

DAMPAK PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA KEMAJUAN BISNIS (Studi: De' Halal Mart Yogyakarta)

Nurin Fajrina

Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Email: nurinbayu@gmail.com

Abstrak

Etika bisnis Islam merupakan norma etika berbasis Al-Qur`an dan Hadits yang harus dijadikan sebagai pedoman hidup oleh para pebisnis. Namun nyatanya, banyak oknum pebisnis yang melakukan kecurangan sehingga keluar dari norma etika bisnis Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis secara komperhensif serta tuntas tentang penerapan etika bisnis yang diterapkan oleh perusahaan bisnis dibidang supermarket. Kemudian dilanjutkan dengan mendeskripsikan dampak yang didapatkan perusahaan setelah menerapkan prinsip etika bisnis Islam. Faktor yang digunakan untuk menganalisis dampak penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis perusahaan adalah implikasi sistem etika bisnis Islam yaitu tauhid, kehendak bebas, keseimbangan, tanggung jawab, dan kebajikan. Kemudian faktor tersebut digunakan untuk menganalisis beberapa aspek yang penulis harapkan dapat menjadi parameter aspek kemajuan bisnis pada sebuah perusahaan. Beberapa aspek tersebut antara lain pemasaran, manajemen dan SDM, hukum dan sosial. Jenis penelitian yang akan digunakan penulis adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dan skunder. Data primer didapatkan melalui metode wawancara atau bersumber langsung dari *owner*, sedangkan data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian, yaitu dari pihak lain yang mempunyai informasi data yang diperlukan dan berhubungan dengan objek penelitian. Metode analisis data dilakukan dengan metode analisis deskriptif peneliti mencoba untuk mendeskriptifkan informasi apa adanya sesuai dengan variabel-variabel yang akan diteliti.

Kata Kunci: Dampak, Etika, Kemajuan, Bisnis Islam

PENDAHULUAN

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.

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).

Akhlaq 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 فَابْتِهَ بِرَاكَ

“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.

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)”

KERANGKA TEORI

Pengertian Etika Bisnis Islam

Dalam KBBI Daring, etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Menurut Rafik Issa Beekun, etika didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk (Beekun, 2004, p. 3). Etika di dalam Islam mengacu pada dua sumber (Al-Qur'an dan As-Sunnah) yang merupakan pusat sumber ajaran yang membimbing segala aspek perilaku Muslim dalam menjalankan ibadah dan aktivitas (Muslich, 2010, p. 20).

Sedangkan, bisnis dalam KBBI Daring, diartikan sebagai usaha komersial dalam dunia perdagangan; bidang usaha; usaha dagang. Kata 'bisnis' dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata '*business*' dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit/keuntungan. Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. (Aziz, 2013, p. 28).

Kebaikan, kesuksesan dan kemajuan suatu bisnis tergantung pada kesungguhan dan ketekunan kerja seorang pelaku bisnis. Al-Qur'an mencela dan melarang dengan keras segala bentuk praktik ketidakadilan dalam berbisnis dan menganggap bahwasanya bisnis adalah tindakan yang halal dan dibolehkan, baik dan sangat menguntungkan secara individu maupun masyarakat. Perdagangan yang jujur dan *fair* sangat dihargai, direkomendasikan dan dianjurkan oleh Al-Qur'an (Ahmad, 2001, pp. 15-18).

Etika bisnis diartikan sebagai pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi/sosial, dan pengetrapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis. Dalam pegetrapan etika bisnis,

bisnis mesti mempertimbangkan unsur norma dan moralitas yang berlaku di masyarakat (Arijanto, 2010, p. 7). Dengan demikian, Etika Bisnis Islam adalah ilmu yang berkaitan dengan usaha mencari keuntungan yang didasarkan pada aturan dan prinsip Islam.

