

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Entrepreneurship atau kewirausahaan sebenarnya tidak asing dengan seorang Muslim, baik dari sisi kesejarahan (historis) maupun normatif. Berbisnis atau jual-beli merupakan proses pemindahan hak milik barang atau harta kepada pihak lain dengan menggunakan uang sebagai alat tukarnya. Kegiatan ini tak pernah lepas dari aktivitas manusia sehari-hari. Untuk memenuhi kebutuhan primer dan sekunder, manusia melakukan transaksi jual-beli yang tak terhitung jumlahnya. Dalam suatu sistem perekonomian, jual-beli akan mendorong perdagangan, dan merangsang perniagaan dan industri. Dengan produksi yang berkembang, akan mendorong lapangan kerja baru dan membawa kebaikan untuk kegiatan perdagangan. Dengan terbukanya lapangan kerja, pendapatan masyarakat akan meningkat dan industri akan lebih berkembang.

Seiring perkembangan dunia bisnis dan perekonomian serta persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis, mengakibatkan seringkali ditemukan kecurangan yang berjauhan dengan nilai-nilai moralitas dan Agama, kerap ditemui kecurangan pada perekonomian. Saat ini banyak ditemui pedagang yang dalam pelaksanaan bisnisnya dipenuhi oleh praktek-praktek mal-bisnis, yang dimaksud praktek mal-bisnis dalam pengertian ini adalah mencakup semua perbuatan bisnis yang tidak baik, jelek, membawa akibat kerugian, maupun melanggar hukum. Oleh karena itu diperlukan adanya etika dalam berbisnis.

Dalam pengelolaan bisnis dibutuhkan manusia yang baik, dimana pengelolaan bisnis secara etik harus menggunakan landasan Norma dan moralitas umum yang berlaku di masyarakat. Penilaian suatu keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh keberhasilan prestasi ekonomi dan financial semata, tetapi keberhasilan itu juga diukur dengan menggunakan tolak ukur

nilai moralitas dan nilai etika yang dilandasi nilai-nilai sosial dan ekonomi serta nilai agama. Adapun etika bisnis itu sendiri adalah aplikasi etika umum yang mengatur dan menilai perilaku bisnis yang berisi Norma moralitas. Sedangkan dalam Islam, etika mengacu pada dua sumber yaitu Qur'an dan Sunnah. Etika dalam Islam menyangkut Norma dan tuntunan atau ajaran yang mengatur sistem kehidupan individu atau lembaga, kelompok, dan masyarakat dalam konteks hubungan dengan Allah dan lingkungan. Di dalam sistem etika Islam ada sistem penilaian atas perbuatan atau perilaku yang bernilai baik dan bernilai buruk.

Bisnis juga memegang peranan penting bagi kehidupan manusia dan bisnis dapat memutar roda perekonomian suatu negara. Kegiatan bisnis sendiri dapat didefinisikan sebagai pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan dan juga harus memberikan manfaat bagi orang-orang yang terlibat dalam kegiatan bisnis tersebut, seperti terciptanya tali persaudaraan, kepedulian sosial dan lain sebagainya. Rasulullah sendiri menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezeki adalah melalui pintu perdagangan. Agama merupakan pedoman manusia dalam kehidupan tidak terkecuali agama Islam sendiri mengatur seluruh kehidupan manusia dari apa yang boleh dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan seseorang tidak terkecuali dalam kegiatan ekonomi dan bisnis. Dalam bisnis yang baik tidak boleh mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Etika bisnis Islam sendiri bersumber dari Al Quran dan Hadis menjadi pedoman dalam bertindak, berperilaku, bersikap, dan untuk memberi larangan apa yang tidak boleh dilakukan dan apa yang boleh dilakukan dalam dunia bisnis. Etika bisnis Islam sendiri diperlukan agar hasil dari kegiatan si pembisnis halal dan di ridhoi oleh Allah SWT serta mewujudkan kesejahteraan di dunia dan di akhirat.

