

DISKURSUS ETIKA BISNIS ISLAM DALAM DINAMIKA BISNIS KONTEMPORER

Mulia Ardi

LAIN Tulungagung, Jl. Mayor Sudaji Timur 46

Email: ardi_mulia@gmail.com

Abstract

Islamic business ethics are universal ideas that are relevant to the business world. The value that is contained in the Islamic business ethics in line with the needs of the conventional business value. Various problems faced by the contemporary business is basically caused by the lack of understanding of human identity. This ignorance leads to negative behavior of businesses in running a business. The essence of business is essentially the fulfillment of human needs. Duties and responsibilities of Islamic business ethics is delivering business activities on the essence of business and self-awareness. However, the implementation of Islamic business ethics at the level applicable is not easy. Islamic business ethics brings challenges and dilemmas, especially when faced with the dynamics of contemporary business.

Key Words: *Ethic, Islamic Business Ethic dan Contemporary Business*

Abstrak

Etika bisnis Islam adalah gagasan universal yang relevan dengan dunia bisnis. Nilai-nilai yang terkandung di dalam etika bisnis Islam sejalan dengan kebutuhan nilai bisnis konvensional. Berbagai persoalan yang dihadapi oleh bisnis kontemporer pada dasarnya disebabkan oleh rendahnya pemahaman tentang jati diri manusia. Ketidapahaman ini berujung pada perilaku negatif pelaku bisnis dalam menjalankan roda bisnis. Esensi bisnis pada hakikatnya adalah pemenuhan kebutuhan manusia. Tugas dan tanggung jawab etika bisnis Islam adalah mengantarkan kegiatan bisnis pada esensi bisnis dan kesadaran akan diri. Namun demikian, implementasi etika bisnis Islam pada tataran aplikatif tidak mudah. Etika bisnis Islam menghadapi tantangan dan dilema terutama ketika harus berhadapan dengan dinamika bisnis kontemporer.

Kata kunci: *Etika, Etika Bisnis Islam dan Bisnis kontemporer*

PENDAHULUAN

Persoalan bisnis yang tengah terjadi saat ini menunjukkan perilaku dan praktek bisnis *minus* moralitas. Praktek bisnis yang didasarkan pada kecenderungan negatif bisnis membuka peluang bagi praktek bisnis yang tidak sehat dan bermartabat. Perilaku bisnis korup, manipulatif dan *unfairness* jamak ditemui di berbagai lingkungan bisnis. Perilaku semacam ini tentu saja berdampak buruk bagi dinamika bisnis kontemporer. Bisnis yang esensinya merupakan perwujudan realitas hidup manusia tak urung menerima dampak dari negativitas bisnis yang kerap mengalami defisit moral. Bisnis lantas dianggap sebagai kegiatan yang semata-mata berorientasi pada kekayaan dan materi. Konotasi bisnis yang dipenuhi muatan negatif menggiring bisnis pada situasi yang dilematis. Bisnis dibutuhkan namun keberadaannya, seiring dengan perkembangan zaman, justru menjauhkan manusia dari tujuan hidup, yakni kebahagiaan. Bisnis kerap menggadaikan nilai – nilai kemanusiaan dan menciptakan masalah kemanusiaan berupa penderitaan, kesengsaraan dan kemiskinan.

Bisnis yang terlahir dari kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup seharusnya mampu menggiring manusia pada tujuan hidup mendasar. Situasi semacam ini bisa dicapai manakala bisnis mempertimbangkan seluruh aktivitas kegiatannya dalam domain etis. Bisnis membutuhkan etika untuk diletakkan sebagai sarana sekaligus landasan pergerakan bisnis agar bisnis bermuara pada keutamaan. Dalam konteks inilah, etika hadir sebagai instrumen untuk mengembalikan aktivitas dan kegiatan manusia termasuk kegiatan bisnis pada fundamental tujuan hidup manusia yaitu kebahagiaan. Kebahagiaan merupakan tujuan utama kehidupan manusia.¹ Bisnis harus membahagiakan dan memberi dampak positif berupa kesejahteraan dan kemakmuran bagi setiap individu yang terlibat di dalamnya.

Islam sebagai sebuah ajaran sarat nilai memuat fundamental nilai yang menjadi basis bagi etika bisnis dalam Islam. Isi dan seluruh kandungan Al Quran merupakan landasan etika Islam. Etika bisnis Islam dengan sendirinya

¹ P3EI UII, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), hal. 1.

dijiwai dan dilandasi oleh nilai-nilai Al Qur'an dan Sunah Rasul. Nilai-nilai tersebut secara *kaffah* mengkonstruksi etika berbisnis pelaku ekonomi dalam perspektif Islam. Bisnis dalam konsepsi Islam bermuara pada bisnis yang *rahmatan lil' alamin*. Perilaku pelaku-pelaku bisnis menurut Islam harus mencerminkan nilai-nilai Qur'ani begitu pula dengan orientasi bisnis yang diusahakannya harus pula mengedepankan kemaslahatan dan kemakmuran bagi setiap makhluk sebagai bentuk pengimplementasian *maqasid syariah*, terpenuhinya tujuan penerapan hukum syariah.

Etika bisnis Islam berupaya mendudukan persoalan bisnis secara kritis dalam perspektif hukum Islam. Berbagai nilai ajaran Islam yang menjadi dasar bagi perilaku dan praktek bisnis dihadirkan untuk mengantisipasi kecenderungan negatif praktek bisnis. Progresivitas dinamika bisnis masa depan yang bergulir demikian cepat diprediksi akan melipatgandakan tuntutan-tuntutan ekonomi sesaat. Logika bisnis menghendaki pragmatisme dalam berbisnis. Imbasnya, moralitas tercampakkan karena tidak memberi tawaran kongkret berupa keuntungan. Etika bisnis Islam selanjutnya dituntut untuk mampu mendiskualifikasi kecenderungan pragmatisme bisnis yang hanya menonjolkan maksimasi keuntungan belaka tanpa orientasi yang jelas. Islam melalui etika bisnis hendak membingkai sekaligus menciptakan praktik bisnis kondusif di tengah dinamika bisnis agar bisnis memberi dampak dan hasil yang positif bagi semua pihak berupa penghargaan terhadap kedudukan manusia sebagai makhluk yang luhur, berbudi dan bermartabat.

