maupun entitas. Paradigma bisnis Islam di bangun dan dilandasi oleh faktor-faktor berikut:⁴³

1) Kesatuan

Konsep kesatuan disini adalah kesatuan sebagaimana dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim, baik dalam ekonomi, politik, sosial, maupun agama. Tauhid hanya dianggap sebagai keyakinan Tuhan hanya satu. Tetapi tauhid adalah sistem yang harus dijalankan dalam mengelola kehidupan ini. Berdasarkan konsep ini maka pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak akan melakukan:

- a) Diskriminasi antara pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama.
- b) Terpaksa dipaksa melakukan praktik mal bisnis karena hanya Allah lah yang semestinya ditakuti dan dicintai.
- c) Menimbun kekayaan atau sereakah karena hakikatnya kekayaan adalah amanat Allah.

2) Keseimbangan

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil. Pengertian adil dalam Islam

⁴³Muhammad Fauroni dan Lukman, *Visi Al Quran tentang Etika Bisnis* (Jakarta : Salmeha Diniyah, 2002), hal. 10

diarahkan agar hak orang lain harus di tempatkan sebagaimana mestinya (sesuai dengan aturan syariah). Karena orang yang adil lebih dekat dengan ketakwaan.

Bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diutamakan oleh para pembisnis muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.⁴⁴

3) Kehendak Bebas

Hal yang terkait dengan kemampuan manusia untuk bertindak tanpa paksaan dari luar. Kehendak bebas juga tidak terlepas dari posisi manusia sebagai Khalifatu Allah di muka bumi. Manusia di beri kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya dengan tanpa mengabaikan kenyataan sepenuhnya dan dituntun oleh hukum yang telah di ciptakan oleh Allah swt. Kemudian dia diberi kemampuan untuk berfikir dan membuat keputusan untuk memilih apa jalan hidup yang diinginkan dan yang paling penting untuk bertindak berdasarkan aturan apa yang dipilih. Seperti halnya dalam bermuamalah, kebebasan dalam menciptakan mekanisme pasar memang diharuskan dalam Islam dengan tidak ada

⁴⁴Muhammad Fauroni dan Lukman, *Visi Al Quran.....* hal. 12

pendzaliman, maysir, gharar dan riba. Dengan demikian, kebebasan berhubungan erat dengan kesatuan dan kesetimbangan.⁴⁵

4) Pertanggung Jawaban

Dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah swt) dan sisi horizontalnya kepada sesama manusia. Seorang muslim harus meyakini bahwa Allah selalu mengamati perilakunya dan akan harus di pertanggungjawabkan semua tingkah lakunya kepada Allah di hari akhirat nanti. Sisi horizontalnya kepada manusia atau kepada konsumen. Tanggung jawab dalam bisnis harus di tampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan.⁴⁶

5) Kebenaran, Kebijakan dan Kejujuran

Kebenaran adalah nilai yang dijadikan dasar dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar. Kebijakan adalah sikap yang baik dan yang merupakan tindakan memberi keuntungan bagi orang lain. Sedangkan

⁴⁵ Ibid., hal 14

⁴⁶ Ibid. hal. 15

kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan.⁴⁷

Dalam etika bisnis Islam Terdapat sejumlah perbuatan yang dapat menunjang para pembisnis muslim yaitu kemurahan hati, motif pelayanan yang baik, dan kesadaran akan adanya Allah swt dan aturan yang menjadi prioritas. Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan dalam berbisnis. Dari sikap kebenaran, kebijakan dan kejujuran maka suatu bisnis secara otomatis akan melahirkan persaudaraan. Persaudaraan kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan tanpa adanya kegiatan dan penyesalan sedikitpun. Dengan demikian kebenaran, kebijakan dan kejujuran dalam semua proses bisnis akan dilakukan secara transparan. Al Quran menegaskan agar dalam bisnis tidak dilakukan yang mengandung kebatilan, kerusakan, dan kedzaliman. Sebaliknya harus dilakukan dengan kesadaran dan sukarela.

6) Keterbukaan dan Kebebasan

Kesediaan pelaku bisnis untuk menerima pendapat orang lain yang lebih benar serta menghidupkan potensi dan inisiatif yang kreatif dan positif. Tidak hanya dengan keterbukaan, seorang pembisnis haruslah menjalin kerjasama dalam

⁴⁷ Muhammad Natadiwiry, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta : Granada Press,2007) hal. 38

membagi beban dan memikul tanggung jawab tanpa ada diskriminasi diantara pelaku bisnis.