Nabi Muhammad SAW dan para sahabat Rasulullah adalah pebisnis yang reputasinya baik. Rasulullah SAW telah memberikan banyak petunjuk mengenai etika bisnis seperti kejujuran, sikap tolong menolong, tidak

melakukan sumpah palsu, ramah tamah pada semua orang, tidak boleh pura pura menawar dengan harga tinggi, tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, tidak boleh menimbun barang, tidak boleh mencurangi timbangan, tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah, membayar upah karyawan tepat waktu, tidak memonopoli, tidak boleh melakukan bisnis yang berbahaya, komoditas yang dijual adalah barang yang halal, melunasi kredit yang menjadi kewajiban, memberi tenggang waktu kepada penghutang, dan yang terahir adalah kegiatan bisnis yang tidak mengandung unsur riba (Veithzal, Amiur, & Faisar, 2012). Sebagai seorang pembisnis islam haruslah merujuk pada petunjuk Rasulullah SAW dalam berbisnis. Dalam berbisnis pebisnis dilarang mengambil keuntungan dengan menghalalkan segala cara seperti riba, manipulatif, menipu, berbohong dan cara yang tidak terpuji lainnya , disinilah etika bisnis berperan dalam mengendalikan niat, tujuan dan metode yang digunakan dalam berbisnis (H.A Yunus, 2014).

Dalam perekonomian Islam, pasar memiliki kedudukan yang penting. Rasulullah sangat menghargai harga yang adil yang terbentuk di pasar. Karena dalam Islam, nilai-nilai moralitas yang meliputi kejujuran, keadilan dan keterbukaan sangat diperlukan dan menjadi tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Nilai-nilai tersebut merupakan cerminan dari keimanan seorang Muslim kepada Allah. Bahkan Rasulullah pun tidak menyukai transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan nilai-nilai moralitas. Implementasi nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan di pasar harus disadari secara personal oleh setiap pelaku pasar, artinya setiap pedagang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dalam Islam bukan sekedar mencari keuntungan sebesar-besarnya tetapi juga keberkahan.

Pasar di Indonesia pada umumnya terdapat dua jenis, yaitu pasar modern dan pasar tradisional. Warga Indonesia maupun warga asing sering datang ke pasar Modern ataupun pasar Tradisional untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari atau pun mencari barang untuk memenuhi keinginan.

Islam memiliki pondasi utama yang berhubungan dengan dasar-dasar keagamaan, yaitu aspek *akidah* (iman), aspek *syari'ah* (islam), dan aspek *akhlak* (ihsan). Akidah sering disebut sebagai *ruh* bagi kehidupan setiap manusia. Akidah dalam agama maksudnya adalah berkaitan dengan keyakinan bukan perbuatan, seperti percaya dengan adanya Allah dan Rosul.

Aspek *syari'ah* adalah peraturan dan hukum yang berisi perintah dan larangan yang dibebankan oleh Allah kepada manusia. Walaupun hakekatnya syari'at tersebut bersumber dari Allah, namun tidak seperti akidah yang sifatnya konstan dan kekal, syari'ah lebih leluasa dan bisa mengalami interpretasi sesuai dengan perkembangan peradaban manusia. Adapun ekonomi terikat dengan akidah, syariah (hukum) dan moral. Hubungan ekonomi Islam dengan akidah Islam tampak jelas dalam banyak hal, seperti pandangan Islam terhadap alam semesta yang ditundukkan (disediakan) untuk kepentingan manusia. Hubungan ekonomi dengan akidah dan syariah tersebut memungkinkan aktivitas ekonomi dalam Islam menjadi ibadah (Veithzal, Amiur, & Faisar, 2012).

Akhlak yang sering disebut sebagai etika dan *ihsan*, yang berarti baik. Masalah ihsan sangat terkait dengan baik-buruk, indah-jelek. Defenisi ihsan dinyatakan sendiri oleh nabi dalam haditsnya,

الإِحْسَانُ أَنْ تَعْبُدَ اللَّهَ كَأَنَّكَ تَرَاهُ، فَإِنْ لَمْ تَكُنْ تَرَاهُ فَإِنَّهُ يَرَاكَ

“ihsan adalah engkau beribadat kepada Tuhanmu seolah-olah engkau melihatnya sendiri, walaupun engkau tidak melihat-Nya, maka Ia melihatmu”, (HR. Abu Hurairah) (Mianoki, 2014).