PEMBAHASAN

1. Bisnis sebagai Kegiatan Pemenuhan Kebutuhan

Bisnis pada dasarnya merupakan kegiatan manusia yang bersifat alamiah. Musselman dan Jackson dalam Nilasari dan Wiludjeng (2006) mendefinisikan bisnis sebagai aktivitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis masyarakat². Keberadaan bisnis tradisional merujuk pada kegiatan ekonomi manusia berupa kegiatan pemenuhan kebutuhan

² Suhendi dan Indra Sasangka, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 2.

hidup. Cikal bakal bisnis bermula dari kegiatan manusia berupa pengolahan dan pemanfaatan sumber alam. Manusia dengan bekal potensi akal yang dimilikinya meramu dan mendayagunakan alam sebagai sarana bertahan hidup. Kegiatan yang lebih dikenal dengan meladang bebas tersebut kemudian diorganisir secara profesional dalam bentuk sistem pertanian dan perkebunan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia.

Kegiatan pertanian selanjutnya berkembang menjadi kegiatan pertanian produktif berskala kecil, menengah hingga skala besar. Kegiatan ekonomi yang pada awalnya diperuntukkan untuk pemenuhan kepentingan pribadi dan domestik rumah tangga kemudian bergeser pada kegiatan yang ditujukan untuk kepentingan kolektif. Masing-masing anggota masyarakat dengan berbagai latar keahlian dan keterampilan yang khas hidup saling melengkapi antara satu dengan yang lain. Mereka hidup secara komunal dengan sistem ekonomi yang bercorak agraria.

Keterbatasan individu satu dengan individu lainnya dalam pemenuhan kebutuhan menjadikan masyarakat pada masa itu mengembangkan konsep ekonomi sederhana berupa barter. Setiap orang saling bertukar barang yang dimiliki atau dihasilkan untuk ditukar dengan barang lain sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Tidak ada standar baku yang ditetapkan dalam sistem barter. Semua hanya berdasarkan pertimbangan kebutuhan dan kerelaan dari masing-masing pihak. Sistem barter pada pelaksanaannya mempengaruhi pembentukan sistem sosial masyarakat yang meniscayakan keterbatasan dalam dirinya. Praktik ekonomi yang berlaku menciptakan sistem dan struktur sosial yang khas dari masing-masing masyarakat. Di sinilah kemudian dikenal identitas sosial yang mencirikan masyarakat tertentu seperti masyarakat tani, masyarakat nelayan dan sebagainya.

Penciptaan uang sebagai alat tukar mentransformasikan bisnis dalam era perdagangan bebas. Hal ini juga didukung dengan semakin tingginya mobilitas masyarakat pada masa itu yang berpindah-pindah dari satu lokasi ke lokasi yang lain. Keterbukaan dan saling keterhubungan menjadi prasyarat bagi sistem baru untuk menggeser sistem lama yang dianggap

tidak memberikan kesetaraan dan keberimbangan dalam bertransaksi. Dalam sistem perdagangan, semua barang atau komoditas mempunyai ukuran dan nilai tertentu. Atas dasar nilai tersebut transaksi ekonomi dapat berlangsung dengan diperantarai uang sebagai alat tukar maupun pembayaran. Pada era ini, barter tidak lagi dianggap sebagai sistem yang efisien dan menguntungkan disebabkan lingkungannya yang terbatas termasuk dalam hal ini adalah keterbatasan teritorial dan komoditas yang dipertukarkan.

Industrialisasi yang didukung peralatan mesin menggerakkan roda bisnis pada orientasi produksi massal. Barang-barang dihasilkan dalam jumlah besar untuk memenuhi kepentingan banyak orang. Roda bisnis pun berputar dengan cepat. Sarana dan prasarana, infrastruktur dan suprastruktur bisnis dikembangkan dengan motif keuntungan yang lebih besar dan luas. Pabrik-pabrik didirikan untuk memenuhi kebutuhan Bisnis berskala makro. Bisnis pun mengalami transformasi besar, dari bisnis mikro berubah haluan dan berganti rupa menuju bisnis global tanpa batas. Bisnis yang meretas dan menjangkau sekat-sekat perbatasan teritorial antar benua. Pada era inilah, paradigma efisiensi dan efektifitas menjadi modal sekaligus ukuran bagi dinamika bisnis kontemporer.

Dari sebuah kegiatan yang sederhana, kegiatan ekonomi kemudian berkembang dan beralih menjadi kegiatan bisnis masif dengan segenap kompleksitas yang melekat di dalamnya. Kebutuhan manusia semakin kompleks dan manusia dihadapkan pada keterbatasan sumber daya. Dengan dipacu keterbatasan, manusia meramu model bisnis yang responsif atas kebutuhan manusia. Trend teknologi dan informasi yang tengah naik daun mempengaruhi dinamika bisnis. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi membawa bisnis pada paradigma baru bisnis modern. Bisnis berbasis jaringan teknologi. Jaringan bisnis modern yang melintas batas geografis atau yang lebih dikenal sebagai sistem bisnis internasional dengan piranti teknologi yang serba otomatis. Model bisnis semacam selanjutnya menjadi haluan bagi arah kemajuan bisnis.

Seluruh kompleksitas bisnis yang dijumpai hari ini semakin

memperlihatkan bahwa bisnis telah mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Perkembangan ini tentu harus dimaknai dalam kaca mata yang proporsional. Kemajuan bisnis harus seiring dan sejalan dengan harapan dan cita-cita manusia. Pemenuhan kebutuhan yang sejak awal menginisiasi lahirnya bisnis perlu ditempatkan pada setiap koridor pengambilan keputusan. Hal ini bertujuan agar manusia senantiasa teringat pada motif awal manusia berkegiatan bisnis.

Bisnis merupakan sarana bagi manusia untuk memperoleh kebahagiaan. Ketercukupan sumber daya adalah kunci kebahagiaan. Tujuan bisnis adalah peningkatan kesejahteraan manusia. Ilmu ekonomi hadir sebagai solusi bagi manusia agar mampu menjawab persoalan kelangkaan sumber daya dengan potensi yang dimilikinya. Harapan ketercapaian tujuan kehidupan manusia yakni kebahagiaan bisa terpenuhi manakala manusia berada pada situasi ketercukupan. Melalui kegiatan ekonomi, manusia belajar mencukupi kebutuhan dengan keterbatasan sumber daya yang dimiliki agar dicapai kesejahteraan dan kemakmuran.

