

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan kumpulan penelitian terdahulu atau beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang ada kaitannya terhadap penelitian yang akan dilakukan ini. Sejah ini dari pengamatan penulis bahwasannya penelitian ini belum pernah diteliti. Maka dari itu hasil dari penelitian yang serupa akan menjadi referensi untuk penelitian saat ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Norvadewi (2014) dengan judul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap bisnis Salon Muslimah Zhafira Samarinda” mengungkapkan bahwa Landasan normatif etika bisnis dalam Islam adalah nilai Tauhid, Keseimbangan, Kehendak Bebas dan Pertanggungjawaban. Prinsip-prinsip bisnis Islami adalah Customer Oriented, Transparansi, Persaingan Sehat dan Fairness. Sedangkan orientasi bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama:

1. target hasil: profit-materi dan benefit-nonmateri
2. pertumbuhan
3. keberlangsungan
4. keberkahan

Penerapan etika bisnis Islam menjadikan tujuan dari pelaksanaan usaha tidak hanya bertujuan materil, melainkan untuk mewedahi para Muslimah untuk merawat diri sebagai bentuk kesyukuran atas nikmat yang diberikan Allah SWT (Norvadewi, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh Putritama (2018) dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah”. Dalam penelitiannya menunjukkan masih banyak tantangan yang harus dihadapi dalam penerapan prinsip etika bisnis Islam dalam perbankan syariah sehingga dibutuhkan sinergi

para pemangku kepentingan (stakeholder) baik eksternal maupun internal dalam mengatasi berbagai tantangan tersebut (Putritama, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Anindya (2017) dalam jurnal berjudul “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua” menyatakan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam sebuah usaha memberikan dampak positif terhadap keuntungan usaha tersebut. Hal ini didasarkan prinsip usaha yang tentang kegiatan yang bukan merupakan kegiatan tipu muslihat, menegakkan keadilan kepada seluruh pelanggan, kemurahan hati pelayanan, dan motivasi mendapatkan ridho Allah SWT (Anindya, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Sampurno (2016) dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga” menyatakan bahwa bisnis industri rumah tangga penghasil bandeng di kabupaten Pematang Jaya, Jawa Tengah menerapkan Etika bisnis Islam dalam kegiatan usahanya, etika bisnis Islam yang dilaksanakan diukur melalui implementasi aksioma etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan kebajikan. Penerapan ini memberikan dampak positif kepada perusahaan dalam beberapa aspek, antara lain: pemasaran, manajemen dan SDM, sosial dan lingkungan, dan finansial (Sampurno, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Iltiham & Danif (2016) dengan judul “Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam pada Manajemen Perhotelan di PT. Syari’ah Guest House Malang” menyatakan bahwa PT. Syari’ah Guest House Malang berkomitmen dalam penerapan etika bisnis Islam walaupun tergolong sebuah usaha yang baru berdiri, penerapan etika bisnis Islam didasari dengan konsep tauhid, adil, kebebasan, tanggung jawab dan Ihsan. Pelaksanaan etika bisnis Islam menyebabkan standar hotel syari’ah lebih tinggi dibandingkan hotel konvensional (Iltiham & Danif, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Rahman, Setyawan, Rahmi (2018) dengan judul “Identifikasi Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Fashion Busana Muslim di Pasar Baru Trade Center” menyatakan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada pedagang busana muslim pasar baru trade center

behungan dengan konsep tauhid dan kepentingan melaksanakan ibadah oleh para pedagang dan menjadikan Allah sebagai tujuan utama diatas segalanya, dalam penelitian ini digunakan pendekatan konsep Shiddiq, Amanah, Fatonah, Tabligh (Rachman, Setyawan, & Rahmi, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Hulaimi, Sahri, Huzaini (2017) dengan judul “Etika Bisnis Islam dan dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi” menjelaskan bahwa beberapa pedagang sapi di Kecamatan Mabung belum sepenuhnya menerapkan etika Bisnis Islam seperti kejujuran, longgar hati, dan hubungan baik, hal ini berdampak pada kurang tercapainya kepuasan dan kesejahteraan yang dirasakan oleh para pedagang sapi tersebut karena belum terlaksananya kebutuhan dhoruriyatnya, sedangkan pedagang yang sudah menerapkan etika bisnis Islam merasakan kesejahteraan dan lapang hati karena lebih mudah bersyukur atas rezeki yang didapatkan (Hulaimi, Sahri, & Huzaini, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Barus dan Nuriani (2016) dengan judul “Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)” mengungkapkan bahwa RM Wong Solo sudah menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan usahanya, penerapan etika bisnis Islam berpengaruh kepada kualitas karyawan, produk, dan kepemimpinan yang ada di RM. Wong Solo. Para pegawai menganggap bahwa bekerja sama dengan berjihad dan bukan sekedar mengejar keuntungan duniawi saja melainkan mengharap ridho Allah SWT (Barus & Nuriani, 2016).