Ihsan (akhlak) yang dinyatakan oleh nabi dalam haditsnya tersebut, menunjukkan bahwa akhlak juga memberikan panduan bagaimana orang berperilaku terhadap Allah, dan juga terhadap sesama makhluk lainnya.

Islam adalah agama yang mengatur tentang kehidupan manusia dalam berhubungan baik secara vertikal maupun secara horizontal. Adapun vertikal

yaitu manusia dengan Tuhannya (*hablumminallah*), contoh yaitu melakukan ibadah seperti sholat, puasa, dan membaca al-Qur'an. Hubungan secara horizontal seperti manusia dengan sesama manusia (*hablumminannas*). Islam menekankan adanya moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai moralitas tersebut dalam bisnis merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku bisnis. Bagi seorang muslim, nilai-nilai ini merupakan refleksi dari keimanannya kepada Allah, bahkan Rasulullah memerankan dirinya sebagai *muhtasib*. Beliau menegur langsung transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan nilai-nilai moralitas.

Sangat terbatasnya wawasan kewirausahaan yang berprinsip islami dan ilmiah menjadi penyebab banyaknya penyimpangan-penyimpangan oleh para oknum pelaku bisnis. Padahal, apabila sebagai umat Islam dituntut untuk memeluk agama Islam secara keseluruhan. Karena itulah, seharusnya menganggap berbisnis itu seperti jihad. Dalam catatan Muhammad Taufik Bahauddin Darus pada Jakarta (salam-online.com) beliau mengatakan bahwa, "*Bisnis adalah jalan tol menuju kemakmuran. Kemakmuran adalah kekuatan kedua (setelah akidah Islamiyah) bagi menangnya pertempuran*". (Darus, 2015). Menanggapi hal tersebut, bagi pebisnis yang beragama Islam seharusnya memeluk agama Islam secara total, maka pebisnis akan memiliki pola pikir yang sehat dan baik, sehingga dapat diamankan dalam perjalanan bisnisnya.

Dengan demikian maka dapat diidentifikasi, bahwasanya unsur etika bisnis dapat diinternalisasi kedalam pribadi seseorang. Maka perlu adanya Islamisasi kepribadian pada diri seseorang. Etika merupakan perilaku seseorang yang sangat berkaitan dengan baik dan buruk, dan tentunya setiap manusia memiliki kesempatan besar untuk memilih jalan baik ataupun jalan yang buruk. Dikatakan demikian, karena di dalam tubuh manusia terdapat unsur kebaikan dan keburukan. Apabila seorang manusia berhasil dalam membendung unsur keburukan maka usaha manusia tersebut dapat dikatakan

berhasil, karena bertahan di jalan kebaikan. Di dalam QS. Al-Baqarah ayat 268 telah dijelaskan:

الشَّيْطَانُ يَعِدُكُمُ الْفَقْرَ وَيَأْمُرُكُم بِالْفَحْشَاءِ وَاللَّهُ يَعِدُكُم مَّغْفِرَةً مِنْهُ وَفَضْلًا وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

“Setan menjanjikan (menakut-nakuti) kamu dengan kemiskinan dan menyuruh kamu berbuat kejahatan (kikir), sedang Allah menjanjikan untukmu ampunan daripada-Nya dan karunia” (Qur'an Karim dan Terjemahan Artinya, 2004).

Untuk itu, seorang pebisnis harus memiliki sikap optimis dalam perjalanan bisnisnya, mencari sumber-sumber bahan produksi dari hal yang baik, mempunyai lokasi produksi di tempat yang sesuai, memiliki sistem pengelolaan bisnis yang profesional, menjadikan tenaga kerja sebagai seorang partner bisnis, dan memasarkan hasil produksi bisnisnya dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Di era global sekarang ini banyak kasus dimana sebuah perusahaan 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 Undang Undang tentang Ketenagakerjaan. Dalam kasus ini perusahaan dapat dikatakan melanggar prinsip kepatuhan terhadap hukum (Elistia, 2013)