Prinsip Etika Bisnis Islam

Menurut Beekun (2004), dalam pelaksanaan etika bisnis ada beberapa prinsip yang harus dianut oleh pelaku bisnis yaitu:

a. Keesaan/Kesatuan (Tauhid)

Keesaan, seperti dicerminkan dalam konsep *tawhid*, merupakan dimensi vertikal Islam. Konsep keesaan menggabungkan ke dalam sifat homogen semua aspek yang berbeda-beda dalam kehidupan seorang Muslim: ekonomi, politik, agama, dan masyarakat, serta menekankan gagasan mengenai konsistensi dan keteraturan. Konsep keesaan memiliki pengaruh yang paling mendalam terhadap diri seorang pengusaha Muslim, sehingga tidak akan:

- 1) Berbuat diskriminatif terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapa pun pemegang saham perusahaan atas dasar ras, warna kulit, jenis kelamin, ataupun agama. Hal ini sesuai dengan tujuan Allah SWT untuk menciptakan manusia:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

"*Hai manusia! Sesungguhnya telah kami ciptakan kalian sebagai laki-laki dan perempuan, dan membuat kalian berbangsa-bangsa dan bersuku-suku, agar kalian saling mengenal satu sama lain. ...*" (QS. Al-Hujurat [49]: 13)

- 2) Dapat dipaksa untuk berbuat tidak etis, karena hanya takut dan cinta kepada Allah SWT, selalu mengikuti aturan perilaku yang sama di mana pun apakah itu di masjid, di dunia kerja atau aspek apa pun dalam kehidupannya.

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

"*Katakanlah: Sesungguhnya ibadahku, pengorbananku, hidupku, dan matiku semua adalah demi Allah SWT, Penguasa Alam Semesta*" (QS. Al-An'am [6]: 162)

- 3) Menimbun kekayaannya dengan penuh keserakahan, karena sadar bahwa semua harta dunia bersifat sementara, harus dipergunakan secara

bijaksana. Tindakan seorang Muslim tidak semata dituntun oleh keuntungan dan menyadari bahwa:

الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْبَاقِيَاتُ الصَّالِحَاتُ خَيْرٌ عِندَ رَبِّكَ
ثَوَابًا وَخَيْرٌ أَمَلًا

“Harta dan anak adalah perhiasan kehidupan di dunia; namun amalan-amalan yang kekal dan saleh adalah lebih baik pahalanya di mata Allah SWT, dan lebih baik sebagai landasan harapan-harapan” (QS. Al-Kahfi [18]: 46) (Beekun, 2004, pp. 33-36).

b. Keseimbangan/Keadilan

Keseimbangan atau *'adl* menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Untuk menjaga keseimbangan antara mereka yang mempunyai dan mereka yang tak mempunyai, Allah SWT menekankan arti penting sikap saling memberi dan mengutuk tindakan mengkonsumsi yang berlebih-lebihan:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
الْمُحْسِنِينَ

“Dan belanjakanlah harta bendamu di jalan Allah SWT. Dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan; dan berbuat baiklah karena sesungguhnya Allah SWT menyukai orang-orang yang berbuat baik” (QS. Al-Baqarah [2]: 195)

Prinsip keseimbangan atau kesetaraan berlaku baik secara harfiah maupun kias dalam dunia bisnis. Allah SWT memperingatkan untuk:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا
“Sempurnakanlah takaranmu apabila kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar: itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya” (QS. Al-Isra' [17]: 35)

Sangat menarik untuk mengetahui bahwa makna lain kata *'adl* adalah keadilan dan kesetaraan. Seperti yang dapat kita lihat pada ayat di atas, sebuah transaksi yang seimbang adalah juga setara dan adil. Al-Qur'an mempergunakan istilah *'adl* dalam pengertian ini. Secara keseluruhan, Islam sebenarnya tidak ingin menciptakan sebuah masyarakat pedagang-syahid, yang berbisnis semata demi alasan kedermawanan. Sebaliknya, Islam ingin mengekang kecenderungan sikap serakah manusia dan kecintaannya untuk memiliki barang-barang. Sebagai akibatnya, sikap kikir maupun boros dikutuk baik dalam Al-Qur'an maupun Hadist (Beekun, 2004, pp. 36-38).

