

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 1.1. Etika Bisnis

##### 1.1.1. Pengertian Etika

Dalam hal ini agar dapat memahami pengertian etika maka perlu dibandingkan dengan moralitas. Etika dan moralitas sering dianggap memiliki pengertian yang sama. Namun sesungguhnya antara etika dan moralitas memiliki pengertian yang berbeda, dan etika bisa mempunyai makna yang sama sekali berbeda dengan moralitas.<sup>1</sup>

Adapun istilah etika apabila ditinjau secara teoritis dapat dibedakan kedalam dua pengertian, sekalipun pada saat praktik penggunaan kata tersebut tidak mudah untuk dibedakan. *Pertama*, kata etika berasal dari Yunani yaitu *ethos* yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) yang berarti adat istiadat atau kebiasaan.<sup>2</sup> Dari pengertian pertama tersebut, etika berkaitan dengan suatu kebiasaan hidup yang baik, baik terdapat pada diri seseorang maupun pada suatu kelompok atau masyarakat. Kebiasaan ini lalu teraplikasi kedalam perilaku sehari-hari yang membentuk pola, dan terus berulang sehingga menjadi suatu kebiasaan.<sup>3</sup>

Di dalam pengertian yang pertama ini, secara harfiah antara etika dan moralitas sama-sama memiliki arti suatu sistem nilai tentang bagaimana seorang manusia harus menjalani hidupnya dengan baik sebagai manusia yang telah terintegrasi kedalam suatu adat kebiasaan yang kemudian terwujud kedalam suatu pola perilaku yang terulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya suatu kebiasaan.<sup>4</sup> Dari pemaparan pengertian etika tersebut suatu etika sebagaimana moralitas mempunyai esensi nilai dan norma-norma yang konkrit yang dijadikan sebagai pedoman dan landasan hidup bagi seorang manusia dalam perjalanan hidupnya.

---

<sup>1</sup> A. Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1998), hlm. 13.

<sup>2</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus\*, 2012), hlm. 14.

<sup>3</sup> *Ibid*, Muhammad Djakfar.

<sup>4</sup> *Ibid*, Muhammad Djakfar.

**Kedua**, kata etika juga dipahami dalam pengertian yang sekaligus berbeda dengan moralitas. Dalam hal ini etika mempunyai pengertian yang jauh lebih luas dan mendalam dari moralitas. Di dalam pengertian kedua ini, etika merupakan sebuah filsafat moral, atau bisa dipahami sebagai ilmu yang membahas dan mengkaji nilai dan norma yang diberikan oleh moralitas. Etika sebagai filsafat moral tidak langsung memberikan perintah konkret sebagai pegangan hidup. Sebagai sebuah cabang filsafat, etika sangat ditekankan kepada suatu pendekatan kritis dalam melihat nilai dan norma moral dengan segala permasalahan yang ada ditengah masyarakat.<sup>5</sup>

Dengan adanya dua pengertian antara etika dan moralitas diatas maka ada kesamaan antara etika dan moral. Namun, ada pula perbedaan yang terletak pada etika lebih bersifat aplikatif sebagaimana praktik moral pada kehidupan sehari-hari. Disisi lain, etika lebih banyak bersifat teoritis. Selain itu, etika merupakan tingkah laku manusia yang bersifat umum, sedangkan moral bersifat khusus. Pada prinsipnya, pelanggaran etika dan moral yang dilakukan oleh seseorang dapat dikembalikan kepada kata hatinya masing-masing. Apabila di dalam hatinya tersirat suatu niat perbuatan yang kurang baik, atau bahkan tidak baik, jika seseorang tersebut melakukan perbuatan tersebut maka seseorang tersebut sesungguhnya telah melanggar etika dan moral. Di dalam Islam tentunya dikaitkan dengan akhlak, perilaku kata hati inilah yang amat ditekankan sebagai indikasi bahwa seseorang benar-benar mempunyai akhlak sesuai dengan syariat Islam.<sup>6</sup> Semua hal tersebut juga berlaku di dalam dunia bisnis, apabila berbisnis dan ingin mendapat ridho dari Allah SWT maka harus menerapkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Sehingga hasil yang diperoleh akan menjadi berkah baik didunia maupun di akhirat.

### **1.1.2. Dasar-dasar Etika**

Etika menjadi salah satu bagian pembahasan yang paling penting dalam bidang aksiologi. Dalam hal ini etika dikaitkan dengan suatu nilai dikarenakan etika membahas dan mempersoalkan tentang suatu nilai. Sebelum hal tersebut dibahas lebih jauh, perlu terlebih dahulu mengetahui tentang pengertian dari aksiologi. Aksiologi menurut Louis

---

<sup>5</sup> A.Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1998), hlm. 14.

<sup>6</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus\*, 2012), hlm. 16.

Kattsoft merupakan ilmu pengetahuan yang menyelidiki hakikat pada suatu nilai. Dilihat dari sudut pandang kefilosofan atau analisis tentang suatu nilai untuk menentukan makna, karakteristik, asal usul, jenis, kriteria, dan status epistemologinya. Dari hal tersebut maka suatu etika memiliki hubungan yang sangat erat dengan nilai. Dari nilai tersebut akan dianalisis untuk menentukan beberapa hal yang nantinya digunakan untuk memaknai maksud dari etika tersebut.

Selanjutnya untuk memahami hakikat dari nilai maka terdapat tiga pendekatan, yaitu: *pertama*, nilai sepenuhnya bersifat subjektif. *Kedua*, nilai merupakan kenyataan-kenyataan yang dapat ditinjau dari segi ontologi namun tidak terdapat dalam ruang dan waktu, dengan demikian nilai merupakan suatu esensi logis yang dapat diketahui oleh akal. *Ketiga*, nilai merupakan unsur objektif yang menyusun kenyataan.<sup>7</sup>

### 1.1.3. Etika Bisnis Perspektif Islam

Menurut Issa Rafiq Beekun, etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan suatu hal yang baik dan buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena memiliki peran menentukan apa yang seharusnya dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang manusia. Dalam Islam, istilah yang paling berdekatan dan berhubungan dengan istilah etika di dalam Al-Quran adalah *khuluq*.<sup>8</sup> Etika merupakan cabang filsafat yang mempelajari hal yang berkaitan dengan baik buruknya perilaku dari seorang manusia. Kaitannya dengan studi etis dibidang ekonomi dan bisnis maka telah mashur dengan pembahasan etika bisnis. Etika bisnis kemudian dapat didefinisikan sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berlandaskan kepada prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus memiliki suatu komitmen dalam aktivitas transaksi, perilaku, dan berelasi agar bisnis sesuai dengan koridor yang baik.<sup>9</sup>

Agama Islam mengajarkan kepada umatnya untuk tetap menjunjung tinggi nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah di dalam segala aktivitas kehidupan. Oleh karena itu, apabila

---

<sup>7</sup> R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis Islam dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren: 2006), hlm. 39-40.