Etika bisnis Islam menjadikan tujuan dari pelaksanaan usaha tidak hanya bertujuan materil, melainkan untuk mawadahi para Muslimah untuk merawat diri sebagai bentuk kesyukuran atas nikmat yang diberikan Allah SWT (Norvadewi, 2014).

Tabel 2.1

Persamaan dan Perbedaan Jurnal Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
				Penelitian Terdahulu	Penelitian akan dilaksanakan
1	Norvadewi	Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap bisnis Salon Muslimah Zhafira Samarinda	Menganalisis etika bisnis Islam dalam sebuah usaha	Menganalisis dampak penerapan bisnis Islam terhadap keuntungan usaha, etika bisnis Islam yang dilaksanakan diukur melalui implementasi aksioma etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan kebajikan.	Menganalisis penerapan etika bisnis Islam dengan menggunakan pendekatan sifat Rosul: Shiddiq, Amanah, Tabligh, Fathonah

2.	Afrida Putritama	Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah	Menganalisis etika bisnis Islam dlam sebuah usaha	Penelitian ini menggunkan metode kualitatif dalam menganalisis penelitiannya. Objek yang digunakan adalah perbankan syariah	Penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan metode kombinasi dalam menganalisis penelitian. Objek yang digunakan adalah usaha konveksi
3.	Desy Astrid Anindya	Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha	Menganalisis etika bisnis Islam dlam sebuah usaha	Menganalisis dampak penerapan bisnis Islam terhadap keuntungan usaha	Menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam sebuah usaha.
4.	Wahyu Mijil Sampurno	Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga	Menganalisis etika bisnis Islam dlam sebuah usaha	Menganalisis dampak penerapan bisnis Islam terhadap keuntungan usaha, etika bisnis Islam yang dilaksanakan diukur melalui implementasi	Menganalisis penerapan etika bisnis Islam dengan menggunakan pendekatan sifat Rosul: Shiddiq, Amanah,

				aksioma etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan kebajikan.	Tabligh, Fathonah
5.	Muhammad Fahmul Iltiham & Danif	Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam pada Manajemen Perhoteland i PT. Syari'ah Guest House Malang	Menganalisis etika bisnis Islam dlam sebuah usaha	Menganalisis dampak penerapan bisnis Islam terhadap keuntungan usaha, etika bisnis Islam yang dilaksanakan diukur melalui implementasi aksioma etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan kebajikan.	Menganalisis penerapan etika bisnis Islam dengan menggunakan pendekatan sifat Rosul: Shiddiq, Amanah, Tabligh, Fathonah
6.	Fajri Futuh Rahman, Susilo Setyawan,	Identifikasi Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang	Menganalisis etika bisnis Islam dlam sebuah usaha	Menganalisis penerapan etika bisnis Islam dengan menggunakan	Metode yang digunakan merupakan metode campuran

	Dewi Rahmi	Fasion Busana Muslim di Pasar Baru Trade Center		pendekatan sifat Rosul: Shiddiq, Amanah, Tabligh, Fathonah	kualitatif dan kuantitatif
7.	Ahmad Hulaimi, Sahri, Huzaini	Etika Bisnis Islam dan dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi	Menganalisis etika bisnis Islam dlam sebuah usaha	Menganalisis pada sektor usaha pedagang sapi	Menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada usaha konveksi
8.	Elida Elfi Barus, Nuriyani	Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)	Menganalisis etika bisnis Islam dlam sebuah usaha	Menganalisis pada sektor usaha rumah makan	Menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada usaha konveksi

Sumber: peneliti

B. Landasan Teori

1. Pengertian Analisis dan Penerapan

Arti kata penerapan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti perbuatan menerapkan. Atau dapat diartikan sebagai perbuatan mempraktekkan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh

suatu kelompok atau golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya.

Dalam penelitian ini, kata analisis dan penerapan ditunjukkan kepada usaha konveksi 3 nur Shop mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam usahanya. Hal ini akan menunjukkan bagaimana penerapan etika berbisnis

secara islami yang di lakukan oleh usaha konveksi 3 Nur Shop Pattani Thailand.

2. Pengertian Etika Bisnis

Etika dapat diartikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk atau etika merupakan bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu (Beekun, 2004). Etika dalam Islam menyangkut norma dan tuntutan atau ajaran yang mengatur sistem kehidupan individu atau lembaga, kelompok masyarakat dalam interaksi hidup antar individu, antar kelompok atau masyarakat dalam konteks bermasyarakat maupun dalam konteks hubungan dengan Allah dan lingkungan.

Kata bisnis berasal dari kata *business* (bahasa Inggris) yang artinya kesibukan. Bisnis dalam arti luas merupakan suatu istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis dapat di pandang sebagai suatu sistem menyeluruh yang menggabungkan sub sistem yang lebih kecil yang disebut industri (Arifin, 2009).

Etika bisnis merupakan aplikasi umum yang mengatur perilaku bisnis atau sering diartikan sebagai perilaku seorang pelaku bisnis dalam mengembangkan tugas dan tanggung jawabnya, apakah benar-benar sesuai dengan norma yang telah disepakati organisasi atau perusahaan, apakah saling menguntungkan antara pimpinan dan karyawan ataukah sebaliknya (Abdurrahman, 2013).

3. Prinsip- Prinsip Pelaku Bisnis

Dalam pelaksanaan etika bisnis ada beberapa prinsip yang harus diterapkan oleh pelaku bisnis. Sesuai dengan norma dan kecenderungan alamiah tentang kodrat manusia yang mempunyai watak kreatif dan berkeinginan untuk berkembang sebagai makhluk sosial maka prinsip-prinsip ini dapat dirinci dengan kategori sebagai yang akan dijelaskan di bawah ini:

a) Prinsip Otonomi

Pelaku bisnis yang menjalankan kegiatan bisnis dengan paradigma yang ada di masyarakat tersedia berbagai pilihan penggunaan sumber daya atau sarana dan prasana yang akan dimanfaatkan dalam rangka mencapai tujuan yang ingin dicapai pelaku bisnis. Keputusan yang diambil pelaku bisnis dalam memanfaatkan sumber daya ini bebas untuk memilih penggunaan yang mana yang akan dipilih dan para pengambil keputusan memiliki kewenangan yang tertentu yang bebas secara otonom.

b) Prinsip Kejujuran

Prinsip kejujuran yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis merupakan prinsip penting. Bahkan prinsip ini merupakan model utama bagi pelaku bisnis manakala bisnisnya ingin mendapat kepercayaan dari partner dan masyarakat. Misalnya dalam hal perjanjian kontrak kerja, penawaran barang atau jasa, hubungan kerjasama dengan *stake holders*, dan jujur pada semua mitra kerja perlu dijaga dengan baik.

c) Prinsip Niat Baik dan Tidak Berniat Jahat

Sejak awal didirikannya bisnis memang diniatkan bertujuan baik dan tidak sedikitpun tersembunyi niatan yang tidak baik ataupun jahat terhadap semua pihak. Niat dari suatu tujuan terlihat pada cukup transparannya misi, maupun visi tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi bisnis. Dari misi, visi maupun tujuan yang dirumuskan akan

menjadi bahan ukur bagi masyarakat untuk menilai nialan yang dipaparkan di dalamnya dilaksanakan atau tidak.

d) Prinsip Sikap Adil

Prinsip ini merupakan prinsip yang cukup penting bagi kegiatan bisnis. Hampir dari segala aspek berbisnis bertumpu pada tuntutan untuk bersikap dan berperilaku adil terhadap semua pihak yang terlibat. Sebabapabila berperilaku tidak adil akan menyebabkan kegagalan yang akan dialami perusahaan atau pelaku bisnis.

e) Prinsip Hormat Pada Diri Sendiri

prinsip ini merupakan cerminan penghargaan yang positif pada diri sendiri. Sebuah upaya dalam berperilaku bagaimana penghargaan tersebut dapat diperoleh (Muslich, 2004)

C. Landasan Etika Bisnis Islam

Terdapat landasan yang menyangkut etika islami. Landasannya sebagai berikut (Muslich, 2004):

1. Landasan Filosofis Etika Islam

فَهَلْ عَسَيْتُمْ إِنْ تَوَلَّيْتُمْ أَنْ تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ وَتُقَطِّعُوا أَرْحَامَكُمْ (22) أُولَٰئِكَ
الَّذِينَ لَعَنَهُمُ اللَّهُ فَأَصَمَّهُمْ وَأَعَمَّى أَبْصَارَهُمْ (23)

Artinya “ *Maka apakah kiranya jika kamu akan membuat kerusakan di muka bumi dan memutuskan hubungan kekeluargaan (22). Mereka itulah orang-orang yang dinanti Allah dan dituliskan-Nya telinga mereka dan dibutakan-Nya penglihatan mereka (23) (Surat: Muhammad ayat 22-23).*

Perintah Allah dalam landasan wahyu ini memang tidak berhenti hanya pada tataran beribadah secara ritual belaka, tetapi juga terikat erat dengan perbuatan-perbuatan baik dan beramal soleh kepada seluruh ciptaan Allah Swt. Dari ayat diatas menjelaskan bahwa landasan filosofis etika dalam Islam mengacu pada firman Allah atau Al-Qur’an. Penjelasan diatas menunjukkan

bahwa apabila manusia berbuat tidak baik maka akan mendapatkan hukuman dari Allah Swt.

Didalam sistem ini ada sistem penilaian atas perbuatan atau perilaku yang akan bernilai baik atau buruk. Perilaku yang bernilai baik akan menyangkut semua perilaku atau aktivitas yang didorong oleh kehendak akal fikir dan hati nurani dalam berkewajiban menjalankan perintah Allah dan termotivasi untuk menjalankan anjuran Allah. Sedangkan perilaku buruk akan menyangkut semua aktivitas yang dilarang oleh Allah dimana manusia dalam melakukan perilaku buruk ini terdorong oleh hawa nafsu, godaan syetan untuk melakukan perbuatan atau perilaku buruk atau jahat yang akan mendatangkan dosa bagi pelakunya (Muslich, 2004).

2. Landasan Normatif

Landasan normatif dalam etika bisnis islam sudah pasti bersumber dari ajaran Islam yaitu berpacu pada Al-Qur'an dan Sunah Nabi Muhammad Saw. Dalam konteks ini dibagi menjadi beberapa aspek besar dalam memberikan pedoman dalam menjalankan atau mengelola bisnis yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis yang benar-benar berkomitmen untuk menjalankan ajaran Islam dalam kegiatan bisnisnya. Landasan ini setidaknya mengandung 4 elemen, yaitu (Muslich, 2007).

No	Prinsip	Penjelasan
1	Prinsip Tauhid (Kesatuan/ <i>unity</i>)	Landasan yang filosofis sebagai pondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya
2	Prinsip Keseimbangan (Keadilan/ <i>equilibrium</i>)	Memiliki sikap dan perilaku seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, orang lain maupun dengan lingkungan

3	Prinsip Kehendak Bebas (<i>ikhtiyar/free will</i>)	Manusia dianugerahi kemampuan dasar spiritual, akal budi dan insting sehingga potensi budaya manusia mampu berekreasi menciptakan segala produk budaya yang mampu membedakan produk yang baik dan tidak
4	Prinsip Pertanggungjawaban (<i>responsibility</i>)	Kebebasan dalam melakukan aktifitas bisnis, maka manusia tidak lepas dari tanggung jawab yang harus dijaganya atas perbuatan selama beraktivitas
5	Prinsip Berlaku Ikhsan	Ditujukan untuk mewujudkan kebaikan sehingga terwujud kemaslahatan umat manusia dan lingkungannya

Prinsip dasar perdagangan menurut Islam adalah adanya unsur kebebasan dalam melakukan transaksi tukar menukar disertai dengan harapan keridhoan dari Allah Swt. Rasulullah secara jelas telah banyak memberi contoh tentang sistem perdagangan yang beretika, yaitu dengan jujur dan adil serta tidak merugikan kedua belah pihak. Dalam hal kunci keberhasilan dan kesuksesan Nabi, dimilikinya sifat terpuji beliau yang sangat dikenal oleh penduduk Mekah kala itu. Yaitu: jujur (*shidiq*), menyampaikan (*tabligh*), dapat dipercaya (*amanah*), dan bijaksana (*fathanah*) (Jusmaliani, 2008).

Dalam etika bisnis terdapat 5 implikasi dalam fungsi bisnis syariah diantaranya (Muhammad, 2004):

a. Etika dalam Fungsi Pemasaran

Bisnis tidak dapat dipisahkan dari aktifitas pemasaran. Pemasaran merupakan aktifitas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas program-program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi target pasar. Etika dalam fungsi pemasaran sebagai berikut:

- 1) Produk yang halal dan *thoyyib*
- 2) Produk yang berguna dan dibutuhkan
- 3) Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat
- 4) Keamanan dan keutuhan barang
- 5) Sarana daya tarik barang terhadap konsumen

b. Etika dalam Fungsi Produksi

Fungsi produksi dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan atau pengadaan atas barang atau jasa.

- 1) Produk ada yang dibuat
- 2) Berapa kuantitas produk yang dibuat
- 3) Di mana produk tersebut dibuat
- 4) Kapan produk dibuat
- 5) Siapa yang membuat
- 6) Bagaimana memproduksinya.

b) Etika dalam Fungsi Sumber Daya Manusia

Dalam pandangan Islam, bahwa manusia itu hidup tidak hanya di dunia saja, namun setelah kehidupan dunia masih ada kehidupan akhirat. Dengan demikian, kebutuhan manusia Islam tidak hanya memenuhi kebutuhan tertinggi. Pemenuhan kebutuhan kehidupan setelah dunia adalah terkait dengan urusan transedental, maka kebutuhan tertinggi manusia Islam adalah mewujudkan *self-transcendence*. Di samping itu ada juga yang menemukan sistem dalam alam semesta. Juga ada yang menemukan Allah atau Tuhan dalam pengalaman transedennya. Bagi mereka ini kegiatan yang relevan adalah amal dan ibadah. Sehingga kunci keberhasilan dalam hidup ini adalah iman dan ketaatan. Iman dan taqwaan atau ketaatan membuahkan makna hidup dan keselamatan bagi manusia dan kemuliaan bagi Allah dan ciptaan-Nya.

c) Etika dalam Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan dalam konteks pembahasan ini adalah berhubungan dengan penganggaran. Anggaran adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan bank yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter yang berlaku untuk jangka waktu (periode) tertentu di masa mendatang. Pada dasarnya anggaran merupakan pendekatan formal dan sistematis mengenai keuangan lembaga yang dilaksanakan sebagai tanggung jawab manajemen dalam bentuk perencanaan, koordinasi dan pengawasan.

d) Etika dalam fungsi akuntansi

Kemunculan lembaga bisnis Islam (syari'ah) sebagai organisasi yang relative baru menimbulkan tantangan besar. Para pakar syariah Islam dan akuntansi harus mencari dasar bagi penerapan dan pengembangan standar akuntansi yang berbeda dengan standar akuntansi bank konvensional seperti telah dikenal selama ini. Standar akuntansi tersebut menjadi kunci sukses bank syar'ah dalam melayani masyarakat di sekitarnya sehingga, seperti lazimnya, harus dapat menyajikan informasi yang cukup, dapat dipercaya, dan relevan bagi para penggunanya, namun tetap dalam konteks syari'ah Islam.

D. Etika bisnis Islam berdasarkan sifat Nabi Muhammad SAW.

1. Shidiq

Shidiq adalah Jujur. Nilai dasarnya adalah integritas, ikhlas, terjamin dan keseimbangan emosional adalah sikap yang sangat urgent dalam hal bisnis. Jujur berarti melandaskan ucapan, keyakinan serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Selalu bersikap jujur akan mengantarkan seseorang pada surganya Allah SWT. sebagaimana Rasulullah bersabda yang artinya "Sesungguhnya kejujuran mengantarkan pada kebaikan dan kebaikan akan mengantarkan ke dalam surga". Seseorang yang selalu berusaha untuk jujur akan dicatat oleh Allah sebagai orang jujur dan jauhilah oleh kamu perbuatan dusta, karena dusta akan mengantarkan pada

kejahatan. Dan kejahatan akan mengantarkan ke dalam neraka. Seorang yang selalu berdusta akan dicatat oleh Allah sebagai pendusta (Nafiuddin, 2018).

Rasulullah telah melarang pebisnis melakukan perbuatan yang tidak baik, seperti beberapa hal di bawah ini.

- a) Larangan tidak menepati janji yang telah disepakati. Ubadah bin Al Samit menyatakan bahwa Nabi SAW bersabda: “berikanlah kepadaku enam jamin dari kamu, aku menjamin surga untuk kamu:
 1. berlaku benar manakala kamu berbicara
 2. tepatlah manakala kamu berjanji... (HR. Imam Ahmad)
- b) Larangan menutupi cacat atau aib barang yang dijual. Apabilakamu menjual, katakanlah: “tidak ada penipuan”. (HR. Imam Bukhari dari Abdullah bin Umar r.a.) Tidak termasuk umat Nabi Muhammad seorang penjual yang melakukan penipuan dan tidak halal rezki yang ia peroleh dari hasil penipuan. Bukanlah termasuk umatku, orang yang melakukan penipuan. (HR. Ibnu Majah dan Abu Dawud melalui Abu Hurairah) Tidak halal bagi seseorang menjual sesuatu, melainkan hendaknya dia menerangkan kekurangan (cacat) yang ada pada barang itu. (HR. Ahmad)
- c) Larangan membeli barang dari orang awam sebelum masuk ke pasar. Rasulullah telah melarang perhadangan barang yang dibawa (dari luar kota). Apabila seseorang menghadang lalu membelinya maka pemilik barang ada hak khiyar (menuntut balik/membatalkan) apabila ia telah sampai ke pasar (dan merasa tertipu). (Al-Hadits) Rasulullah telah melarang membeli barang dari orang luar atau desa dikarenakan akan terjadi ketidakpuasan, di mana pembeli akan membelidengan harga rendah dan akan dijual di pasar dengan harga tinggi sehingga pembeli akan memperoleh untung yang banyak. Hal ini

merupakan penipuan, padahal Rasulullah melarang bisnis yang ada unsur penipuannya.

2. Amanah

Amanah adalah dapat dipercaya. Jika satu urusan diserahkan kepadanya, niscaya orang percaya bahwa urusan itu akan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Dalam konteks akad jual beli yang sesuai dengan etika bisnis amanah ini yaitu, model yang diproduksi oleh penjual harus sesuai dengan harapan konsumen, pemesan sesuai waktu yang ditetapkan di awal perjanjian. (Rahayu, Amaliah, Riani 2017)

Rasulullah memerintahkan setiap muslim untuk selalu menjaga Amanah yang diberikan kepadanya. Sabda Nabi akan hal ini yang artinya: Tunaikanlah amanat terhadap orang yang mengamanatimu dan janganlah berkhianat terhadap orang yang mengkhianatimu. (HR. Ahmad dan Abu Dawud dikutip dari Yusanto dan Muhammad K.W, 2002: 105) Ubadah bin Al Samit menyatakan bahwa Nabi SAW bersabda: “berikanlah kepadaku enam jaminan dari diri kamu, aku menjamin surga untuk kamu:

- a) berlaku benar apabila kamu berbicara
- b) tepatlah manakala kamu berjanji
- c) Tunaikanlah manakala kamu diamanahkan
- d) pejamkanlah mata kamu (dari yang di tengah),
- e) peliharalah faraj kamu
- f) tahanlah tangan kamu”.