Dalam Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah al-Qur'an dan sunah Rasul. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Karena menurut A. Kadir setiap usaha bisnis yang dilakukan orang Islam bisa menjadi ibadah yang berpahala, apabila dimaksudkan untuk mendapatkan keridhaan Allah semata. Kaidah fiqhnya menyebutkan "*Al-umuru bi mawashidiha*" yang artinya: semua urusan (perkara) itu tergantung kepada tujuannya. Bisnis Islam merupakan serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.⁴⁸

6. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam hukum Islam disebutkan bagaimana prinsip-prinsip dalam berbisnis. Etika bisnis Islami merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan Al-Qur'an, hadist dan hokum yang telah dibuat oleh para ahli fiqih. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam harus mencakup:

- a. Prinsip Ketauhidan (*unity*)

⁴⁸Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbasis Keberkahan...* hal.

Prinsip kesatuan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang Muslim yang beriman dan menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan tauhid atau ilahiyah ini bertitik tolak pada keridhoan Allah, tata cara yang dilakukan sesuai dengan syariah-Nya, kegiatan bisnis dan distribusi diikatkan pada prinsip dan tujuan *ilahiyah*.⁴⁹

b. Prinsip Keadilan (*Equilibrium*)

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggung jawabkan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya. Dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.

c. Prinsip Kehendak Bebas (Ikhtiar/ Freewill)

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam karena masalah ekonomi termasuk kepada aspek muamalah bukan ibadah maka berlaku padanya kaidah

⁴⁹ Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Ekosiana, 2004), hal. 30

umum “semua boleh kecuali yang dilarang” yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba.

Kebebasan merupakan bagian yang penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak dipasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum penawaran dan permintaan yang dipresentasikan oleh harga, pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja memperlmainkannya.⁵⁰

d. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Dalam dunia bisnis, pertanggung jawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertical (kepada Allah) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat atau konsumen. Tanggungjawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan

⁵⁰ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 94

oleh manusia dengan bertanggungjawab atau semua yangdilakukannya.⁵¹

e. Prinsip Kebenaran Kebijakan (*Ihsan*)

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

Dalam prinsip ini terkandung dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun.⁵²

Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

B. Kinerja Perusahaan

1. Definisi Kinerja

Kinerja adalah istilah umum yang digunakan untuk menunjukkan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode.⁵³ Kinerja perusahaan sebagai keberhasilan perusahaan

⁵¹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, Hal. 94

⁵² Ibid., hal 95

⁵³ Mulyadi, *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*, (Jakarta: Salemba, 2007), hal. 328

secara keseluruhan dalam mencapai sasaran-sasaran strategik yang telah ditetapkan melalui inisiatif strategik pilihan. Kinerja perusahaan diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk meraih tujuannya melalui pemakaian sumber daya secara efisien dan efektif dan menggambarkan seberapa jauh suatu perusahaan mencapai hasilnya setelah dibandingkan dengan kinerja terdahulu *previous performance* dan kinerja organisasi lain benchmarking, serta sampai seberapa jauh meraih tujuan dan target yang telah ditetapkan.⁵⁴ Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam perumusan skema strategis (*strategic planning*) suatu organisasi.

Dari berbagai definisi kinerja di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan *performance* atau penampilan atau hasil kerja seseorang maupun organisasi dalam melaksanakan pekerjaan untuk mencapai tujuan serta dapat diukur dengan standar yang telah ditetapkan selama periode tertentu.

2. Pengukuran Kinerja

Pengukuran kinerja merupakan pendekatan sistematis dan terintegrasi untuk memperbaiki kinerja organisasi dalam rangka mencapai tujuan strategi organisasi dan mewujudkan visi dan misinya.⁵⁵

Pengukuran kinerja adalah salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan karena merupakan usaha memetakan strategi ke dalam

⁵⁴ Wibowo, *Manajemen Kinerja*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), hal, 7

⁵⁵ Mahmudi, *Manajemen Kinerja Sektor Publik*, (Yogyakarta: UPP.YPKN. Mangkunegara, 2005) hal. 15

tindakan pencapaian target tertentu. Sistem pengukuran kinerja dapat dijadikan sebagai alat pengendalian organisasi, karena pengukuran kinerja diperkuat dengan menetapkan *reward* dan *punishment system*.