Tujuan maksimasi laba atau keuntungan dalam bisnis tidak bisa dielakkan karena memburu laba adalah orientasi bisnis tradisional yang masih dipertahankan hingga kini. Namun seiring perkembangan zaman, paradigma bisnis semacam itu bergeser kepada motif mencipta nilai. Pemenuhan kebutuhan yang mewarnai motif bisnis purba selanjutnya dimaknai sebagai keterciptaan nilai. Bisnis adalah kegiatan produktif mencipta nilai. Nilai itulah yang kemudian menjadi komoditas bagi bisnis menggantikan motif tradisional bisnis.

Semua bentuk perkembangan bisnis dengan perubahan maupun peralihan di dalamnya mencirikan kualitas etis dari setiap perkembangan bisnis. Dimulai dari bisnis tradisional hingga bisnis modern, masing – masing mempunyai karakteristik etika yang khas dan menandai fase perkembangan bisnis. Problem etis yang nampak pun juga khas sehingga penting memahami perkembangan dan pergeseran etika bisnis melalui alur sejarah perkembangan bisnis agar gambaran tentang etika bisnis didapat secara komprehensif.

2. *Etika Bisnis: Ikhtiar Memahami Manusia*

Bisnis yang baik menempatkan manusia sebagai *locus* utama, subjek maupun objek bisnis. Pengabaian atas kondisi tersebut tentu saja akan menempatkan bisnis sebagai suatu kegiatan yang bersifat immoral. Mikhael Dua menyebut ekonomi bermoral sebagai ekonomi terbaik ditinjau dari perspektif moral³. Kegiatan ekonomi pada dasarnya merupakan kegiatan manusia. Ilmu ekonomi menurut Samuelson merujuk pada segala aktivitas yang berkaitan dengan produksi dan distribusi di antara orang-orang⁴. Sejak Aristoteles (384 – 322 SM), ekonomi sudah dilihat sebagai ilmu praktis yang berbicara tentang tingkah laku manusia⁵. Situasi ini tentu saja memperjelas posisi dan kedudukan manusia dalam berkegiatan ekonomi. Manusia adalah pemeran utama sekaligus agen dalam ekonomi. Manusia berperan sebagai aktor intelektual yang menentukan alur cerita bisnis masa depan. Di tangan manusia segala keputusan tentang bisnis dipertimbangkan dan diputuskan.

Narasi bisnis adalah narasi tentang hidup manusia. Melalui kegiatan bisnis, manusia menilik perilaku manusia. Kegiatan bisnis mencerminkan hidup manusia. Di dalam bisnis, manusia bisa menemukan berbagai watak, karakter dan kepribadian hidup manusia. Berbagai kecenderungan tersebut kerap pula dijumpai dalam keseharian hidup manusia. Dengan kata lain, bisnis merepresentasikan perilaku hidup manusia. Perilaku dan sifat manusia seperti jujur, adil, ramah, cermat, disiplin, kerja keras, pantang menyerah, dan sebagainya, yang merupakan perilaku keseharian manusia jamak ditemui dalam kehidupan berbisnis dan secara langsung menjadi karakter khas pelaku-pelaku bisnis. Hal ini sebenarnya menunjukkan korelasi yang sedemikian erat antara bisnis dan kehidupan sehari-hari.

Etika mempersoalkan sejauhmana keterlibatan manusia dalam berkehidupan dan konsekuensi logis yang ditimbulkannya. Pembicaraan etika menyangkut persoalan manusia. Etika pada prinsipnya merupakan

³ Mikhael Dua, *Filsafat Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Filsafat, 2008), hal. 13.

⁴ M. Ismail Yusanto dan M. Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Bogor: Al-Azhar Press, 2009), hal. 16.

⁵ *Ibid.* hal. 9.

upaya manusia memahami dirinya dalam dimensi saling keterhubungan antara manusia, alam dan Tuhan. Etika menjadi muara identitas kemanusiaan manusia. Melalui etika, manusia menginsyafi kedudukan sebagai pelakon atau pengambil tindakan. Bahasa yang digunakan untuk merepresentasikan etika adalah bahasa moral. Dalam etika, moralitas merupakan kaca mata baca persoalan kehidupan.

Etika bisnis pada prinsipnya hendak merefleksikan persoalan hidup manusia dalam berkegiatan bisnis. Etika dan bisnis adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Hal ini dikarenakan bisnis sarat akan tindakan manusia. Amartya Sen, seperti yang dikutip Mikhael Dua menjelaskan bahwa ekonomi akan bersentuhan dengan masalah kemanusiaan, terutama yang berkaitan dengan persoalan yang dihadapi oleh lapisan masyarakat yang dimiskinkan oleh proses pembangunan yang berorientasi pasar dan bisnis⁶. Penjelasan Sen semakin mempertegas relasional manusia dengan ekonomi. Bisnis ditengarai sebagai biang permasalahan yang menempatkan manusia sebagai objek penderita.

Tindakan manusia dalam diskursus etika merupakan problem sentral. Etika mengantarkan refleksi mendalam tindakan dan perilaku manusia pada dimensi filosofis. Bisnis dimaknai sebagai sekumpulan tindakan manusia yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Ritus keseharian hidup manusia yang mengusahakan kesejahteraan dan kemakmuran sarat akan muatan etis dan eksistensinya tersebut mendapat sorotan dari sudut pandang etika bisnis sebagai suatu disiplin keilmuan khusus di bidang ekonomi.

Etika bisnis mencoba membangun nalar bisnis dalam bingkai etis. Logika yang selama ini mendasari bisnis disinyalir mendisposisi bisnis pada kegiatan immoral. Perilaku dan praktek bisnis negatif bertopang pada logika naif tentang manusia. Sistem perekonomian yang menaungi berbagai praktek bisnis memperlihatkan bagaimana sistem tersebut dibangun berdasarkan basis logika tentang manusia. Pandangan - pandangan tentang manusia

⁶ Mikhael Dua, *Filsafat* hal. 11.

secara tidak langsung terepresentasi melalui praktik bisnis yang mengemuka dalam beragam situasi. Bisnis menyiratkan bagaimana manusia mencipta relasi dengan manusia lainnya sehingga praktek-praktek bisnis negatif dengan sendirinya menyiratkan negativitas hidup manusia dalam memandang persoalan kehidupan.