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

"*Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa*" (QS. Al-Maidah [5]: 8) (Aziz, 2013, p. 46).

c. Kehendak Bebas (*Ikhtiar/Free Will*)

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberi kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, memilih apa pun jalan hidup yang ia inginkan dan yang paling penting untuk bertindak berdasarkan aturan yang ia pilih. Berdasarkan konsep kehendak bebas, manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya/mengingkarinya. Seorang Muslim, yang telah menyerahkan hidupnya pada kehendak Allah SWT, akan menepati semua kontrak yang telah dibuatnya.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۗ

"*Hai orang-orang yang beriman! Penuhilah semua perjanjian itu...*" (QS. Al-Maidah [5]: 1)

Penting untuk dicatat bahwa Allah SWT memerintahkan ayat di atas secara eksplisit kepada kaum Muslim. Sebagaimana dikemukakan oleh Yusuf 'Ali, kata *'uqud* adalah sebuah konstruksi multidimensional. Kata tersebut mengandung arti (a) kewajiban suci yang muncul dari kodrat spiritual dan hubungan kita dengan Allah SWT, (b) kewajiban sosial kita seperti misalnya dalam perjanjian perkawinan (c) kewajiban politik kita seperti misalnya perjanjian hukum, dan (d) kewajiban bisnis kita seperti misalnya kontrak formal mengenai tugas-tugas tertentu yang harus dilakukan ataupun kontrak tak tertulis mengenai perlakuan layak yang harus diberikan kepada para pekerja. Kaum Muslim harus mengekang kehendak bebasnya untuk bertindak

berdasarkan aturan moral seperti yang telah digariskan Allah SWT (Beekun, 2004, pp. 38-39).

d. Tanggung Jawab

Untuk memenuhi konsep keadilan dan kesatuan seperti yang kita lihat dalam ciptaan Allah SWT, manusia harus bertanggung jawab terhadap segala tindakannya. Allah SWT menekankan konsep tanggung jawab moral tindakan seseorang:

مَنْ يَعْمَلْ سُوءًا يُجْزَ بِهِ وَلَا يَجِدْ لَهُ مِنْ دُونِ اللَّهِ وَلِيًّا وَلَا نَصِيرًا (١٢٣)
وَمَنْ يَعْمَلْ مِنَ الصَّالِحَاتِ مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَأُولَٰئِكَ يَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ
وَلَا يُظَلَّمُونَ فِيهَا (١٢٤)

“... . Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan, niscaya akan diberi pembalasan dengan kejahatan itu dan ia tidak mendapat pelindung dan tidak (pula) penolong baginya selain dari Allah. (123) Barangsiapa yang mengerjakan amal-amal saleh, baik laki-laki maupun wanita sedang ia orang yang beriman, Maka mereka itu masuk ke dalam surga dan mereka tidak dianiaya walau sedikitpun. (124)” (An-Nisa’ 123-124)

Islam adalah agama yang adil: seseorang tidak bertanggung jawab terhadap tindakannya jika (a) ia belum mencapai usia dewasa, (b) ia sakit jiwa, atau (c) ia berbuat sesuatu ketika sedang tidur (Beekun, 2004, p. 40). Jika seorang pengusaha Muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri. Berkaitan dengan hal ini, Allah berfirman:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.”
(QS. Al-Mudassir [74]: 38)

Karenanya, konsep ini bertalian erat dengan konsep kesatuan, keseimbangan dan kehendak bebas. Semua kewajiban harus dihargai kecuali jika secara moral salah. Sekali seorang Muslim mengucapkan janjinya atau terlibat dalam sebuah perjanjian yang sah, maka ia harus menepatinya.

Rasulullah SAW (semoga rahmat terlimpah kepadanya) berkata, “Tanda-tanda orang munafik ada tiga: (1) apabila berkata, ia berdusta, (2) apabila berjanji, tidak dipenuhi dan (3) bila diberi diamanati, ia berkhianat” (Abu Hurayrah, Sahih al Bukhari, hadist no. 1.32) (Beekun, 2004, pp. 41-43).

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya (Aziz, 2013, p. 46).

e. Kebajikan dan Kejujuran (Ihsan)

Kebajikan (*ihsan*) atau kebaikan terhadap orang lain didefinisikan sebagai "tindakan yang menguntungkan orang lain lebih dibanding orang yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apa pun". Kebaikan sangat didorong di dalam Islam. Rasulullah SAW dinyatakan pernah berkata:

"Penghuni surga terdiri dari tiga kelompok: yang pertama adalah mereka yang memiliki kekuasaan dan bertindak lurus dan adil; yang kedua adalah mereka yang jujur dan diberi kelebihan kekuasaan untuk berbuat hal-hal yang baik; dan mereka yang berhati pemurah dan suka menolong keluarganya serta setiap Muslim yang saleh, dan yang ketiga adalah mereka yang tidak mengulurkan tangannya meskipun memiliki banyak keluarga yang harus dibantu" (Iyad Ibn Himar, Sahih Muslim, hadist no. 6853)

Menurut Al Ghazzali, terdapat enam bentuk kebajikan:

- 1) Jika seseorang membutuhkan sesuatu, maka orang lain harus memberikannya, dengan mengambil keuntungan yang sesedikit mungkin. Jika sang pemberi melupakan keuntungannya, maka hal tersebut akan lebih baik baginya.
- 2) Jika seseorang membeli sesuatu dari orang miskin, akan lebih baik untuk kehilangan sedikit uang dengan membayarnya lebih dari harga yang sebenarnya. Tindakan seperti ini akan memberikan akibat yang mulia, dan tindakan yang sebaliknya cenderung akan memberikan hasil yang juga berlawanan.
- 3) Dalam mengabdikan hak pembayaran dan pinjaman, seseorang harus bertindak secara bijaksana dengan memberi waktu yang lebih banyak kepada sang peminjam untuk membayar hutangnya, dan jika diperlukan,

seseorang harus membuat pengurangan pinjaman untuk meringankan beban sang peminjam.

- 4) Sudah sepantasnya bahwa mereka yang ingin mengembalikan barang-barang yang telah dibeli seharusnya diperbolehkan untuk melakukannya demi kebajikan.
- 5) Merupakan tindakan yang sangat baik bagi sang peminjam jika mereka membayar hutangnya tanpa harus diminta, dan jika mungkin jauh-jauh hari sebelum jatuh waktu pembayarannya.
- 6) Ketika menjual barang secara kredit seseorang harus cukup bermurah hati, tidak memaksa ketika orang tidak mampu membayar dalam waktu yang ditetapkan (Beekun, 2004, pp. 43-44).

Kebenaran dalam konteks ini mengandung dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya menetapkan keuntungan. Dengan kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku mencegah terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi (Aziz, 2013, pp. 46-47).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian studi kasus dengan menggunakan metode kualitatif yang berbentuk deskriptif. Indikator dalam penelitian ini adalah prinsip etika bisnis Islam yang meliputi 5 prinsip menurut Beekun (2004). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara langsung dan dokumentasi. Jenis penelitian ini dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Muhammad, 2009). Karena penelitian ini menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana mestinya.

PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan di De' Halal Mart penulis mendapat hasil bahwa penerapan etika bisnis Islam telah diterapkan pada De' Halal Mart. Untuk lebih jelasnya penulis akan menjabarkan sebagai berikut :

1. Penerapan Etika Tauhid

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa supermarket De' Halal Mart telah menerapkan etika tauhid pada sistem perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari adanya jam istirahat pada saat waktu shalat. Hal ini menunjukkan bahwa De' halal Mart tetap menomer satukan Allah diatas segalanya. Selain itu De' Halla Mart juga memberikan 25% dari keuntungan bersihnya untuk kegiatan sosial dan diberikan kepada orang yang berhak mendapatkan.

Menurut hasil observasi penulis, kualitas produk dan proses produksi yang amat sangat dijaga serta kualitas kerja SDM pun juga amat dijaga. Dan tentunya unsur-unsur ke Islaman pada perusahaan sangat diutamakan ditandai dengan kegiatan pengajian dan *briefing* sebelum melaksanakan kegiatan penjualan (Toro, 2017).

2. Penerapan Etika Keseimbangan

De' Halal Mart telah menerapkan etika keseimbangan pada perusahaan, dimana maksud dari keseimbangan adalah tidak mementingkan diri sendiri tetapi juga mementingkan kepuasan orang lain. Dengan terciptanya keseimbangan antara penjual dan pembeli maka terjadilah sosialisasi yang baik. Yang mana tidak merugikan kedua belah pihak. Hal tersebut dapat dilihat dari kualitas produksi dan distribusi yang dilakukan oleh perusahaan. Baiknya kualitas produksi dan distribusi bertujuan untuk melayani kebutuhan konsumen serta memberikan produk yang terbaik bagi konsumen.