Pada dasarnya ukuran kinerja yang baik mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- a. Berhubungan dengan tujuan perusahaan
- b. Mempunyai perhatian yang seimbang antara jangka pendek dan jangka panjang
- c. Menggambarkan aktivitas kunci manajemen
- d. Dipengaruhi oleh tindakan karyawan
- e. Siap dipahami oleh karyawan
- f. Digunakan dalam evaluasi dan bermanfaat bagi karyawan
- g. Bertujuan logis dan merupakan pengukuran yang mudah
- h. Digunakan konsisten dan teratur

Pengukuran kinerja diperlukan untuk mengetahui tinggi rendahnya kinerja seseorang atau organisasi. Pengukuran kinerja ini merupakan hal yang penting untuk dilakukan karena hasil pengukuran suatu kinerja berpengaruh pada pengambilan keputusan dan kebijakan manajemen terkait dengan pencapaian visi dan misi organisasi atau perusahaan.

Hasil pengukuran kinerja juga memberikan informasi atas pencapaian atau prestasi perusahaan dalam menjalankan strategi perusahaan. Apabila dari hasil pengukuran kinerja tersebut

perusahaan mengalami kendala dalam menjalankan strategi yang ditetapkan perusahaan sebelumnya, perusahaan dapat memperbaiki berbagai sisi dari kinerja perusahaan yang diukur

3. Prespektif-Prespektif Dalam Pengukuran Kinerja

Balanced scorecard merupakan sistem manajemen strategis yang menterjemahkan visi dan strategi suatu organisasi ke dalam tujuan dan ukuran operasional. *Balanced scorecard* mempunyai empat perspektif sebagai komponen dalam melakukan pengukuran kinerja perusahaan, hal tersebut dapat memberikan keseimbangan antara tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang, antara hasil yang diinginkan dengan faktor pendorong serta antara ukuran obyektif yang keras dengan ukuran subyektif yang lunak.⁵⁶

Empat perspektif *balanced scorecard* tersebut adalah sebagai berikut:

1. Perspektif keuangan

Perspektif keuangan ini berorientasi kepada para pemegang saham. Pada saat perusahaan melakukan pengukuran secara finansial, maka hal pertama yang harus dilakukan adalah mendeteksi keberadaan industri yang dimilikinya.

⁵⁶ Robert S. Kaplan dan David P. Norton, *Balanced Scorecard: Menerapkan Strategi Menjadi Aksi*, (Jakarta: Erlangga, 2000), hal. 55

Dalam perspektif finansial, terdapat tiga aspek dari strategi yang dilakukan suatu perusahaan, yaitu:

- a. Pertumbuhan pendapatan dan kombinasi pendapatan yang dimiliki suatu organisasi bisnis
- b. Penurunan biaya dan peningkatan produktivitas
- c. Penggunaan aset yang optimal dan strategi investasi

Pengukuran kinerja keuangan mempertimbangkan adanya tahapan dari siklus kehidupan bisnis, yaitu: *growth*, *sustain*, dan *harvest*. Tiap tahapan memiliki sasaran yang berbeda, sehingga penekanan pengukurannya pun berbeda pula. Tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

- a) *Growth* (berkembang) adalah tahapan awal siklus kehidupan perusahaan dimana perusahaan memiliki produk atau jasa yang secara signifikan memiliki potensi pertumbuhan yang baik. Disini manajemen terikat dengan komitmen untuk mengembangkan suatu produk atau jasa baru, membangun dan mengembangkan suatu produk/jasa dan fasilitas produksi, menambah kemampuan operasi, mengembangkan sistem, infrastruktur dan jaringan distribusi yang akan mendukung hubungan global, serta membina dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan.
- b) *Sustain* (bertahan) adalah tahap kedua dimana

perusahaan perusahaan masih melakukan investasi dan reinvestasi dengan mengisyaratkan tingkat pengembalian terbaik. Dalam tahap ini, perusahaan mencoba mempertahankan pangsa pasar yang ada, bahkan mengembangkannya jika mungkin. Investasi yang dilakukan umumnya diarahkan untuk menghilangkan *bottleneck*, mengembangkan kapasitas dan meningkatkan perbaikan operasional secara konsisten. Sasaran keuangan pada tahap ini diarahkan pada besarnya tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan. Tolak ukur yang kerap digunakan pada tahap ini.

- c) *Harvest* (panen) adalah tahapan ketiga dimana perusahaan benar-benar memanen/menuai hasil investasi di tahap-tahap sebelumnya. Tidak ada lagi investasi besar, baik ekspansi maupun membangun kemampuan baru, kecuali pengeluaran untuk pemeliharaan dan perbaikan fasilitas. Sasaran keuangan adalah hal yang utama dalam tahap ini, sehingga diambil sebagai tolak ukur, yaitu memaksimalkan arus kas masuk dan pengurangan modal kerja.

Dalam mengukur kinerja perusahaan dari perspektif keuangan, perusahaan juga dapat menggunakan analisis rasio. Adapun rasio yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja

keuangan perusahaan adalah sebagai berikut:

- (1) Rasio Likuiditas, yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aset lancar yang dimiliki. Ukuran rasio yang digunakan untuk mengukur rasio likuiditas adalah *Current Ratio*, *Quick Ratio* dan *Cash Ratio*.
- (2) Rasio Solvabilitas, disebut juga sebagai rasio *leverage* mengukur perbandingan dana yang dimiliki perusahaan dengan dana yang dipinjam dari kredit perusahaan tersebut. Rasio yang digunakan untuk mengukur rasio solvabilitas yaitu *Total Debt to Equity Ratio* dan *Total Debt to Total Asset Ratio*.
- (3) Rasio Profitabilitas, yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Ukuran yang dipakai untuk menghitung rasio profitabilitas yaitu *Gross Profit Margin*, *Net Profit Margin*, *Return On Investment* dan *Return On Equity*. Rasio Pertumbuhan, digunakan untuk menghitung besarnya tingkat pertumbuhan perusahaan dalam suatu periode tertentu. Rasio yang digunakan untuk menghitung rasio pertumbuhan adalah rasio laba terhadap saham beredar (*EPS*), rasio harga saham terhadap laba perlembar

saham (*P/E Ratio*), rasio harga saham terhadap penjualan (*P/S Ratio*) dan rasio harga saham terhadap nilai buku (*PB/V Ratio*).

2. Perspektif pelanggan

Perspektif ini berorientasi pada pelanggan, yaitu pelayanan yang optimal terhadap pelanggan dan segmen pasar yang dikuasai oleh perusahaan.

Dalam perspektif pelanggan ini, pengukuran dilakukan dengan lima aspek utama, yaitu:

a. Pengukuran pangsa pasar

Pengukuran terhadap besarnya pangsa pasar perusahaan mencerminkan proporsi bisnis dalam satu area bisnis tertentu yang diungkapkan dalam bentuk uang, jumlah customer, atau unit volume yang terjual atas setiap unit produk yang terjual.

b. *Customer retention* (retensi pelanggan)

Pengukuran dapat dilakukan dengan mengetahui besarnya prosentase pertumbuhan bisnis dengan jumlah *customer* yang saat ini dimiliki oleh perusahaan.

c. *Customer acquisition* (akuisisi pelanggan)

Pengukuran dapat dilakukan melalui prosentase jumlah penambahan *customer* baru dan perbandingan total penjualan dengan jumlah *customer* baru yang ada.

d. *Customer satisfaction* (kepuasan pelanggan)

Pengukuran terhadap tingkat kepuasan pelanggan ini dapat dilakukan dengan berbagai macam teknik, diantaranya adalah: survei melalui surat/pos, *interview* melalui telepon, atau *personal interview*.

e. *Customer profitability* (profitabilitas pelanggan)

Profitabilitas pelanggan merupakan besar keuntungan yang berhasil diraih oleh perusahaan dari penjualan produk atau jasa kepada pelanggan. Profitabilitas pelanggan dihitung dari keuntungan jasa atau produk dibagi dengan total pendapatan jasa atau produk dan dinyatakan dalam persen.

Aspek-aspek pengukuran tersebut di atas masih bersifat terbatas, sehingga diperlukan pengukuran lain yaitu pengukuran terhadap semua aktivitas yang mencerminkan nilai tambah bagi *customer* yang berada pada pangsa pasar perusahaan. Pengukuran lain tersebut dapat berupa: atribut produk atau jasa yang diberikan kepada *customer* (kegunaan, kualitas dan harga), hubungan atau kedekatan antar *customer* (pengalaman membeli dan hubungan personal dengan *customer*), *image* dan reputasi produk atau jasa di mata *customer*.

