

Implementasi Etika Bisnis Islam di CV Rumah Warna Yogyakarta

Richa Angkita Mulyawisdawati
STEBI Al-Muhsin Yogyakarta
Email: mulyawisdawati205@gmail.com

Abstract

Islam is a system which offers a positive empowerment toward economic development nowadays. By presents the complete ethics values and norms teaching in the whole life aspects as well as business activities. Therefore many activities such as dishonesty, deception, usury, corruption and other *bathil* act are totally prohibited in Islam. More over when someone did those such things for the sake of their profit and satisfaction is also clearly unpermitted since it will harm the economic life in Islam.

This study purposes to describe the Islamic business ethics implementation in CV Rumah Warna Yogyakarta. This paper is a descriptive analitic study by the qualitative approach. The datas are collected by interview to the management of CV Rumah Warna Yogyakarta as well as completed by observation to the object.

The result shows that over all the five principles of Islamic business ethic are implemented by CV Rumah Warna Yogyakarta. Those are; tauhid; equilibrium; freedom; responsibility and benevolence principles.

Keywords: Business, Ethics, Islam

Abstrak

Islam sebagai suatu sistem yang mampu memberikan daya tawar positif di dalam perkembangan ekonomi saat ini. Yaitu dengan menghadirkan nilai-nilai etika dan moral

yang lengkap serta mengajarkan semua dimensi kehidupan, salah satunya adalah kegiatan berbisnis. Oleh karenanya Islam tidak memperbolehkan seseorang melakukan aktivitas ekonomi secara bebas untuk mencapai keinginan dan kepuasannya dengan menghalalkan segala cara termasuk didalamnya antara lain; kecurangan, penipuan, riba, sumpah palsu, suap dan perbuatan batil lainnya.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitik dengan pendekatan kualitatif. Adapun data yang diperoleh merupakan hasil wawancara penulis dengan beberapa stake holder di CV Rumah Warna Yogyakarta serta observasi langsung pada objek.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan CV Rumah Warna Yogyakarta telah mengimplementasikan kelima prinsip etika bisnis dalam Islam, yaitu diantaranya; prinsip tauhid; prinsip keseimbangan; prinsip kehendak bebas; prinsip tanggung jawab serta prinsip kebajikan (ihsan).

Keywords: Bisnis, Etika, Islam

A. PENDAHULUAN

Perekonomian merupakan kebutuhan setiap individu di dalam memenuhi dan mengelola tatanan kehidupan sehari-harinya. Bahkan disetiap lini kehidupan terdapat perekonomian baik dari bidang pertanian, perdagangan, perindustrian dan masih banyak bidang lainnya. Oleh sebab itu individu tidak dapat dipisahkan dengan aktivitas ekonomi sebab ekonomi ibarat seperti roda yang akan selalu berputar mengantarkannya pada kehidupan yang sejahtera.¹

Islam sebagai suatu sistem yang mampu memberikan daya tawar positif di dalam perkembangan ekonomi sekarang. Yaitu dengan menghadirkan nilai-nilai etika dan moral yang lengkap serta mengajarkan

¹ Heri Irawan, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai", Tesis Pascasarjana Bidang Ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar, 2017, h. 1 (diakses pada tanggal 1 Maret 2019)

semua dimensi kehidupan. Oleh sebab itu Islam tidak memperbolehkan seseorang melakukan aktivitas ekonomi secara bebas untuk mencapai keinginan dan kepuasannya dengan menghalalkan segala cara termasuk didalamnya antara lain; kecurangan, penipuan, riba, sumpah palsu, suap dan perbuatan batil lainnya. Islam memberikan batasan (garis pemisah) yaitu antara hal yang diperbolehkan dan yang tidak diperbolehkan, juga hal yang bersifat halal dan haram. Batasan (garis pemisah) tersebut adalah yang disebut dengan 'etika'. Artinya hal yang berkaitan dengan perilaku berbisnis (berdagang) juga tidak boleh luput dari nilai moral atau nilai etika bisnis. Oleh sebab itu sangatlah penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan nilai moral ke dalam lingkup bisnisnya.²

Amalia (2012) juga menambahkan bahwa Pasar memiliki kedudukan yang sangat penting dalam perekonomian Islam. Sebagaimana Rasulullah SAW sangat menganjurkan harga yang adil di dalam pasar.³ Sebab dalam Islam nilai-nilai moralitas diantaranya kejujuran, keadilan dan keterbukaan sudah menjadi kewajiban bagi setiap pelaku pasar. Sehingga tingkat keimanan seseorang kepada Allah SWT akan tercermin pada setiap langkah yang diambil dalam aktifitas bisnisnya. Islam mengajarkan bahwa setiap muslim mempunyai kewajiban agar berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuannya dalam melaksanakan aturan syari'ah. Pada dasarnya tujuan melaksanakan aturan sesuai dengan syari'ah di bidang mu'amalah adalah agar pelaku bisnis mendapatkan keberkahan dan kemuliaan dalam meraih rezeki (pendapatan). Sehingga kehidupan manusia yang berkeadilan, pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata akan terwujud, dengan demikian masalah yang berkaitan dengan ketidakseimbangan maupun ketidakadilan dalam masyarakat dapat dihindari.

Irawan (2017) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa beberapa Ulama dan Cendekia Muslim juga memberikan kontribusi pemikirannya tentang prinsip-prinsip dan etika bisnis Islam. Diantaranya M. Quraish Shihab, yang merincikan bahwa yang termasuk dalam etika bisnis diantaranya; kejujuran, keramah-tamahan, penawaran yang jujur, pelanggan yang tidak sanggup membayar diberi waktu, penjual tidak memaksakan pembeli dan tidak melakukan sumpah atau janji palsu pada

² Fitri Amalia, "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Bazar Madinah Depok", *Prosiding Seminas*, Jakarta, 2012, h. 2 (diakses pada tanggal 1 Maret 2019)

³ Ibid

saat menjual dagangannya, tegas serta adil dalam takaran dan timbangan, tidak boleh monopoli, tidak dibenarkan adanya harga barang (komoditi) yang dibatasi dan kesukarelaan.⁴

Beberapa penelitian dilapangan menemukan bahwa masih terdapat banyak pedagang yang belum memahami betul etika bisnis Islam ini sehingga terjadi beberapa permasalahan diantaranya pada pedagang dan pembeli di pasar Grong-Grong kabupaten Pidie Aceh. Dalam aktivitas transaksinya, pedagang dan pembelinya masih sering melupakan etika sebab masih terbiasa dengan praktik bisnis konvensional yang mereka kenal selama ini. Sehingga perlu merubah pola bisnis yang Islami dengan ilmu pengetahuan agama yang memadai bagi pedagang. Tanpa hal tersebut mustahil praktik etika bisnis Islam akan dapat diimplementasikan dengan baik. Sebab pada dasarnya pedagang akan selalu tergiur pada keuntungan yang jauh lebih besar dibandingkan dengan resiko kerugian yang harus ditanggungnya.⁵

Berdasarkan permasalahan diatas penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut tentang bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada pelaku bisnis khususnya di Yogyakarta. Sebagaimana diketahui bahwa Yogyakarta sangat berpeluang untuk dijadikan objek para pelaku bisnis mengingat Yogyakarta merupakan kota pelajar dan mahasiswa merupakan calon konsumen yang sangat potensial.

B. LANDASAN TEORI

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Bisnis Islami adalah bisnis yang santun, bisnis yang penuh kebersamaan dan penghormatan atas hak masing-masing.⁶ Menurut A. Hanafi dan Hamid Salam, etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dari perspektif Al-Qur'an dan Hadits yang bertumpu pada 6 prinsip, terdiri dari kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan.⁷

⁴ Heri Irawan, "Penerapan Etika Bisnis Islam ...", h. 2

⁵ Muhammad, "Etika Bisnis dalam Islam (Studi Kasus di Pasar Grong-Grong Kabupaten Pidie, Aceh)", *Jurnal Tahqiq*, Vol. 10, No.2, Juli 2016, h. 150 (diakses pada tanggal 1 Maret 2019)

⁶ Veithzal Rifai, *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), h. 39-44

⁷ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h.131

Dengan demikian etika bisnis dalam syari'at Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam menjalankan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.⁸ Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”(QS. An-Nisa’:29).

2. Dasar Hukum Bisnis Islam

Banyak ayat Al-Qur’an yang berbicara tentang hukum dan etika bahkan dalam hukum- hukum Islam unsur etikanya sangat jelas. Dalam hal ini Al-Qur’an telah memberikan petunjuk tentang hubungan antara para pelaku bisnis. Hal itu dianjurkan agar menumbuhkan i’tikad baik dalam transaksi demi terjalinnya hubungan yang harmonis dan tanpa harus ada saling mencurigai antara pelaku. Sistem etika Islam merupakan bagian yang tak terpisahkan dari pandangan hidup Islami. Maka sistem ini bersifat sempurna. Dalam kaidah perilaku individu terdapat suatu keadilan atau keseimbangan. Sebagaimana dalam surat Al-Baqarah ayat 143:

وَكَذَٰلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا

Artinya : “Dan demikian (pula) kami Telah menjadikan kamu (umat Islam), umat yang adil dan pilihan agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu”. (QS. Al-Baqarah: 143)

Ayat di atas menjelaskan bahwa umat Islam dijadikan umat yang adil dan pilihan, karena mereka akan menjadi saksi atas perbuatan orang yang menyimpang dari kebenaran baik di dunia maupun di akhirat.

Etika Islam dalam bisnis tidak hanya melihat sisi komoditas yang ditawarkan, tetapi juga menyangkut konsumen, produsen, dan transaksi. Dalam fikih Islam sebagai salah satu rujukan etika Islam dikemukakan pula hukum masing- masing dengan batasan yang jelas. Sifat- sifat

⁸ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 171

komoditi yang halal dan memberikan manfaat yang jelas merupakan syarat bagi bisnis yang etis. Demikian pula, transaksi yang tidak jelas arahnya dan tidak dipahami oleh masing-masing pihak dinilai sebagai transaksi bisnis yang tidak etis.⁹

Pekerjaan berdagang atau jual beli adalah sebagian dari pekerjaan bisnis kebanyakan masyarakat kita. Apabila berdagang seseorang selalu ingin mencari laba besar. Jika ini menjadi tujuan usahanya, maka sering kali mereka menghalalkan berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam hal ini sering terjadi perbuatan negatif yang akhirnya menjadi kebiasaan. Karena dalam anggapan masyarakat, pekerjaan dagang dilakukan penuh dengan penipuan dan ketidakjujuran.¹⁰

Al-Qur'an mengisyaratkan bahwa pelaku bisnis cenderung tarik menarik untuk memperoleh keuntungan sebanyak mungkin di pihaknya. Karena itu, dalam konteks ini, Allah berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 188, yang berbunyi :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya : “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui”. (QS. Al-Baqarah: 188)

Ayat di atas menjelaskan penggunaan kata “diantara kamu” memberi kesan bahwa harta benda adalah milik semua manusia secara bersama dan Allah yang membaginya di antara mereka secara adil, berdasarkan kebijaksanaan-Nya dan melalui penetapan hukum dan etika sehingga perolehan dan pemanfaatannya tidak menimbulkan perselisihan dan perusakan.

3. Manfaat Etika Bisnis Islam

Menurut Badroen¹¹ perusahaan harus menerapkan kode etik dalam kesehariannya, karena ada beberapa manfaat, diantaranya; (1)

⁹ Bambang Subandi, *Bisnis Sebagai Strategi Islam*, (Surabaya: paramedia, 2000), h. 231

¹⁰ Buchari Alma, *Ajaran Islam dalam Bisnis*, (Bandung : Al- Fabet, 1994), hal.2

¹¹ Badroen, Faisal Suhendra, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2006), hal. 17-18

Perusahaan yang mempunyai standar etika dapat menciptakan suasana psikologis lingkungan kerja yang sehat, dan perusahaan yang tidak demikian akan mengalami hal yang sebaliknya; (2) Kepercayaan (*Trust*) dalam sebuah perusahaan adalah hal yang sangat fundamental. Dan upaya mempertahankan perilaku etis yang konsisten sangat di perlukan guna mempertahankan kepercayaan konsumen. Perusahaan yang etis dapat mengembangkan hubungan saling percaya antara perusahaan dan pelanggan yang stabil dan menguntungkan; (3) Melakukan tindakan yang benar atau salah di tempat kerja akan berefek pada produk-produk dan pelayanan yang di hasilkan; (4) Perusahaan dapat menghasilkan produk atau jasa yang baik danberharga karena etika bisnis menerapkan dasar apa yang baik/buruk, salah / benar, wajar/tidakwajar, layak/tidak layak; (5) Perusahaan dapat terhindar dari persoalan yang dapat berakibat negative bagi aktivitas bisnisnya karena adanya penerapan kaidah-kaidah etika bisnis. Dengan demikian,dapat di simpulkan bahwa standar etika yang baik adalah bisnis yang baik (*good ethics is good business*).

4. Indikator dan Konsep Etika Bisnis Islam

Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur etika bisnis Islam, meliputi empat aspek; prinsip, manajemen, marketing/iklan dan produk/harga¹²; (1) Prinsip amar m'aruf nahi munkar, prinsip halal-haram, kejujuran, keterbukaan, keadilan, saling percaya dan kekeluargaan; (2) Dalam melakukan kegiatan produksi tidak mengesampingkan aspek lingkungan dan tanggung jawab sosial; (3) Menerapkan sistem harga yang disyari'atkan. Harga yang ditawarkan tidak berlebihan, tidak mengambil untung berlebihan; (4) Manajemen SDM, Pemasaran dan Keuangan.

Ditambahkan oleh Irawan (2017) bahwa terdapat beberapa aspek dalam etika bisnis Islam, diantaranya; (1) Kejujuran; Tidak mengurangi takaran timbangan, Memperlihatkan cara menimbang kepada pembeli; (2) Amanah (dapat dipercaya); Selalu menepati janji, Tidak memonopoli, Tidak menimbun barang, Tidak melakukan praktik riba; (3) Fathanah (Cerdas dan Bertanggung Jawab); Memberikan informasi barang yang memadai, Mengutamakan kepuasan pelanggan; (4) Tabligh (Ramah dan Komunikatif); Menerapkan prinsip suka sama suka, Selalu menjelaskan cacat barang kepada pembeli; (5) Pemahaman pebisnis tentang etika bisnis Islam; Memahami etika bisnis yang dicontohkan Rasulullah SAW,

¹² Fitri Amalia, "Implementasi Etika Bisnis Islam...", h. 4

Memahami dan menerapkan etika bisnis yang dicontohkan Rasulullah SAW, Memahami bahwa berdagang /berbisnis bernilai ibadah.¹³

Berdasarkan indikatornya, etika bisnis Islam terbagi atas ketentuan-ketentuan umum (aksioma dasar) seperti:¹⁴

1. Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Alam semesta termasuk manusia, adalah milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sempurna atas makhluk-makhluk-Nya. Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya, pranata sosial, politik, agama, moral, dan hukum yang mengikat masyarakat berikut perangkat institusionalnya disusun sedemikian rupa dalam sebuah unit bersistem terpadu untuk mengarahkan setiap individu manusia, sehingga mereka dapat secara baik melaksanakan, mengontrol, serta mengawasi, aturan-aturan tersebut. Berlakunya aturan-aturan ini selanjutnya akan membentuk *ethical organizational climate* tersendiri pada ekosistem individu dalam melakukan aktivitas ekonomi. Aturan-aturan itu sendiri bersumber pada kerangka konseptual masyarakat dalam hubungan vertikal dengan kekuatan tertinggi (Allah SWT), dan hubungan horizontal dengan kehidupan sesama manusia dan alam semesta secara keseluruhan untuk menuju tujuan akhir yang sama. Semua manusia tergantung pada Allah, semakin ketat ketergantungan manusia kepada Allah, maka akan semakin dicintai-Nya.

Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

2. Keseimbangan/Adil (*Equilibrium*)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam di arahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut

¹³ Heri Irawan, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada ...", h. 24

¹⁴ Badroen, Faisal Suhendra, dkk, *Etika Bisnis dalam ...*, h. 88

harus di tempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman, karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan. Seperti firman Allah berikut ini :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلّٰهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى
 ءَآلَا تَعْدِلُوْا اَعْدِلُوْا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۚ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿٨﴾

“Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan jangan lah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil itu lebih dekat dengan takwa”. (Q.S:Al-Ma’idah:8)

Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu dalam perniagaan (tijarah), Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini dapat terjadi seperti adanya gangguan pada mekanisme pasar atau karena adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak di ketahui oleh salah satu pihak (*asyimetric information*).

Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus di dahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun timbangan. Konsep *ekuilibrium* juga dapat di pahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus di usung oleh seorang pebisnis muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk dapat merealisasikan tindakan-tindakan yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.

3. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Aktivitas ekonomi dalam konsep ini diarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas Islam, baik sektor pertanian, perindustrian, perdagangan maupun lainnya. Larangan adanya bentuk monopoli, kecurangan, dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar yang sehat. Salah satu kekhasan dan keunggulan sistem etika ekonomi Islam adalah kebersatuannya dengan nilai-nilai moral dan spiritual. Tanpa kendali moral, kecenderungan

penguatan konsumtivismenya, misalnya akan muncul praktik riba, monopoli, dan kecurangan akan menjadi tradisi. Inilah kebebasan ekonomi bermoral terkendali (*al-hurriyah*) yang menjadi ciri dan prinsip sistem Islam, seperti kebebasan memiliki unsur produksi dalam menjalankan roda perekonomian. Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan ini tidak merugikan kepentingan kolektif, kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

4. Tanggung jawab (*Responsibility*)

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika di kaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan di adili secara personal di hari kiamat kelak. Islam sama sekali tidak mengenal konsep Dosa Warisan, maka tidak ada seseorang pun bertanggungjawab atas kesalahan-kesalahan orang lain.

Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah. Ampunan harus di minta secara langsung dari Allah. Tidak ada seorang pun memiliki otoritas untuk memberikan keputusan atas nama-Nya. Setiap individu mempunyai hak penuh untuk berkonsultasi dengan sumber-sumber Islam (Al-Qur'an dan sunah) untuk kepentingannya sendiri. Setiap orang dapat menggunakan hak ini, karena hal ini merupakan landasan untuk melaksanakan tanggung jawab kepada Allah.

Jadi setiap manusia mempunyai tanggung jawabnya sendiri atas perbuatan-perbuatan yang di lakukannya di dunia dan harus mempertanggungjawabkan perbuatan itu di akhirat. Sehingga tanggung jawab amat sangat diperlukan bagi setiap individu termasuk dalam dunia bisnis.

5. Kebenaran (*Benevolence/Ihsan*)

Ihsan (Benevolence) artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut, atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat.

Kesadaran Akan Adanya Allah dan Aturan yang Berkaitan dengan Adanya Pelaksanaan yang Menjadi Prioritas (*consciousness of Allah and of Hisprescribed priorities*).

Menurut Ahmad¹⁵, kemuarahan hati adalah fondasi dan *ihsan*. Ke-*ihsan*-an adalah tindakan terpuji yang dapat mempengaruhi hampir setiap aspek dalam hidup, ke-*ihsan*-an adalah atribut yang selalu mempunyai tempat terbaik di sisi Allah. Dalam sebuah kerajaan bisnis, ada beberapa perbuatan yang dapat mendukung pelaksanaan aksioma *ihsan* dalam bisnis, yaitu: (1) Kemurahan Hati (*liniency*) ; (2) Motif Pelayanan (*service motives*). Kesadaran Akan Adanya Allah dan Aturan yang Berkaitan dengan Adanya Pelaksanaan yang Menjadi Prioritas (*consciousness of Allah and of Hisprescribed priorities*).

C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan penelitian lapangan (*field research*). Dalam penelitian kualitatif peneliti mendeskripsikan suatu keadaan yang sebenarnya yang diketahui dari kegiatan observasi yang dilakukan oleh peneliti. Sehingga dalam penelitian ini peneliti menjadi instrumen kunci dari penelitian, yang mana ia harus dapat menggali data dengan penuh ketelitian kemudian dapat memaknai data yang diperolehnya dengan penuh makna.¹⁶

Subjek penelitian menjadi sasaran pusat bagi peneliti dalam menyusun penelitiannya. Lokasi yang digunakan untuk penelitian Etika Bisnis Islam ini adalah Perusahaan Rumah Warna Yogyakarta yang terletak di Jl. Ringroad Utara No. 17, Ngringin, Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman Yogyakarta.

Penelitian ini bersifat deskriptif dimana peneliti menggambarkan apa, mengapa, dan bagaimana suatu peristiwa yang diamati itu dapat terjadi. Sehingga data yang dikumpulkan adalah dengan berbentuk kata atau gambar, tidak seperti penelitian kuantitatif yang mengedepankan angka-angka.¹⁷

Data dikumpulkan dengan metode observasi pada lokasi penelitian, wawancara kepada pemilik perusahaan (*owner*) dan beberapa karyawan serta dokumenter. Adapun analisis data pada penelitian ini adalah bersifat induktif, di mana analisis berdasarkan pada data yang

¹⁵ Achmad Charris Zubair, *Kuliah Etika*, (Jakarta : Rajawali Press, 1995), hal. 39-45

¹⁶ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 30

¹⁷ Ibid, h. 88

diperoleh yang kemudian data-data yang telah didapatkan dianalisis secara keseluruhan dengan menggunakan peran teori.¹⁸

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konsep Tauhid

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada landasan teori, bahwa konsep tauhid dalam prinsip etika bisnis Islam berkaitan dengan hubungan manusia yakni pebisnis atau pedagang baik secara vertikal maupun horisontal. Adapun secara vertikal, para pedagang mempunyai tanggung jawab kepada Allah SWT. Artinya dalam melakukan bisnis, pedagang harus senantiasa patuh, tunduk serta berserah diri kepada Allah SWT atas segala ketetapan dan kehendakNya. Beberapa sikap yang termasuk dalam bentuk penyerahan diri kepada Allah diantaranya; sholat tepat pada waktunya, berdo'a, beramal sholeh dan bersedekah.

Prinsip Tauhid ini telah diterapkan oleh Perusahaan Rumah Warna Yogyakarta dengan menetapkan beberapa Standar Operasional dalam kegiatan usahanya sehari-hari, diantaranya; Sholat berjama'ah untuk para karyawan selama dalam waktu bekerja, dilanjutkan dengan membaca Al-Qur'an. Sebagaimana Firman Allah SWT dalam surat An-Nur: 37 sebagai berikut:

رِجَالٌ لَا تُلْهِيمُهُمْ تِجَارَةً وَلَا بَيْعًا عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ يَخَافُونَ
يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ ﴿٣٧﴾

"Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingati Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang".

Berdasarkan atas ayat tersebut dapat penulis simpulkan bahwa kegiatan sholat berjama'ah tepat waktu yang dilakukan oleh perusahaan rumah warna Yogyakarta sudah sesuai dengan ajaran Etika Bisnis Islam. Sebab sebagai seorang pedagang Muslim tidaklah tepat terlalu menyibukkan diri untuk mencari keuntungan materi semata-mata dengan melalaikan keuntungan akhirat. Sehingga ketika waktu sholat telah tiba, maka mereka harus segera meninggalkan kegiatan bisnisnya

¹⁸ Ibid, h. 89

untuk menunaikan sholat terlebih dahulu

Bentuk ketakwaan lainnya yang telah dilakukan oleh Perusahaan Rumah Warna, yakni mengadakan pengajian rutin seminggu sekali, serta menganjurkan kepada seluruh karyawan untuk menghafalkan Al-Qur'an. Pemilik perusahaan juga memberikan *reward* kepada karyawannya yang telah menyelesaikan hafalan Al-Qur'annya dengan baik dan benar. Adapun bentuk *reward* tersebut adalah dengan memberangkatkan para karyawan tersebut umrah ke tanah suci. Hal ini dilakukan oleh pemilik perusahaan yakni Bapak Nanang Syifaurozzy sebagai media untuk mengajak semua karyawannya agar senantiasa bersyukur dan turut serta merasakan manfaat dari pencapaian hasil usaha tidak hanya untuk tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk tujuan akhirat. Standar Operasional tersebut pada akhirnya memotivasi perusahaan dalam pendirian sekolah tahfidzul Qur'an untuk anak-anak yang bekerja sama dengan sekolah Khorul Ummah Yogyakarta. Adapun lokasinya terletak di taman luas belakang perusahaan yang disebut "Core Valves".¹⁹

2. Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan dimaknai dengan hubungan manusia dengan sesama. Artinya, secara horisontal seorang pedagang banyak berkomunikasi dan bermuamalah dengan sesama. Prinsip keadilan yang dimiliki oleh seorang pebisnis sangatlah berpengaruh pada kebijakan yang diambilnya. Dalam etika bisnis Islam, prinsip keseimbangan dimaksudkan agar para pedagang menyajikan produk-produk yang halal, bermutu, berkualitas dan bermanfaat. Selain dari pada itu kuantitas, ukuran serta takaran (timbangan) harus sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah.²⁰

Dalam melaksanakan prinsip keseimbangan (*tawazun*), Perusahaan Rumah Warna Yogyakarta sangat teliti dalam memeriksa setiap barang yang baru datang dari UMKM menjahit. Perlu diketahui bahwa Perusahaan Rumah Warna bekerja sama dengan masyarakat yang tergabung dalam Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menjahit yang ada di kota Yogyakarta. Pemeriksaan tersebut dilakukan oleh *Devisi Quality Control*. Setiap karyawan yang bertugas pada devisi tersebut mempunyai tanggung

¹⁹ Wawancara dengan Bapak Nanang Syifaurozzy (Komisaris CV Rumah Warna di Yogyakarta) pada tanggal 1 Maret 2019 pukul 10.00 WIB

²⁰ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*,..., h.138

jawab untuk *check up* barang. Dimana setiap barang yang diterima harus sesuai dengan standar operasional yang sudah ditetapkan, jika terdapat ketidaksesuaian pada standar yang ditetapkan maka akan diberi tanda dengan 'warna putih' yang kemudian akan dikembalikan, atau jika kekurangannya hanya sedikit maka akan menjadi barang diskon yang akan dijual kembali di pemasaran pertama di lapak lama yaitu di pasar minggu (*Sunday morning*)²¹. Adapun standar operasionalnya adalah standar kualitas produk berbasis atribut yaitu jahitan, warna dan accesoris. Produk dikatakan baik apabila telah memenuhi standar kualitas perusahaan. Seperti halnya untuk jahitan tidak boleh kendor dan harus kuat, jahitan bantu tidak boleh terlihat karena dapat mempengaruhi keindahan tas, jahitan harus rapi dan tidak boleh jebol. Untuk warna tidak boleh mengalami luntur dan tidak boleh terdapat kotoran seperti noda tinta atau pulpen. Sedangkan untuk accesoris seperti label Rumah Warna tidak boleh terbalik, rapi dan pemasangan kantong tidak boleh miring. Hal ini dilakukan untuk menghindari barang cacat dan retur dari konsumen.²²

Tindakan tersebut menurut hemat penulis telah sesuai dengan prinsip keseimbangan (*tawazun*) sebab perusahaan tidak melakukan penipuan kualitas produk yang akan dipasarkan kepada konsumen. Ketika produk mengalami kekurangan dalam proses produksi maka akan dijual dengan harga yang setara dengan kualitasnya. Sehingga tidak akan menimbulkan keborosan dalam proses produksi jika terdapat produk gagal. Perilaku yang menunjukkan keseimbangan dan keadilan dalam berbisnis sangatlah dianjurkan dengan tegas dalam konteks perbendaharaan bisnis dengan harapan agar pengusaha Muslim senantiasa menyempurnakan timbangan atau takaran dengan benar, sebab perilaku kebaikan akan membawa akibat kebaikan pula dalam kehidupan dunia akhirat. Demikian pula agar hak-hak konsumen dapat terpenuhi dengan baik. Sebagaimana Firman Allah SWT sebagai berikut:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَزِنُوهَا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

²¹ Wawancara dengan Bapak Nanang Syifaurozzy (Komisaris CV Rumah Warna di Yogyakarta) pada tanggal 1 Maret 2019 pukul 10.00 WIB

²² Fitri Nur Irfan, Analisis Pengawasan Kualitas Produk pada Rumah Warna Yogyakarta, Skripsi Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia, (Yogyakarta, 2018) h. 2

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”. (Q.S Al-Israa: 35).²³

3. Prinsip Kehendak Bebas (*Ikhtiar / free will*)

Potensi kebebasan sudah ada sejak awal manusia dilahirkan di dunia ini. Namun dalam Islam kebebasan manusia tersebut bersifat terbatas. Artinya, dalam melakukan segala aktifitasnya manusia dibatasi dengan akhlak-akhlak karimah yang tidak akan merugikan orang lain. Oleh karenanya kebebasan yang tak terbatas hanyalah milik Allah SWT.²⁴

Prinsip kehendak bebas yang dilakukan oleh CV Rumah Warna Yogyakarta antara lain dalam penetapan harga satu satuan produk yang dihitung dari harga bahan pokok dan aksesoris yang digunakan ditambah biaya produksi termasuk pajak. Harga yang ditawarkan oleh perusahaan cenderung cukup mahal berbanding lurus dengan kualitas yang dimilikinya. Namun dalam hal ini, perusahaan Rumah Warna tetap memperhatikan harga pasaran. