

RELIGIOUS PERSPECTIVES IN BUSINESS ETHICS

M. Ansor Anwar
Dosen FIA Unipdu

Abstract

In Islamic economy, business and ethics should not be viewed as two contradictory things, because, a business which is a symbol of worldly affairs is also considered as an integral part of the things that are investment hereafter. That is, if the orientation of business and investment efforts Hereafter (intended as totality of worship and obedience to God), then the business itself must be in line with the moral rules that based on belief in the afterlife. Even in Islam, understanding the business itself is not limited to world affairs, but also covers all our activities worldwide, "commerce" (intended as worship) for profit or reward of the Hereafter. This statement explicitly referred to in one verse of the Qur'an. O those who believe. you I will show in a commercial (business) that can save you from a grievous punishment? That faith in God and His Prophet and strive in Allah with a soul and a guest. That's better for you if ye but knew.

Keywords: *business and ethics*

Abstrak

Dalam ekonomi islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab, bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akherat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam islam, pengertian bisnis itu sendiri tidak dibatasi urusan dunia, tetapi mencangkup pula seluruh kegiatan kita didunia yang "dibisniskan" (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat. Statemen ini secara tegas disebut dalam salah satu ayat Al-Qur'an. Wahai orang-orang yang beriman. Sukakah kamu aku tunjukkan pada suatu perniagaan (bisnis) yang dapat menyelamatkan kamu dari adzab pedih? Yaitu beriman kepada Allah dan Rosul-Nya dan berjihad dijalan Allah dengan jiwa dan bertamu. Itulah yang lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.

Kata kunci: *etika dan bisnis*

Pendahuluan

Apakah bisnis merupakan profesi etis? Atau sebaliknya ia menjadi profesi kotor? Kalau kotor penuh tipu menipu, mengapa begitu banyak orang yang menekuninya bahkan bangga dengan itu? Lalu kalau ini profesi kotor betapa mengerikannya masyarakat modern ini yang didominasi oleh kegiatan bisnis ini (Sony Keraf:2000)

Bisnis modern merupakan realitas yang amat kompleks. Banyak faktor turut mempengaruhi dan menentukan kegiatan bisnis. Antara lain faktor organisasi manajerial, ilmiah

teknologis, dan politik-sosial-kultural, kompleksitas bisnis dalam kegiatan sosial, berkaitan dengan kompleksitas masyarakat modern sekarang. Sebagai kegiatan sosial, bisnis dengan banyak cara terjalin dengan kompleksitas bisnis modern itu. Semua faktor yang membentuk kompleksitas bisnis modern sudah sering dipelajari dan dianalisis melalau pendekatan ilmiah, khususnya ilmu ekonomi dan teori manajemen (K. Bertens: 2000).

Perancangan tentang "etika bisnis" disebagian besar paradigma pemikiran pebisnis terasa kontradiksi interminis (bertentangan dalam

dirinya sendiri) dan oxymoron. Mana mungkin ada bisnis yang bersih, bukankah setiap orang yang berani memasuki wilayah bisnis berarti ia harus berani (paling tidak) “bertangan kotor”. Apalagi ada satu pandangan bahwa masalah etika bisnis seringkali muncul berkaitan dengan hidup matinya bisnis tertentu, yang apabila “beretika” maka bisnisnya terancam pailit. Disebagian masyarakat yang nirnormative dan hedonistik materialistik, pandangan ini tampaknya bukan merupakan rahasia lagi karena dalam banyak hal ada konotasi yang melekat bahwa dunia bisnis dengan berbagai lingkungannya dipenuhi dengan praktik-praktik yang tidak sejalan dengan etika itu sendiri. Begitu kuatnya oxymoron itu, muncul istilah *business ethies* atau *ethies in business*. Sekitar dasawarsa 1960-an, istilah itu di Amerika Serikat menjadi bahan kontroversial. Orang boleh saja berbeda pendapat mengenai kondisi moral lingkungan bisnis tertentu dari waktu ke waktu. Tetapi agaknya kontroversi ini bukannya berkembang kearah yang produktif, tapi malah semakin menjurus kesuasana debat kusir.

Hakekat Etika Bisnis

Wawancara dengan nilai-nilai moral (keagamaan) tertentu ikut berperan dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat tertentu, telah banyak digulirkan dalam masyarakat ekonomi sejak memasuki abad modern, sebut saja misalnya, Max Weber dalam karyanya yang terkenal, *The Religion Ethic and The Spirit Capitaism*. Meneliti tentang bagaimana nilai-nilai protestan telah menjadi kekuatan pendorong bagi tumbuhnya kapitalisme di dunia Eropa barat dan kemudian Amerika. Walaupun di kawasan Asia (terutama Cina) justru menjadi sebaliknya sebagaimana yang ditulis Weber. Dalam karyanya *The Religion Of China: Confucianism and Taoism*. Weber mengatakan bahwa etika konfusius tumbuh di China. Atau yang lebih menarik barangkali adalah Studi Wang Gung Wu. Dalam bukunya *China and The Chinese Overseas* yang merupakan revisi terbaik bagi tesisnya weber yang terakhir.

Disisi lain dalam tingkatan praktis tertentu. Studi empiris tentang etika usaha (bisnis) itu akan banyak membawa manfaat: yang bisa dijadikan faktor pendorong bagi tumbuhnya ekonomi. Taruhlah dalam hal ini dimasyarakat Islam. Tetapi studi empiris ini bukanya sama sekali tekbermasalah, terkandand karena etika dalam ilmu ini mengambil posisi netral (bertolak dalam pijakan metodologi positivistic). Maka temuan hasil studi netral ini sepertinya kebal terhadap terhadap penilaian-penilaian etis. Menarik untuk disoroti adalah bagaimana dan adakah konsep islam yang menawarkan etika bisnis bagi pendorong bangkitnya roda ekonomi. Filosofi dasar yang menjadi catatan penting bagi bisnis islami adalah bahwa, dalam setiap setiap gerak langkah kehidupan manusia adalah konsep hubungan manusia dengan manusia. Lingkungannya serta manusia dengan Tuhan (*Hablun Min Al Allah dan Hablun Min Al Annas*). Dengan kata lain bisnis dalam Islam tidak semata-mata merupakan manifestasi hubungan sesama manusia yang bersifat pragmatis, akan tetapi lebih jauh adalah manifestasi dari ibadah secara total kepada sang pencipta.

Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an

Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan. Sebab, bisnis yang merupakan symbol dari urusan Duniawi juga dianggap sebagai bagian intergal dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan). Maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, pengertian bisnis itu sendiri tidak dibatasi urusan dunia, tetapi mencakup pula seluruh kegiatan kita didunia yang “dibiniskan” (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat. Statamen ini secara tegas disebut dalam salah satu ayat Al-Qur'an. Wahai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan pada suatu

peniagaan (bisnis) yang dapat menyelamatkan kamu dari adzab yang pedih? Yaitu beriman kepada Allah dan Rosul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan Jiwa dan hartamu. Itulah yang lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.

Disebagian masyarakat kita seringkali terjadi interpretasi yang keliru terhadap teks Al-Qur'an tersebut. Sekilah nilai Islam ini seolah menundukkan urusan duniawi kepada akhirat sehingga mendorong komunitas muslim untuk berorientasi akhirat dan mengabaikan jatah dunianya. Padangan ini tentu saja keliru. Dalam konsep Islam, sebenarnya Allah telah menjamin bahwa orang yang bekerja keras mencari jatah dunianya dengan tetap mengindahkan kaidah-kaidah akhirat untuk memperoleh kemenangan duniawi, maka ia tercatat sebagai hamba Tuhan dengan memiliki keseimbangan tinggi. Sinyalemen ini pernah menjadi kajian serius dari salah seorang tokoh Islam seperti Ibnu Arabi, dalam sebuah pernyataannya. "Dan sekiranya mereka sungguh-sungguh menjalankan (hukum) Taurat, Injil dan Al-Qur'an yang diterapkan kepada mereka dari Tuhannya, niscaya mereka akan mendapatkan makna dari atas mereka (akhirat) dan dari bawah kaki mereka (dunia)." Logika Ibnu Arabi itu, setidaknya mendapat penguatan baik dari hadist maupun dunia ekonomi, sebagaimana Nabi SAW bersabda : Barangsiapa yang mengingingkan dunia, maka hendaklah dia berilmu dan barangsiapa yang menginginkan akhirat maka hendaknya dia berilmu, dan barangsiapa yang menghendaki keduanya maka hendaknya dia berilmu.

Pernyataan Nabi Tersebut mengisyaratkan dan mengafirmasikan bahwa disamping persoalan etika yang menjadi tumpuan kesuksesan dalam bisnis juga ada faktor lain yang tidak kalah pentingnya, yaitu skill dan pengetahuan tentang etika itu sendiri. Gagal mengetahui pengetahuan tentang etika maupun prosedur bisnis yang benar secara Islam maka akan gagal memperoleh tujuan. Jika ilmu yang dibangun untuk mendapat kebahagiaan akhirat juga harus berbasis etika, maka dengan sendirinya ilmu yang dibangun untuk duniapun harus berbasis etika. Ilmu dan

etika yang dimiliki oleh siapapun dalam melakukan aktifitas apapun (termasuk bisnis) maka ia akan mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat sekaligus.

Dari sudut pandang dunia bisnis seperti kasus Jepang setidaknya telah membuktikan keyakinan ini, bahwa motivasi perilaku ekonomi yang memiliki tujuan lebih besar dan tinggi (kesetiaan pada norma dan nilai etika yang baik) ketimbang bisnis semata, ternyata telah mampu mengungguli pencapaian ekonomi barat (seperti Amerika) yang hampir semata-mata didasarkan pada kepentingan diri dan materialisme serta menafikkan aspek spiritualisme. Jika fakta empiris ini masih bisa diperdebatkan dalam penafsirannya, kita bisa mendapatkan bukti lain dari logika ekonomi lain di China. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan pengamat Islam, bahwa tidak semua pengusaha China perantauan mempunyai hubungan pribadi dengan pejabat pemerintahan yang berpeluang KKN, pada kenyataannya ini malah mendorong mereka untuk bekerja lebih keras lagi untuk menjalankan bisnisnya secara profesional dan etis, sebab tak ada yang bisa diharapkan kecuali dengan itu. Itulah sebabnya barangkali mengapa perusahaan-perusahaan besar yang dahulunya tidak mempunyai skill khusus, kini memiliki kekuatan manajemen dan prospek yang lebih tangguh dengan dasar komitmen terhadap persoalan akar moral dan etika yang dibangunnya.

Bisa jadi bisnis hal diatas sebagai falsafah moral Islam jenis kedua yang didasarkan pada tatanan kosmis alam. Mungkin kata hukum kodrat atau tatanan kosmis itu terkesan bersifat metafisik, sesuatu yang sifatnya debatable, tapi bukanlah logika ilmu ekonomi tentang teori keseimbangan sebenarnya mengimplikasikan akan niscayanya sebuah "keseimbangan" (apapun bentuknya bagi kehidupan ini), seringkali ada anggapan bahwa jika sekedar berlaku curang dipasar tidak turut merusak keseimbangan alam, karena hal ini dianggap sepele, tetapi jika itu telah berlaku umum dan lumrah dimana-mana dan kelama-lamaan berubah menjadi secara normal juga, maka jelas kelumrahan perilaku orang itu

akan merusak alam, apalagi jika yang terlibat adalah orang-orang yang punya peran tanggung jawab yang amat luas menyangkut nasib hidup banyak orang dan juga alam keseluruhan.

Jadi saya ingin mengatakan bahwa dalam kehidupan ini setiap manusia memang sering kali mengalami ketegangan atau dilema etis antara harus memilih keputusan etis dan bisnis sempit semata sesuai dengan lingkup peran tanggung jawabnya, tetapi jika kita percaya Sabda Nabi SAW, atau logika ekonomi diatas, maka percayalah, jika kita memilih keputusan etis maka pada hakikatnya kita juga sedang meraih bisnis.

1. Etika Pemasaran

Dalam konteks etika pemasaran yang bernuasa Islami, dapat dicari pertimbangan dalam Al-Qur'an. Al-Qur'an memberikan dua persyaratan dalam proses bisnis yakni persyaratan horizontal (kemanusiaan) dan persyaratan Vertikal (Spiritual). Surat Al-Baqarah menyebutkan "Kitab (Al-Qur'an) ini tidak ada yang diragukan didalamnya. Menjadi petunjuk bagi orang-orang yang bertakwa", Ayat ini dapat dijadikan pedoman dalam etika marketing:

1. Allah memberikan jaminan terhadap kebenaran Al-Qur'an, sebagai reability product guarantee.

Allah menjelaskan manfaat Al-Qur'an sebagai product karya-Nya, yakni menjadi hudan (petunjuk).

Allah menjelaskan objek, sasaran, costumer, sekaligus target menggunakan kitab suci tersebut, yakni orang-orang yang bertaqwa.

Isyarat diatas sangat relevan dipedomani dalam melakukan proses marketing, sebab marketing merupakan bagian yang sangat penting dan menjadi mesin suatu perusahaan. Mengambil petunjuk dari kalimat "menjamin" yang dijelaskan Allah dalam Al-Qur'an, maka dalam rangka penjualan itupun kita harus dapat memberikan jaminan bagi produk yang kita miliki. Jaminan tersebut tercangkup dua aspek :

- Aspek material, yakni mutu bahan, mutu pengobatan dan mutu penyajian..

- Aspek non material, mencangkup: ke-Halalan, ke-Thaharahan (Higienis), dan ke-Islaman dalam penyajian.

Bahwa jaminan terhadap kebaikan makanan itu baru sebagai dari jaminan yang perlu diberikan, disamping ke-Islaman sebagai proses pengolahan dan penyajian, serta ke-Halalan, ke-Thaharahan. Jadi totalitas dari keseluruhan pekerjaan dan semua bidang kerja yang ditangani didalam dan diluar perusahaan merupakan integritas dari "jaminan". Urutan kedua yang dijelaskan Allah adalah manfaat dari apa yang dipasarkan. Jika ini dijadikan dasar dalam upaya marketing, maka yang perlu dilakukan adalah memberikan penjelesan mengenai manfaat produk (Ingridients) atau menfaat proses produksi dijalankan. Adapun metode yang dapat digunakan petunjuk Allah : "Beritahukanlah padaku (berdasarkan pengetahuan) jika kamu memang orang-orang yang benar", (QS: Al-An'am: 143). Ayat tersebut mengajarkan kepada kita bahwa untuk menyakinkan seseorang terhadap kebaikan yang kita jelaskan haruslah berdasarkan ilmu pengetahuan, data dan fakta sangat penting, bahkan seringkali data dan fakta jauh lebih berpengaruh dibanding penjelasan. Sebagaimana orang yang sedang dalam program diet sering kali memperhatikan.

komposisi informasi gizi yang terkandung dalam kemasan makanan yang akan dibelinya. Ketiga adalah penjelasan mengenai sasaran atau customer dan produk yang kita miliki. Dalam hal ini kita dapat menjelaskan bahwa makanan yang halal dan baik (halalan thoyyiban), yang akan menjadi darah dan daging manusia, akan membuat kita menjadi taat kepada Allah, sebab konsumsi yang dapat mengantarkan manusia kepada ketakwaan harus memenuhi tiga unsur:

- Materi yang halal
- Proses pengolahan yang bersih (Higienis)
- Penyajian yang Islami

Etika Marketing dapat dijabarkan dalam diagram berikut:

Sumber: Islamic Business Strategy for Entrepreneurship, Tim Multitama

Communication, 2007. Perusahaan Menjual Al-Qur'an Al-Hadits Menjamin Kriteria Penggunaan Konsumen Sehat, Cerdas, Muttaqin Menjelaskan Kegunaan Produksi Dalam proses pemasaran promosi merupakan bagian penting, promosi adalah upaya menawarkan barang dagangan kepada calon pembeli. Bagaimana seseorang sebaiknya mempromosikan barang dagangannya? Selain sebagai Nabi Rasulullah memberikan teknik sales promotion yang jitu kepada seorang pedagang. Dalam suatu kesempatan beliau mendapati seseorang sedang menawarkan barang dagangannya. Dilihatnya ada yang janggal pada diri orang tersebut. Beliau kemudian memberikan advis kepadanya : "Rasulullah lewat di depan seseorang yang sedang menawarkan baju dagangannya. Orang tersebut jangkung sedang baju yang ditawarkan pendek. Kemudian Rasulullah berkata "Duduklah! Sesungguhnya kamu menawarkan dengan duduk itu lebih mudah mendatangkan rezeki." (Hadits).

Sebagaimana dijelaskan di awal, bahwa seluruh ahli ekonomi Islam didunia, sejak tahun 1973 sampai sekarang telah sepakat bahwa bunga bank tidak sesuai dengan syari'ah Islam, dan hukum mengambilnya adalah haram. Menurut penelitian Prof.Dr.M.Akram Khan, Prof. Dr. M.Umer Chapra, Prof.Dr.Yusuf Qardhawi, Prof. Muhammad Ali Ash-Shobuni. dan sejumlah ulama lainnya, kesepakatan itu telah menjadi ijma' ulama dunia. Dengan demikian, tidak ada lagi perbedaan pendapat tentang keharaman bunga bank. Pada tahun 1976, sejumlah 300 pakar ekonomi dan ulama dunia sepakat tentang keharaman bunga bank yang mereka putuskan pada Konferensi I Ekonomi Islam Intemasional di Jeddah. Bahkan sebelumnya, yakni tahun 1973, seluruh ulama OKI sepakat tentang keharaman bunga bank tersebut. Konferensi intemasional yang dihadiri ratusan pakar ekonomi Islam dunia itu telah berulang kali digelar di berbagai negara. Puluhan konferensi, seminar dan simposium intemasional itu menyepakati secara bulat tentang keharaman bunga bank.

Jadi, kalau seluruh ahli ekonomi Islam se-dunia sepakat tentang keharaman bunga bank,

dikuatkan lagi oleh ulama OKI dan Rabithah Alam Al-Islami serta Majma' Buhuts (lembaga fatwa) di seluruh dunia, tetapi anehnya, mengapa ada segelintir orang yang tak ahli tentang ekonomi Islam berkomentar membantah keharaman bunga bank. Itu adalah sebuah keanehan dan secara keimuan cukup memalukan. Hal ini jelas apahila kita ambil sindiran Al-Qur'an tentang mereka yang tak ahli dalam bidang itu. Firman Allah, "Kemudian kami jadikan bagi kamu syari'ah untuk urusan itu. maka ikutilah syari'ah itu, jangan ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui".

Menurut ayat ini. orang yang tidak mengikuti syari'ah (termasuk ekonomi syari'ah), adalah karena dua alasan. Pertama, Mereka mengikuti hawa nafsu, karena terganggu kepentingan dunianya. Kedua. Mereka memang tidak tahu tentang syari'ah itu (dalam hal ini ekonomi dan ilmu moneter syari'ah). Seorang Professor muslim sekalipun. tapi tidak mendalami ilmu moneter, mereka seringkali tidak tahu tentang praktek moneter dan dampaknya dalam ekonomi makro. Kalau mereka telah mendalami itu, bisa dipastikan mereka akan mengharamkan bunga, sebagaimana ratusan pakar ekonomi Islam lainnya.

Riba

Dalam Islam. riba termasuk dosa besar yang harus di jauhi. Sebuah hadits riwayat Bukhari Muslim meriwayatkan bahwa Nabi SAW bersabda, yang artinya :

"Tinggalkanlah tujuh perkara yang membinasakan. Para sahabat bertanya, 'Apakah itu ya Rasul?. Beliau menjawab. syirik kepada Allah, sihir, membunuh jiwa orang yang diharamkan Allah kecuali dengan hak, memakan riba, memakan harta anak yatim, melarikan diri ketika peperangan berkecamuk, menuduh wanita suci berzina". (HR. dari Abu Hurairah).

Dalam hadits riwayat muslim bahwa Jahir berkata, yang artinya :

"Rasulullah melaknat dan mengutuk orang memakan riba (kreditur) dan orang yang membeni makan orang lain dengan riba (debitur).

Rasul juga mengutuk pegawai yang mencatat transaksi riba dan saksi-saksinya. Nabi SAW bersabda, “Mereka semuanya sama”.(H.R.Muslim).

Selanjutnya. Abdullah bin Mas’ud memberitakan bahwa Nabi SAW bersabda, yang artinya :

“Riba itu mempunyai tujuh puluh tiga pintu, sedang yang paling ringan ialah seorang yang menzinai ibunya sendiri”. (HR.Ibnu Majah dan Hakim).

Dalam hadits lain Nabi bersabda, “Empat golongan yang tidak dimasukkan ke dalam syurga dan tidak merasakan nikmatnya. yang menjadi hak prerogatif Allah, Pertama, peminum khamar, Kedua pemakan riba, Ketiga, pemakan harta anak yatim dan keempat, durhaka kepada orang tuanya”.(H.R. Hakim).

Diriwayatkan dari ‘Auf bin Malik, bahwa Nabi SAW bersabda, yang artinya : “Jauhilah dosa-dosa yang tak terampunkan, yaitu. pertama, curang (menipu & korupsi), siapa yang curang. maka pada kiamat nanti, akan didatangkan kepadanya siksa. Kedua, pemakan riba, harang siapa memakan riba. maka ia dibangkitkan pada ban kiamat nanti dalam keadaan gila dan membabi buta”. (H.R Thabrani).

Abdullah bin Mas’ud memberitakan bahwa Nabi SAW bersabda. “Setiap orang yang banyak makan riba, maka urusannya berakibat pada kekurangan”.(H.R. Ibnu Majah dan Hakim).

Maksudnya, pemakan riba selalu merasa kurang karena rakus pada uang dan harta. Sedangkan uangnya tidak diberkati Allah. Hal ini telah difirmankan Allah dalam Al-Qur’an. “Allah mencabut berkah dari riba dan menyuburkan (memberkati) sedeqah”. (Q.S. 2 : 276).

Dalam beberapa hadits dijelaskan, bahwa berkembangnya riba merupakan tanda-tanda akhir zaman (kiamat). Hal ini menunjukkan bahwa riba termasuk dosa besar yang harus dijahui ummat Islam. Dua hadits dibawah ini menginformasikan kepada kita hal diatas. Yang artinya :

Abu Hurairah memberitakan bahwa Nabi SAW bersabda, “Sungguh akan datang suatu zaman atas manusia, dimana tak seorang pun

yang hidup saat itu, kecuali makan riba. Barang siapa yang tidak memakannya, akan terkena debunya”.(H.R.Abu Daud dan Ibnu Majah)

Ibnu Mas’ud meriwayatkan bahwa Nabi Muhammad SAW bersabda, “Menjelang kiamat akan merajalela zina, riba dan minuman keras”. (H.R.Thabrani).

Demikianlah di antara dosa-dosa riba menurut Al-Qur’an dan hadits Nabi Muhammad SAW. Dengan demikian, ummat Islam wajib mendepositokan atau menabungkan uangnya di Bank Islam, agar terhindar dari riba yang diharamkan. Hijrah dari Sistem Riba ke Sistem Syari’ah.

Dalam kenyataannya, sistem moneter dunia sudah dikuasai oleh sistem bunga sejak berabad-abad lamanya. Sistem ribawi kapitalisme itu, jelas tidak sesuai dengan syari’ah Islam. Karena itu seluruh ulama dunia pada saat ini telah sepakat bahwa sistem bunga adalah bentuk riba yang diharamkan (Hasil Konferensi Ulama OKI 1971).

Etika Bisnis Dalam Teori Dan Realitas

Etika bisnis lahir di Amerika pada tahun 1970 an kemudian meluas ke Eropa tahun 1980 an dan menjadi fenomena global di tahun 1990 an jika sebelumnya hanya para teolog dan agamawan yang membicarakan masalah-masalah moral dan bisnis, sejumlah filsuf mulai terlibat dalam memikirkan masalah-masalah etis disekitar bisnis, dan etika bisnis dianggap sebagai suatu tanggapan tepat atas krisis moral yang meliputi dunia bisnis di Amerika Serikat, akan tetapi ironisnya justru negara Amerika yang paling gigih menolak kesepakatan Bali pada pertemuan negara-negara dunia tahun 2007 di Bali. Ketika sebagian besar negara-negara peserta memperlakukan etika industri negara-negara maju yang menjadi sumber penyebab global warming agar dibatasi, Amerika menolaknya. Jika kita menelusuri sejarah, dalam agama Islam tampak pandangan positif terhadap perdagangan dan kegiatan ekonomis. Nabi Muhammad SAW adalah seorang pedagang, dan agama Islam disebarkan terutama melalui para pedagang muslim. Dalam Al-Qur’an terdapat

peringatan terhadap penyalahgunaan kekayaan, tetapi tidak dilarang mencari kekayaan dengan cara halal “Allah telah menghalalkan perdagangan dan melarang riba”. Islam menempatkan aktivitas perdagangan dalam posisi yang amat strategis di tengah kegiatan manusia mencari rezeki dan penghidupan. Hal ini dapat dilihat pada sabda Rasulullah SAW: “Perhatikan oleh mu sekalian perdagangan, sesungguhnya di dunia perdagangan itu ada sembilan dan sepuluh pintu rezeki”. Dawam Rahardjo justru mencurigai tesis Weber tentang etika Protestantisme, yang menyitir kegiatan bisnis sebagai tanggung jawab manusia terhadap Tuhan mengutipnya dari ajaran Islam.

Mengapa Terjadi Pelanggaran Etika

Etika sebagai praktis berarti : nilai-nilai dan norma-norma moral sejauh dipraktikkan atau justru tidak dipraktikkan, walaupun seharusnya dipraktikkan. Etika sebagai refleksi adalah pemikiran moral. Dalam etika sebagai refleksi kita berfikir tentang apa yang dilakukan dan khususnya tentang apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Secara filosofi etika memiliki arti yang luas sebagai pengkajian moralitas. Terdapat tiga bidang dengan fungsi dan perwujudannya yaitu etika deskriptif (*descriptive ethics*), dalam konteks ini secara normatif menjelaskan pengalaman moral secara deskriptif berusaha untuk mengetahui motivasi, kemauan dan tujuan sesuatu tindakan dalam tingkah laku manusia. Kedua, etika normatif (*normative ethics*), yang berusaha menjelaskan mengapa manusia bertindak seperti yang mereka lakukan, dan apakah prinsip-prinsip dan kehidupan manusia. Ketiga, metaetika (*metaethics*), yang berusaha untuk memberikan arti istilah dan bahasa yang dipakai dalam pembicaraan etika, serta cara berfikir yang dipakai untuk membenarkan pernyataan-pernyataan etika. Metaetika mempertanyakan makna yang dikandung oleh istilah-istilah kesusilaan.

yang dipakai untuk membuat tanggapan-tanggapan kesusilaan (Bambang Rudito dan Melia Famiola: 2007) Apa yang mendasari para pengambil keputusan yang berperan untuk

pengambilan keputusan yang tak pantas dalam bekerja? Para manajer menunjuk pada tingkah laku dan atasan-atasan mereka dan sifat alami kebijakan organisasi mengenai pelanggaran etika atau moral. Karenanya kita berasumsi bahwa suatu organisasi etis, merasa terikat dan dapat mendinikan beberapa struktur yang memeriksa prosedur untuk mendorong oraganisasi kearah etika dan moral bisnis. Organisasi memiliki kode-kode sebagai alat etika perusahaan secara umum. Tetapi timbul pertanyaan: dapatkah suatu organisasi mendorong tingkah laku etis pada pihak manajerial-manajerial pembuat keputusan?.

Alasan mengejar keuntungan, atau lebih tepat, keuntungan adalah hal pokok bagi kelangsungan bisnis merupakan alasan utama bagi setiap perusahaan untuk berperilaku tidak etis. Dan sudut pandang etika, keuntungan bukanlah hal yang buruk, bahkan secara moral keuntungan merupakan hal yang baik dan diterima. Karena pertama, secara moral keuntungan memungkinkan perusahaan bertahan (*survive*) dalam kegiatan bisnisnya. Kedua, tanpa memperoleh keuntungan tidak ada pemilik modal yang bersedia menanamkan modalnya, dan karena itu berarti tidak akan terjadi aktivitas ekonomi yang produktif dalam memacu pertumbuhan ekonomi. Ketiga, keuntungan tidak hanya memungkinkan perusahaan *survive* melainkan dapat menghidupi karyawannya ke arah tingkat hidup yang lebih baik. Keuntungan dapat dipergunakan sebagai pengembangan (*expansi*) perusahaan sehingga hal ini akan membuka lapangan kerja baru. Dalam mitos bisnis amoral diatas sering dibayangkan bisnis sebagai sebuah medan pertempuran. Terjun ke dunia bisnis berarti siap untuk betempur habis-habisan dengan sasaran akhir yakni meraih keuntungan, bahkan keuntungan sebesar-besarnya secara konstan. ini lebih berlaku lagi dalam bisnis global yang mengandalkan persaingan ketat.

Kinerja yang menjadi prasarat keberhasilan bisnis juga menyangkut komitmen moral, integritas moral, disiplin, loyalitas, kesatuan visi moral, pelayanan, sikap mengutamakan mutu, penghargaan terhadap hak dan kepentingan pihak-pihak terkait yang

berkepentingan (stakeholders), yang lama kelamaan akan berkembang menjadi sebuah etos bisnis dalam sebuah perusahaan. Perilaku Rasulullah SAW yang jujur transparan dan pemurah dalam melakukan praktik bisnis merupakan kunci keberhasilannya mengelola bisnis Khodijah.ra, merupakan contoh kongkrit tentang moral dan etika dalam bisnis. Dalain teori Kontrak Sosial membagi tiga aktivitas bisnis yang terintegrasi. Pertama adalah Hypernorms yang berlaku secara universal yakni ; kebebasan pribadi, keamanan fisik & kesejahteraan, partisipasi politik, persetujuan yang diinformasikan., kepemilikan atas harta, hak-hak untuk penghidupan, martabat yang sama atas masing-masing orang/manusia. Kedua, Kontrak Sosial Makro, landasan dasar global adalah; ruang kosong untuk muatan moral, persetujuan cuma-cuma dan hak-hak untuk diberi jalan keluar, kompatibel dengan hypernorms, prioritas terhadap aturan main. Ketiga, Kontrak Sosial Mikro, sebagai landasan dasar komunitas; tidak berdusta dalam melakukan negosiasi-negosiasi, menghormati semua kontrak, memberi kesempatan dalam merekrut pegawai bagi penduduk lokal, memberi preferensi kontrak para penyalur lokal, menyediakan tempat kerja yang aman.

Dalam semua hubungan, kepercayaan adalah unsur dasar. Kepercayaan diciptakan dari kejujuran. Kejujuran adalah satu kualitas yang paling sulit dari karakter untuk dicapai didalam bisnis, keluarga, atau dimanapun gelanggang tempat orang-orang berminat untuk melakukan persaingan dengan pihak-pihak lain. Selagi kita muda kim diajarkan, di dalam tiap-tiap kasus ada kebajikan atau hikmah yang terbaik. Kebanyakan dari kita didalam bisnis mempunyai satu misi yang terkait dengan rencana-rencana. Kita mengarahkan energi dan sumber daya kita ke arah tujuan keberhasilan misi kita yang kita kembangkan sepanjang petjanjian-peijanjian. Para pemberi keija tergantung pada karyawan, para pelanggan tergantung pada para penyalur, bank-bank tergantung pada peminjam dan pada setiap pelaku atau para pihak sekarang tergantung pada

para pihak terdahulu dan mi akan berlangsung secara terus menerus. Oleh karena itu kita menemukan bahwa bisnis yang berhasil dalam masa yang panjang akan cenderung untuk membangun semua hubungan atas mutu, kejujuran dan kepercayaan.

Pencegahan Aktifitas Bisnis Dalam Syariah

1. Menghindari transaksi bisnis yang diharamkan agama Islam. Seorang muslim harus komitmen dalam berinteraksi dengan hal-hal yang dihalkan oleh Allah SWT. Seorang pengusaha muslim tidak boleh melakukan kegiatan bisnis dalam hal-hal yang diharamkan oleh syariah. Dan seorang pengusaha muslim dituntut untuk selalu melakukan usaha yang mendatangkan kebaikan dan masyarakat. Bisnis, makanan tak halal atau mengandung bahan tak halal, minuman keras, narkoba, pelacuran atau semua yang berhubungan dengan dunia gemerlap seperti night club discotic café tempat bercampurnya laki-laki dan wanita disertai lagu-lagu yang menghentak, suguhan minuman dan makanan tak halal dan lain-lain adalah kegiatan bisnis yang diharamkan.

Menghindari cara memperoleh dan menggunakan harta secara tidak halal. Praktik riba yang menyengsarakan agar dihindari, Islam melarang riba dengan ancaman berat, sementara transaksi spekulatif amat erat kaitannya dengan bisnis yang tidak transparan seperti perjudian, penipuan, melanggar amanah sehingga besar kemungkinan akan merugikan. Penimbunan harta agar mematikan fungsinya untuk dinikmati oleh orang lain serta mempersempit ruang usaha dan aktivitas ekonomi adalah perbuatan tercela dan mendapat ganjaran yang amat berat. Berlebihan dan menghamburkan uang untuk tujuan yang tidak bermanfaat dan berfoya-foya kesemuanya merupakan perbuatan yang melampaui batas. Kesemua sifat tersebut dilarang karena merupakan sifat yang tidak bijaksana dalam penggunaan harta dan bertentangan dengan perintah Allah.

Persaingan yang tidak fair sangat dicela oleh Allah sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an surat Al Baqarah: 188: "Janganlah kamu memakan sebagian harta sebagian kamu dengan cara yang batil. Monopoli juga termasuk persaingan yang tidak fair Rasulullah mencela perbuatan tersebut : "Barangsiapa yang melakukan monopoli maka dia telah bersalah", "Seorang tengkulak itu diberi rezeki oleh Allah adapun seseorang yang melakukan monopoli itu dilaknat". Monopoli dilakukan agar memperoleh penguasaan pasar dengan mencegah pelaku lain untuk menyainginya dengan berbagai cara, seringkali dengan cara-cara yang tidak terpuji tujuannya adalah untuk memahalkan harga agar pengusaha tersebut mendapat keuntungan yang sangat besar. Rasulullah bersabda : "Seseorang yang sengaja melakukan sesuatu untuk memahalkan harga, niscaya Allah akan menjanjikan kepada singgasana yang terbuat dari api neraka kelak di hari kiamat".

2. Pemalsuan dan penipuan, Islam sangat melarang memalsu dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian, kezaliman, serta dapat menimbulkan permusuhan dan perpecahan. Allah berfirman dalam: "Dan seumpamakanlah takaran ketika kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar". Nabi bersabda "Apabila kamu menjual maka jangan menipu orang dengan kata-kata manis". Dalam bisnis modern paling tidak kita menyaksikan cara-cara tidak terpuji yang dilakukan sebagian pebisnis dalam melakukan penawaran produknya, yang dilarang dalam ajaran Islam. Berbagai bentuk penawaran (promosi) yang dilarang tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut:

a) Penawaran dan pengakuan (testimoni) fiktif, bentuk penawaran yang dilakukan oleh penjual seolah barang dagangannya ditawarkan banyak pembeli, atau seorang artis yang memberikan testimoni keunggulan suatu produk padahal ia sendiri tidak mengkonsumsinya.

b) Iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan, berbagai iklan yang sering kita saksikan di media televisi, atau dipajang di media cetak, media indoor maupun outdoor, atau kita dengarkan lewat radio seringkali memberikan keterangan palsu.

c) Eksploitasi wanita, produk-produk seperti, kosmetika, perawatan tubuh, maupun produk lainnya seringkali melakukan eksploitasi tubuh wanita agar iklannya dianggap menarik. Atau dalam suatu pameran banyak perusahaan yang menggunakan wanita berpakaian minim menjadi penjaga stand pameran produk mereka dan menugaskan wanita tersebut merayu pembeli agar melakukan pembelian terhadap produk mereka. Model promosi tersebut dapat kita kategorikan melanggar "akhlaqul karimah", Islam sebagai agama yang menyeluruh mengatur tata cara hidup manusia, setiap bagian tidak dapat dipisahkan dengan bagian yang lain. Demikian pula pada proses jual beli harus dikaitkan dengan "etika Islam" sebagai bagian utama. Jika penguasa ingin mendapatkan rezeki yang barokah, dan dengan profesi sebagai pedagang tentu ingin dinaikkan derajatnya setara dengan para Nabi, maka ia harus mengikuti syari'ah Islam secara menyeluruh, termasuk 'etika jual beli'.

Contoh Pelanggaran Etika Bisnis Pelanggaran etika bisnis terhadap hukum

Sebuah perusahaan X karena kondisi perusahaan yang pailit akhirnya memutuskan untuk Melakukan PHK kepada karyawannya. Namun dalam melakukan PHK itu, perusahaan sama sekali tidak memberikan pesangon sebagaimana yang diatur dalam UU No. 13/2003 tentang Ketenagakerjaan. Dalam kasus ini perusahaan x dapat dikatakan melanggar prinsip kepatuhan terhadap hukum.

Pelanggaran etika bisnis terhadap transparansi

Sebuah Yayasan X menyelenggarakan pendidikan setingkat SMA. Pada tahun ajaran baru sekolah mengenakan biaya sebesar Rp 500.000,- kepada setiap siswa baru. Pungutan sekolah ini sama sekali tidak diinformasikan kepada mereka saat akan mendaftar, sehingga setelah diterima mau tidak mau mereka harus membayar. Disamping itu tidak ada informasi maupun penjelasan resmi tentang penggunaan uang itu kepada wali murid. Setelah didesak oleh banyak pihak, Yayasan baru memberikan informasi bahwa uang itu dipergunakan untuk pembelian seragam guru. Dalam kasus ini, pihak Yayasan dan sekolah dapat dikategorikan melanggar prinsip transparansi.

Pelanggaran etika bisnis terhadap akuntabilitas

Sebuah RS Swasta melalui pihak Pengurus mengumumkan kepada seluruh karyawan yang akan mendaftar PNS secara otomatis dinyatakan mengundurkan diri. A sebagai salah seorang karyawan di RS Swasta itu mengabaikan pengumuman dan pihak pengurus karena menurut pendapatnya ia diangkat oleh Pengelola dalam hal ini direktur, sehingga segala hak dan kewajiban dia berhubungan dengan Pengelola bukan Pengurus. Pihak Pengelola sendiri tidak memberikan surat edaran resmi mengenai kebijakan tersebut.

Karena sikapnya itu, A akhirnya dinyatakan mengundurkan diri. Dan kasus ini RS Swasta itu dapat dikatakan melanggar prinsip akuntabilitas karena tidak ada kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban antara Pengelola dan Pengurus Rumah Sakit.