3. Perspektif proses bisnis internal

Perspektif proses bisnis internal merupakan pengukuran terhadap seluruh kinerja perusahaan, termasuk manajer dan karyawan dalam menyediakan produk yang dapat memberikan

kepuasan kepada pelanggan dan pemegang saham. Ada tiga proses dalam perspektif bisnis internal, yaitu:

a. Proses Inovasi

Proses inovasi merupakan hal yang penting untuk dapat mempertahankan posisi dalam segmen pasar yang telah dikuasai perusahaan atau bahkan meningkatkan posisi perusahaan dalam segmen pasar. Hal ini dikarenakan pelanggan selalu tertarik pada produk yang lebih canggih, lebih baik kualitas maupun bentuknya dan berbeda dibandingkan dengan produk-produk yang sudah ada di pasaran. Sehingga proses inovasi ini harus diperhatikan oleh perusahaan demi kepuasan pelanggan dan kemajuan perusahaan.

b. Proses Operasi

Proses operasi lebih menitikberatkan pada efisiensi proses, konsistensi dan ketepatan waktu dari barang dan jasa yang diberikan kepada *customer*. Proses operasi ini berkaitan dengan penyediaan barang hingga barang sampai pada *customer*.

c. Pelayanan purna jual

Pengukuran pelayanan purna jual terhadap *customer*, meliputi pelayanan servis, garansi, penanganan terhadap produk cacat atau rusak, serta proses pembayaran atas transaksi penjualan kredit. Pengukuran pada pelayanan purna jual ini merupakan hal yang penting karena berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan yang nantinya akan mempengaruhi pangsa

pasar dan pendapatan perusahaan untuk jangka panjang.

4. Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan

Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan (infrastruktur) mendefinisikan kemampuan yang diperlukan oleh organisasi untuk memperoleh pertumbuhan jangka panjang dan perbaikan bahwa perspektif pembelajaran dan pertumbuhan ini memiliki tiga tujuan utama, yaitu:

a. Peningkatan kemampuan pegawai

Dalam usaha untuk meningkatkan kemampuan pegawai, perusahaan perlu memberikan pelatihan kepada pegawai agar pegawai memiliki keahlian yang diharapkan dapat bersinergi untuk mencapai tujuan perusahaan.

b. Peningkatan motivasi pegawai

Motivasi merupakan hal yang sangat penting bagi pegawai, karena dengan motivasi yang tinggi akan meningkatkan semangat pegawai dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, sehingga berpengaruh pada kinerja yang baik yang akan memudahkan perusahaan untuk menjalankan strategi dan mencapai tujuan perusahaan. Tidak dipungkiri bahwa motivasi terkadang naik turun, sehingga perusahaan perlu melakukan tindakan untuk meningkatkan motivasi pegawai agar pegawai bisa memberikan kinerja terbaik untuk pencapaian tujuan perusahaan.

c. Peningkatan kemampuan sistem informasi

Informasi yang tepat dan akurat sangat diperlukan oleh pegawai. Pegawai akan terbantu dengan ketersediaan informasi yang akurat mengenai informasi pelanggan, informasi jumlah barang, informasi ketersediaan barang dan informasi lainnya. Sehingga perusahaan perlu meningkatkan kemampuan sistem informasi, agar kinerja pegawai dan aktivitas perusahaan berjalan dengan lancar.

4. Tujuan dan Manfaat Pengukuran Kinerja

Tujuan pengukuran kinerja perusahaan adalah sebagai berikut:⁵⁷

- a. Untuk memastikan pemahaman para pelaksana dan ukuran yang digunakan untuk pencapaian prestasi
- b. Memastikan tercapainya skema prestasi yang disepakati
- c. Untuk memonitor dan mengevaluasi kinerja dengan perbandingan antara skema kerja dan pelaksanaannya
- d. Untuk memberikan penghargaan maupun hukuman yang obyektif atas prestasi pelaksanaan yang telah diukur, sesuai dengan metode pengukuran yang telah disepakati
- e. Menjadikannya sebagai alat komunikasi antara bawahan dan pimpinan dalam upaya memperbaiki kinerja perusahaan
- f. Mengidentifikasi apakah kepuasan pelanggan sudah terpenuhi
- g. Membantu proses kegiatan perusahaan
- h. Untuk memastikan bahwa pengambilan keputusan telah dilakukan secara obyektif