<sup>8</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN), hlm. 38.

<sup>9</sup> Hafiz Juliansyah, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat, *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, (Jakarta: 2011).

etika dikaitkan dengan masalah bisnis, maka dapat digambarkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma etika yang berbasiskan Al-Qur`an dan Hadits yang harus dijadikan sebagai pedoman hidup oleh para pebisnis. Etika bisnis Islam ditekankan kepada kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap kekuasaan Allah SWT.

Namun, kata bebas bukan berarti sepenuhnya lepas dari tanggung jawab. Manusia akan tetap diberikan batasan-batasan oleh Allah SWT tentang permasalahan yang baik maupun permasalahan yang buruk. Ajaran etika perspektif Islam pada prinsipnya manusia dituntut untuk berbuat baik, baik pada dirinya sendiri, berbuat baik terhadap lingkungan (alam) maupun lingkungan sosial, berbuat baik kepada sesama manusia, dan beriman kepada Allah SWT. Menurut Syed Nawab Haider Naqvi beberapa prinsip diatas merupakan aksioma-aksioma<sup>10</sup> etik yang meliputi *tauhid*, keseimbangan, kehendak bebas, *ihsan*, dan tanggung jawab.<sup>11</sup> Di dalam tataran kehidupan manusia secara global etika bisnis Islam bukanlah satu-satunya dijadikan sebagai parameter, karena masih banyak parameter-parameter lain yang diciptakan oleh manusia di muka bumi ini.<sup>12</sup> Untuk lebih jelasnya pandangan kelima perangkat aksioma sebagai penguat prinsip dasar etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:

### **1. Keesaan (*Tauhid*)**

Keesaan, seperti yang telah direfleksikan kedalam konsep *tauhid*, merupakan dimensi vertikal didalam agama Islam.<sup>13</sup> Hal ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika bisnis Islam adalah keimanan kepada Allah SWT. Dengan mengintegrasikan aspek religius dengan beberapa aspek di dalam kehidupan manusia, maka akan dapat mendorong manusia kedalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dan merasa selalu diawasi oleh Allah SWT (*Ihsan*). Konsep *Ihsan* inilah yang dapat mengintegrasikan manusia dan menimbulkan perasaan selalu diawasi dan direkan segala aktivitas

---

<sup>10</sup> Aksioma adalah suatu pernyataan yang tidak diragukan lagi kebenarannya, Kamus Besar Bahasa Indonesia.

<sup>11</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus\*, 2012), hlm. 22.

<sup>12</sup> *Ibid.*, hlm. 42.

<sup>13</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN), hlm. 53.

kehidupannya. Dengan demikian kesadaran akan muncul dari dalam diri manusia sendiri yang menjadi sumber kekuatan dan ketulusan dalam setiap aktivitas khususnya dalam kegiatan bisnis. hal ini akan semakin kuat dan mantap apabila dibarengi dengan keimanan kepada Allah SWT. Sehingga dalam melakukan aktivitas bisnis, tidak akan mudah menyimpang dari prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah yang telah ditetapkan oleh Allah SWT.<sup>14</sup>

## 2. Keseimbangan

Keseimbangan atau disebut juga *`adl*, menggambarkan suatu dimensi horizontal di dalam ajaran Islam dan berkaitan erat dengan harmoni tentang segala sesuatu yang ada di alam semesta ini.<sup>15</sup> Sesuai dengan QS. Al-Furqan ayat 2:

الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَلَمْ يَتَّخِذْ وَلَدًا وَلَمْ يَكُنْ لَهُ شَرِيكٌ فِي الْمُلْكِ وَخَلَقَ كُلَّ شَيْءٍ فَقَدَرَهُ تَقْدِيرًا

Artinya: “Yang kepunyaan-Nya-lah kerajaan langit dan bumi, dan Dia tidak mempunyai anak, dan tidak ada sekutu bagi-Nya dalam kekuasaan (Nya), dan Dia telah menciptakan segala sesuatu, dan Dia menetapkan ukuran-ukurannya dengan serapi-rapinya.”<sup>16</sup>

Di dalam ruang lingkup ekonomi, konsep keseimbangan ini sangat menentukan konfigurasi<sup>17</sup> aktivitas distribusi, konsumsi, serta produksi dengan kualitas yang terbaik. Dengan demikian agama Islam menuntut keseimbangan atau keadilan antara kepentingan diri sendiri dan kepentingan orang lain.<sup>18</sup> Dengan adanya hal tersebut maka konsep tauhid akan mengintegrasikan perilaku keseimbangan dan keadilan. Apabila hal tersebut terjadi maka perilaku penyimpangan oleh oknum-oknum pelaku bisnis akan dapat dihindarkan.

---

<sup>14</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus\*, 2012), hlm. 23.

<sup>15</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN), hlm. 55.

<sup>16</sup> QS. Al-Furqan ayat 2

<sup>17</sup> *Konfigurasi* adalah bentuk, wujud, dan susunan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, hlm. 746.

<sup>18</sup> Muhammad Djakfar, hlm. 24.

Dalam hal ini juga terdapat sistem etika bisnis yang berlandaskan dengan konsep kontemporer. Konsep etika bisnis kontemporer yang berkaitan dengan konsep keseimbangan adalah konsep keadilan distributif. Di dalam keadilan distributif ini, lebih ditekankan kepada nilai tunggal yaitu keadilan. Pandangan keadilan distributif disebut etis apabila keputusan-keputusan dan tindakan yang dilakukan harus menjamin pembagian kekayaan, keuntungan, dan kerugian secara merata dan adil. Terdapat lima prinsip yang dipergunakan untuk menjamin pembagian keuntungan dan kerugian ini secara adil.<sup>19</sup> Kelima prinsip tersebut antara lain:

- a. Setiap orang berhak mendapatkan pembagian keuntungan yang sama.
- b. Setiap orang mendapatkan bagian sesuai dengan kebutuhan masing-masing.
- c. Setiap orang mendapat bagian sesuai dengan usaha masing-masing.
- d. Setiap orang mendapat bagian sesuai dengan kontribusi sosial masing-masing.
- e. Setiap orang mendapat bagian sesuai jasanya masing-masing.