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti dampak etika bisnis Islam yang diterapkan terhadap perkembangan perusahaan. Dengan melihat sejauh mana konsep keesaan (tauhid), keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan *ishan* yang diterapkan pada perusahaan sehingga perusahaan dapat berkembang lebih baik lagi dan dapat bersaing di era global seperti pada saat ini. Selain itu, alasan penelitian ini dilakukan pada De' Halal Mart Yogyakarta karena pada dasarnya pusat perbelanjaan tersebut baru saja beroperasi, sehingga peneliti tertarik meneliti bagaimana penerapan etika bisnis pada pusat perbelanjaan tersebut. Ditambah dengan adanya komplain dari

konsumen mengenai beberapa produk yang belum berlabelkan halal mengingat nama perusahaan sendiri adalah De' Halal Mart.

Peneliti memilih De Halal Mart sebagai objek penelitian karena pada masa sekarang masyarakat sudah banyak yang sadar tentang pentingnya halal dan prinsip Islam (Republika, 2017). Konsep operasional pada perusahaan masih tergolong biasa saja, peneliti ingin mengetahui seberapa jauh perusahaan menerapkan nilai-nilai Islam dalam operasionalnya. Apabila pada perusahaan masih belum diterapkannya nilai-nilai islami peneliti ingin merekomendasikan karya tulisnya sebagai acuan berdasarkan penelitian sebelumnya. Solusi yang sebaiknya diberikan kepada perusahaan adalah memakai etika bisnis Islam sepenuhnya mengingat De Halal Mart adalah salah satu super market besar dengan brand syariah yang di Yogyakarta sehingga harus benar-benar menerapkan sistem etika bisnis secara Islami.

Berdasarkan latar belakang dan beberapa alasan dalam penelitian tersebut, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian skripsi dengan judul **“Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis (Studi: De' Halal Mart Yogyakarta)”**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka pokok masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada De' Halal Mart Yogyakarta?
2. Bagaimana dampak penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis pada De' Halal Mart Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan secara komperhensif tentang penerapan etika bisnis Islam pada De' Halal Mart Yogyakarta
2. Mendeskripsikan dan menganalisis dampak dari penerapan etika bisnis Islam yang digunakan oleh De' Halal Mart Yogyakarta terhadap kemajuan bisnis perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini secara umum diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis dan Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dan referensi bagi mereka yang ingin melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai penerapan etika bisnis pada suatu perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dan meningkatkan pengetahuan akan dampak dari implementasi etika bisnis islam pada suatu perusahaan.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan referensi bagi perusahaan dalam memperhitungkan dampak dari penerapan etika bisnis yang di terapkan pada perusahaannya.

2. Bagi Pemerintah Terkait

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sumbangan konsep khususnya bagi pemerintah terkait dalam sosialisasi penerapan etika bisnis Islam yang baik dalam suatu perusahaan. Dan diharapkan di kemudian hari semakin banyak perusahaan yang menerapkan etika bisnis Islam pada perusahaannya.

3. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan acuan dan masukan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan guna meningkatkan kinerja perusahaan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu BAB I Pendahuluan yang berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka dan sistematika penulisan. Pembahasan selanjutnya yaitu BAB II Landasan Teori dimana bab ini penulis mendiskripsikan secara komprehensif mengenai etika dan bisnis, etika bisnis dalam Islam. Dan menguraikan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, seperti jual beli yang dilarang dalam islam, syarat-syarat jual beli, aspek-aspek etika bisnis islam yang harus menjadi dasar dalam melakukan praktik bisnis jual beli. Pembahasan selanjutnya memasuki BAB III Metodologi Penelitian pada bab ini peneliti akan menguraikan tentang desain penelitian, lokasi dan waktu pelaksanaan penelitian, objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. Masuk pada pembahasan BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan yang membahas mengenai analisis menyeluruh atas penelitian yang dilakukan, peneliti akan mencoba menguraikan data yang didapat dari hasil wawancara kepada manajer De' Halal Mart Yogyakarta. Pada bagian terakhir adalah BAB V Penutup yang merupakan bagian akhir dari penulisan penelitian ini. Pada bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian. Selain itu juga berisi saran yang berasal dari penulis yang ditujukan kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan objek dan tujuan penelitian serta analisis yang telah dilakukan oleh peneliti.