Singkatnya konsep keadilan ini adalah ketika perusahaan memberikan produk yang terbaik bagi konsumen maka konsumen juga akan memberikan loyalitas yang terbaik bagi perusahaan, ssehingga dari kedua nya baik perusahaan maupun konsumen terjalin sosialisasi yang baik diantara keduanya (Toro, 2017).

3. Penerapan Kehendak Bebas

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa supermarket De' Halal Mart telah menerapkan etika kehendak bebas pada sistem perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari De' Halal Mart memiliki standar produk tersendiri dibanding dengan perusahaan lain. Serta dilihat dari pemilihan kualitas barang yang akan diperjualkan pada perusahaan. Produk yang akan dipasarkan adalah produk yang sudah jelas kehalalannya dan sudah lulus uji Depkes, sehingga konsumen tidak perlu khawatir mengenai kualitas dan tingkat kehalalan produk-produk yang dijual di De' Halal Mart (Toro, 2017).

Menurut hasil wawancara dengan manajer De' Halal Mart, De' Halal Mart memiliki peraturan tersendiri untuk UMKM yang ingin menitipkan barang dagangnya pada De' Halal Mart. Salah satunya adalah label halal yang harus ada pada setiap kemasan. Hal ini didukung dengan hasil observasi penulis yang terjun langsung dan melihat semua barang UMKM yang disediakan sudah berlabelkan halal.

4. Penerapan Tanggung Jawab

Menurut Beekun tanggung jawab sendiri adalah sebuah keharusan bagi manusia untuk diperhitungkan semua tindakanya (Beekun, 2004). Prinsip tanggung jawab berkaitan erat dengan prinsip tauhid, keseimbangan dan kehendak bebas. Semua kewajiban perlu dihargai kecuali jika secara moral salah. Seseorang tidak dapat menyalahkan seseorang atas tindakanya sendiri tetapi ia harus memikul tanggungjawab tertinggi atas tindakanya sendiri (Muhammad, 2004).

Penerapan etika tanggung jawab juga dilakukan perusahaan dengan cara membuat sertifikasi perusahaan agar berbadan hukum. Perusahaan yang telah tersertifikasi atau telah berbadan hukum menunjukkan bahwa perusahaan tersebut benar-benar serius mendirikan perusahaan sebagai upaya tanggung jawab kepada konsumen (Toro, 2017).

5. Penerapan Etika Kebenaran

Pada perusahaan diterapkan dengan tidak berbohong, tidak menutup-nutupi cacat dari produk, tidak memanipulasi produk yang dijual, tidak melakukan kecurangan dalam berbisnis, memberikan semua informasi mengenai detail barang yang dijual. Sebagai contoh, memberikan penjelasan syarat dan ketentuan dalam transaksi *delivery order* kepada pelanggan di awal mula akan dilakukannya transaksi. Kejujuran sendiri merupakan prinsip esensial dalam berbisnis (Toro, 2017).

Di dalam konsep kebajikan (*ihsan*) mempunyai pengertian bahwa suatu tindakan yang memberikan manfaat lebih terhadap orang lain, tidak mengecewakan, dan menimbulkan mudharat bagi orang lain tersebut. Dari keempat etika yang telah diterapkan perusahaan di atas telah menunjukkan bahwa perusahaan telah benar-benar memberikan manfaat bagi berbagai aspek ekonomi, tidak mengecewakan, serta tidak menimbulkan mudharat bagi semua aspek terhadap lingkungan sekitar (Toro, 2017).

Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Kemajuan Bisnis pada De' Halal Mart Yogyakarta

Adapun dampak dari penerapan etika bisnis pada De' Halal Mart terhadap kemajuan bisnis perusahaan adalah sebagai berikut dilihat dari aspek kelayakan bisnis (Umar, 2003):

1. Aspek Pemasaran

De' Halal Mart melakukan pemasaran dengan dua cara, yang pertama konsumen datang langsung dan bebas memilih barang atau produk yang diinginkan atau yang kedua dengan cara *delivery order*, konsumen hanya perlu menghubungi pihak De' Halal Mart dan memberikan daftar barang yang diinginkan. Untuk sistem *delivery order* tersebut pihak perusahaan tidak menggunakan pihak ke tiga untuk dijadikan jasa antar, akad persetujuannya pun dijelaskan didepan untuk mengurangi kesalahpahaman pada saat pengantaran barang ke alamat (Toro, 2017).

a. Produk

Produk unggulan yang ditawarkan oleh De' Halal Mart adalah produk UMKM lokal, selain harganya yang terjangkau produk tersebut membantu mengangkat ekonomi rakyat kecil yang memiliki usaha rumahan. Sehingga dalam hal ini produk usaha rumahan yang berada di De' Halal Mart belum banyak memenuhi aspek-aspek produk berstandar global dari sisi pengemasan, pengawasan produksi, dan finishing produk.