### **3. Kehendak Bebas**

Pada suatu level tertentu, seorang manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan hidupnya sendiri pada saat Allah SWT menurunkannya ke bumi.<sup>20</sup> Manusia diberikan kemampuan untuk berfikir, membuat keputusan untuk memilih jalan hidup yang diinginkan, dan yang paling penting adalah manusia diberi kesempatan untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang dia mau pilih. Di dalam pandangan Islam, kebebasan tersebut tetap memiliki suatu batasan.

Namun di dalam Islam telah ditetapkan bahwa anugrah Allah SWT bergantung kepada pilihan awal manusia terhadap yang “benar”. Hal ini merupakan dasar etika yang sangat dijunjung tinggi di dalam agama Islam.

---

<sup>19</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN), hlm. 47.

<sup>20</sup> *Ibid.*, hlm. 55.

Perlu disadari bahwa di dalam situasi apapun manusia tanpa sadar sesungguhnya telah dibimbing oleh aturan-aturan yang didasarkan kepada ketentuan Allah SWT di dalam syari`at-Nya yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Kaitannya dengan bisnis, manusia sepenuhnya memiliki kebebasan dalam memilih bisnis. namun tetap harus sesuai dengan prinsip dan nilai syari`at yang telah ditetapkan.<sup>21</sup>

Di dalam konsep kontemporer, etika bisnis yang berkaitan dengan konsep kehendak bebas disebut dengan relativisme. Di dalam sistem ini ditekankan kepada tidak ada kriteria tunggal, universal yang dapat digunakan untuk menemukan apakah suatu tindakan disebut etis atau tidak. Setiap manusia dapat mempergunakan kriterianya masing-masing, dan di dalam kriteria ini sangatlah mungkin timbul perbedaan diantara satu kebudayaan dengan kebudayaan lain. Lebih jelasnya pada etika relativisme dalam kriteria pengambilan keputusannya dibuat berdasarkan kepentingan dan kebutuhan pribadi.<sup>22</sup>

#### 4. Tanggung Jawab

Apabila seorang melakukan kebebasan yang tidak terbatas adalah sebuah absurditas<sup>23</sup>. Untuk memenuhi konsep keadilan dan kesatuan seperti yang sama-sama dapat dilihat pada semua ciptaan Allah SWT, seorang manusia dituntut untuk mempunyai tanggung jawab terhadap segala sesuatu yang telah dilakukan. Islam adalah agama yang adil. Di dalam konsep tanggung jawab Islam membedakan antara tanggung jawab yang bersifat *fardhu`ain* dan tanggung jawab yang bersifat *fardhu kifayah*.<sup>24</sup> Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT pada QS. Al-Mu`min ayat 40:

مَنْ عَمِلَ سَيِّئَةً فَلَا يُجْزَىٰ إِلَّا مِثْلَهَا وَمَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أَنْتَىٰ وَهُوَ  
مُؤْمِنٌ فَأُولَٰئِكَ يَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ يُرْزَقُونَ فِيهَا بِغَيْرِ حِسَابٍ

---

<sup>21</sup> Muhammad Djakfar, hlm. 25.

<sup>22</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, hlm. 42.

<sup>23</sup> Absurditas adalah kemustahilan atau hal yang bukan-bukan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, hlm. 5.

<sup>24</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, hlm. 56.

Artinya: “Barangsiapa mengerjakan perbuatan jahat, maka dia tidak akan dibalasi melainkan sebanding dengan kejahatan itu. Dan barang siapa mengerjakan amal yang saleh baik laki-laki maupun perempuan sedang ia dalam keadaan beriman, maka mereka akan masuk surga, mereka diberi rizeki di dalamnya tanpa hisab”.<sup>25</sup>

Didalam konsep kontemporer, konsep yang berkaitan dengan sistem etika tanggung jawab adalah konsep hak.<sup>26</sup> Di dalam pandangan ini, pendekatan hak terhadap etika lebih ditekankan kepada sebuah nilai yaitu suatu kebebasan. Pandangan ini disebut etis apabila keputusan-keputusan dan tindakan harus didasarkan pada hak-hak individu yang menjamin tentang suatu hak pribadi seseorang. Pada pendekatan hak ini, berkeyakinan bahwa seorang individu memiliki hak moral yang bersifat tidak dapat diganggu gugat. Hak-hak ini kemudian membawa kepada kewajiban yang saling menguntungkan diantara para pemegang hak tersebut. Namun sayangnya pendekatan hak terhadap etika ini sering kali disalah gunakan.

Sejumlah individu mungkin tetap bersikeras mengatakan bahwa mereka memiliki prioritas yang tinggi dibandingkan dengan hak milik orang lain dan akhirnya terjadilah ketidakadilan pada sistem tatanan masyarakat. Ternyata hak juga membutuhkan suatu batasan-batasan agar dapat berjalan sesuai pada tempatnya dan tidak saling menimbulkan kerugian antar pemilik hak. Islam datang dengan keseimbangan dan keadilan dan menolak gagasan kebebasan tanpa tanggung jawab. Tentunya seorang manusia harus bertanggung jawab terhadap tindakan yang telah dilakukan.

## **5. Kebajikan (*Ihsan*)**

Di dalam konsep ini kebajikan (*Ihsan*) mempunyai pengertian suatu tindakan memberi manfaat lebih terhadap orang lain, tidak mengecewakan dan menimbulkan mudharat bagi orang lain tersebut. Dalam pengertian lain *Ihsan* yaitu melaksanakan perbuatan baik dan memberikan manfaat kepada orang lain

---

<sup>25</sup> QS. Al-Mu`min: 40.

<sup>26</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, hlm. 46.

tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan Allah SWT melihat.<sup>27</sup> Hal ini didasarkan kepada firman Allah SWT pada QS. Al Ma'idah ayat 2:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ  
وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أَمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا  
وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ  
الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ  
وَ الْعُدْوَانِ وَ اتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari karunia dan keridaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian (mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”<sup>28</sup>

Pada konsep kontemporer etika bisnis yang berkaitan dengan konsep kebajikan (*ihsan*) adalah konsep utilitarianisme. Pada sistem etika ini, dinyatakan bahwa utilitarianisme memiliki arti penting moralitas yang menuntun seseorang dapat ditentukan hanya berdasarkan konsekuensi perilakunya. Sesuaitu dianggap etis apabila dapat memberikan manfaat yang baik dan menguntungkan kepada orang lain.<sup>29</sup> Pandangan utilitarian ini berorientasi kepada hasil yang diperoleh. Di dalam kriteria pengambilan

<sup>27</sup> Hafiz Juliansyah, Skripsi, hlm. 30.

<sup>28</sup> QS. Al-Maidah: 2.

<sup>29</sup> *Ibid.*, hlm 42.

keputusan pandangan utilitarianisme dibuat berdasarkan hasil yang diberikan oleh keputusan-keputusan dan sesuatu dianggap etis apabila dapat memberikan keuntungan terbesar bagi sejumlah orang.

#### 1.1.4. Etika Bisnis Rasulullah Muhammad SAW

Kesuksesan Nabi Muhammad SAW dalam hal bisnis dipengaruhi oleh kepribadian dari diri Nabi Muhammad SAW yang dibangun atas dasar dialogis realitas sosial masyarakat Jahiliyyah. Keteladanan Nabi Muhammad SAW tidak hanya dimulai setelah beliau diangkat menjadi Rasulullah SAW, namun keteladanan tersebut telah ada sebelum kerasulan Rasulullah SAW. Dalam kemampuannya mengelola bisnis, terlihat pada keberaniannya membawa dagangan Siti Khadijah dan hanya ditemani seorang karyawan yaitu Maisarah. Rasulullah SAW bertanggung jawab penuh atas semua dagangan milik Siti Khadijah, demikian juga barang dagangan yang dibawa ke pasar.<sup>30</sup>

Jauh sebelum hal itu, pada saat Rasulullah SAW berusia dua belas tahun, beliau telah mengenal banyak tentang perdagangan. Kemudian pada usia tujuh belas tahun, beliau membuka sebuah usaha dengan berdagang di Kota Makkah. Rasulullah SAW membeli barang-barang di pasar lalu menjualnya ke beberapa orang di pasar. Akhlak yang baik dan sifat-sifat mulia Rasulullah SAW menjadi modal terpenting beliau saat menjalankan bisnis. Kejujurannya sangat mendorong masyarakat Makkah untuk memberikan gelar *ash-Shiddiq* yang berarti orang yang berkata benar atau orang yang tidak pernah berdusta dan keteguhan Rasulullah SAW dalam menjaga amanah orang lain membuat masyarakat Makkah juga menggelarnya *al-Amin* yang artinya orang yang terpercaya.<sup>31</sup> Beberapa etika bisnis yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW adalah sebagai berikut:

**Pertama**, kejujuran. Rasulullah SAW selalu menggunakan kejujuran sebagai etika dasa dalam melakukan transaksi bisnis yang dilakukannya. Gelar *al-Amin* (dapat dipercaya) yang diberikan oleh masyarakat Makkah berdasarkan perilaku Nabi

---

<sup>30</sup> Muhammad Saifullah, Etika Bisnis Islami Dalam Perspektif Bisnis Rasulullah, *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Walisongo, No.1, Volume 9, Mei 2011, hlm. 146.

<sup>31</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Ensiklopedia Leadership dan Manajemen Muhammad SAW "The Super Leader Super Manager" Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Tazkia Publishing, 2010), hlm 15.

Muhammad SAW pada kehidupan sehari-hari sebelum menjadi pelaku bisnis. Rasulullah SAW selalu berbuat jujur dalam segala hal, termasuk menjual barang dagangannya.<sup>32</sup>

**Kedua**, amanah. Dalam berbisnis, Rasulullah SAW menerapkan sikap amanah dalam setiap aktivitas bisnisnya. Rasulullah SAW memperoleh kepercayaan penuh membawa barang dagang milik Siti Khadijah untuk dijual ke Syam. Setelah sampai ke kota tujuan, Rasulullah SAW dan Maisarah membongkar dan menggelar barang dagangan yang dibawa untuk ditawarkan kepada para pengunjung. Setelah habis terjual Rasulullah SAW membeli barang untuk dijual di Makkah. Dari barang yang dibeli Rasulullah SAW juga mendapat keuntungan. Hasil keuntungan tersebut kemudian dilaporkan dan diserahkan kepada Maisarah tanpa kurang sedikitpun.<sup>33</sup>

**Ketiga**, adil dalam timbangan. Dalam hal ini etika bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah SAW adalah dalam aktivitas jual beli atau bisnis Rasulullah SAW selalu berlaku adil terhadap timbangan. Barang yang kering bisa ditukar dengan barang yang kering. Penukaran barang kering tidak boleh dengan barang yang basah. Rasulullah SAW juga tidak pernah melakukan kecurangan dengan berusaha mengurangi suatu timbangan. Apa yang dilakukan Muhammad di pasar Ukaz, Majinna, dan pasar-pasar lainnya adalah menjual beberapa barang, seperti kurma, anggur, gandum dan sejenisnya. Rasulullah SAW menimbang berat tersebut sesuai dengan ukurannya. Beliau tidak mengurangi sedikitpun, sehingga kejujuran dan ketepatannya dalam menimbang sudah tersebar dimana-mana. Jika orang membeli barang dari Rasulullah SAW, mereka tidak ragu atas timbangannya.<sup>34</sup>

**Keempat**, menjauhi *gharar*. Di dalam praktik bisnisnya Rasulullah SAW selalu menjauhi *gharar* karena dapat menimbulkan konflik dan membuka ruang perselisihan antara penjual dan pembeli. Cakupan *gharar* ini sangat luas. Pertama, ketidak mampuan penjual untuk menyerahkan objek akad pada waktu terjadi akad, baik objek akad itu sudah ada atau belum ketika akad berlangsung, seperti menjual janin yang masih ada dalam perut binatang ternak. Kedua, menjual barang yang tidak berada di bawah

---

<sup>32</sup> Muhammad Saifullah.....hlm. 146.

<sup>33</sup> *Ibid.*, hlm. 147.

