

Aktualisasi Etika Islam dalam Dunia Bisnis

M. Noor Asnawi

*Dosen tetap STAIN Malang
Jurusan Ekonomi Manajemen*

A. Pendahuluan

Dalam konteks kehidupan makro yang semakin transparan, nilai-nilai normatif transendental Islam ditantang untuk mampu mewujudkan diri secara riil. Tuntutan ini nampaknya sebagai konsekuensi logis ketika acuan kehidupan secara praktis lebih didominasi oleh tatanan nilai-nilai, seperti paham hedonisme, sekularisme. Kedua paham ini yang secara tidak langsung akan mengarah pada legitimasi peniadaan nilai-nilai transendental di atas (Raharjo, 1995).

Pertentangan antara acuan normatif dengan sikap praktis manusia dalam kehidupan tersebut, dapat kita pahami dari dua sisi yang berbeda. Kalau kita meminjam istilahnya Amin Abdullah, (1996), tentang sisi historis dan normatif. Sisi pertama dapat kita lihat adanya kemungkinan munculnya proses konsepsi yang salah atau kurang mampu berdialog dengan acuan-acuan normatif. Sedangkan yang kedua bisa diakibatkan oleh kurang relevannya norma-norma itu sendiri, yang bermula dari kurangnya perikayasaan potensial dari nilai-nilai normatif yang ada.

Berbicara pada aras itulah, bangunan dunia makna yang ada dalam konstruksi subyektif setiap individu secara fisiologis kontemplatif sedikit banyak

akan mempengaruhi aktifitas sehari-hari. Baik aktifitas itu terkait dengan politik, sosial, budaya dan ekonomi. Dari konteks item terakhir itu kita mengenal dengan berbagai macam isme yang sedikit banyak akan ikut menentukan aktifitas ekonomi dalam keseharian. Sebut saja misalnya argumentasi Suseno tentang filsafat hedonisme (1989 : 113 - 114), menurutnya hedonisme berasumsi bahwa manusia hendaknya hidup dengan sedemikian rupa sehingga ia dapat semakin bahagia. Hal ini paralel dengan apa yang pernah diungkapkan oleh Sony Keraf (1995), faham hedonisme ini lebih menekankan kepentingan dan kebahagiaan sejati berdasarkan pada hal yang menyenangkan dan menggembirakan.

Pandangan di atas kalau kita kaitkan dengan aktivitas ekonomi yang menjadi trend baru baru ini, bisa memotivasi langkah para pelaku ekonomi kita dalam menjalankan roda bisnisnya kurang adanya kohesifitas dengan yang lain (Raharjo, 1997). Sehingga adanya kecurangan, menjegal kawan seprofesi, monopoli dll, hal ini merupakan bukti tersendiri dari adanya faham hedonisme. Kalau sikap semacam ini terus tumbuh dan berkembang niscaya akan menumbuhkan pandangan yang stereotipikal dalam konteks berekonomi dan berbisnis, yang pada akhirnya tidaklah akan *survive* dimasa mendatang (Prately,

1997). Untuk mendukung kelancaran ekonomi dan bisnis berikut agar survive dimasa mendatang seyogyanya di masukkan unsur etika Islam, sebagaimana ajaran kita yang selama ini kita yakini (Ya'kub : 161 : 1983).

B. Etika, Etos, Moral, dan Akhlak.

Persoalan etika sebenarnya merupakan wilayah kajian pembahasan filsafat (Poejowiyatno, 1990). Etika merupakan filsafat tentang adat kebiasaan (Sitten). Perkataan Jerman *sitte* ini menunjukkan arti mode tingkah laku manusia (Poejowiyatno, 1990). Dalam Islam etika ini disejajarkan dengan akhlaq. (Amin Abdullah, 1997).