Selain produk UMKM lokal, De' Halal Mart juga tidak secara khusus mendiferensiasikan penyediaan barang kebutuhan sehari-hari seperti sabun, shampo, kebutuhan dapur dan kebutuhan rumah tangga lainnya dengan supermarket/swalayan lainnya sehingga belum cukup dikatakan dapat bersaing secara global (Toro, 2017).

b. Harga

De' Halal Mart mematok harga yang cukup tinggi dibandingkan dengan supermarket lain, dikarenakan 25% keuntungan bersih dari penjualan produk diberikan kepada yang berhak mendapatkan. Sedangkan sisa dari keuntungannya masuk ke perusahaan. Kebijakan dan keputusan penetapan harga tersebut tentunya belum cukup untuk menarik minat bisnis atau transaksi global yang cenderung sejalan dengan logika mencari keuntungan sebesar-besarnya dengan pengeluaran yang seminimal mungkin.

c. Promosi

De' Halal Mart melakukan promosi dengan menggunakan beberapa media. Diantaranya De' Halal Mart menggunakan media cetak untuk membantu mempromosikan supermarketnya yang masih tergolong baru. De' Halal Mart juga menggunakan sosial media untuk mempromosikan perusahaannya lewat internet. Dan juga memasang pamflet dan baliho di jalan. Berdasarkan observasi penulis, aktivitas promosi yang dijalankan oleh De' Halal Mart belum cukup agresif untuk mengekspansi pasar global dimana dalam cakupan lokal dan nasional juga masih belum terpenuhi secara maksimal.

4.1 Aspek Teknik & Produksi

a. Lokasi Usaha

Lokasi atau tempat berdirinya supermarket De' Halal Mart cukup strategis. Bertempat dipinggir jalan raya Jl. Kaliurang KM. 9. Penempatan lokasi yang strategis memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk berbelanja di De' Halal Mart. Namun tetap ada pesaing dari supermarket lain yang juga membuka usahanya di dekat lokasi De' Halal Mart tersebut. Sehingga dari segi keunggulan kompetitif untuk bersaing dengan supermarket yang lebih stabil secara global memerlukan strategi penempatan yang lebih baik.

b. Tenaga Kerja

De' Halal Mart memiliki 24 pegawai tetap, dimana dibagi menjadi dua bagian, yaitu bagian *Office* 6 orang dan dibagian toko 18 orang. Masing-masing karyawan memiliki tugas yang telah dibagi-bagi di awal kontrak kerja. Pada posisi toko (pramuniaga) karyawan dibagi menjadi 2 *shift*, *shift* pagi dan siang. Dalam keadaan tertentu sering dibuat *shift middle* apabila keadaan toko tidak memungkinkan bila dikerjakan hanya dengan 2 *shift* saja. Jumlah pegawai yang terhitung masih cukup minimalis dengan visi pekerjaan yang siap mendunia tentunya belum memenuhi standar untuk mengembangkan bisnis yang siap secara global.

2. Aspek Hukum

Perusahaan mendapatkan kepercayaan dari berbagai kalangan termasuk dukungan pemerintah daerah maupun pusat. Maka daripada itu perusahaan berhasil terdaftar di beberapa badan hukum sebagai standar perusahaan yang baik. Hal ini terbukti dengan adanya surat izin yang dimiliki oleh perusahaan berupa surat izin membuka dan mengelola usahanya. Untuk perizinan

lokasi pun tidak diragukan karena tanah dan bangunan yang digunakan untuk usaha adalah tanah milik pemilik De' Halal Mart sendiri (Toro, 2017).

Hal tersebut membantu perusahaan dalam bersaing di era globalisasi. Dengan lisensi yang resmi dan sudah mendapatkan izin beroperasi maka konsumen akan semakin mempercayakan De' Halal Mart sebagai pilihan untuk berbelanja.