Praktek bisnis yang buruk menciptakan kondisi masyarakat yang bertolak belakang dengan nilai-nilai ideal bisnis yaitu kesejahteraan dan kemakmuran. Konsepsi perekonomian yang tertuang dalam praktek bisnis menganulir kemungkinan ketercapaian tujuan bisnis baik untuk kepentingan individu maupun kolektif. Paul Olmerod seperti yang dikutip Akhyar Yusuf Lubis menyatakan ekonomi sudah mati, maksudnya ekonomi modern tidak lagi mengindahkan nilai kemanusiaan, kebebasan, hak anak dan perempuan, aspek lingkungan, dan mengabaikan dunia virtual⁷.

Kapitalisme dengan fondasional logika kebebasan individu pada taraf tertentu mendiskualifikasi kepentingan kolektif atas nama kepentingan individu. Individualitas dalam sistem kapitalis memperoleh kedudukan penting. Kapitalisme memusatkan perhatian pada diri sendiri. Kebebasan sebagai ciri individualisme mengarahkan bisnis semata-mata demi kepentingan pribadi dan kolektif. Ukuran kesejahteraan dan kemakmuran dikuantifikasi secara individu dan cenderung mengabaikan kepentingan kolektif. Pada dimensi ini, bisnis memperlihatkan perilaku yang mengarah pada sikap egosentris.

Di sisi lain, sosialisme membuka peluang yang dominan pada kepentingan kolektif. Individualisme tidak diperkenankan secara absolut menguasai kepentingan hajat hidup orang banyak. Penekanan yang sedemikian kental terhadap kepentingan kolektif memperlihatkan bagaimana perilaku bisnis dalam sistem ini mengakomodasi berbagai kepentingan mayoritas dibandingkan kepentingan minoritas atau bahkan kepentingan individual. Logika yang terbangun adalah logika kebersamaan dan solidaritas. Solidaritas yang mengakuisisi ego pribadi disertai keterlibatan

⁷ Akhyar Yusuf Lubis, *Postmodernisme, Teori dan Metode*, (Jakarta: RajaGrafindo, 2014), hal. vii.

otoritas sebagai bentuk intervensi atau pengawasan terhadap pemenuhan kebutuhan bersama. Kepentingan individu sedemikian rupa direkayasa untuk kepentingan mayoritas.

Berbagai sistem perekonomian yang ada mengisyaratkan problem etika yang khas. Bisnis yang berparadigma kapitalis memposisikan bisnis sebagai sarana penimbunan kekayaan. Tujuan bisnis kerap dimaknai sebagai kegiatan memburu kekayaan dan dilakukan dengan mengabaikan kepentingan orang lain. Orientasi memburu kekayaan yang membabi buta membawa bisnis pada praktek manipulatif dan destruktif. Bisnis kehilangan substansi ideal berupa kesejahteraan dan kemakmuran dikarenakan nilai – nilai tersebut dimaknai secara individu. Sebaliknya problem yang sama ditemukan pada sistem perekonomian yang lain. Prioritas atas kepentingan bersama melimitasi potensi yang dimiliki setiap individu. Penghargaan terhadap kapasitas dan kapabilitas individu diarahkan pada tujuan – tujuan kolektif. Sistem semacam ini berkecenderungan mengabaikan dan bahkan mematikan potensi individu yang berimbas pada kebuntuan kreativitas dan inovasi.

Etika bisnis pada wilayah ini berupaya menjembatani diskursus etika yang menyelimuti berbagai sistem perekonomian dan bisnis. Refleksi kritis diarahkan untuk memampukan manusia menilik secara bijak semua kemungkinan terbaik yang bisa diusahakan bagi kepentingan baik individu maupun kolektif. Idealisme bisnis berupa kesejahteraan dan kemakmuran harus menjadi platform bagi orientasi bisnis masa depan. Moralitas harus pula dihadirkan agar bisnis tidak terjun bebas nir moral. Moralitas diupayakan untuk terangkai dalam setiap pengambilan keputusan bisnis berlatar belakang sistem apapun. Sehingga bisnis dapat dimaknai sebagai kegiatan yang memanusiakan manusia dengan berbagai dimensi yang melekat di dalamnya.

3. Etika Bisnis Islam Landasan Perilaku Bisnis

Islam adalah agama yang *rahmatan lil a'lamin*. Kerahmatan atau kemaslahatan adalah mosis dari penerapan sistem Islam dalam kehidupan manusia. Kemaslahatan artinya diraihinya kemanfaatan bagi manusia atau

terjauhkannya kemadaratan/kerusakan dari manusia.⁸ Isi dan kandungan Al Quran merupakan sumber etika Islam. Islam memandang manusia sebagai seorang hamba yang mengabdikan dirinya secara totalitas di hadapan Allah SWT. Sebagai seorang hamba, manusia dituntut mematuhi perintah dan larangan seperti yang tertuang dalam Al Quran dan Hadits Rasulullah. Kedudukan semacam ini dalam konteks etika sangat penting karena kedudukan tersebut menentukan arah perilaku dan tindakan manusia.

Tindakan manusia terikat oleh etika Islam. Etika Islam membingkai perilaku manusia dalam berkehidupan. Taha Jabir al Alwani menyebut sekurang-kurangnya 6 kode etik dan prinsip etika menurut Al Quran dan hadist, antara lain:

Kebenaran.

Amanah.

Keikhlasan.

Persaudaraan.

Ilmu pengetahuan.

Keadilan⁹.

Kegiatan bisnis tanpa terkecuali memperoleh sorotan dari etika Islam yang merupakan bagian kerangka berkehidupan menurut Islam. Etika bisnis Islam memperantai tindakan atau aktifitas bisnis dengan nilai-nilai fundamental etika Islam yaitu Al Quran dan Hadits Rasulullah SAW. Etika bisnis Islam mengarahkan bisnis agar sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Nilai-nilai ini tidak hanya bersifat normatif namun sekaligus juga positif¹⁰.

Etika bisnis Islam merupakan modalitas bagi dinamika bisnis. Rafik Issa Beekun mengidentifikasi lima konsep kunci terkait etika Islam yang bisa diaplikasikan sebagai konsep etika bisnis Islam¹¹. Kelima konsep tersebut

⁸ Dawam Raharjo, *Islam dan Transformasi Sosial Ekonomi*, (Jakarta: LSAF, 1999), hal. 88.

⁹ Taha Jabir al Alwani, *Bisnis Islam*, (Yogyakarta: AK GROUP, 2005), hal. 36.

¹⁰ Nurul Hak, *Ekonomi Islam; Hukum Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hal. 6.

¹¹ Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 33-47.

antara lain;

Ketauhidan atau keesaan.