Etika juga bisa dikaitkan dengan etos. Secara etimologis kata etos menyebutkan bahwa ia berasal dari bahasa Yunani "ethos" yang mempunyai arti watak atau karakter (Sony Keraf, 1991). Maka secara lengkap yang dinamakan etos adalah karakteristik dan kebiasaan, serta kepercayaan yang bersifat khusus tentang individu atau kelompok manusia. Dari kata etos itu pula terambil kata "etis" (Suseno, 1989) yang merujuk makna akhlaq, yaitu kualitas esensial seseorang atau kelompok termasuk bangsa. Pemahaman lain dari etika dan berkembang pula istilah moral atau akhlaq. Moral atau akhlaq dapatlah

dipahami sebagai paket atau produk jadi yang bersifat normatif mengikat, yang harus ditetapkan dalam kehidupan sehari-hari seorang muslim (Sony keraf, 1991). Akhlaq atau moralitas adalah seperangkat nilai jadi dan siap pakai yang bersumber dari wahyu, (Amin Abdullah, 1997).

Tanpa membuat masing masing istilah secara ketat dan tegas antara etika, etos, moral, dan akhlaq, istilah tersebut merujuk pada suatu nilai yang harus dipedomani oleh manusia. Nilai nilai tersebut akan menjadi sumber motivasi dan spirit dalam melaksanakan aktifitas keduniaannya yang termasuk didalamnya perekonomian (bisnis).

C. Mengapa Harus Beretika

Ricard T de George (1986 : 3 - 5) mengatakan bahwa dalam aktifitas bisnis ada anggapan yang disebut dengan bisnis amoral. Pendapat ini mengungkapkan bisnis adalah suatu aktifitas yang terkait dengan memproduksi, mendistribusikan, menjual dan membeli barang yang perhatian utamanya adalah memperoleh keuntungan yang sebesar- besarnya dengan tanpa memperhatikan masalah diluar itu.

Indonesia dalam proses pembangunannya punya titik tekan dalam

bidang ekonomi (Mubyarto, 1998). Sasaran ini dimaksudkan agar dapat tercipta pilar yang kokoh dalam perekonomian masyarakat. Dengan pemberian porsi utama pada bidang ekonomi, ternyata membawa dampak yang tidak dikehendaki. Distorsi jalannya perekonomian inilah kadangkala yang membuat resah masyarakat bawah (In'am, 1998).

Roda perekonomian yang kurang sehat ini lama kelamaan mempola masyarakat menjadi pintar dalam mengamati fenomena yang terjadi. Dengan adanya pemberian paket kebijakan yang hanya menyentuh satu kelompok saja, mengakibatkan para pelaku bisnis kurang mengindahkan adanya norma dan etika yang seharusnya dalam dunia itu. (Raharjo, 1990). Mengapa hal ini terjadi?. Untuk menjawab persoalan ini (Sony keraf, 1997) mengungkapkan :

Pertama : Bisnis sering diibaratkan dengan pertarungan yang pelakunya dituntut untuk berani mengambil resiko dan berani berspekulasi. Namun para pelaku bisnis kadangkala lupa bahwa yang dipertaruhkan tak hanya sebatas materi dan finansial belaka, namun juga harkat dan martabat diri sendiri sebagai aktor dalam dunia bisnis (Keraf, 1991). Oleh karenanya tujuan utama bukanlah untuk mengejar materi semaksimal mungkin, namun juga

memperjuangkan nilai-nilai kemanusiaan yang harus dijunjung tinggi oleh setiap manusia yang menjalani kehidupan di dunia ini.

Kedua : Bisnis adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan masyarakat. Terjadi dan berlangsung di masyarakat, dan dilakukan antara manusia satu dengan yang lain. Sebagaimana kegiatan manusia pada umumnya bisnis juga memerlukan adanya etika (Simorangkir, 1998). Buku yang ditulis oleh Ricard T George mengungkapkan bahwa : Bisnis sebagaimana kegiatan lainnya perlu dilatar belakangi dengan etika dan moral. Dan mustahil bisnis bisa dijalankan dengan baik tanpa adanya nilai-nilai etika dan moral. Jikalau orang terlibat dalam dunia bisnis baik itu penjual, pembeli, produsen, manajer dan lain-lain melakukan aktifitas bisnisnya dengan jalan immoral dan bahkan amoral, maka roda perjalanan bisnisnya pasti tak akan lama lagi akan mengalami kemunduran dan bahkan akan terhenti (Suseno, 1997).

Ketiga : Setiap orang mengakui bahwa dalam aktifitas bisnis persaingan antara pelaku sangatlah ketat. Sebagaimana terpapar di atas agar bisnis tetap berjalan sesuai dengan yang dikehendaki, hendaknya dalam menjalankan aktifitas bisnisnya tetap memperhatikan etika dan norma yang berlaku. Dengan

transparannya informasi kepada konsumen dan customer terhadap berbagai produk yang berkualitas serta memperhatikan adanya norma dan etika yang berlaku, secara profesional merekalah yang akan berhasil (Candra, 1995). Hal ini didasarkan pada bentuk kepercayaan masyarakat yang didasarkan pada profesionalitas yang dilakukan dalam aktifitas bisnisnya. Sebagai konsekuensi logisnya adalah berbagai macam praktek penyimpangan seperti korupsi, monopoli dan bentuk penyimpangan lain yang senada dengan itu harus disingkirkan jauh-jauh demi kelangsungan bisnis di masa yang akan datang.

Keempat: Dalam kegiatan bisnis hendaknya dibedakan antara legalitas dan moralitas. Karena kemungkinan ada suatu bisnis yang secara legal (aturan hukum) dapat dilakukan namun secara moral meresahkan masyarakat. Hal sebagaimana dilakukan di negeri ini, saat awal krisis ekonomi di zaman pemerintahan orde baru, agar devisa anggaran negara tidak terlalu besar maka, dinaikkannya BBM 100 %, yakni dari harga Rp 750,- menjadi Rp. 1500,- per liter. Secara legal kenaikan harga, ini dibenarkan dan sah, karena ada keputusan dari pemerintah. Namun kondisi semacam ini mengakibatkan seluruh komponen bangsa menjadi resah karena kurang adanya relevansi antara

naiknya seluruh harga barang dengan income perkapita yang di miliki.

D. Aktualisasi Nilai Etika Islam dalam Dunia Bisnis

Setiap agama memiliki ajaran sendiri-sendiri mengenai cara manusia dalam mengorganisasikan kegiatan-kegiatan dalam perekonomian (Monzer, 1995). Al Qur an memberi gambaran yang jelas mengenai ajaran para Nabi dan Rasul terkait dengan ekonomi. Dengan demikian perhatian tentang perilaku ekonomi merupakan salah satu bidang agama. Diantara gambaran Al Qur an terkait dengan masalah ekonomi adalah seperti yang di pesankan Nabi Syueb as kepada umatnya (penduduk aikah) yang ada muatan bisnis :

“Ingatlah ketika Syueb berkata kepada mereka. Mengapa kamu tidak bertakwa? sesungguhnya aku adalah seorang rosul yang telah mendapatkan kepercayaan untukmu, karena itu bertakwalah kepada Allah dan taatilah aku. Aku sama sekali tidak akan minta upah dari - mu untuk ajaranku ini, upahku tak lain hanyalah dari Tuhan seru sekalian alam. Tepatilah kamu ketika menakar dan jangan sampai kamu merugi. Timbanglah dengan timbangan yang tepat dan jangan kamu rugikan hak hak orang lain. Dan janganlah kamu berbuat jahat dan kerusakan dimuka bumi ini”.

Dari pemaparan ayat di atas, sangatlah jelas bahwa dalam kehidupan berekonomi manusia hendaknya tetap berlandaskan pada ajaran Tuhannya, yang ditindak lanjuti dengan berbagai aktifitas yang tidak merugikan dan meresahkan masyarakat. Hal ini senada dengan pemikiran Dr. M. Azhar Basyir bahwa tujuan dari perekonomian Islam adalah :

1. Mewujudkan kondisi perekonomian yang berwawasan lingkungan.
2. Mewujudkan perekonomian dengan menghilangkan sifat sifat monopoli dan segala macam bentuk penjajahan ekonomi.
3. Mewujudkan perekonomian yang adil dan merata.

Sebagai upaya merealisasikan tujuan di atas, menurut hemat penulis harus ada langkah operasional dalam berekonomi yang didekatkan dengan nilai nilai etika Islam. Karena dalam bidang ekonomi orang sering berkata *how to gain the most while the least*. Dengan prinsip semacam ini orang akan cenderung mengabaikan tujuan tujuan berekonomi sebagaimana terpapar di atas, tidak lagi memperhatikan akibat yang akan diderita oleh orang lain karena keserakahannya (Mughni, 1998). Jika sikap semacam itu terus berlanjut, maka dalam hidup ini tidak ada kebajikan (*virtue, al birr*) dalam masyarakat. Dengan demikian tidak akan

muncul kebahagiaan yang sejati (*ultimate happiness - al saadah al quswa*).

Agar tidak menimbulkan keresahan masyarakat dalam kehidupannya, maka Islam memberikan anjuran agar dalam melakukan aktifitas ekonominya senantiasa berpegang teguh pada etika dan norma yang ada. Adapun hal hal yang harus dipegang dalam aktifitas berekonomi (bisnis) adalah sebagai berikut :

1. Manusia yang menjalankan aktifitas ekonominya harus mempunyai prinsip *kebebasan bertanggung jawab*. Prinsip ini dikandung maksud seseorang dipersilahkan melakukan aktifitas apa saja terkait dengan kehidupan berekonomi, namun harus bertanggung jawab baik kepada diri sendiri, konsumen/masyarakat, karyawan, rekanan kerja serta kepada Tuhan YME. Kebebasan bertanggung jawab ini dapat kita ambil contoh ketika ada suatu perusahaan knalpot berskala menengah dengan karyawan sejumlah 35 orang, lokasi perusahaan berada di salah satu perkampungan dekat lembaga pendidikan pesantren yang kebetulan aktifitas proses belajar mengajarnya berada di malam hari. Suatu ketika perusahaan mendapatkan tender besar dan harus selesai dalam jangka waktu tertentu. Para karyawan disuruh untuk melembur pekerjaan di waktu malam hari. Sementara mesin yang di pergunakan untuk memotong besi dan melubanginya

bersuara sangat keras dan membuat kebisingan yang berakibat pada timbulnya keresahan pada lembaga pesantren dan masyarakat. Seorang manejer perusahaan yang bertanggung jawab, ketika mendapatkan tender besar dengan jangka waktu tertentu, tidak harus menyelesaikan pekerjaannya dengan cara memasukkan karyawan yang jumlahnya 35 orang di waktu malam hari. Namun manajer sebagai policy maker dengan implikasi etika bisa melakukan dengan cara menambah karyawan dengan jumlah tertentu yang pekerjaan tender itu bisa selesai dalam jangka waktu yang ditentukan. Sehingga tidak harus masuk malam hari yang berakibat pada resahnya masyarakat.

Memperhatikan contoh yang telah penulis paparkan, maka seorang pengusaha sekaligus manajer, harus bertanggung jawab atas segala usaha yang dilakukan. Tidak semauanya dalam menjalankan aktifitas bisnisnya sehingga mengganggu orang lain. Oleh karenanya seorang manajer dan pengusaha perlu sekali memahami arti dari etika yang harus dipegang yakni kebebasan bertanggung jawab.

2. Pelaku ekonomi harus memiliki *kejujuran*. Dalam buku yang berjudul Muhammad sebagai seorang pedagang, yang ditulis oleh Fazlurrahman (1984), pelaku bisnis yang berhasil seperti

Muhammad, tidak lain hanyalah bermodalkan kejujuran dalam melakukan aktifitas bisnisnya. Imam Al Bukhori pernah meriwayatkan suatu hadits “ bahwa Nabi pernah melewati setumpuk bahan makanan lalu beliau memasukkan tangannya kedalam makanan itu dan terkena basah, Nabi bertanya apa ini ? kena hujan wahai Nabi, kata penjual makanan. Nabi balik berkata sebaiknya yang basah anda taruh di atas “ (HR. Al. Bukhori). Dalam melakukan bisnis seseorang hendaknya berpegang teguh pada kejujuran, baik terhadap diri sendiri, karyawan ataupun relasi bisnis. Kejujuran ini didalamnya juga mengandung makna keadilan, dengan memberikan pada orang lain secara proporsional. Hal ini senada dengan apa yang telah dikatakan Suseno, (1987 : 331) bahwa keadilan semata - mata terletak pada keadilan individu yang bertarti memberikan haknya kepada orang lain sesuai dengan apa yang diperbuatnya.

3. Berpegang teguh pada *keunggulan*. Aktivitas dalam berekonomi perlu adanya rumusan, visi, misi dan tarjet yang jelas sehingga apa yang akan diperoleh dapat sesuai dengan harapan. Keunggulan ini dapat berarti menyangkut kualitas produk yang ada, servis pelayanan awal, dan servis purna jual (Muslehuddin, 1995).

4. Seorang pelaku bisnis harus punya prinsip *selalu bersyukur*. Prof. Dawam

Rahardjo, dalam harian Republika, 1999, mengungkapkan seorang pelaku bisnis harus pandai-pandai menempatkan syukur sebagai rekanan dalam bisnisnya. Hal ini bermaksud dengan berpegang teguh pada syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, setidaknya akan melahirkan tiga konsekuensi. *Pertama* Allah sebagai *Razzaq*, komitmen ini dapat melahirkan desakralisasi besar besaran dalam konteks aktivitas ekonomi. Sikap non egaliter, feodalisme, hubungan patron client dengan sendirinya akan tumbang dengan konsep bahwa, Tuhan sebagai satu satunya dzat pemberi rizki. *Kedua*, konsep rizki yang ada mengisyaratkan pada acuan dasar bahwa sekalipun rizki Allah melimpah tak terbatas, tetap saja harus dipahami sebagai konteks bahwa sebelumnya Allah telah menetapkan ukurannya. Sehingga manusia tak bisa sebebas bebasnya melakukan eksploitasi terhadap lingkungannya. *Ketiga*, Dalam rangka mencari rizki, kenikmatan sering memalingkan komitmen vertikal yang seyogyanya tetap harus dipegang. Oleh sebab itulah konsep syukur ini menawarkan alternatif bahwa aktivitas haruslah paralel dengan kohesivitas komunikasi secara vertikal padaNya.

E. Penutup

Bisnis adalah suatu aktivitas yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat

pada umumnya. Bisnis merupakan suatu kegiatan manusiawi yang memerlukan adanya norma dan etika sebagaimana kegiatan manusiawi lainnya. Dengan etika dan norma sebagai kemasam dalam aktivitas perekonomian, niscaya akan melahirkan suatu kebajikan (*virtue, al birra*). Dengan kebajikan akan melahirkan di

semua komponen suatu kebahagiaan yang sejati dalam berekonomi (*ultimate happiness, al saadah alquswa*). Yang pada akhirnya menggiring kepada kemapanan dan kesuksesan dalam aktivitas perekonomiannya dimasa yang akan datang.

Wallahu a'lamu bi al showaab.

AFTAR PUSTAKA

- Al Qur'an dan Terjemah. Departemen Agama RI
- Hamzah Ya'kub, *Etika Islam*, CV Diponegoro Bandung, 1983
- Mubyarto, *Reformasi Sistem Ekonomi*, Aditya Media, Yogyakarta, 1998
- M. Azhar Basyir, MA, *Sistim Ekonomi Islam*, Penerbit Universitas Gajahmada, Yogyakarta, 1981.
- M. Dawam Raharjo, *Etika Ekonomi dan Manajemen*, Tiara Wacana Yogyakarta, 1990
- Muslehuddin, *Asuransi Dalam Islam*, Jakarta, 1995
- Monzer Kahf, *Ekonomi Islam(telaah analitik terhadap ekonomi Islam)*, Yogyakarta, 1995
- Sony Keraf, *Etika Bisnis*, kanisius, 1991, Yogyakarta.
- Sondang P. Siagian., *Etika Bisnis Andi ofset*, PPM Jakarta, 1996.
- Soejatmoko, *Dimensi Manusia Dalam Pembangunan*, LP3ES, Jakarta, 1994
- Frans Magnis Suseno, *Etika Dasar Masalah Masalah Pokok Filsafat Moral*, Kanisius Yogyakarta, 1987.