3. Aspek Sosial

Dengan adanya penerapan etika bisnis Islam, perusahaan mampu memberikan banyak sekali kontribusi untuk aspek sosial. Hal tersebut dapat dilihat dari perusahaan telah rutin menyisihkan pendapatan yang nantinya disalurkan untuk shodaqah maupun bakti sosial. Dengan berdirinya supermarket De' Halal Mart membawa pengaruh positif dan dapat meningkatkan mutu hidup masyarakat setempat. Hal ini terjadi dikarenakan De' Halal Mart membuka kajian rutin yang dapat dihadiri oleh masyarakat umum. De' Halal Mart menghadirkan Ustadz untuk mengisi kajian tersebut.

Dengan omzet yang tidak sedikit, De' Halal Mart mampu beberapa kali menjadi sponsor dalam suatu kegiatan bakti sosial, seperti salah satunya menjadi sponsor dari kegiatan bakti sosial yang dilakukan oleh warga Gunung Kidul. Dan membantu event yang diselenggarakan oleh warga Kulon Progo. Frekuensi aktivitas sosial yang masih tergolong lokal mengindikasikan bahwa cakupan dari De' Halal Mart belum terbukti secara global.

Omzet yang diperoleh setiap bulannya tidaklah stabil, manajer De' Halal Mart menyatakan bahwa omzet perusahaan yang diperoleh terbilang fluktuatif. Tergantung situasi dan kondisi. Misalkan sedang lebaran kebutuhan pahan pangan

konsumen meningkat sehingga omzet ikut meningkat. Rata-rata perolehan omzet pada De' Halal Mart sebesar 300 juta per bulannya (Toro, 2017).

KESIMPULAN

Hasil penelitian dan analisis dampak penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan supermarket De' Halal Mart Yogyakarta didapatkan kesimpulan bahwa dari segi penerapan etika bisnis Islam telah diterapkan dengan baik pada perusahaan maka perusahaan bisnis tersebut sudah sesuai dengan prinsip Islam dan telah menerapkan etika bisnis Islam pada setiap proses kegiatan.

Hal tersebut didukung dari hasil analisis terhadap beberapa aspek yaitu aspek pemasaran, manajemen dan SDM, hukum, sosial. Dapat diambil kesimpulan bahwa perusahaan tersebut layak dan dapat dilanjutkan, karena dari seluruh aspek yang dianalisis perusahaan dapat menjalankan seluruh aspek tersebut dengan baik dan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Khususnya dari aspek sosial, perusahaan mengedepankan kemaslahatan umat dan orang yang kurang mampu.

Selebihnya fokus dari produk yang di jual pada De' Halal Mart semuanya sudah berlabel halal dan sudah lulus uji kesehatan, sehingga tidak diragukan lagi De' Halal Mart mampu menjadi pesaing untuk supermarket lain yang tidak menggunakan brand islami pada supermarketnya.

Dengan sistem dan konsep keislaman yang di gunakan oleh perusahaan, maka De' Halal Mart bisa dikatakan memberikan dampak positif bagi perusahaan tetapi belum dapat digunakan secara maksimal untuk bersaing di era globalisasi.

Daftar Pustaka

- (2004). *Qur'an Karim dan Terjemahan Artinya*. UII Press.
- Abidin, S. Z. (2004). *Kebijakan Publik*. Jakarta: Penerbit Pancur Siwah.
- Amalia, F. (2012). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Bazar Madinah Depok.
- Amstrong, P. K. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Asri, M. (1986). *Manajemen Perusahaan, Pendekatan Operasional*. Yogyakarta: BPFE.
- Aziz, J. A. (2004). Riba dan Etika Bisnis Islam (Telaah atas Konsep Riba 'Kontemporer' Muhammad Syahrur).
- Baidowi, A. (2011). *Etika Bisnis Perspektif Islam*.
- Bani, A., Titin, S., & Zaini, A. (2016). Bani Alanisis Etika Bisnis Menurut Al-Ghazali terhadap Pedagang Beras di Pasar Leuwi Panjang. *jurnal Universitas Islam Bandung*, vol 2 no 1.
- Beekun, R. I. (2004). *Etika Bisnis Islami*. yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Budiman, G. (2013, april 2). *autobild*. Dipetik Oktober 21, 2016, dari autobild.co.id: <http://m.autobild.co.id/read/2013/04/02/7185/30/12/Kenali-13-Trik-Pedagang-Nakal> diakses pada Rabu 12 Oktober 2016 pukul 15:34
- Darmawati. (2012). Perilaku jual Beli di Kalangan Pedagang Kaki Lima dalam Prespektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Buah Buahan di Kota Samarinda). *FENOMENA*, vol IV no 2.