Dimensi Ketauhidan dalam bisnis termanifestasi dalam niat dan tujuan akhir bisnis. Niat dan tujuan bisnis didedikasikan semata-mata untuk kepentingan beribadah kepada Allah SWT. Motif bisnis diletakkan pada dimensi spiritual berupa ketaatan dan penghambaan kepada Allah SWT.

Keseimbangan.

Konsep keseimbangan atau '*adl*' menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Keseimbangan ditempatkan lebih dari sekedar karakteristik alam; ia merupakan karakter dinamik yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim dalam kehidupannya. Penerapan keseimbangan dalam bisnis bermakna tidak berlebih-lebihan dalam berbisnis. Bisnis dilakukan secara adil, proporsional dan mengedepankan keselarasan dan harmoni sehingga tidak berdampak negatif bagi berbagai kepentingan.

Kehendak bebas.

Islam menghargai kedudukan manusia sebagai makhluk yang memiliki kehendak bebas. Kendati demikian, manusia perlu menyadari keberadaan hukum Allah sebagai batasan sekaligus tuntunan kehidupan. Bisnis merupakan kegiatan yang merepresentasikan kehendak bebas manusia. Manusia diperkenankan berbisnis sesuai dengan keinginan dan kapasitas yang dimilikinya. Namun demikian, kegiatan bisnis tidak dilakukan secara bebas tanpa batas. Ada aturan yang mengatur kegiatan bisnis agar sesuai dengan nilai-nilai fundamental Al Quran dan Hadits.

Tanggung jawab.

Tanggung jawab tampil guna mengatasi kehendak bebas yang dimiliki manusia. lebih jauh, kebebasan manusia harus dapat dipertanggungjawabkan baik secara vertikal maupun horizontal. Tanggung jawab dalam Islam bersifat multi tingkat dan terpusat baik pada tingkat makro maupun mikro individu. Semua kegiatan bisnis harus dapat dipertanggungjawabkan secara totalitas. Setiap muslim bertanggung jawab atas segala tindakan dan perbuatannya di

hadapan Tuhan. Konsep tanggung jawab ini menjadikan manusia berfikir dan bersikap secara strategis dalam berkegiatan bisnis.

Kebajikan.

Kebajikan (ihsan) atau kebajikan terhadap orang lain didefinisikan sebagai tindakan yang menguntungkan orang lain lebih dibanding orang yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apa pun. Kebajikan menunjukkan awareness (kepedulian) terhadap sesama. Sosialitas Islam terwujud melalui tindakan kebaikan yang dilakukan terhadap orang lain. Kegiatan bisnis sebaiknya bermotifkan kebajikan. Bisnis yang dilandasi kebaikan berkorelasi positif dengan tingkat keuntungan. Kebaikan yang disampaikan melalui bisnis akan membawa bisnis pada situasi yang menguntungkan banyak pihak karena pada umumnya setiap manusia tanpa terkecuali menginginkan kebaikan dan perlakuan yang baik.

Keberadaan etika bisnis Islam dalam bisnis memperkuat himbauan moral yang menghendaki bisnis agar terselenggara dengan luhur dan bermartabat. Muara etika bisnis Islam adalah kemaslahatan bersama sehingga penegakkan aturan Qurani dalam kehidupan bisnis semakin membuka peluang bisnis menuju pada produktivitas yang bernilai bagi semua pihak. Seruan moral etika bisnis Islam berupa anjuran dan larangan pada dasarnya mengembalikan manusia pada hakikat penciptaannya sebagai khalifah.

Ketertunjukkan manusia sebagai khalifah merupakan landasan ontologis etika bisnis Islam. Setiap muslim hendaknya menyadari status dan kedudukan yang disandangnya sebagai seorang *khalifatullah fil ardh*. Penunjukan ini bermakna bahwa manusia harus menjadikan dirinya berkualitas tidak hanya di hadapan manusia namun juga di hadapan Tuhan. Melalui status tersebut, manusia membina hubungan yang harmonis terhadap orang lain dan lingkungan sekitar. Bisnis sebagai kegiatan ekonomi beroleh perhatian serius dalam etika bisnis Islam. Keberadaan bisnis diharapkan mampu mengantarkan manusia sebagai makhluk yang kamil. Bisnis dianggap sebagai sarana penghambaan dan peribadatan kepada Allah. *Repositioning* Bisnis yang mengedepankan hakikat bisnis menurut Islam menjadikan bisnis

sebagai kegiatan yang luhur dan bermartabat.

4. Etika Bisnis Islam Dalam Bisnis Kontemporer

Perkembangan bisnis kontemporer ditandai dengan mobilitas yang tinggi, akselerasi informasi dan teknologi, dan penguatan sistem melalui ketersediaan infrastruktur bisnis yang handal dan berkualitas serta birokrasi yang akomodatif. Bisnis kontemporer juga semakin mempersempit disparitas ruang dan jarak antar wilayah. Dengan berbagai keunggulan yang ada, bisnis kontemporer berkelindan mewarnai dinamika hidup manusia. Bisnis membentuk dan mencipta peradapan. Kualitas inilah yang kemudian mengantarkan bisnis pada kedudukan yang sentral dalam kehidupan.

Persoalan bisnis kontemporer ditengarai tidak hanya berkutat pada situasi sistem namun juga pada wilayah kultur. Kecenderungan heterogenitas kultur menciptakan kemungkinan bagi ketereciptaan konflik horizontal akibat persaingan bisnis yang tidak sehat dan berimbang. Bisnis sebagai bagian dari dinamika kehidupan tanpa terkecuali boleh imbas dari dinamika tersebut. Pada kondisi semacam inilah urgensi etika bisnis diperlukan guna menjembatani berbagai potensi konflik yang ada agar memiliki ruang penyelesaian persoalan yang berujung pada *win-win solution* berdimensi humanis.

Eksistensi etika bisnis Islam sebagai sarana pertimbangan etis bisnis dibutuhkan oleh bisnis kontemporer. Entitas bisnis kontemporer mencakup entitas bisnis konvensional maupun bisnis berlabelkan syariah. Etika bisnis Islam sendiri tidak mengkhhususkan diri pada entitas berbasis syariah. Lebih jauh, etika bisnis Islam mengakomodasi kepentingan bisnis konvensional.

Etika bisnis konvensional maupun etika bisnis Islam berada dalam satu mainstream idealisme yang sama yaitu menciptakan bisnis yang luhur dan bermartabat. Kendati persoalan yang dihadapi etika bisnis konvensional tidak mudah disebabkan oleh dimensi ontologis yang menopang etika tersebut namun keberadaannya tetap pada muara yang sama dengan etika bisnis Islam. Tujuan dari etika adalah mengembalikan aktivitas atau kegiatan manusia

pada dimensi humanis. Maka bisnis pun harus ditempatkan pada situasi yang menghargai dan menghormati manusia.

Kecenderungan bisnis kontemporer yang bergerak bebas dan didasarkan pada filosofi pasar menghendaki etika bisnis Islam responsif terhadap pergerakan tersebut. Etika bisnis Islam dituntut mampu menjamin kepentingan umat Islam melalui seruan – seruan moral Islam yang sesuai perkembangan bisnis. Etika bisnis Islam harus mengcover keterbutuhan umat dengan aturan – aturan yang jelas dan sistematis agar umat memahami bagaimana berbisnis dalam situasi bisnis yang terus bergerak mengikuti perubahan zaman.

Etika bisnis Islam memberikan arahan sebagai tindakan berbisnis yang sesuai dengan ketentuan syariat. Aturan berbisnis sesuai syariat dimaknai sebagai upaya seorang muslim memahami kedudukannya dalam kontelasi bisnis. Manusia dalam bisnis dimaknai sebagai seorang manusia dengan kecenderungan naluriah sekaligus juga sebagai seorang hamba (abdullah) yang tunduk kepada aturan – aturan Ilahiah. Koridor inilah yang kemudian mengantarkan seorang manusia pada keluhuran dan martabat dalam berbisnis.

Nilai-nilai positif yang tertuang dalam etika bisnis Islam dianggap mampu memberi jawaban atas persoalan bisnis kontemporer. Nilai-nilai tersebut juga linear dengan nilai-nilai bisnis konvensional. Beberapa pandangan tentang etika bisnis Islam menempatkan etika bisnis Islam sebagai etika pertengahan. Dengan kata lain tidak mempunyai kecenderungan berat sebelah atau pemihakan secara radikal terhadap sistem perekonomian tertentu. Beberapa nilai etika bisnis Islam seperti keadilan, keseimbangan, tanggung jawab dan kebajikan merupakan nilai universal yang diperjuangkan oleh berbagai sistem perekonomian. Nilai tersebut sekaligus merupakan keutamaan yang dituntut oleh manusia tanpa perkecualian.

Tujuan yang dicapai ekonomi kontemporer berkembang sesuai tuntutan zaman. Bisnis kontemporer bertujuan untuk mengoptimisasi laba. Berbeda dengan etika bisnis Islam, orientasi etika bisnis Islam adalah *falah*, kehidupan yang mulia dan sejahtera di dunia dan akhirat. Tendensi

tujuan ekonomi konvensional yang fokus pada urusan dunia diperkuat basis fundamentalnya oleh etika bisnis Islam dengan menyertakan urusan akhirat. Perilaku bisnis pelaku usaha dibingkai pada dimensi pencapaian tujuan secara total, dunia dan akhirat.

Tindakan dan perilaku bisnis pada dasarnya merupakan cerminan dari tujuan, visi dan misi serta imajinasi manusia. Eksistensi bisnis kontemporer memperlihatkan realitas ketercapaian manusia dalam memanfaatkan dan mendayagunakan seluruh potensi ekonomi yang dimilikinya. Namun perlu disadari pula bahwa di balik kemajuan dan progresivitas bisnis kontemporer termanifestasi residu negatif kegiatan ekonomi manusia. Persaingan antar manusia, tujuan menghalalkan segala cara, kerusakan lingkungan dan dehumanisasi adalah serangkaian residu yang diproduksi sistem ekonomi. Praktik bisnis yang melanggengkan paradigma *homo homini lupus* berakibat pada ketimpangan dan kesenjangan ekonomi yang dramatis. Kecemburuan sosial sebagai dampak kompetisi ekonomi jamak ditemui pada kondisi ekonomi yang tak menentu.

Indikasi kegagalan ekonomi dan bisnis kontemporer berupa dekadensi sosial dan lingkungan terbaca oleh Al Quran surat Rum: 41
"Telah nyata kerusakan di sadar dan laut karena tangan – tangan (dosa – dosa) manusia supaya Allah menimpakan atas mereka sebagian (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).¹²"

Berbagai kerusakan lingkungan yang dipelopori usaha manusia memenuhi kebutuhan hidup menyeruak ke permukaan. Kegagalan ini menunjukkan tujuan dan kepentingan bisnis yang bertolak belakang dengan tujuan alamiah bisnis. Bisnis tidak sepenuhnya melahirkan kebahagiaan. Kebahagiaan yang diusahakan nyatanya hanya dinikmati sebagian yang lain. Ketimpangan ini tentu saja menarik perhatian etika mengingat gugatan etika adalah ketidakadilan, ketimpangan dan kesenjangan ekonomi.

Normativitas ajaran Islam yang mengidealkan tujuan ekonomi membutuhkan instrumen berupa institusi dan entitas bisnis syariah. Keberadaan lembaga ekonomi dan keuangan syariah memberi legitimasi

¹² Al Quran

bagi eksistensi etika bisnis syariah kendati ruang aplikasi etika bisnis syariah tidak terbatas pada lembaga syariah. Namun demikian etika bisnis Islam tidak bisa dianggap eksklusif karena etika bisnis Islam secara positif dapat dijumpai dalam lingkungan bisnis Islami. Perilaku, tindakan dan kegiatan ekonomi yang dipresentasikan pelaku bisnis khususnya pelaku bisnis muslim menunjukkan positività etika bisnis Islam dalam wilayah praksis. Di wilayah ini pula etika bisnis Islam aplikatif dalam memberi jawaban permasalahan bisnis kontemporer.

5. Etika Bisnis Islam Menghadapi Dilema

Perkembangan bisnis yang dinamis dengan berbagai aspek dan kompleksitas yang menyertainya menempatkan etika bisnis Islam dalam tantangan sekaligus dilema. Tantangan terbesar etika bisnis Islam adalah menterjemahkan gagasan bisnis konvensional dalam bahasa syariat. Kompleksitas bisnis menuntut etika bisnis Islam akomodatif terhadap dinamika bisnis namun demikian perlu dipahami bahwa etika bisnis Islam tidak semata-mata diposisikan sebagai legitimasi dari aktivitas atau tindakan bisnis namun secara proaktif etika bisnis Islam membahasakan argumentasi Qurani di ranah aplikatif bisnis. Sehingga terdapat sinkronisasi yang saling menguatkan dalam upaya membangun sistem etis bisnis yang ideal.