⁵⁷ Nogi S. Tangkilisan, *Manajemen Publik* (Jakarta: Grasindo, 2007), hal. 174

- i. Menunjukkan peningkatan yang perlu dilakukan
- j. Mengungkapkan permasalahan yang terjadi

Manfaat pengukuran kinerja adalah untuk memperoleh informasi yang akurat dan valid tentang perilaku dan kinerja anggota organisasi.⁵⁸ Manfaat pengukuran kinerja adalah sebagai berikut:

- a) Mengelola operasi organisasi secara efektif dan efisien melalui pemotivasian karyawan secara maksimum.
- b) Membantu pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan karyawan seperti promosi, pemberhentian dan mutasi.
- c) Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan dan untuk menyediakan kriteria seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan.
- d) Menyediakan umpan balik bagi karyawan mengenai bagaimana atasan mereka menilai kinerja mereka.
- e) Menyediakan suatu dasar bagi distribusi penghargaan.

Dalam pengukuran kinerja, diperlukan alat ukur yang tepat untuk mengukur kinerja. Sistem pengukuran kinerja yang efektif adalah sistem pengukuran yang dapat memudahkan manajemen untuk melaksanakan proses pengendalian dan memotivasi manajemen untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerjanya.

⁵⁸ Mulyadi dan Johnny Setiawan, *Corporate Culture And Performance*, Dampak Budaya Perusahaan Terhadap Kinerja, (Jakarta: Perhalindo, 1999) hal. 227

C. Perusahaan Konstruksi

1. Definisi Perusahaan Konstruksi

Perusahaan jasa konstruksi adalah perusahaan yang mencakup semua pihak yang terkait dengan proses konstruksi, termasuk tenaga profesi, pelaksanaan konstruksi dan juga para pemasok yang sama-sama memenuhi kebutuhan pelaku dalam perusahaan, konstruksi merupakan sektor perekonomian yang sangat penting untuk menghasilkan suatu produk bangunan, baik dalam fungsinya sebagai infrastruktur maupun properti, serta penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) yang signifikan (*built environment*)

Jasa konstruksi adalah jasa yang menghasilkan prasarana dan sarana fisik. Jasa tersebut meliputi kegiatan studi, penyusunan rencana teknis/rancang bangun, pelaksanaan dan pengawasan serta pemeliharannya. Prasarana secara fisik merupakan landasan pertumbuhan sektor-sektor dalam pembangunan nasional, termasuk di sektor pertambangan, serta jasa konstruksi berperan pula sebagai penyedia lapangan kerja, maka jasa konstruksi penting dalam pembangunan nasional. Sebelum terjadi krisis moneter, sektor jasa pada perusahaan konstruksi mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan sehingga menjadi salah satu motor penggerak pada bidang perekonomian yang utama.

2. Karakteristik Perusahaan Konstruksi

Sebagai salah satu bidang industri, perusahaan konstruksi mempunyai beberapa ciri khas ataupun karakteristik yang sangat spesifik dan juga berbeda jauh dengan jasa industri yang lainnya. Berbagai karakteristik dari perusahaan konstruksi yaitu:

a. Penuh ketidakpastian

Perusahaan konstruksi adalah salah satu perusahaan yang bisnisnya selalu dipenuhi dengan risiko yang sangat tinggi dan ketidakpastian, serta laba yang juga sangat rendah

b. Dipengaruhi pembeli

Pasar yang dimiliki oleh perusahaan konstruksi sangat dipengaruhi oleh pembeli karena kepentingan dari pembeli sangatlah dilindungi dengan adanya perusahaan asuransi, pihak pengawas, dan juga pihak lembaga keuangan bank yang mengikat perusahaan untuk terus mengikuti permintaan dari pelanggan/klien

c. Budget dan jadwal yang fluktuatif

Nilai kontrak dan juga harga jual pada perusahaan konstruksi sangatlah konservatif tapi tidak mempunyai biaya ataupun anggaran produksi yang sifatnya sangatlah fluktuatif, dimana jadwal waktu pengerjaan dan juga standar mutunya juga harus selalu ditentukan oleh pihak pelanggan/klien.

Proses konstruksi yang cenderung berubah-ubah ini dikarenakan adanya perbedaan lokasi pembangunan dan juga perencanaan yang

sesuai dengan karakteristik. Pengambilan keputusan dari pembeeli akan sangat dipengaruhi dengan adanya reputasi dari perusahaan.

d. Wajib menerapkan K3

K3 adalah keselamatan dan kesehatan kerja yang berarti pemberian perlindungan kepada setiap orang yang berada di tempat kerja yang berhubungan dengan pemindahan bahan baku, penggunaan peralatan kerja konstruksi, proses produksi dan lingkungan sekitar tempat kerja.

