
ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ALQURAN: MENGGALI NILAI IDEAL MORAL SEBAGAI UPAYA KONTEKSTUAL-UNIVERSAL

Desi Wahyuni¹

¹ UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta

* CORRESPONDENCE: ✉ desiwahyuni152@gmail.com

Abstrak

Doing business without ethics will give birth to a generation of capitalists from both micro and macro economic systems. Therefore, ethics in the construct of the business world becomes something urgent to be considered. The focus of this research is trying to find the conception and moral ideal values in Islamic business ethics based on the spirit of the Qur'an and Hadits and by using the theory of *Maqasid ash-Shatibi* Syatibi which is based on two things namely *ta'lim* (legal determination based on *illat*), and *al-mashalih wa al-mafasid* (benefit and damage). This research has implications in business ethics that is with the changing times that continue to develop, the conception must always be used as a perspective or umbrella norm that must be held in the ethics of doing business. The conclusion of this study is the moral ideal value that must be held, namely: stay away from the nature of *al-Ghisy*, *azh-Zhulm*, and *al-Gharar*. These three variables are universal concepts that must always be considered, so any form and business model that is run must refer to and make these three variables as panoptization and the main reference for realizing contextualization processes based on shari'ah spirit in universal business ethics.

Abstrak

Berbisnis tanpa etika seringkali melahirkan sebuah generasi kapitalis baik dari sistem ekonomi mikro maupun makro. Oleh karena itu, etika dalam konstruk dunia perbisnisan menjadi sesuatu yang urgen diperhatikan. Fokus penelitian ini adalah berusaha mencari konsepsi serta nilai ideal moral dalam etika bisnis Islam berdasarkan semangat Alquran dan Hadis dan dengan menggunakan teori *maqasid asy-Syariah* Syatibi yang didasarkan pada dua hal yaitu *ta'lim* (penetapan hukum berdasarkan *illat*), dan *al-mashalih wa al-mafasid* (kemaslahatan dan kerusakan). Penelitian ini memiliki implikasi dalam etika bisnis yaitu dengan adanya perubahan zaman yang terus berkembang, konsepsi tersebut harus senantiasa dijadikan panoptisasi atau payung norma yang harus dipegang dalam etika menjalankan bisnis. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah nilai ideal moral yang harus dipegang, yaitu: menjauhi sifat *al-Ghisy*, *azh-Zhulm*, dan *al-Gharar*. Tiga variabel tersebut merupakan konsep universal yang harus senantiasa diperhatikan, sehingga apapun bentuk serta model bisnis yang dijalankan harus mengacu dan menjadikan tiga variabel tersebut sebagai panoptisasi serta acuan utama untuk mewujudkan proses kontekstualisasi berdasarkan spirit syari'at dalam etika bisnis yang bersifat universal.

Article Info

Article History

Received : 21-11-2019

Revised : 29-12-2019

Accepted : 30-12-2019

Keywords:

Business Ethics;

Moral Ideal;

Contextual-Universal;

Histori Artikel

Diterima : 21-11-2019

Direvisi : 29-12-2019

Disetujui : 30-12-2019

Kata Kunci:

Etika Bisnis

Ideal Moral

Kontekstual-Universal

A. Pendahuluan

Berbicara mengenai etika, yang terbesit adalah nilai-nilai moral yang menjadi sebuah acuan tertentu. Baik itu sistem moral yang secara tradisional ditawarkan seperti norma yang berdasarkan pada keyakinan mutlak (*deontologist*), norma berdasarkan tujuan perbuatan (*teleontologis*) maupun

norma yang berdasarkan pada hubungan-hubungan dengan orang lain.¹ Semuanya menjadi penting, karena menjadi bagian penting yang diajarkan dalam Islam sebagai dinamika kehidupan.

Etika bisnis muncul sebagai diskurs sekaligus ilmu pengetahuan teoritis-praktis yang didorong oleh banyaknya penyimpangan para pelaku bisnis di dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Keinginan untuk memperkaya diri dengan menghalalkan segala macam cara, membuat para pelaku bisnis melanggar rambu-rambu moralitas yang diajarkan oleh agama. Seperti contoh pebisnis minuman keras, hiburan malam, penjualan narkoba bahkan penjualan manusia.²

Pada saat ini banyaknya sebuah konsep barat yang menawarkan diskursus tentang filsafat moral. Sedangkan dalam Islam sudah memberikan gambaran tentang etika berbisnis yang berdasarkan nilai-nilai teologis yang adil dan humanis. Konsep-konsep etika bisnis sudah tertera jelas dalam Alquran dan Hadits Rasulullah Saw, namun tak semua orang mengkajinya.

Bebisnis tanpa etika akan melahirkan sebuah generasi kapitalis baik dari sistem ekonomi mikro maupun makro. Bisnis yang tidak beretika akan memunculkan para kapitalis-kapitalis seperti; *Ersatz Capitalist*, yaitu pebisnis yang menjadi seorang kapitalis karbitan yang menjadi kaya seketika karena ditunjang oleh berbagai fasilitas yang di sekitarnya.³ *Bureaucratic Capitalist*, yaitu pebisnis yang menjadi sukses lebih cepat karena kemudahan jalur birokrasi baginya untuk mendapatkan proyek-proyek raksasa serta kucuran dana yang mudah.⁴ *Crony Capitalist*, yaitu pebisnis yang menjadi sukses dengan instan karena bantuan yang diberikan oleh orang-orang terdekatnya atau familinya, hal ini mungkin secara gampang dicontohkan oleh bisnis para keluarga kaya yang memegang tampuk kekuasaan.⁵

Etika sebagai bagian dari ilmu filsafat.⁶ Di dalam Islam menekankan etika bisnis pada lima sifat (aksioma) sekaligus, yaitu: kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kebebasan (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan ihsan (*benevolence*). Itu pula yang membedakan etika bisnis Islam dengan etika bisnis dari agama lain, yaitu Yahudi dan Nasrani. Yahudi dan Nasrani telah melahirkan konsep kapitalisme yang individual.⁷ Kemudian, etika berbisnis juga harus mengedepankan prinsip-prinsip otonomi, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan, dan integrasi moral. Prinsip-prinsip tersebut menjadi sebuah tolak ukur bagi perusahaan sehingga kegiatan bisnis dapat berjalan dalam jangka panjang dan tidak terfokus pada keuntungan jangka pendek saja.

Pada dasarnya semua kegiatan bisnis dalam berbagai bentuk, model, dan macamnya tidak dibatasi oleh kuantitas kepemilikan barang dan jasanya termasuk profit yang diperoleh, namun dibatasi dari cara perolehan dan pendayagunaannya (ada aturan halal dan haram), serta harus memperhatikan nilai-nilai etika yang berdasarkan landasan Alquran dan As-sunnah. Sehingga akan menimbulkan suatu kebermanfaatn bagi seluruh stakeholder dalam perusahaan.

Kajian mengenai etika bisnis dalam islam telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Di antaranya adalah tulisan Ahmad Hulaimi dengan judul 'Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi'. Di dalam hasil penelitiannya tersebut, Ahmad Hulaimi menyimpulkan bahwa para pedagang sapi di Kecamatan Masbagik, Lombok Timur belum

¹ Muhammad Dzakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan moral ajaran bumi*, (Jakarta, penebarplus: 2012), h.2

² John Arifin, *Etika Bisnis islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h.124

³ Buchari Alma, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*, (Bandung: Alfabeta, 2003), h.42

⁴ Buchari Alma, *Dasar-dasar Etika ...*, h.42

⁵ Buchari Alma, *Dasar-dasar Etika ...*, h.42

⁶ Faisal Badroen dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h.10

⁷ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h.123

mengaplikasikan etika bisnis dalam Islam sepenuhnya, seperti prinsip kejujuran, bermurah hati, dan membangun hubungan baik dengan pembeli. Adapun hal yang telah diaplikasikan adalah tidak mengumbar sumpah palsu dan menepati janji.⁸ Selain itu terdapat tulisan Matnin dengan judul 'Konsepsi Etika Bisnis Dalam Alquran dan Sunnah'. Di dalam tulisannya tersebut, Matnin menyimpulkan bahwa etika bisnis Islam harus memuat tiga unsure penting, yakni nilai *khuluqiyah*, nilai *insaniyah*, dan nilai *ruhiyah*.⁹

Berdasarkan kajian literature terkait di atas, peneliti belum menemukan kajian yang berkaitan tentang perumusan ideal moral terhadap ayat ataupun hadits mengenai etika bisnis yang memiliki jangkauan universal. Dalam melakukan perumusan atau pencarian terhadap ideal moral, peneliti menggunakan teori *maqasid syari'ah* yang dirumuskan oleh al-Syatibi. Untuk itu urgensi dalam penelitian ini adalah merumuskan ideal moral etika bisnis Islam yang dapat diaplikasikan sesuai dengan perubahan konteks dewasa ini

B. Metode Penelitian

Artikel ini merupakan hasil penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif-analisis. Metode penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk menemukan gambaran-gambaran fenomena secara sistematis, akurat dan faktual mengenai fakta, sifat, serta hubungan antara sebuah fenomena yang diteliti. Artinya, penelitian deskriptif-analitis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengambil dan memusatkan sebuah masalah berdasarkan kejadian dan fenomena yang ada, kemudian hasil dari penelitian tersebut diolah dan dianalisis untuk ditarik kesimpulannya.

Sedangkan teori yang digunakan adalah teori *maqasid asy-Syariah* asy-Syatibi. Yang dimaksud dengan penggunaan teori *maqasid asy-Syariah* adalah peneliti akan berusaha mencari konsepsi ideal moral atau konsepsi dasar dalam etika bisnis Islam, yang nantinya akan dibagi ke dalam beberapa konsep. Dan konsep-konsep tersebut merupakan hukum umum (*universal*) sehingga implikasinya dalam etika bisnis adalah – walaupun zaman berubah dan berkembang, namun konsepsi tersebut harus senantiasa dijadikan panoptiasasi atau payung norma yang harus dipegang dalam etika menjalankan bisnis. Pembahasan atau Analisis

C. Pembahasan

1. Etika Bisnis Rasulullah SAW dalam Rekaman Sejarah

Menurut Manuel G. Velasques, Etika Bisnis adalah “*a specialized study of moral right and wrong. It concentrates on moral standarts and they apply to business policies, institutions and behavior*”.¹⁰ Dari pengertian diatas, dapat dipahami bahwa etika bisnis merupakan suatu studi khusus tentang hak dan kesalahan moral yang berkonsentrasi pada sebuah standar moral yang relevan untuk kebijakan bisnis, lembaga dan pemberi sinyal”.¹¹

Secara sederhana dengan mengimplementasikan etika bisnis berarti sudah mempelajari tentang mana yang baik atau buruk, benar atau salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip

⁸ Ahmad Hulaimi, Sahri Sahri, and Moh Huzaini, “ETIKA BISNIS ISLAM DAN DAMPAKNYA TERHADAP KESEJAHTERAAN PEDAGANG SAPI,” *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* 2, no. 1 (June 1, 2017): 17–32, <https://doi.org/10.15548/jebi.v2i1.64>.

⁹ S. H. I. Matnin, “KONSEPSI ETIKA BISNIS DALAM ALQURAN DAN SUNNAH,” *Dinar : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 4, no. 2 (2017), <https://journal.trunojoyo.ac.id/dinar/article/view/5083>.

¹⁰ G. Velasques Manuel, *Business Ethics: Concepts and Cases, New Jersey: Pearson Educational International*, (Amerika serikat: Pentice-Hall, 2002), h.13

¹¹ L Sinour Yosephus, *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral Terhadap pebisnis kontemporer*, (Jakarta: Yayasan pustaka Obor Indonesia, 2010), h.126

moralitas.¹² Pengertian etika sangat beragam, etika juga dipahami sebagai ilmu yang membahas perbuatan baik dan buruk manusia.¹³ Secara logika arti etika bisnis adalah penerapan etika dalam menjalankan kegiatan suatu bisnis. Tujuan bisnis yaitu memperoleh keuntungan tetapi harus berdasarkan norma-norma hukum yang berlaku.¹⁴

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dipahami bahwa bisnis merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh individu atau suatu kelompok melakukan proses jual beli barang atau jasa kepada customer dengan tujuan untuk mendapatkan laba. Kajian etika bisnis terkadang merujuk kepada *management ethics* atau *organizational ethics*. Kajian mengenai etika bisnis dapat mengarahkan pada sebuah pemikiran atau sebuah refleksi mengenai moralitas dalam ekonomi dan bisnis.

Faktanya dalam dunia bisnis semua orang selalu mengharapkan perlakuan jujur dari sesamanya. Namun, praktik manipulasi yang semakin berkembang dalam praktik bisnis itu menandakan bahwa moral dan tingkat kejujuran rendah. Sehingga, hal tersebut perlahan akan menghancurkan tata nilai etika bisnis itu sendiri. Masalahnya ialah kurang adanya peraturan yang tegas mengenai pelanggaran etika dalam dunia bisnis, karena nilai-nilai tersebut hanya ada pada hati nurani seseorang. Etika mempunyai kendali dari dalam hati, berbeda dengan aturan hukum yang mempunyai unsur paksaan dari luar kehendak hati. Akan tetapi 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.¹⁵

Menurut Muhammad Djakfar dalam buku “Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi” prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam,¹⁶ antara lain: *Pertama*, jujur dalam takaran (*quantity*). Jujur dalam takaran ini sangat penting untuk diperhatikan dengan penyampaian keadaan yang sebenar-benarnya.¹⁷ Masalah kejujuran menjadi kunci sebuah kesuksesan pelaku bisnis menurut Islam. Tetapi etika bisnis secara modern juga sangat menekankan pada prinsip kejujuran termasuk dalam takaran atau timbangan.¹⁸ Kejujuran merupakan pondasi dasar bagi kegiatan bisnis dalam jangka panjang. *Kedua*, menjual barang yang baik mutunya (*quality*). Dalam sebuah kegiatan bisnis seseorang harus transparan terhadap barang-barang yang dijualnya sehingga tidak ada cacat etis dalam sebuah perdagangan seperti ketidaktransparannya mutu produk yang dijual.¹⁹ Hal tersebut berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Tanggung yang sesungguhnya adalah yang mampu menjaga keseimbangan (*balance*) antara tata cara memperoleh keuntungan (*profit*) dan mematuhi beberapa norma baik hukum, etika, atau adat.²⁰ *Ketiga*, dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*). Seseorang yang menyajikan produknya dengan sedemikian rupa yang tidak sesuai dengan faktanya. Penjual melakukan hal tersebut agar menjadi daya tarik pembeli bahwa barang yang dijualnya memiliki kualitas yang bagus.²¹

¹² Faisal Badroen dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h.70

¹³ Ahmad Amin, *Etika (Ilmu Akhlak)*, penerjemah K.H.Farid Ma'ruf, (Jakarta: Bulan Bintang, 1995), h.3

¹⁴ Suyadi Prawirosentoro, *Pengantar Bisnis Modern*, (Jakarta: PT Bumi aksara, 2002), h.14

¹⁵ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta, Bandung, 2009.