- Darus, M. T. (2015). *Bisnis Islam itu Jihad: Diperlukan "Islamisasi Ilmu"*. Redaksi Salam-Online.
- Elistia. (2013, Oktober). *Etika dan Komunikasi Bisnis*. Dipetik Juli 23, 2017, dari esaunggul.ac.id: <http://elistia.weblog.esaunggul.ac.id/etika-dan-komunikasi-bisnis/>
- Emawati. (2007). Analisis Kelayakan Finansial Industri Tahu (Studi Kasus: Usaha Dagang Tahu Bintaro, Kabupaten Tangerang, Profinsi Banten).
- H.A Yunus. (2014). Peranan Filsafat Ekonomi dan Etika Bisnis dalam Mengembangkan Kwirausahaan Berbasis Etika. *Al-Akhbar*, Vol 7 no 3 .
- Hidayatulloh, H. (2012). Etika Bisnis Dalam Prespektif Al Qur'an: Upaya Membangun Bisnis Yang Islami Untuk Menghadapi Tantangan Bisnis Di Masa Depan.
- Iskandar. (2007). Peranan Etika Bisnis dalam Pengembangan Akhlak Mulia.
- Johan, A. (2009). *Etika bisnis islami*. Semarang: Walisongo press.
- Ligaya, S. (2015). *Etika Bisnis Mahasiswa (Study Kasus pada Mahaiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2011 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)*. Semarang: UIN Safitri Ligaya, 2015, Etika Bisnis Mahasiswa (Study Kasus pada MahaisUIN Walisongo Semarang).
- Mianoki, D. A. (2014, September 4). *Mari Berbuat Ihsan*. Dipetik Oktober 28, 2017, dari Kesehatanmuslim.com: <https://kesehatanmuslim.com/mari-berbuat-ihsan/>
- Muhammad. (2004). *Etika BisnisIslam*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.

- olx.co.id.* (t.thn.). Dipetik November 21, 2016, dari *olx.co.id*:
<http://olx.co.id/mobil/bekas/yogyakarta-di/>
- Raditya. (2015). *OTO Bursa TVRI, Surga Bagi Para Peminat Mobil Bekas di Yogyakarta*. Yogyakarta: Ototainment.
- Republika. (2017, Oktober 23). *Kesadaran Masyarakat Dunia Konsumsi Makanan Halal Meningkat*. Dipetik 11 4, 2017, dari *Republika.co.id*:
https://www.google.co.id/ampm.republika.co.id/amp_version/n8hgzu
- Rivai, V., Nuruddin, A., & Arfa, F. A. (2012). Implementasi Etika Bisnis Perspektif Islam. *Portal Garuda*, 1.
- Rodhiyah. (2011). Etika Bisnis dan Keadilan Konsumen.
- Rofiah, K. (2014). Urgensi Etika di Dalam Sistem Bisnis Islam.
- Sianipar, A. (2010, Oktober 2). *Mengukur Pertumbuhan Bisnis*. Dipetik Oktober 27, 2017, dari *andrysianipar.com*:
<http://andrysianipar.com/2010/10/mengukur-pertumbuhan-bisnis/>
- Soebroto, T. (1979). *Pengantar Teknik Berusaha*. Semarang: Dhanarta.
- Sri, N. (2010). Etika Bisnis dalam Prespektif Islam. *Fokus Ekonomi*, 50-58.
- Suwarno, H. &. (2000). *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta: UPP. AMP YKPN.
- Toro. (2017, Agustus 25). Manajer De' Halal Mart. (F. Nurin, Pewawancara)
- Umar, H. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komperhensif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Veithzal, R., Amiur, N., & Faisar, A. (2012). *Islamic Business and economic ethics*. jakarta: Pt Bumi Aksara.