(HR. Imam Ahmad) Seseorang yang melanggar Amanah digambarkan oleh Rasulullah sebagai orang yang tidak beriman. Bahkan lebih jauh lagi, Digambarkan sebagai orang munafik. Sabda Nabi tentang hal ini: Tidak beriman orang yang tidak memegang Amanah tidak ada agama orang yang tidak menepati janji. (HR. Ad Dalimi) Tanda orang munafik itu ada tiga macam: jika berbicara, ia berdusta; jika berjanji, ia mengingkari; dan jika

diberi kepercayaan, dia khianat. (HR. Ahmad) Seorang yang jujur dan amanah akan mendapatkan pahala dari Allah SWT dan akan dimasukkan ke dalam surga bersama para Rasul dan orang yang beriman, orang jujur seperti sabda Nabi SAW yang artinya: Para pedagang yang jujur dan Amanah akan berada bersama para Rasul, orang-orang yang beriman, dan orang-orang yang jujur. Rizki Allah terbesar pada (hambanya) ada dalam bisnis. (Al-Hadits) Sikap Amanah mutlak harus dimiliki oleh seorang pebisnis muslim. Sikap Amanah diantaranya tidak melakukan penipuan, memakan riba, tidak menzalimi, tidak melakukan suap, tidak memberikan hadiah yang diharamkan, dan tidak memberikan komisi yang diharamkan. Hadis nabi yang berkenaan dengan hal tersebut yang artinya:

- 1) Larangan memakan riba Beliau (Nabi SAW) melaknat orang yang memakan riba, orang yang menyerahkannya, para saksi serta pencatatnya. (HR. Ibnu Majah dari Ibnu Mas'ud)
- 2) Larangan melakukan tindak kezaliman Seorang muslim terhadap sesama muslim adalah haram: harta bendanya, kehormatannya, dan jiwanya. (HR. Abu Dawud dan Ibnu Majah)
- 3) Larangan melakukan suap Laknat Allah terhadap penyuap dan penerima suap di dalam kekuasaan. (HR. Imam Abu Dawud dari Hurairah) Laknat Allah terhadap penyuap dan penerima suap. (HR. Imam Tirmidzi dari Abdullah bin Amr)
- 4) Larangan memberikan hadiah haram Hadiah yang diberikan pada penguasa adalah ghulul (perbuatan curang). (HR. Imam Ahmad dan Al-Baihaqi dari Abu Hamid As-Sunnah Saidi dari 'Ibbadh) Hadiah

yang diberikan kepada pejabat adalah suht (haram). (HR. Al-Khatib dari Anas r.a)

- 5) Larangan memberikan komisi yang haram Rasulullah mengutusku ka Yaman (sebagai penguasa daerah). Setelah aku berangkat, beliau SAW, mengutus orang menyusulku. Aku pulang kembali. Rasulullah SAW, bertanya kepadaku, “tahukah engkau, mengapa kau mengutus orang menyusulmu?” “janganlah engkau mengambil sesuatu untuk kepentinganmu sendiri tanpa seizinku. (jika hal itu kamulakukan) itu merupakan kecurangan, dan barang siapa berbuat curang pada hari kiamat kelak dibangkitkan dalam keadaan memikul beban kecurangannya. Untuk itulah, engkau aku panggil dan sekarang berangkatlah untuk melakukan tugas pekerjaanmu. (HR. Imam Tirmidzi dari Mu’adz bin Jabal r.a) Barang siapa yang kami pekerjakan untuk melakukan tugas dan kepadaNya kami telah berikan rizki (yakni imbalan atas jerih payahnya) maka apa yang diambil olehnya selain itu adalah suatu kecurangan. (HR. Imam Abu Dawud)

3. Fathanah

Fathanah dapat diartikan sebagai cerdas. Pemimpin perusahaan yang fathanah yang artinya pemimpin yang memahami, mengerti dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya. Fathanah dalam bisnis artinya pelaku usahanya. Fathanah dalam konteks etika bisnis yaitu pelaku usaha harus bisa lebih kreatif dan inovatif dalam memproduksi barang, dan juga cerdas dalam produk memahami pesanan yang dipesan oleh

konsumen agar konsumen merasa puas dengan produk yang dihasilkan oleh penjual (Rahayu, Amaliah, Riani 2017). Fathanah sebagai kompetensi bisnis member berbagai keunggulan:

- a. Memungkinkan orang untuk berkreasi dalam melakukan berbagai inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat. Kreativitas dan inovasi hanya mungkin dimiliki ketika seseorang selalu berusaha untuk menambah berbagai ilmu pengetahuan dan informasi, baik yang berhubungan dengan bisnisnya maupun industri lain.
- b. Memungkinkan orang berkeinginan kuat untuk mencari dan menemukan peluang-peluang bisnis baru, prospektif dan berwawasan masa depan, sekaligus siap menghadapi dan menanggung berbagai macam resiko.
- c. Memungkinkan orang mampu menterjemahkannya ke dalam nilai-nilai bisnis dan manajemen yang bertanggung jawab, transparan, disiplin, sadar produk dan jasa, serta belajar secara berkelanjutan untuk membangun manajemen bisnis yang bervisi Islam.
- d. Memungkinkan orang mampu melakukan koordinasi, membuat deskripsif tugas, delegasi wewenang, membentuk kerja tim, responsive, mampu membuat system pengendalian melakukan supervise yang baik.
- e. Memungkinkan orang dapat berkompetisi dengan sehat, mendeteksi kelemahan, membuat ancangan antisipasi, sncangan pertumbuhan bisnis dan ancangan mengawal bisnisnya.

3. Tabligh

Tabligh adalah komunikasi dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat tabligh akan menyampaikan sesuatu dengan benar dan dengan tutur kata yang tepat. Seorang pemimpin dalam dunia bisnis haruslah menjadi seseorang yang mampu mengkomunikasikan visi

dan misinya dengan benar kepada karyawan dan semua terkait dalam bisnisnya(St.Nasriah 2017).

Dalam praktik bisnis sifat Tabligh selain santun, juga harus mampu mengkomunikasikan gagasan-gagasan segar secara tepat dan mudah dipahami oleh siapa pun yang mendengarkan, mampu memahami bahasa orang lain baik dalam bentuk komunikasi verbal (word) maupun bahasa tubuh (isyarat). Seorang pengusaha harus mampu berdialog, dan berdiskusi dengan baik, berbicara dengan orang lain dengan suatu yang mudah dipahaminya dan dapat diterima oleh akal nya, jadilah pendengar yang penuh perhatian atas apa yang diucapkan mitra bisnis, konsumen atau orang. Seorang yang tablig bukanlah orang yang suka berdebat, yang masih sering diperlihatkan oleh manajemen dan pelayanan dalam melayani konsumennya. Perlu disadari mungkin saja konsumen diam, tetapi jangan dikira kalau diamnya itu tidak berdampak terhadap reputasi perusahaan, banyak kasus perpindahan konsumen ke produk atau perusahaan lain dalam memenuhi kebutuhannya karena mendapat debat dari manajemen atau pelayannya.

Dari penjelasan diatas bisa kita petik suatu pelajaran yang berharga bahwa prinsip-prinsip bisnis Rasulullah saw adalah Shiddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh. Shiddiq adalah Suatu sikap yang jujur dan selalu berbuat baik dan menghindari perbuatan seperti tidak menepati janji yang belum atau telah disepakati, menutupi cacat atau aib barang yang dijual dan membeli barang dari orang awam sebelum masuk ke pasar. Sedangkan sifat amanah adalah tidak mengurangi apa-apa yang tidak boleh dikurangi dan sebaliknya tidak boleh ditambah, dalam hal ini termasuk juga tidak menambah harga jual yang telah ditentukan kecuali atas pengetahuan pemilik barang. Amanah berarti tidak melakukan penipuan, memakan riba,tidak menzalimi, tidak melakukan suap, tidak memberikan hadiah yang diharamkan, dan tidak memberikan

komisi yang diharamkan. Fathanah berarti cakap atau cerdas. Dalam hal ini Fathanah meliputi dua unsur: Fathanah dalam hal administrasi/manajemen dagang dan Fathanah dalam hal menangkap selera pembeli yang berkaitan dengan barang maupun harta. Dengan demikian fathanah di sini berkaitan dengan strategi pemasaran (kiat membangun citra). kiat membangun citra dari uswah Rasulullah SAW meliputi: penampilan, pelayanan, persuasi dan pemuasan. Sedangkan tablig adalah komunikatif, memiliki kemampuan untuk berbicara, berdialog, dan kemampuan mempresentasikan dengan cara-cara yang santun, baik dan tidak menyakiti orang lain. Kemampuan berkomunikasi ini merupakan ujung tombak pemasaran produk, kemampuan berkomunikasi dapat mempengaruhi psikologi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan tentunya dengan cara-cara yang benar santun dan tidak melakukan intimidasi untuk mendapat simpati konsumen.