¹⁶ Muhammad Dzakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan moral ajaran bumi*, Jakarta, penebarplus: 2012), h.34

¹⁷ *Ibid.*, h. 34

¹⁸ Muhammad Ayub, *Understanding Islamic Finance: A-Z Keuangan Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia, 2009), h. 104

¹⁹ Muhammad Dzakfar, *Etika Bisnis....*, h.34

²⁰ Rodhiyah, “Etika Bisnis dan Keadilan konsumen”, *Forum*, Vol. 39, No. 2, (2012): 67-74.

²¹ Muhammad Dzakfar, *Etika Bisnis....*, h. 34

Karenanya manipulasi dan pemasaran yang tidak berbasiskan fakta dari barang-barang yang sebenarnya dilarang.²² *Keempat*, longgar dan bermurah hati (*tatsamuh dan tarahum*). Agar menciptakan suatu kegiatan yang saling menguntungkan satu sama lain maka seorang penjual diharapkan mampu untuk bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli.²³ *Kelima*, membangun hubungan baik (*interrelationship/silat al-rahym*) antara kolega.²⁴ Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapa pun, inklud antar sesama pelaku dalam bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, ologopoli, maupun dalam bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan. *Keenam*, tertib administrasi.²⁵ Dalam setiap transaksi perdagangan proses pencatatan administrasi haruslah ditulis baik dalam praktik pijam meminjam dan jual beli. Karena dalam Al-Quran mengajarkan perlunya administrasi tersebut agar manusia terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi. *Ketujuh*, menetapkan harga dengan transparan.²⁶ Syariat menjadikan peran informasi pasar, artinya harga yang kurang transparan akan mengandung unsur penipuan. Oleh sebab itu, penetapan harga secara transparan dan wajar di junjung tinggi dalam Islam agar tidak terjermus kedalam pintu riba.²⁷ Kendati dalam sebuah bisnis fokusnya mencari keuntungan, namun harus tetap menjunjung tinggi hak-hak pembeli.

Banyaknya masyarakat yang beranggapan bahwa bisnis tidak ada hubungannya dengan etika atau moral. Sehingga saat ini muncullah oknum-oknum yang memainkan harga pasar dan mencari keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa disadari melanggar prinsip-prinsip etika bisnis, Richard the groge menyebut pandangan ini sebagai “*The myth of amoral bussines*”.²⁸

Berdasarkan pandangan tersebut banyaknya masyarakat yang menghalalkan berbagai cara untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya melalui berbagai informasi yang tidak dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, baik dengan cara melakukan promosi secara berlebihan dan tidak adanya transparansi dalam kegiatan bisnisnya. Sehingga adanya prinsip-prinsip etika bisnis dalam dunia modern ini mampu mengendalikan kegiatan bisnis yang hanya mengedepankan profit tanpa melihat banyaknya pihak-pihak yang dirugikan.

Keberhasilan Nabi Muhammad Saw dalam usahanya dipengaruhi kepribadian diri Nabi Muhammad Saw yang dibangun berdasarkan ideologi realitas sosial masyarakat Jahilliyah dengan dirinya. Kemampuan pengelolaan bisnisnya tampak pada sebuah keberanian yang membawa dagangan Siti Khadijah ditemani dengan seorang karyawan (Maisarah). Etika Bisis Islam telah diajarkan Nabi Muhammad Saw, saat menjalankan sebuah perdagangan.²⁹ Karakteristik Nabi SAW, sebagai pedagang adalah sebagai berikut; *Pertama*, *Shidiq* berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan Islam.³⁰ Kejujuran Nabi Muhammad Saw dilakukannya dengan menyampaikan kondisi barang dagangannya secara spesifik dan riil sesuai kondisi yang sebenarnya. Beliau tidak pernah menyembunyikan kecacatan dan mengunggulkan produk yang dijualnya. Praktik dagangannya pun dilakukan dengan

²² Muhammad Ayub, *Understanding Islamic....*, h. 104

²³ Rodhiyah, “Etika Bisnis dan Keadilan konsumen”, *Forum*, Vol. 39, No. 2, (2012): 67-74.

²⁴ Muhammad Dzakfar, *Etika Bisnis....*, h. 34

²⁵ *Ibid....*, h. 34

²⁶ *Ibid....*, h. 34

²⁷ Muhammad Ayub, *Understanding Islamic....*, h. 104

²⁸ K.Bertens, *Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2009), h.376

²⁹ Abdul Azis, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.212

³⁰ *Ibid....*, h.212

bahasa yang sangat sopan dan ramah, bahkan Beliau tidak pernah melakukan sumpah apapun agar mendapatkan keuntungan yang maksimal. Ketika Nabi Muhammad menjual dagangan di Syam, ia pernah bersitegang dengan salah satu pembelinya terkait kondisi barang yang dipilih oleh pembeli tersebut. Calon pembeli berkata kepada Nabi Muhammad, “Bersumpahlah demi Lata dan Uzza!” Nabi Muhammad menjawab, “Aku tidak pernah bersumpah atas nama Lata dan Uzza sebelumnya.” Penolakan Nabi Muhammad dimaklumi oleh pembeli tersebut, dan sang pembeli berkata kepada Maisarah, “Demi Allah, ia adalah seorang Nabi yang tanda-tandanya telah diketahui oleh para pendeta kami dari kitab-kitab kami.”³¹ *Kedua*, Amanah tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditunjukkan oleh beliau dalam sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan *ihsan* (kebajikan) dalam segala hal.³² Dalam konteks fiqh, amanah memiliki arti kepercayaan yang diberikan kepada seseorang berkaitan dengan harta benda. Nabi Muhammad dalam berniaga menggunakan etika ini sebagai prinsip dalam menjalankan aktivitasnya. Ketika Nabi Muhammad karyawannya Siti Khadijah, beliau memperoleh sebuah kepercayaan untuk membawa barang-barang dagangan Siti Khadijah untuk dijual di Syam. Beliau menjada barang dagangan tersebut dengan baik selama perjalanannya. Kemudian, Nabi Muhammad menjual barang-barang tersebut sesuai dengan amanat yang ia terima dari Siti Khadijah.³³ *Ketiga*, sesuai takaran atau timbangan. Etika bisnis yang diajarkan oleh Nabi Muhammad dalam menjual barang harus *balance*. Pertukaran barangpun juga dilakukan sangat selektif. Misalnya, barang yang kering harus ditukar dengan barang yang kering, tidak boleh mengurangi dan menambahkan timbangan atau takaran. Dalam setiap transaksi Nabi Muhammad menjauhi 2 (dua) larangan *muzabana* dan *muḥaqala*. *Muzabana*³⁴ adalah melakukan penjualan dengan jumlah, berat, dan ukurannya belum jelas. Sedangkan *Muḥaqala* adalah melakukan jual beli yang masih (belum) dipanen.³⁵ *Keempat*, menjauhi *gharar*. Artinya belum diketahui pasti benar atau tidaknya.³⁶ Dalam praktiknya Nabi Muhammad menjauhi praktik *gharar*, dikarenakan akan membuka sebuah ruang perselisihan antara pembeli dan penjual. Nabi Muhammad juga melarang penjualan secara *urbun* (*bai' al-urbun*). Nabi Muhammad juga selalu melarang penjualan dengan memberikan uang muka dan uang tersebut akan hilang jika konsumen membatalkan pembeliannya.³⁷ *Kelima*, tidak melakukan penimbunan barang.³⁸ Nabi Muhammad sadar bahwa kebutuhan sehari-hari harus didistribusikan dengan baik. Barang dagangan tidak boleh disimpan lama sehingga barang tersebut langka dijumpai di pasar. Berdasarkan teori pasar, jika barang sedikit dan permintaan pasar besar maka harga barang menjadi tinggi. Jika harga tinggi maka keuntungan besar dapat diperoleh para pedagang. Namun konsumen akan mengalami kesulitan, khususnya mereka yang tidak mampu membayar sesuai dengan harga tinggi yang menjadi tuntutan pasar.³⁹ *Keenam*, tidak melakukan *al-ghab dan tadtīs*. Dalam perilaku bisnis modern perilaku *al-ghab* atau *tadtīs* dapat terjadi terjadi dalam proses *mark up* yang melebihi batas kewajaran atau sering dikenal dengan istilah wan

³¹ Mahdi Rizqullah Ahmad, *al-Sirah al-Nabawiyah fi Dhauq'i al-Masādir al-Ashliyyah: Dirasah Tahlīliyyah*, terj. Yessi HM., (Jakarta: Qisthi Press, 2006), h. 157

³² Abdul Azis, *Etika Bisnis...*, h.212

³³ Muhammad Saifullah, “Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah”, *Walisongo*, Vol. 19, No. 1,(2011): 127-160.

³⁴ Imam Malik, *al-Muwatta'*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 1999), h. 343

³⁵ Muhammad Saifullah, “Etika Bisnis Islami”, h.127-160.

³⁶ Muhammad Ayub, *Understanding Islamic....*, h. 90

³⁷ Muhammad Saifullah, “Etika Bisnis Islami”, h.127-160.

³⁸ As-Syayyid Sabiq, *Fiqh As-Sunnah*, (Libanon, Dar Al-Fikr : 1981), h.162

³⁹ Muhammad Saifullah, “Etika Bisnis Islami”, h.127-160.

prestasi.⁴⁰ Rahasia kesuksesan Nabi Muhammad dalam praktek bisnisnya dilakukan dengan menerapkan harga yang sedang tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Baginya yang penting adalah sirkulasi barang diantara para pedagang dan pembeli. Jangan sampai barang hanya berputar pada sekelompok tertentu saja. Jika barang dapat berputar keseluruh lapisan masyarakat maka harga barang tersebut akan menjadi stabil dan mudah dijangkau oleh masyarakat.⁴¹ *Ketujuh*, saling menguntungkan. Etika bisnis pada dasarnya selalu mengakomodasi antara hakikat dan tujuan sebuah bisnis. Dalam berniaga Nabi Muhammad selalu mendeskripsikan barang dagangan sesuai dengan kondisi barang tersebut dan senantiasa jujur. Atas dasar sikap Nabi Muhammad ini, konsumen yang merasa puas atas barang yang dibelinya, sehingga beliau akan memperoleh keuntungan.⁴²

2. Potret Etika Bisnis Perspektif Alquran dan Hadits serta Ideal Moral Universal

Islam merupakan agama samawi yang hadir untuk menciptakan kemaslahatan bagi seluruh kehidupan umat manusia. Islam merupakan sebuah agama yang *universal* dan komprehensif. Universal artinya bahwa ajaran agama Islam tidak selalu diperuntukkan untuk umat muslim saja, melainkan untuk seluruh umat manusia.⁴³ Komprehensif artinya ajaran islam juga tidak selalu mengkaji persoalan ibadah saja, tetapi juga mengkaji permasalahan politik, sosial, budaya, dan ekonomi termasuk dalam etika dan muamalah.⁴⁴ Berdasarkan pembacaan literatur yang telah dilakukan⁴⁵ dengan berbagai diversitas (keragaman) penyajian konsep etika dalam bisnis Islam, maka penulis menyimpulkan setidaknya ada 3 konsepsi dasar yang harus senantiasa diperhatikan dalam etika bisnis, yaitu : *al-Ghisy*, *azh-Zhulm* dan *al-Gharar*. Berikut penjelasan dari tiga konsepsi tersebut;

Pertama, *Al-Ghissy*. Istilah *Ghisy* dalam bisnis merupakan cara yang digunakan untuk menyembunyikan cacat barang dan mencampur dengan barang-barang berkualitas dengan yang tidak berkualitas. Telah diketahui bahwa *al-ghisy* adalah perbuatan haram.⁴⁶ Dalam proses transaksi jual beli haruslah bersikap jujur, berlaku baik baik penjual maupun pembeli. Namun, kondisinya saat ini pelaku bisnis biasanya melakukan kebohongan dalam melakukan penawaran terhadap produk yang ditawarkan. Jenis barang dagangan, tentang kualitas barang dagangan dan lain

⁴⁰ Rachmat Syaifei, *Fiqh Muamalat*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 75.

⁴¹ Muhammad Saifullah, "Etika Bisnis Islami ...", h.127-160.

⁴² *Ibid.*..., h.127-160

⁴³ QS. Al-Baqarah (2): 185 :

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ

"Beberapa hari yang ditentukan itu ialah) bulan Ramadhan, bulan yang di dalamnya diturunkan (permulaan) Al Quran sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang hak dan yang bathil)..."

⁴⁴ QS. Al-Anbiya' (21): 107.

⁴⁵ Sofyan S Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Salemba embat, 2011), h.74-76., Muhammad Ayub, *Understanding Islamic Finance: A-Z Keuangan Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia, 2009), h.102-110., Abdul Azis, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 212-213., Mughtar Samad, *Etika Bisnis Syariah Berbasis Sesuai Moral Islam*, (Yogyakarta : Sunrise, 2016), h. 3., Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karabet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), h.18., Faisal Badroen dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 70., dan Mercy Ejoywokeoghene Ogbari dkk, "Entrepreneurship and Business Ethics: Implications on Corporate Performance", *International Journal of Economics and Financial Issues*, Vol. 6, No. 1, (2016): 50-58.,

⁴⁶ Ahmad Sofyan Fauzi, "Transaksi Jual-Beli Terlarang: Ghisy Atau Tadlis Kualitas (Penipuan Atau Kecurangan)", *Mizan: Journal Of Islamic Law*, Vol. 1, No. 2, (2017): 41-54.

sebagainya seakan-akan menjadi sesuatu yang lumrah untuk dijadikan alasan untuk tidak berlaku jujur. Hal tersebut dilakukan demi untuk menggait atau meyakinkan para pembeli. Padahal Rasulullah Saw pernah bersabda:

Dari Rifa'ah r.a., bahwa ketika dia bersama Rasulullah Saw dalam perjalanan menuju tempat shalat. Lalu Rasulullah melihat orang-orang yang terus berjualan, Rasulullah bersabda: "*Wahai para pedagang!*", semuanya menjawab sembari mendongakkan kepala mereka ke arah Rasulullah. Rasulullah kemudian bersabda: "*Sungguh para pedagang dan teman-temannya akan dibangkitkan pada Hari Kiamat dalam keadaan kacau balau, kecuali mereka yang bertakwa, berlaku baik dan jujur (dalam bertransaksi).*"⁴⁷

Di hadits yang lain disebutkan bahwa : Dari Abu Said al-khudry r.a. dari Rasulullah Saw, beliau bersabda: "*Seseorang pembeli yang jujur dan dapat dipercaya akan bersama para nabi, orang-orang jujur dan para syuhada*".⁴⁸