Kebijakan K3 adalah suatu hal yang wajib dan juga harus diperhatikan sebelum memulai melakukan berbagai proses yang berkaitan dengan pembangunan. Hal ini dilakukan untuk melindungi karyawan dari risiko kecelakaan ataupun risiko lainnya yang selalu mengintai di lingkungan kerja.

D. Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian tentang penerapan etika bisnis Islam dalam kinerja perusahaan kemungkinan sudah banyak yang menulis. Dan telah dipublikasikan dalam berbagai karya baik dalam bentuk buku, jurnal ataupun skripsi. Karya-karya tersebut dihasilkan oleh para peneliti seperti Isnaini Nur Arifin, Evi Susanti, Ihsan Hidayat, Lamtiur Mayogi Rohana Pasarbiru.

Dari beberapa karya yang ada perlu penulis uraikan dalam penelitian ini. di antara penelitian tentang penerapan etika bisnis Islam adalah penelitian skripsi yang dilakukan oleh Isnaini Nur Arifin yang

berjudul Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada CV. Wahana Satria Purwokerto. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Wahana Satria pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis islam yang di ajarkan dalam islam yang dapat dilihat dari lima konsep etika bisnis islam.⁵⁹

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Evi Susanti yang berjudul Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mebel Di CV. Jati Karya Palembang dengan jenis penelitian ini berbentuk deskriptif kualitatif. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam, hal tersebut bisa dilihat pada kedua indikator di atas, terutama masalah kejujuran, tepat janji, amanah, murah hati, pencatatan hutang, tertib administrasi, membangun hubungan baik antar karyawan, dan berzakat/bantuan. Para pembeli di mebel CV. Jati Karya ini mendapat harga yang ekonomis, tidak murah dan tidak juga terlalu mahal.⁶⁰

Penelitian yang selanjutnya merupakan penelitian yang dilakukan oleh Ihsan Hidayat dengan judul Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Produksi Rumahan Toko Roti Maros Aneka Sari Kecamatan Turikale Kabupaten Maros. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif menunjukkan bahwa produksi rumahan toko roti maros aneka sari kecamatan Turikale Kabupaten Maros telah menerapkan etika bisnis Islam

⁵⁹ Isnaini Nur Arifin, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada CV. Wahana Satria Purwokerto*, (Purwokerto: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018)

⁶⁰ Evi Susanti, *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Mebel Di CV. Jati Karya Palembang* (Palembang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017)

diliat dari sikap pemilik dan para karyawan dalam menjalankan produksi, melayani pelanggan dan mengawasi proses produksi.⁶¹

Penelitian yang dilakukan oleh Lamtiur Mayogi Rohana Pasarbiru. Dengan judul Analisis Prinsip dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis (Studi Pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Kopri) yang menghasilkan sistem etika bisnis dalam Islam yang ditekankan pada etika bisnis dalam transaksi jual beli, sehingga kedepannya tidak ada lagi hambatan-hambatan yang menyebabkan kekecewaan, kerugian serta ketidakadilan yang dirasakan baik pedagang maupun pembeli.⁶²

Jurnal yang ditulis oleh Ahmad Syahrizal dengan judul Etika Bisnis dalam Prespektif Islam bahwa islam sebagai *way of life* karena islam adalah ajaran yang lengkap dan universal. Etika bisnis islam adalah merupakan hal yang penting dalam perjalanan sebuah aktivitas bisnis profesional. Banyak penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara etika bisnis dengan kinerja perusahaan dengan demikian, penting bagi dunia bisnis khususnya yang mengaki Muhammad SAW sebagai Nabinya, ntuk menerapkan nilai-nilai islam dalam bisnisnya.⁶³

⁶¹ Ihsan Hidayat, *Etika Bisnis Islam Terhadap Produksi Rumahan Toko Roti Maros Aneka Sari Kecamatan Turikale Kabupaten Maros* (Makassar: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018)

⁶² Lamtiur Mayogi Rohana Pasarbiru, *Analisis Prinsip dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis (Studi Pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Kopri)* (Lampung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019), hal.

⁶³ Ahmad Syahrizal, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Jurnal Aktualita, Vol 9 Edisi 1 Desember 2018), hal 115