Pelanggaran etika bisnis terhadap prinsip pertanggungjawaban

Sebuah perusahaan PJTKI di Jogja melakukan rekrutmen untuk tenaga baby sitter. Dalam pengumuman dan perjanjian dinyatakan bahwa perusahaan berjanji akan mengirimkan calon TKI setelah 2 bulan mengikuti training

dijanjikan akan dikirim ke negara-negara tujuan. Bahkan perusahaan tersebut menjanjikan bahwa segala biaya yang dikeluarkan pelamar akan dikembalikan jika mereka tidak jadi berangkat ke negara tujuan. B yang tertarik dengan tawaran tersebut langsung mendaftar dan mengeluarkan biaya sebanyak Rp 7 juta untuk ongkos administrasi dan pengurusan visa dan paspor. Namun setelah 2 bulan training, B tak kunjung diberangkatkan, bahkan hingga satu tahun tidak ada kejelasan. Ketika dikonfirmasi, perusahaan PJTKI itu selalu berkilah ada penundaan, begitu seterusnya. Dan kasus ini dapat disimpulkan bahwa Perusahaan PJTKI tersebut telah melanggar prinsip pertanggungjawaban dengan mengabaikan hak-hak B sebagai calon TKI yang seharusnya diberangkatkan ke negara tujuan untuk bekerja.

Pelanggaran etika bisnis terhadap prinsip kewajaran

Sebuah perusahaan property temana di Yogyakarta tidak memberikan surat ijin membangun rumah dan developer kepada dua orang konsumennya di kawasan kavling perumahan milik perusahaan tersebut. Konsumen pertama sudah memenuhi kewajibannya membayar harga tanah sesuai kesepakatan dan biaya administrasi lainnya. Sementara konsumen kedua masih mempunyai kewajiban membayar kelebihan tanah, karena setiap kali akan membayar pihak developer selalu menolak dengan alasan belum ada ijin dan pusat perusahaan (pusatnya di Jakarta). Yang aneh adalah di kawasan kavling itu hanya dua orang ini yang belum mengantongi izin pembangunan rumah, sementara 30 konsumen lainnya sudah diberi izin dan rumah mereka sudah dibangun semuanya.

Alasan yang dikemukakan perusahaan itu adalah ingin memberikan pelajaran kepada dua konsumen tadi karena dua orang ini telah memprovokasi konsumen lainnya untuk melakukan penuntutan segera pemberian izin pembangunan rumah. Dan kasus ini perusahaan property tersebut telah melanggar prinsip

kewajaran (fairness) karena tidak memenuhi hak-hak stakeholder (konsumen) dengan alasan yang tidak masuk akal.

Pelanggaran etika bisnis terhadap prinsip kejujuran

Sebuah perusahaan pengembang di Sleman membuat kesepakatan dengan sebuah perusahaan kontraktor untuk membangun sebuah perumahan. Sesuai dengan kesepakatan pihak pengembang memberikan spesifikasi bangunan kepada kontraktor. Namun dalam pelaksanaannya, perusahaan kontraktor melakukan penurunan kualitas spesifikasi bangunan tanpa sepengetahuan perusahaan pengembang. Selang beberapa bulan kondisi bangunan sudah mengalami kerusakan serius. Dalam kasus ini pihak perusahaan kontraktor dapat dikatakan telah melanggar prinsip kejujuran karena tidak memenuhi spesifikasi bangunan yang telah disepakati bersama dengan perusahaan pengembang.

Pelanggaran etika bisnis terhadap prinsip empati

Seorang nasabah, sebut saja X, dan perusahaan pembiayaan terlambat membayar angsuran mobil sesuai tanggal jatuh tempo karena anaknya sakit parah. X sudah memberitahukan kepada pihak perusahaan tentang keterlambatannya membayar angsuran, namun tidak mendapatkan respon dari perusahaan. Beberapa minggu setelah jatuh tempo pihak perusahaan langsung mendatangi X untuk menagih angsuran dan mengancam akan mengambil mobil yang masih diangsur itu. Pihak perusahaan menagih dengan cara yang tidak sopan dan melakukan tekanan psikologis kepada nasabah. Dalam kasus ini kita dapat mengategorikan pihak perusahaan telah melakukan pelanggaran prinsip empati pada nasabah karena sebenarnya pihak perusahaan dapat memberikan peningatan kepada nasabah itu dengan cara yang bijak dan tepat,

Daftar Pustaka

- Alqur'an, Almaidah : 1
Alqur'an, al Isra' : 34
Alqur'an, Surat Al Shaf:10-1 1
Bambang Rudito & Melia Famiola, 2007. Etika Bisnis dan Tanggung Jawab *Sosial Perusahaan di Indonesia*.
Fritzsche David J, 1997, Business Ethics, A Global and Managerial Perspective, *McGraw Hill Companies, Inc*.
Hadhiri Choiruddin SP, 1993. Klasifikasi Kandungan Al-Qur'an, Gema Insani Press.
Hermant Laura Pincus, 1998. Perspective in Business Ethics, Irvin McGraw Hill
Keraf, Sony, Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya, Kanisius, Yogyakarta, 1998
K. Bertens, 2000. Pengantar Etika Bisnis, Penerbit Kanisius.
Muhammad Dawabah Asyraf, 2005. The Moslem Entrepreneur, Kiat Sukses *Pengusaha Muslim, Zikrul Media Intelektual*.
Max Weber, 1988, The Protestant Ethic and The Spirit of Capitalisme, London
Shaheh Buchari, bab alamat munafik juz I
Stewart David, 1966, Business Ethic, McGraw Hill Companies, Inc
Tim Multitama Communication, 2006. Islamic Business Strategy for *Entrepreneurship, Zikrul Media Intelektual*.
Tafsir Siraju Al Munir, bab Surat AlMujadalah, Juz 1