Etika bisnis Islam dihadapkan pada kondisi bisnis konvensional yang kompleks. Berbagai latar belakang bisnis yang variatif dan kecenderungan pemahaman yang majemuk menempatkan etika bisnis Islam dalam posisi dilema. Etika bisnis Islam adalah hak umat Islam. Umat Islam adalah pihak yang berkepentingan terhadap inisiasi etika bisnis Islam dalam setiap entitas bisnis. Tetapi tidak menutup kemungkinan etika bisnis Islam diadaptasi bagi kepentingan umat lainnya. Realitas bisnis membuka banyak kemungkinan terutama ketika harus berhadapan dengan realitas majemuk. Keberadaan bermacam-macam agama dan keyakinan yang dianut oleh masyarakat dan tidak jarang dijadikan sebagai acuan dalam kegiatan berbisnis menjadi tantangan tersendiri bagi umat Islam.

Etika Protestanisme yang digagas Weber merupakan contoh penerapan nilai-nilai kekristenan dalam kehidupan sosial termasuk kehidupan bisnis. Dalam etika Protestanisme, ajaran dan seruan moral Kristiani menjadi pedoman dan standar perilaku umat Kristiani dalam menggauli kehidupan. Hal yang sama ditemukan pada etika lain yang berbasiskan pada agama atau keyakinan tertentu. Baik etika Protestan, etika Budhisme maupun etika Islam menyumbang kontribusi yang sama bagi upaya peningkatan harkat dan derajat manusia. Penghargaan terhadap nilai-nilai kemanusiaan merupakan *telos* atau tujuan final bagi eksistensi etika tersebut.

Terdapat benang merah yang mempertemukan perbedaan pandangan dalam diskusi tentang etika. Benang merah tersebut sesungguhnya terletak pada kata etika itu sendiri. Atribut yang melekat pada istilah etika lebih merupakan pensifatan terhadap bangunan filosofis yang melatarbelakangi pemaknaan terhadap etika. Hampir semua pemikiran etika berpijak pada kesadaran bersama tentang kebajikan sebagai modalitas tertinggi yang diperjuangkan oleh setiap bentuk dan ragam kebaikan. Nilai-nilai ruhaniah beroleh prioritas utama dalam struktur etika sehingga terlihat jelas jalinan yang memperantarai masing-masing etika.

Ketiadaan representasi penerapan etika bisnis Islam dalam kehidupan bisnis tidak bisa dijadikan dalih bahwa etika bisnis hanya berkisar pada realitas utopis atau imajiner. Etika bisnis Islam sejak awal dipahami sebagai bagian dari etika Islam yang mengatur seluruh tindakan dan aktivitas manusia tanpa terkecuali. Istilah etika bisnis Islam hanya merupakan pembidangan lebih lanjut dari etika Islam yang memfokuskan diri pada aspek ekonomi atau bisnis yang dijalani umat. Perilaku seorang muslim pada esensinya terikat oleh etika Islam. Miniatur etika Islam ada pada subjek seorang muslim. Sehingga representasi etika bisnis Islam sebenarnya telah ada pada perilaku-seorang muslim dalam melakukan pilihan-pilihan menyangkut pemenuhan kebutuhan hidup.

Etika bisnis Islam membutuhkan kondisi sosiologis berupa lingkungan sosial yang religius. Hal ini dikarenakan perilaku dalam Islam saling

melengkapi dan menguatkan. Tindakan dan perilaku dalam Islam berada pada satu lingkaran yang utuh. Tidak ada pengkotakkan terhadap perilaku ataupun perilaku yang lebih bernilai dibandingkan perilaku yang lain. Islam memandang bahwa seluruh perilaku bernilai dan berkualifikasi ibadah. Sehingga tidak ada pendikotomian atas tindakan manusia. Kondisi sosiologis yang dibutuhkan etika bisnis Islam sebagai prasyarat penerapan etika bisnis Islam menghadapi tantangan berupa multikulturalisme. Keberagaman menempatkan etika bisnis Islam dalam dilema.

Upaya etika bisnis Islam guna mengatasi dilema bertumpu pada subjek manusia yakni umat Islam itu sendiri. Seorang muslim adalah agen yang merepresentasikan nilai-nilai keislaman ke hadapan publik. Untuk sampai pada situasi ideal semacam itu diperlukan edukasi yang sejak kecil ditanamkan kepada individu muslim menyangkut totalitas tindakan manusia yang ditempatkan pada konteks peribadatan dan pengabdian kepada Allah SWT. Islam menghendaki setiap muslim berperilaku dalam situasi apapun berdasar pada tuntunan yang digariskan oleh Al Quran dan hadits.

Perilaku Islami ini kemudian diperlengkapi oleh bangunan lembaga dan institusi yang menaungi perilaku Islam. Pengadaan institusi Islam hanya merupakan pengembangan aspek mikro dari perilaku etika Islam. Islam dalam hal ini membutuhkan representasi yang lebih luas berupa lembaga-lembaga berbasis syariah sebagai wujud penerapan etika Islam dalam berkehidupan. Keberadaan lembaga-lembaga tersebut semakin membuktikan eksistensi etika Islam pada level organisasional. Bukan hanya individu yang dipersiapkan untuk merepresentasikan nilai-nilai Islam namun dihadirkan pula lembaga-lembaga yang semakin mencirikan nilai-nilai Islami.

Adapun aspek makro pengembangan etika Islam terletak pada seberapa jauh nilai-nilai syariat diadaptasi sebagai kebijakan negara. Manakala aturan perundangan yang berlaku bertopang pada nilai-nilai ajaran Islam maka sendirinya dilema penerapan etika bisnis Islam akan bisa teratasi dengan baik. Negara atau otoritas publik dalam Islam bertanggung jawab atas penyelenggaraan pemerintah dan masyarakat yang berdasar pada aturan

syariat. Tugas negara adalah menjamin aturan-aturan syariat dapat berjalan dengan baik di tengah-tengah masyarakat. Ketika tugas ini terlaksana maka dengan sendirinya etika bisnis Islam bukan lagi merupakan dilema bagi masyarakat muslim dimana pun mereka berada.

PENUTUP

Etika bisnis Islam merupakan jawaban atas problematika umat di bidang ekonomi. Berbagai persoalan menyangkut bisnis dan perekonomian mengemuka disebabkan oleh kurangnya pemahaman manusia akan eksistensi diri dan konsekuensi logis yang ditimbulkannya. Bisnis pada esensinya merupakan refleksi atas kehidupan manusia. Hal ini ditunjukkan oleh perilaku bisnis yang jamak ditemui dalam perilaku keseharian hidup manusia. Nilai-nilai dalam bisnis tidak ubahnya merupakan nilai kehidupan yang juga diadaptasi oleh kehidupan manusia.

Perilaku bisnis yang menyalahi etika terutama disebabkan kegagalan manusia memahami jati diri manusia. Semua manusia menginginkan kebahagiaan namun dalam upayanya mengejar kebahagiaan, manusia menganulir kebahagiaan orang lain. Manusia justru menjadi *causa* bagi penderitaan orang lain. Tak urung bisnis hanya memperpanjang usia penderitaan manusia yang dikonkretisasi melalui kemiskinan, ketimpangan dan kesenjangan ekonomi.

Etika bisnis Islam hadir untuk mengembalikan perilaku bisnis pada perilaku yang humanis sekaligus Ilahiah. Tujuan bisnis didedikasikan untuk kepentingan horizontal maupun vertikal. Manifestasi dari kesadaran akan etika bisnis Islam adalah tindakan dan perilaku seseorang dalam berkegiatan bisnis.

Upaya untuk mewujudkan perilaku bisnis bermartabat bukan persoalan yang mudah mengingat etika bisnis Islam kerap menghadapi dilema dalam penerapannya. Normativitas versus positivitas etika bisnis Islam, sampai hari ini masih menjadi diskursus. Etika bisnis Islam masih dianggap sebagai utopia atau imajiner. Ketiadaan representasi aktual perilaku bisnis mengakibatkan

pemahaman akan etika bisnis Islam sebatas pada wilayah normatif.

Persoalan di atas merupakan salah satu dilema yang dihadapi etika bisnis Islam dalam pengimplementasian etika di ranah praksis. Problem tersebut secara tidak langsung merupakan tantangan yang harus diatasi oleh etika bisnis Islam. Sehingga harapannya, etika bisnis Islam tidak hanya menampilkan himbauan moral namun lebih jauh menghadirkan realitas sesungguhnya bisnis yang luhur dan bermartabat.

DAFTAR PUSTAKA

- al Alwani, Taha Jabir, *Bisnis Islam*, Yogyakarta: AK GROUP, 2005.
- Beekun, Rafik Issa, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Dua, Mikhael, *Filsafat Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Filsafat, 2008.
- Hak, Nurul, *Ekonomi Islam; Hukum Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Teras, 2011.
- Lubis, Akhyar Yusuf, *Postmodernisme, Teori dan Metode*, Jakarta: RajaGrafindo, 2014.
- P3EI UII, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo, 2008.
- Raharjo, Dawam, *Islam dan Transformasi Sosial Ekonomi*, Jakarta: LSAF, 1999.
- Suhendi dan Indra Sasangka, *Pengantar Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Yusanto, M Ismail dan M. Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam*, Bogor: Al-Azhar Press, 2009.

Pedoman Penulisan “AN-NISBAH” Jurnal Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Tulungagung

1. Artikel hasil penelitian dan gagasan konseptual akan dipertimbangkan untuk dipublikasikan pada AN-NISBAH Jurnal Ekonomi Syariah dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria sebagai berikut:

* Artikel ditulis dalam bahasa Indonesia atau Inggris sebanyak 20-25 halaman A4, spasi 1,5, *margins* masing-masing 3 cm dan diketik dengan font *Times New Roman* ukuran 12 point.

2. Sistematika penulisan artikel mengikuti ketentuan sebagai berikut:

* Judul (tidak melebihi 12 kata untuk yang menggunakan Bahasa Indonesia dan 10 kata yang menggunakan Bahasa Inggris).

* Nama penulis (tanpa gelar akademis).

* Nama lembaga penulis disertai alamat korespondensi dan e-mail.

* Abstrak dalam Bahasa Indonesia (maksimum 250 kata) dan Bahasa Inggris (maksimum 150 kata) yang diketik dalam satu paragraph. Abstrak menggambarkan esensi isi keseluruhan tulisan.

* Kata-kata kunci (*key words*) sebanyak 3-5 kata.

* Pendahuluan (mendeskripsikan pentingnya kajian, didukung oleh teori mendalam serta didasarkan pada hasil pengamatan dan penelitian terdahulu yang relevan).

* Analisis substansi yang disusun secara sistematis dan tidak hanya berupa kumpulan kutipan, melainkan pemikiran original penulis sangat penting untuk dikemukakan (untuk artikel gagasan konseptual).

* Metode penelitian (untuk artikel hasil penelitian).

* Hasil (untuk artikel hasil penelitian).

* Pembahasan (untuk artikel hasil penelitian).

* Penutup (untuk artikel hasil penelitian berisi kesimpulan dan rekomendasi).

* Daftar pustaka (disusun secara alfabetis berdasarkan nama

pengarangnya).

Contoh sumber dari buku:

Mills, Paul S. and Presley, John R, *Islamic Finance: Theory and Practice*, Basingstoke: Palgrave Macmillan. 1999.

Sumber dari jurnal:

Yazdan, Gudarzi Farahani and Sadr, Seyed Mohammad Hossein, Analysis of Islamic Bank's Financing and Economic Growth: Case Study Iran and Indonesia, *Journal of Economic Cooperation and Development*, Vol. 33, No. 4, hlm. 1-24, 2012.

3. Kutipan menggunakan *footnote*, diketik dengan font *Times New Roman* ukuran 10 point.

Contoh sumber dari buku:

Paul S. Mills and John R. Presley, *Islamic Finance: Theory and Practice*, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 1999.

Sumber dari jurnal:

Gudarzi Farahani Yazdan and Seyed Mohammad Hossein Sadr, Analysis of Islamic Bank's Financing and Economic Growth: Case Study Iran and Indonesia, *Journal of Economic Cooperation and Development*, Vol. 33, No. 4, 2012.

4. Tabel dan gambar diberi nomor dan judul di atasnya dan diberi sumber yang jelas di bawahnya.

5. Penulisan transliterasi Arab menggunakan *library of congress*.

6. Artikel dikirim dalam format MS Word (rtf) ke E-mail: febi.iainta@yahoo.co.id