<sup>34</sup> *Ibid.*, hlm. 148.

kekuasaannya, seperti menjual barang kepada orang lain sementara barang yang akan dijual belum diterima dan masih berada di penjual sebelumnya. Hal ini tidak dibenarkan karena boleh jadi barang itu mengalami perubahan atau rusak. Ketiga, tidak adanya kepastian tentang jenis pembayaran atau jenis benda yang dijual. Barang dagangan dan pembayarannya kabur tidak jelas. Keempat, tidak adanya kepastian tentang sifat tertentu dari benda yang dijual, seperti penjual berkata, “Saya jual kepada Anda baju yang ada di rumah saya.” Penjual tidak tegas menjelaskan baju yang mana, warna dan ukurannya, dan ciri-ciri lainnya. Kelima, tidak tegas jumlah harganya. Keenam, tidak tegas waktu penyerahan barangnya. Ketujuh, tidak adanya ketegasan bentuk transaksi. Kedelapan, tidak adanya kepastian objek, seperti adanya dua objek yang dijual dengan kualitas yang berbeda dengan harga sama dalam satu transaksi. Penjualan ini tidak tegas objek yang akan dijual. Kesembilan, kondisi objek akad tidak dapat dijamin kesesuaiannya dengan yang ditentukan dalam transaksi.<sup>35</sup>

**Kelima**, tidak melakukan penimbunan barang dagang. Penimbunan tidak diperbolehkan karena akan menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat. Tujuan penimbunan adalah dengan sengaja sampai dengan batas waktu menunggu tingginya harga barang-barang yang ditimbun. Rasulullah SAW dalam praktik bisnisnya sangat menjauhi tindakan penimbunan.<sup>36</sup>

**Keenam**, tidak melakukan *al-ghab* dan *tadlis*. Yaitu menjual barang lebih tinggi dan membeli barang lebih rendah dari harga rata-rata pasar. Hal ini termasuk mengandung unsur penipuan. Sedangkan *tadlis* yaitu penipuan yang dilakukan oleh penjual ataupun pembeli dengan cara menyembunyikan kecacatan barang ketika terjadinya transaksi. Rahasia sukses bisnis Rasulullah SAW dalam praktik bisnisnya dilakukan dengan menerapkan harga yang sedang tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah. Etika Rasulullah SAW dalam menyampaikan informasi seputar barang dagangan dilakukan secara rinci dan detail sehingga tidak ada suatu hal yang disembunyikan terkait dengan

---

<sup>35</sup> *Ibid.*, hlm. 149.

<sup>36</sup> *Ibid.*, hlm. 149.

kondisi barang yang sedang dalam transaksi. Karena jujur merupakan kunci kesuksesan bisnis.<sup>37</sup>

***Ketujuh***, saling menguntungkan. Dalam hal ini berkaitan dengan prinsip *masalah* yaitu antara penjual dan pembeli harus sama-sama diuntungkan sehingga tidak merugikan salah satu pihak.<sup>38</sup> Dari ketujuh etika dalam berbisnis yang sudah dicontohkan oleh Rasulullah SAW seharusnya menjadi bahan referensi bagi para pebisnis dan pemilik perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Ridho Allah SWT adalah tujuan yang paling utama selanjutnya suatu perusahaan harus dapat memberikan *masalah* dan manfaat bagi konsumennya.

## **1.2. Bisnis *Home Industry* di Era Global**

### **1.2.1. Bisnis di Era Global**

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan komunikasi pada masa ini, manusia dituntut harus ikut serta mengiringi perkembangan tersebut. Perkembangan tersebut dapat membawa dampak yang positif maupun membawa dampak negatif. Perkembangan dinilai positif apabila mengakibatkan banyak perubahan ke arah yang lebih baik, maju, berkembang, dan bermanfaat bagi umat manusia. Perkembangan tersebut juga dapat dinilai negatif apabila manusia tidak mampu memanfaatkan dengan baik perkembangan teknologi, sehingga banyak perilaku menyimpang yang merugikan umat manusia.

Termasuk bisnis, bisnis berkembang pesat baik dari segi produksi maupun distribusinya sesuai dengan perkembangan zaman. Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan, penghasilan, pemasukan, atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien.<sup>39</sup> Bisnis merupakan suatu proses pertukaran barang ataupun jasa yang dilakukan seseorang atau kelompok orang secara

---

<sup>37</sup> *Ibid.*, hlm. 150.

<sup>38</sup> *Ibid.*, hlm. 150.

<sup>39</sup> Muhammad, Label Halal dan Spiritualitas Bisnis Interpretasi atas Bisnis Home Industri, *Jurnal Salam Universitas Muhammadiyah Malang*, Vol 12, No 2, 2009, hlm. 104.

terorganisasi melalui sebuah perusahaan yang tujuan dasarnya memberikan manfaat bagi konsumen dan memberikan keuntungan bagi produsen.<sup>40</sup>

Pada masa sekarang di era globalisasi ini bisnis sudah menggunakan beberapa media canggih dengan tujuan memperluas jaringan pemasaran atau menarik keuntungan yang lebih dengan menggunakan media internet, ataupun media lainnya. Alasannya dengan internet atau jaringan lainnya di dunia maya para pebisnis dapat dengan mudah mempertahankan konsumen, bahkan mencari konsumen baru. Untuk itu dapat diambil kesimpulan bahwa suatu bisnis memiliki hubungan yang sangat erat dengan perkembangan zaman di era globalisasi seperti saat ini.<sup>41</sup>

### 1.2.2. Pengertian Bisnis *Home Industry*

Menurut bahasa, kata *home* berarti rumah, tempat tinggal, ataupun kampung halaman. Sedangkan kata *industry* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai kerajinan, usaha berupa produk barang, atau dapat dikatakan sebagai perusahaan.<sup>42</sup> Selain itu industri memiliki arti kegiatan memproses atau mengolah barang (bahan baku) dengan menggunakan sarana dan peralatan yang ada. Dalam pengertian lain, industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan barang mentah atau barang setengah jadi menjadi barang yang memiliki nilai tambah guna memperoleh keuntungan.<sup>43</sup> Dengan kata lain *home industry* adalah rumah yang menjalankan suatu bisnis atau usaha yang menghasilkan produk barang maupun jasa atau bisa juga disebut perusahaan kecil. Dikatakan demikian karena ruang lingkup kegiatan produksi pada perusahaan tersebut berpusat di suatu rumah.

---

<sup>40</sup> *Ibid.*, hlm. 104.

<sup>41</sup> Rizki Rasyak, Pentingnya Bisnis di Era Globalisasi, dikutip dari laman: <http://rezkirasak.blogspot.com/2012/04/pentingnya-bisnis-di-era-globalisasi.html>, diakses pada 6 Agustus 2015.

<sup>42</sup> Abrianto, Pertanggung jawaban Terhadap Produk Industri Rumah Tangga (*Home Industry*) Tanpa Izin Dinas Kesehatan, *Skripsi*, Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makassar, 2012, hlm. 36.

<sup>43</sup> Toyyib Alamsyah, Pemberdayaan Perempuan Melalui *Home Industry* Kain Jumputan di Kampung Celeban, Kelurahan Tahunan, Yogyakarta: Studi Dampak Sosial dan Ekonomi, *Skripsi*, Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014, hlm. 2-3.

### 1.2.3. Peluang Bisnis *Home Industry* di Era Global

Sebenarnya terdapat berbagai macam jenis peluang usaha dan bisnis yang sebenarnya terdapat atau dekat dengan lingkungan sekitar. Ternyata peluang tersebut memberikan kesempatan yang sangat besar. Apabila diperhatikan keadaan di sekitar, tidak perlu untuk jauh-jauh dan tidaklah perlu untuk mencari kesempatan dan peluang. Kesempatan dan peluang tersebut dapat kita temukan yaitu salah satunya di lingkungan rumah. Ternyata selain menjadi tempat tinggal, rumah dapat dijadikan tempat usaha dan bisnis. dengan kata lain, banyak sekali peluang usaha dan bisnis yang dapat dilakukan atau dimulai dari usaha rumahan. Istilah tersebut biasa dikenal sebagai *home industry* atau industri rumahan. Segala hal yang berkaitan dengan bisnis dilakukan di rumah. Dengan hal tersebut dapat memperkecil atau menghemat biaya operasional dibandingkan dengan menyewa atau membeli ruang usaha.<sup>44</sup>

Selain itu, bisnis *home industry* dapat dijadikan sebagai upaya alternatif penghasilan bagi suatu keluarga. Apabila dalam suatu keluarga tersebut memiliki jumlah keluarga yang besar maka kebutuhan dalam memenuhi keperluan anggota keluarga itu sendiri akan semakin meningkat. Namun kebutuhan keluarga dapat juga diminimalisir apabila ada suatu usaha yang menghasilkan pemasukan untuk menutupi kebutuhan keluarga tersebut. *Home industry* yang pada umumnya berawal dari suatu usaha keluarga yang turun menurun dan pada akhirnya meluas secara otomatis dapat menimbulkan manfaat bagi mata pencaharian sebuah keluarga lainnya.<sup>45</sup>

Tentunya dalam era globalisasi seperti saat ini bisnis dengan model rumahan atau *home industry* dapat dipadukan dengan kemajuan teknologi komunikasi agar bisnis tersebut walaupun secara fisik berkarakteristik rumahan namun dapat dijalankan melalui dunia maya. Dengan hal tersebut cakupan pemasaran akan lebih luas dan memudahkan konsumen untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dari perusahaan tersebut.

---

<sup>44</sup> Dikutip dari laman: <http://www.investasi.me/peluang-usaha-dan-bisnis-home-industri.html>, diakses pada: 6 Agustus 2015.

<sup>45</sup> Arum Dyan Khumalasari, *Home Industry*, dikutip dari laman: <https://arumdyankhumalasari.wordpress.com/2011/04/16/home-industri/>, diakses pada 6 Agustus 2015.

#### 1.2.4. Tantangan Bisnis di Era Global

Tentunya dengan semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, bisnis pun dituntut untuk dapat berkembang seiring dengan perjalanan teknologi tersebut. Dengan adanya hal tersebut tentunya kegiatan bisnis di era globalisasi semakin ketat dengan persaingan antar pebisnis. Di era globalisasi seperti sekarang ini banyak orang yang berlomba dengan memanfaatkan fasilitas yang ada untuk mencari keuntungan dari konsumen sebesar-besarnya dengan berbagai cara masing-masing. Persaingan di era globalisasi ini tidak mengenal batasannya. Karena di dalam dunia bisnis dari waktu ke waktu semakin bertambah sehingga semuanya tidak terbatas dan membentuk suatu persaingan yang sangat ketat. Didukung dengan akses informasi yang begitu mudah dan cepat oleh karenanya perluasan informasi produk yang ditawarkan oleh berbagai pebisnis harus semakin gencar.

Di era globalisasi akses informasi sangatlah mudah, artinya semua orang sangat mudah mencari informasi-informasi yang di butuhkan dalam bentuk apapun, selain mudah di era globalisasi semua orang bisa dengan cepat juga mengakses informasi-informasi yang ada, serta lebih murah. Dengan ke mudahan, kecepatan dan kemurahan tadi membuat suatu tantangan bagi para pelaku bisnis karena dengan kecepatan, kemudahan dan kemurahan itu lah produk yang di tawarkan pun semakin gencar, para produsen bersaing dengan memanfaatkan system informasi tersebut.

Tingkat persaingan yang tajam memungkinkan mengalirnya barang dan jasa antar negara tanpa adanya hambatan yang berarti kondisi seperti ini menuntut kesiapan dan ketangguhan dari setiap pelaku usaha. Keunggulan komparatif seperti mengandalkan tenaga kerja murah tidak lagi terlalu berarti semenjak dimungkinkannya *multi sourcing* pada era pasar bebas. Untuk itu diperlukan keunggulan kompetitif yang lebih kuat baik dalam hal sumber daya manusia maupun penguasaan teknologi dalam menghadapi persaingan yang semakin meningkat.<sup>46</sup>

### 1.3. Parameter Kemajuan Bisnis *Home Industry*

---

<sup>46</sup> Strategi Kesiapan Dunia Usaha Menghadapi Globalisasi Dunia di Era Keterbukaan Teknologi Informasi, Dikutip dari laman: [http://www.kompasiana.com/primoraharahap/strategi-kesiapan-dunia-usaha-menghadapi-globalisasi-dunia-di-era-keterbukaan-teknologi-informasi\\_550dbfd1813311d22bb1e58d](http://www.kompasiana.com/primoraharahap/strategi-kesiapan-dunia-usaha-menghadapi-globalisasi-dunia-di-era-keterbukaan-teknologi-informasi_550dbfd1813311d22bb1e58d), diakses pada: 6 Agustus 2015.

Tingkat pertumbuhan suatu bisnis banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor. Baik faktor yang berasal dari internal maupun faktor yang berasal dari eksternal. Baik faktor yang dapat mendukung kemajuan dan perkembangan bisnis, maupun faktor-faktor yang dapat menghambat perjalanan suatu bisnis. ketika berbicara masalah perkembangan suatu bisnis maka parameter yang biasa dipakai adalah “*growth of profit*”.<sup>47</sup> Namun ternyata bukan hanya itu saja parameter yang digunakan untuk menilai perkembangan pada suatu bisnis. Parameter penerapan etika bisnis Islam pun sebenarnya harus digunakan untuk mengukur kemajuan suatu bisnis. Untuk lebih jelasnya parameter-parameter tersebut antara lain<sup>48</sup>:

### **1.3.1. Aspek Pemasaran**

Untuk menganalisis aspek pemasaran akan dilakukan dengan menggunakan proses bauran pemasaran, yaitu sebuah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam sasaran. Menurut Swastha dan Sukotjo<sup>49</sup>, alat-alat bauran pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi 4 unsur, yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi.

### **2.3.2. Aspek Manajemen dan SDM**

Manajemen dalam pembangunan bisnis maupun manajemen dalam suatu implementasi bisnis sebenarnya memiliki pengertian yang hampir sama dengan manajemen lainnya. Fungsinya untuk sebuah aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian.<sup>50</sup> Aspek SDM sebenarnya bertujuan untuk mengetahui apakah dalam pembangunan bisnis dapat dikatakan layak atau sebaliknya. Hal tersebut dapat dilihat dari ketersediaan SDM yang berkualitas.

### **2.3.3. Aspek Hukum**

Dalam hal ini, aspek hukum mempelajari tentang bentuk suatu badan usaha yang akan digunakan, ketersediaannya jaminan-jaminan yang bisa disediakan apabila akan

---

<sup>47</sup> Andry Sanipar, Mengukur Pertumbuhan Bisnis, dikutip pada laman: <http://andrysanipar.com/2010/10/mengukur-pertumbuhan-bisnis/>, diakses pada 27 Mei 2015.

<sup>48</sup> Emawati, Analisis Kelayakan Finansial Industri Tahu (Studi Kasus: Usaha Dagang Tahu Bintaro, Kabupaten Tangerang, Profinsi Banten), *Skripsi*, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian/Agribisnis Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2007, hlm. 31.

<sup>49</sup> Basu Swastha & Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Liberti, 1995), hlm. 193.

<sup>50</sup> Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komperhensif*, Ed ke-2, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 115.

menggunakan sumber dana berupa pinjaman ataupun pembiayaan, berbagai akta, sertifikat, izin yang diperlukan dan lain-lain.<sup>51</sup>

#### **2.3.4. Aspek Sosial**

Perusahaan bisnis tentunya memiliki tujuan utama yaitu mencari keuntungan. Namun semua itu tidak akan berjalan dengan baik apabila perusahaan tidak mampu berjalan bersama-sama dengan komponen lain di dalam satu tatanan kehidupan yang begitu kompleks. Lembaga sosial adalah salah satu komponen untuk menjaga keseimbangan kelangsungan perjalanan perusahaan bisnis. Dan suatu perusahaan tentunya sangat dituntut untuk memiliki tanggung jawab sosial.

Manfaat dari suatu perusahaan yang didirikan hendaknya dapat dirasakan oleh lingkungan sekitar. Manfaat yang dapat diterima oleh masyarakat adalah terbukanya suatu lapangan kerja baru, meningkatkan mutu hidup masyarakat, dan membina masyarakat yang mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi.<sup>52</sup>

#### **2.3.5. Aspek Dampak Lingkungan**

Aspek dampak lingkungan biasa dikenal sebagai analisis mengenai dampak suatu lingkungan (AMDAL) yang merupakan suatu mekanisme untuk mencapai sebuah kelestarian lingkungan hidup. Aspek lingkungan meliputi limbah yang dihasilkan pada saat proses produksi. Aspek ini harus dilakukan agar kualitas lingkungan hidup tidak rusak dengan beroperasinya proses industri.

Manusia dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kesejahteraan melakukan kegiatan yang semakin lama semakin merubah lingkungan hidup.<sup>53</sup> Hal ini sangat perlu diperhatikan oleh semua pihak yang berkepentingan karena tidak semua sumber daya dapat diperbaharui.

---

<sup>51</sup> Husnan & Suwarsono, *Studi Kelayakan Proyek*, Ed ke-4, (Yogyakarta: UPP. AMP YKPN, 2000), hlm. 20.

<sup>52</sup> Emawati, Analisis Kelayakan Finansial Industri Tahu (Studi Kasus: Usaha Dagang Tahu Bintaro, Kabupaten Tangerang, Profinsi Banten), *Skripsi*, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian/Agribisnis Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2007, hlm. 34.

<sup>53</sup> *Ibid.*, hlm. 34.

### 2.3.6. Aspek Finansial

Tujuan menganalisis aspek finansial dari suatu perusahaan bisnis adalah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan dan menilai apakah bisnis tersebut dapat berjalan dan berkembang.<sup>54</sup>

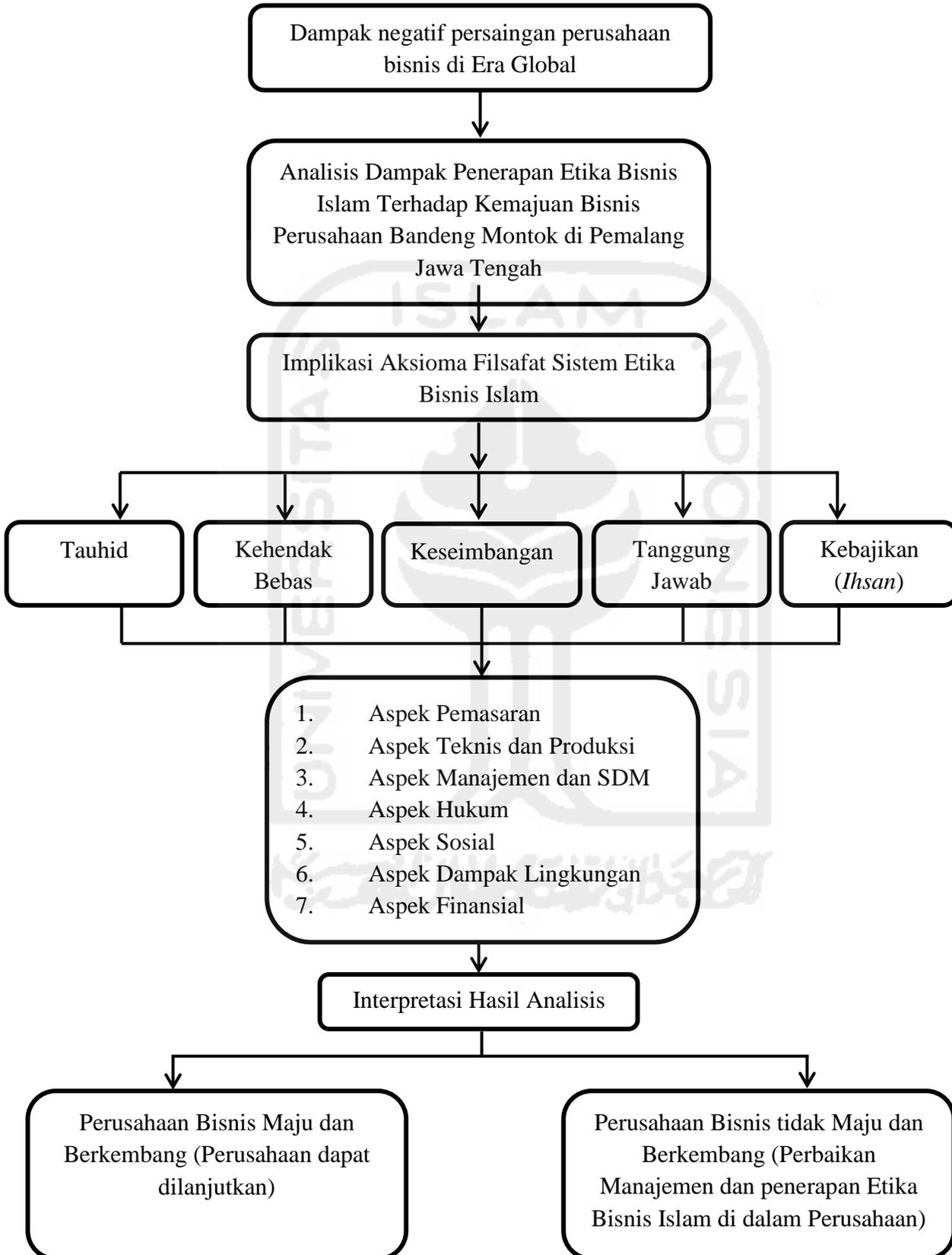
Untuk dapat mengetahui apakah perusahaan bisnis tersebut menguntungkan atau tidak, maka akan dilakukan analisis evaluasi perusahaan bisnis dengan menghitung manfaat dan biaya yang diperlukan sepanjang perjalanan perusahaan bisnis tersebut. Salah satu komponen yang diperlukan dalam analisis tingkat kemajuan bisnis adalah tingkat *cash flow*. Parameter ini dapat terwujud dengan baik apabila suatu perusahaan bisnis dapat sukses pada lima tahap sebelumnya. Tanpa kelima hal di atas kecil kemungkinan tercipta *cash flow* atau perputaran uang yang baik pada suatu perusahaan. *Cash flow* yang baik pada suatu perusahaan dapat menjadi parameter untuk mengukur tingkat perkembangan suatu perusahaan. Apabila perusahaan mempunyai *cash flow* yang sehat dan baik, maka kemungkinan besar perusahaan tersebut dapat tumbuh berkembang dengan baik. Di dalam suatu *cash flow* dibagi kedalam dua macam yaitu arus kas masuk dan arus kas keluar.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif*, Ed ke-2, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 178.

<sup>55</sup> Haming & Basalamah, *Studi Kelayakan Investasi: Proyek dan Bisnis*, (Jakarta: PPM, 2003), hlm. 67.

## 2.4. Kerangka Berfikir



Dari kerangka berfikir diatas, penulis mencoba untuk menyusun sendiri kerangka pemikiran berdasarkan rumusan masalah yang nantinya akan dicari solusinya. Latar belakang permasalahan pada penelitian ini didasarkan kepada fenomena yang penyimpangan praktik bisnis oleh produsen yang belakangan ini menggemparkan di Indonesia. Semakin banyak saja temuan oleh pihak yang berwajib tentang penyimpangan bisnis yang dilakukan oleh oknum-oknum bisnis, yang terdiri dari berbagai macam dan kalangan bisnis. Mulai dari perusahaan manufaktur, *home industry*, jasa, dan dagang semuanya tidak memiliki rasa takut dan taat akan hukum dan mengabaikan esensi sebenarnya menjadi sebuah perusahaan bisnis yang baik. Dampak tersebut merembet kepada perusahaan yang bersih dan sehat. Perusahaan yang tak bersalah pun jadi kena imbas dari praktik penyimpangan yang dilakukan oleh oknum perusahaan bisnis yang tidak bermoral dan bertanggung jawab.

Memang tuntutan globalisasi dan himpitan ekonomi menyebabkan tekanan yang cukup besar bagi semua kalangan, khususnya bagi seorang pebisnis. Dengan adanya tekanan tersebut pelaku bisnis yang tidak memiliki dasar dan prinsip nilai moral yang baik maka akan tejerumus dengan menghalalkan segala cara hanya karena ingin mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya.

Fenomena diatas, tentunya menjadi tuntutan bagi perusahaan untuk menjawab keraguan dari konsumen yang telah terprofokasi dengan informasi-informasi negatif akibat perilaku menyimpang oleh oknum perusahaan bisnis yang tidak bertanggung jawab. Selain itu, perusahaan dituntut untuk menjawab tantangan global dengan tetap berlandaskan kepada misi dan tujuan perusahaan dalam rangka membuat perencanaan strategi untuk mengkomunikasikan produk perusahaan tanpa meninggalkan etika bisnis berlandaskan nilai dan prinsip Islam yang nantinya akan memawa dampak positif bagi kelangsungan hidup perusahaan, memberikan manfaat, dan masalah bagi masyarakat.