Selain itu ada hadits yang diriwayatkan melalui sanad: Dari Hakim bin Hizam r.a., Rasulullah Saw bersabda: "*Dua orang pembeli memiliki hak selama mereka berdua belum berpisah – atau berkata hingga mereka terpisah – jika mereka berdua jujur dan terbuka, mereka akan diberkahi dalam bertransaksi. Jika mereka berdua menyembunyikan dan berdusta dihapus berkah atas transaksi mereka tersebut*".⁴⁹

Dari hadits di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa etika berbisnis yang baik menurut Alquran dan Hadits harus dilandasi dengan kejujuran. Melakukan promosi secara berlebihan untuk meyakinkan pembeli, menyembunyikan cacat barang-barang dan mencampur dengan barang-barang berkualitas dengan yang tidak berkualitas merupakan kegiatan yang dilarang oleh Allah SWT. Terlebih jika penjual melakukan sumpah dalam sebuah bisnis untuk kepentingan meyakinkan orang lain bahwa dia berlaku jujur adalah sebuah tindakan yang tidak beretika meskipun dia benar. Dalam sebuah bisnis dilarang untuk melakukan promosi yang dilakukan secara berlebihan seperti mengucapkan kalimat sumpah.⁵⁰ Kalimat sumpah yang benar di dalam Islam adalah bersumpah atas nama Allah. Bersumpah atas nama Allah di dalam dunia bisnis demi sebuah kejujuran, maka hal tersebut dianggap melecehkan keagungan nama Allah SWT. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT⁵¹ yang menyatakan sebuah larangan untuk menjadikan sumpah sebagai penghalang untuk berbuat kebajikan, bertakwa, dan mengadakan ishlah diantara manusia, karena sesungguhnya Allah SWT maha mendengar dan mengetahui.⁵²

Hal tersebut diperkuat dengan dengan hadits, Rasulullah SAW bersabda, dari Abu Hurairah r.a.: "*Sumpah yang disebutkan untuk barang dagangan, menghilangkan berkah*",⁵³ Dari Abu Dzar r.a., Rasulullah pernah bersabda: "*Tiga orang yang tidak dilihat oleh Allah Swt pada hari kiamat, tidak pula disucikan (dosanya) dan bagi mereka sisksaan yang berat*". Kami bertanya: "*Siapa mereka orang yang gagal dan merugi itu, ya Rasulullah?*", beliau menjawab: "*Orang yang suka*

⁴⁷ HR. Tirmidzi No. 1210, sebagaimana dinukil oleh Mushthafa al-Bugrha dkk. *Kitab Fikih Lengkap Imam asy-Syafi'i*. (Yogyakarta: Darul uswah, 2012) h. 67.

⁴⁸ HR. Tirmidzi No. 1210, sebagaimana dinukil oleh Mushthafa al-Bugrha dkk. *Kitab Fikih Lengkap Imam asy-Syafi'i...*, h. 68

⁴⁹ HR. Bukhari [No. 1976] dan HR. Muslim No. 1532, sebagaimana dinukil oleh Mushthafa al-Bugrha dkk. *Kitab Fikih Lengkap Imam asy-Syafi'i...*, h. 68

⁵⁰ Muhammad Ayub, *Understanding Islamic Finance: A-Z Keuangan Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia, 2009), h.112.

⁵¹ QS. Al-Baqarah (2): 224

⁵² Mushthafa al-Bugrha dkk. *Kitab Fikih Lengkap Imam asy-Syafi'i*. (Yogyakarta: Darul uswah, 2012) h. 68

⁵³ HR. Bukhari No. 1981 dan HR. Muslim No. 1606

*mengungkit-ungkit kebaikannya, orang yang menyeret kainnya hingga mata kaki dan orang yang memberikan dagangannya dengan sumpah palsu”.*⁵⁴

Kedua, *Azh-Zhulm*. *Azh-zulm* berasal dari kata dasar *zhalim* yang bermakna, menempatkan sesuatu tidak pada tempatnya, tidak adil, melakukan aniaya, menindas, sewenang-wenang, dan kegelapan.⁵⁵ *Zhalim* adalah merupakan sebuah kefasikan lawan dari cahaya, gambaran sebuah kebodohan, syirik, dan kemunafikan.⁵⁶ Menurut ahli bahasa dan kebanyakan ulama, *zhalim* merupakan sebuah perbuatan yang tidak menempatkan sesuatu pada tempatnya, mengurangi dan melebihi sesuatu baik materi ataupun non materi. Dalam konteks hukum menurut ar-Raghib, kezhaliman dibagi tiga; pertama, kezhaliman manusia terhadap Allah seperti *kufur, syirik, nifak*⁵⁷. Kedua, kezhaliman antar sesama manusia.⁵⁸ Dan ketiga, kezhaliman terhadap diri sendiri. Dalam konteks hubungan kemanusiaan, Alquran menyatakan isi kandungan beberapa ayat bahwa perbuatan *zhalim* menjadi sebuah landasan praktik bisnis yang berlawanan dengan nilai etika, Alquran mengatakan, bahwa seharusnya kita tidak diperbolehkan menganiaya dan dianiaya oleh beberapa pihak. “Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba) maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari mengerjakan riba) maka bagimu pokok (modal) hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya”.⁵⁹ Manusia seringkali berlaku *zhalim* terhadap sesama dan mengingkari nikmat yang telah dianugerahkan Allah.⁶⁰ Kezhaliman manusia yang telah banyak dilakukan, misalnya melakukan praktik riba dan mencari nafkah di jalan yang bathil, dan melakukan perbuatan aniaya.⁶¹ Alquran menyatakan, yang artinya; “Maka disebabkan kezhaliman orang-orang Yahudi, Kami haramkan atas mereka (memakan makanan) yang baik-baik (yang dahulunya) dihalalkan bagi mereka dan karena mereka banyak menghalangi (manusia) dari jalan Allah. Dan disebabkan mereka memakan riba dan karena mereka memakan harta dengan orang dengan jalan bathil”.⁶² Berdasarkan paparan ayat-ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa perbuatan *zhalim* itu tidak hanya akan merugikan diri sendiri juga akan merugikan orang lain. Sedangkan perbuatan *dzhalim* yang dilakukan antar sesama dalam Alquran disebutkan sama seperti kezhaliman yang dilakukan Allah SWT. Perbuatan zalim selanjutnya dijelaskan dalam Alquran bahwa buatlah takaran dan timbangan secara *balance*.⁶³ Demikian pula celakalah besar bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang melebihi takaran bagi diri sendiri, dan mengurangi takaran atau timbangan bagi orang lain.⁶⁴ Barang siapa yang melakukan kecurangan dalam menakar dan menimbang dalam sebuah kegiatan bisnis akan dimintai pertanggung jawaban. Karena sistem ekonomi islam hendaknya dilakukan secara *kaffah* dan *falah*.

⁵⁴ HR. Muslim No. 106

⁵⁵ Luqman Fauroni, “Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif Alquran”, *IQTISAD Journal Of Islamic Economics*, Vol. 4, No. 1, (2003): 91-106

⁵⁶ QS Ibrahim (14): 1

⁵⁷ QS. Hud (11): 18, az-Zumar (39): 32.

⁵⁸ al-Isra (17): 33 dan as-Syura (42): 42

⁵⁹ Baqarah (2): 279

⁶⁰ QS Ibrahim (14): 34

⁶¹ QS. Asy-Syura (42): 42

⁶² QS. An-Nisa (4):160-161.

⁶³ QS. Hud (11): 85

⁶⁴ Di dalam Alquran terjemah Departemen Agama RI, mereka memberikan catatan kaki untuk penjelasan di atas sebagai berikut: Yang dimaksud dengan orang-orang yang curang di sini ialah orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang.. Lihat: Departemen Agama RI. *Alquran dan Terjemahannya*. (Jakarta: Departemen Agama, 1990) h. 1035.

Selanjutnya janganlah kamu makan (gunakan) harta-harta kamu sesama kamu dengan jalan yang salah (tipu, judi dan sebagainya), kecuali dengan jalan perniagaan yang dilakukan secara suka sama suka di antara kamu, dan janganlah kamu berbunuh-bunuhan sesama sendiri. Sesungguhnya Allah sentiasa Mengasihani kamu.⁶⁵ Dari ayat tersebut mengisyaratkan bahwa usaha jenis perniagaan itu sangat rentan terhadap jalan kebathilan. Sebab adanya suatu pembatasan nilai dan harga berdasarkan ukuran neraca yang lurus menjadi hal yang sangat mustahil. Oleh karena itu, harus adanya sikap toleransi yang tinggi jika barang penggantinya lebih besar, dan menjadi penyebab adanya tambahan harga. Seperti, sikap pandai seorang pedagang yang memberikan atau menghiasi barang-barang yang dijual sehingga akan menaikkan daya jual barang-barang tersebut tanda melakukan tindakan kecurangan. Jabir bin Abdullah r.a. meriwayatkan bahwa Rasulullah Saw. Bersabda: “Allah Swt memberikan berkah terhadap orang yang toleran ketika menjual, membeli dan ketika menagih (meminta bayaran hutang)”.⁶⁶

Adapun etika bisnis yang tidak mengandung unsur *Azh-zulm* (zhalim) adalah 1). Menegakkan prinsip keadilan dan menjauhi kegiatan bisnis yang mengandung unsur ribawi, 2). Mengaplikasikan kasih sayang dalam berbisnis dan mengharamkan konsep jual beli dengan sistem monopoli. 3). Melakukan transaksi dengan cara toleransi dan asas persaudaraan. 4). Seorang pebisnis harus berprinsip bahwa berbisnis merupakan media untuk mendapatkan kebaikan di alam akhirat, 5). Tidaklah mengurangi takaran dalam timbangan.⁶⁷

Ketiga, *Al-Gharar*, Menurut bahasa, arti *al-gharār* adalah *al-khidā'* (penipuan), *al-khāthr* (pertaruhan) dan *al-jahālāh* (ketidakjelasan), yaitu suatu tindakan yang di dalamnya terdapat unsur pertaruhan dan judi.⁶⁸ Dengan demikian, jual beli *gharār* adalah semua jual beli yang mengandung ketidakjelasan, seperti pertaruhan atau perjudian karena tidak dapat dipastikan jumlah dan ukurannya atau tidak mungkin diserahkan terimakan.⁶⁹ Secara sederhana *gharār* dapat mengacu pada ketidakpastian atau kerugian yang mungkin akan disebabkan oleh ketidakjelasan mengenai suatu hal dalam sebuah kontrak (akad).

Menurut kaidah Islam, praktik *al-ghārar* ini merusak akad. Islam menjaga kepentingan manusia dalam aspek ini. Imam an-Nawawi menyatakan, bahwa larangan *ghārar* dalam kegiatan bisnis Islam memiliki peranan yang kuat dan signifikan dalam menjamin sebuah keadilan. Mengacu pada etika bisnis yang bersumber pada alqur'an dan hadits kegiatan *gharār* sangatlah dilarang, tujuannya agar kedua belah pihak tidak didzalimi atau terdzalimi. Karena itu Islam mensyaratkan beberapa etika bisnis yang bersumber pada Alquran dan hadits.

Dalam Alquran kata *gharar* diulang sebanyak 13 kali dengan segala bentuk derivasinya.⁷⁰ Hadits Abu Hurairah bahwasanya Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda “*Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam melarang jual beli al-hashah (dengan melempar batu) dan jual beli al-gharar*”.⁷¹

⁶⁵ QS. An-Nisa (4): 29).

⁶⁶ HR. Bukhari No. 1970

⁶⁷ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*; Penerjemah, Zainal Arifin, Dahlia husin, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h. 173

⁶⁸ Abdul 'Azim Bin Badawi Al-Khalafi, *Al-Wajiz Ensiklopedi Fiqih Dalam Alquran As- Sunnah As-Shahih*, (Jakarta: Pustaka As-Sunnah, 2006), h. 655.

⁶⁹ Ghufuran A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 133

⁷⁰ QS. Al-Baqarah (2): 188, QS. An-Nisa : 29, QS. Al-Maidah : 90

⁷¹ HR Muslim No. 2782

Dalam ayat-ayat tersebut dijelaskan ketika akan melakukan kegiatan bisnis (perniagaan) harus dilakukan atas dasar suka sama suka agar tidak ada pihak yang dirugikan. Manusia dilarang memakan harta dengan cara yang batil.⁷² Berdasarkan ayat diatas konsep gharar dapat dibagi menjadi 2 kelompok : (1) Kelompok pertama adalah unsur resiko yang mengandung keraguan, probabilitas dan ketidakpastian secara dominan. (2) Sedangkan kelompok kedua unsur meragukan yang dikaitkan dengan penipuan atau kejahatan oleh salah satu pihak terhadap pihak lainnya. Adapun kegiatan bisnis yang mengandung unsur *al-gharar* adalah sebagai berikut: Tidak dapat diserahkan, seperti menjual anak hewan yang masih dalam kandungan induknya. Tidak diketahui harga dan barang. Tidak diketahui sifat barang atau harga. Tidak diketahui ukuran barang dan harga. Tidak diketahui masa yang akan datang seperti, “Saya jual kepadamu jika fulan datang”, Menghargakan dua penjualan dalam satu, Menjual barang yang diharapkan selamat, Jual beli husha’ misalnya pembeli memegang tongkat, jika tongkat jatuh maka wajib membeli, Jual beli munabadzah yaitu jual beli dengan cara lempar melempari seperti seseorang melempar bajunya, kemudian yang lain pun melempar bajunya maka jadilah jual beli, Jual beli mulasamah apabila mengusap baju atau kain maka wajib membelinya.

Prinsip umum untuk menghindari gharar dalam transaksi penjualan dapat disimpulkan bahwa kontrak-kontrak akad harus terbebas dari ketidakpastian yang berlebihan mengenai subjek dan nilainya dalam pertukaran, komoditas harus didefinisikan, ditentukan, dapat diserahkan, dan dipahami oleh semua pihak yang terlibat dalam kontrak (akad) tidak boleh meragukan atau tidak pasti, apalagi menyangkut hak dan kewajiban dari semua pihak yang terlibat dalam kontrak (akad), tidak boleh pula ada unsur jahl atau ketidakpastian mengenai ketersediaan, eksistensi, dan kemudahan penyerahan barang serta semua pihak harus mengetahui kondisi aktual barang tersebut.

Sistem ekonomi dunia saat ini bersifat sekuler, di mana terjadi pemisahan antara kehidupan agama dan dunia termasuk di dalamnya aktivitas bisnis ekonomi.⁷³ Sehingga dapat dipaparkan bahwa Ekonomi islam memiliki rancang bangun yang terdiri atas landasan, tiang, dan atap.⁷⁴ Landasan terdiri dari *aqidah* (tauhid), *adil*, *nubuwwa*, *khalifah*, dan *ma’ad*. Tiang terdiri dari *multitype ownership* (kepemilikan muti jenis), *freedn to act* (kebebasan berusaha), dan *social justice* (Kesejahteraan sosial). Seluruh landasan dan tiang tersebut dilandasi oleh atap Etika.

Secara historis, munculnya sebuah pemikiran etika bisnis di dorong dengan realitas bisnis yang banyak mengabaikan nilai-nilai moral. Banyak pihak-pihak yang menjadikan aktivitas bisnis sebagai aktivitas ekonomi yang bertujuan untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya (*profit oriented*) dengan menghalalkan segala cara. Hakikatnya sebuah bisnis merupakan semua perilaku yang jauh dari unsure-unsur bathil, dzalim, dan kerusakan. Sebaliknya sebuah bisnis harus berlandaskan dengan nilai persatuan dan kesatuan, kehendak bebas, tanggung jawab, keseimbangan, dan keadilan, serta kebenaran (bersikap jujur).⁷⁵ Dengan kesatuan antara bisnis dan etika, pemahaman mengenai prinsip-prinsip etika bisnis dan pemahaman mengenai prinsip-prinsip yang melandasi praktik-praktik bisnis, dengan demikian implementasi etika bisnis dapat mengejawantah oleh siapapun, kapanpun, di manapun serta tidak terbatas oleh pergeseran dan perkembangan media-media bisnis seperti, pasar bebas atau *ebusiness*, sekalipun.

⁷² Al-Baqarah (2): 188

⁷³ M. Nur Rianto Al-Arif, *Teori Makroekonomi Islam*, (Jakarta: Alfabeta, 2014), h.2

⁷⁴ *Ibid.*, h.18

⁷⁵ Luqman Fauroni, “Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif Alquran”, *IQTISAD Journal Of Islamic Economics*, Vol. 4, No. 1, (2003): 91-106

Realita kegiatan bisnis zaman sekarang sangat berbeda dengan realitas pada zaman Nabi Muhammad Saw, perbedaan tersebut dilandasi serta disebabkan oleh perubahan zaman dan peradaban umat manusia, juga ditopang dengan adanya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin canggih, sehingga cara serta proses dalam berbisnis juga memiliki pergeseran. Zaman Rasulullah Saw. Dan para sahabat, proses perbisnisan atau proses transaksi cenderung dengan menggunakan sistem barter (transaksi barang dengan barang). Namun dalam realitas sekarang, transaksi jual sudah semakin canggih dan modern bukan lagi hanya dengan menggunakan alat tukar uang, tetapi dalam sistem perbisnisan atau proses transaksinya juga sudah melalui dunia maya, salah satu contohnya adalah jual beli *online*.

Sistem jual beli *online* adalah suatu model jual beli yang masih *ngetren* pada masa sekarang – bahkan sebagian kalangan yang menjadikan hal tersebut suatu sebagai suatu kebutuhan yang harus dilakukan. Sebenarnya semangat jual beli *online* ini sudah dikenal pada zaman Rasulullah Saw. yang dikenal istilah jual beli *salam*.⁷⁶ Jadi jual beli *online* merupakan bentuk jual beli di era kontemporer, dan boleh jadi akan ada model serta bentuk jual beli yang lain sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi. Walaupun pola serta model transaksi dalam berbisnis terjadi pergeseran dan perubahan, namun semangat untuk menjaga keharmonisan, keadilan dan asas serta etika yang positif (baik) dalam berbisnis harus menjadi landasan utama.

Alquran dan Hadits sebagai dalil aksiomatik umat Islam telah mengatur hal tersebut sedemikian rupa tentang bagaimana memelihara serta melestarikan etika bisnis dengan baik sesuai tuntunan syari'at. Dan setidaknya, ada tiga prinsip universal dalam Islam yang harus diperhatikan sebagai panoptisasi untuk menciptakan keharmonisan, keadilan dalam etika perbisnisan, tiga unsur tersebut adalah : *al-ghisy* (menipu), *azh-zhulm* (dzalim), dan *al-gharar* (tidak pasti). Ketiga unsur tersebut merupakan hal-hal krusial dan harus dihindari oleh para pelaku bisnis. Jadi, apapun model serta bentuk transaksi dalam etika bisnis, harus berusaha memperhatikan tiga hal tersebut. Jadi, bentuk serta model transaksi dalam etika bisnis boleh saja berubah, sesuai dengan perkembangan zaman, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, namun asas utama, nilai universal serta ideal moral yang baik dalam etika harus senantiasa dipegang.

Sebagaimana pada masa zaman Rasulullah Saw, aktualisasi etika bisnis dilakukan sesuai dengan nilai dan semangat dari teks Alquran dan hadis serta menjauhi segala sesuatu yang dilarangnya termasuk dalam menjauhi tiga perkara di atas (*al-Ghisy*, *azh-Zhulm*, dan *al-Gharar*). Selain itu beliau memiliki karakter yang sangat tinggi berupa rasa malu, murah hati, pemberani, suka memaafkan, lemah lembut, dan akhlak-akhlak agung lainnya.⁷⁷ Maka era modern dewasa ini, kegiatan bisnis merupakan sebuah sektor ekonomi yang dapat mengembangkan kondisi ekonomi seseorang. Melalui kegiatan bisnis, seseorang akan berusaha bekerja keras mengembangkan usaha yang ditekuni agar cepat berkembang dalam jangka waktu yang panjang dan mendapatkan keuntungan sebesar mungkin. Dalam kegiatan tersebut banyak hal-hal yang dilakukan oleh seorang pebisnis dengan menghalalkan segala cara agar mendapat keuntungan yang lebih banyak. Namun, di sisi lain, mereka tak sadar melanggar etika dalam berbisnis yang ditentukan oleh islam.

⁷⁶ Proses jual beli *salam* ini telah menjadikan sebab turunnya Qs. Al-Baqarah [2] : 282, yang menurut Ibnu Abbas ayat tersebut mengandung empat hukum, termasuk di antaranya adalah tentang jual beli *salam*. Dalam Yudisia, "Kontroversi Kesaksian Perempuan dalam Qs. Al-Baqarah [2] : 282 Antara Makna Normatif Dan Makna Substantif Dengan Pendekatan Hukum Islam", *Jurnal Pemikiran Hukum dan Hukum Islam*, Vol. 7, No. 1, (2016) : 181.

⁷⁷ Muhammad Nasib ar-Rifa'i, *Kemudahan dari Allah: ringkasan tafsir ibnu katsir. Jilid 4*: Penerjemah, Syihabuddin, (Jakarta: Gema Insani Press, 2000), h. 775

Pada praktiknya, pelanggaran *ghisy*, *azh-zulm*, dan *gharar* semakin relevan dengan perkembangan zaman. Hal tersebut dapat dilihat dari pasar keuangan modern yang banyak mengandung kemudharatan dan resiko, misalnya seperti asuransi konvensional, pasar modal yang banyak mengandung unsur perjudian dan zalim. Hal tersebut merupakan sistem ekonomi yang ingin diperbaiki oleh islam yang berlandaskan Alquran dan hadits agar setiap proses setiap transaksi terjaga dengan baik, persaudaraan akan tetap terjalin bagi pihak-pihak yang melaksanakan transaksi dalam pasar keuangan.

Menyikapi hal tersebut, Islam sebagai agama samawi yang berlandaskan Alquran dan hadits sangat jelas memberikan rambu-rambu etika berbisnis dengan ketiga panoptisasi diatas sebagai berikut; Bertindak jujur dan benar, (QS. Az-Zumar: 33, QS. At-Taubah: 119, QS. al-Maidah :8, QS. An-Nahl: 105, Q.S. Al-Ankabut: 3), Menjaga Ucapan, (QS Al-Ahzab : 70-71, QS. Al-Hujurat: 12, QS. Al-Ahzab: 58, QS. Al-Israa: 36). Mengutamakan bisnis sesama muslim, (QS. Al-Baqarah: 282, QS. An-Nur: 37, QS. Al-Fatir: 29). Tidak bertindak curang dan menipu, (QS. Al-Muthaffifin: 1-6, QS. Hud : 85, QS Ibrahim: 1, QS. Asy-Syura: 42, QS. An-Nisa:160-161, QS. An-Nisa : 29). Bertindak secara sederhana dalam hidup, (QS. An-Nisa : 29). Dilarang Menyuaip, (QS. An-Naml : 35-36, QS. Al-Maidah : 42, QS. An-Nisa : 29-30, QS. Al-Maidah: 33, QS. Al-Baqarah: 188). Berbisnis dengan adil, (QS. Al-Baqarah 188, QS. An-Nisa: 29, QS. At-taubah: 24, QS. An-nur 37).

Dalam Islam, etika dalam berbisnis telah diatur sedemikian rupa. Islam dengan Al- Qur'an dan Hadits sebagai sumbernya, telah memberikan tuntunan secara detail tentang tata cara berbisnis. Etika bisnis Islam dengan karakteristiknya, seperti kejujuran, keadilan, larangan menyuaip dan menipu, berbuat curang serta aspek-aspek yang lain, dipandang bisa mengangkat derajat rasionalitas dan humanitas. Dengan demikian, dapat diambil suatu ikhtisar bahwa begitu manusiawinya atau bahkan begitu tingginya derajat rasionalitas dan humanitas nilai-nilai yang mendasari etika bisnis Islam. Oleh karena itu, sangat manusiawi dan rasional manakala etika bisnis Islam dijadikan alternatif untuk menata kehidupan manusia, termasuk dalam kiprah dunia bisnis di Indonesia dewasa ini.

D. Kesimpulan

Alquran dan Hadits sebagai dalil aksiomatik umat Islam telah mengatur sedemikian rupa tentang bagaimana memelihara serta melestarikan etika bisnis dengan baik seseuai tuntunan syari'at. Aktualisasi etika bisnis dilakukan sesuai dengan nilai dan semangat dari teks Alquran dan hadis serta menjauhi segala sesuatu yang dilarangnya termasuk dalam menjauhi tiga perkara di atas (*al-Ghisy*, *azh-Zhulm*, dan *al-Gharar*). Ketiga unsur tersebut merupakan hal-hal yang harus dijauhi oleh para pelaku bisnis baik dari zaman Rasulullah Saw sampai pada zaman kontemporer ini. Apabila seorang pelaku bisnis menjauhi tiga perkara tersebut, maka pelaku bisnis sudah melakukan prinsip beretika sesuai dengan Alquran dan hadits baik pada kegiatan bisnis secara langsung maupun secara *online*. Etika bisnis yang diajarkan oleh Alquran dan al-Hadits di antaranya: Bertindak jujur dan benar, menjaga ucapan, mengutamakan bisnis sesama muslim, tidak bertindak curang dan menipu, bertindak secara sederhana dalam hidup, dilarang menyuaip, berbisnis dengan adil. Oleh karena itu, sangatlah rasional jika etika bisnis Islam dijadikan sebagai alternatif untuk menata kehidupan manusia, termasuk dalam kiprah dunia bisnis di Indonesia dewasa ini.

Daftar Pustaka

Abdul 'Azim Bin Badawi Al-Khalafi, *Al-Wajiz Ensiklopedi Fiqih Dalam Alquran As- Sunnah As-Shahih*, Jakarta: Pustaka As-Sunnah, 2006.

- Abdul Azis, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Ahmad Amin, *Etika (Ilmu Akhlak)*, penerjemah K.H.Farid Ma'ruf, Jakarta: Bulan Bintang, 1995
- Ahmad Sofyan Fauzi, "Transaksi Jual-Beli Terlarang: Ghisy Atau Tadlis Kualitas (Penipuan Atau Kecurangan)", *Mizan: Journal Of Islamic Law*, Vol. 1, No. 2, (2017): 41-54.
- As-Syayyid Sabiq, *Fiqh As-Sunnah*, Libanon, Dar Al-Fikr : 1981.
- Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta, Bandung, 2009.
- Buchari Alma, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*, Bandung: Alfabeta, 2003.
- Faisal Badroen dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2006.
- G. Velasques Manuel, *Business Ethics: Concepts and Cases, New Jersey: Pearson Educational International*, Amerika serikat: Pentice-Hall, 2002.
- Ghufran A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Hasbullah Bakry, *Sistematika Filsafat*, Jakarta: Wijaya, 1978.
- Husain umar, *Bussinesh and ntroduction: Definisi Bisnis Menurut Para Ahli*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Imam Malik, *al-Muwatta'*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 1999.
- Johan Arifin, *Etika Bisnis islami*. Semarang: Walisongo Press, 2009.
- K.Bartens, *Etika Bisnis*, Yogyakarta: Kanisius, 2009
- L Sinour Yosephus, *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral Terhadap pebisnis kontemporer*, Jakarta: Yayasan pustaka Obor Indonesia, 2010.
- Lorens bagus, *kamus filsafat*, Jakarta: PT Gramedia pustaka, 2000.
- Luqman Fauroni, "Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif Alquran", *IQTISAD Journal Of Islamic Economics*, Vol. 4, No. 1, (2003): 91-106.
- M. Nur Rianto Al-Arif, *Teori Makroekonomi Islam*, Jakarta: Alfabeta, 2014.
- Mahdi Rizqullah Ahmad, *al-Sirah al-Nabawiyah fi Dhauq'i al-Maṣādir al-Aṣliyyah: Dirasah Tahliyyah*, terj. Yessi HM., Jakarta: Qisthi Press, 2006.
- Mahmoedin, *Etika Bisnis*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996.
- Mercy Ejovwokeoghene Ogbari dkk, "Entrepreneurship and Business Ethics: Implications on Corporate Performance", *International Journal of Economics and Financial Issues*, Vol. 6, No. 1, (2016): 50-58.
- Muchtar Samad, *Etika Bisnis Syariah Berbasis Sesuai Moral Islam*, Yogyakarta : Sunrise, 2016.
- Muhammad Antonio, *Bank Syariah bagi bangkir dan praktisi keuangan*, Jakarta: azkia institute, 2011.
- Muhammad Ayub, *Understanding Islamic Finance: A-Z Keuangan Syariah*, Jakarta: PT Gramedia, 2009.
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN-Malang Press, 2007.
- Muhammad Dzakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan moral ajaran bumi*, Jakarta, penebarplus: 2012.
- Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karabet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani, 2002.
- Muhammad Nasib ar-Rifa'i, *Kemudahan dari Allah: ringkasan tafsir ibnu katsir. Jilid 4: Penerjemah, Syihabuddin*, Jakarta: Gema Insani Press, 2000.
- Muhammad Saifullah, "Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah", *Walisongo*, Vol. 19, No. 1,(2011): 127-160.
- Mushthafa al-Bugrha dkk. *Kitab Fikih Lengkap Imam asy-Syafi'i*, Yogyakarta: Darul uswah, 2012.
- Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalat*, Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Rodhiyah, "Etika Bisnis dan Keadilan konsumen", *Forum*, Vol. 39, No. 2, (2012): 67-74.
- Sofyan S Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Salemba embat, 2011.
- Suyadi Prawirosentoro, *Pengantar Bisnis Modern*, Jakarta: PT Bumi aksara, 2002.

Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*; Penerjemah, Zainal Arifin, Dahlia husin,
Jakarta: Gema Insani Press, 1997.

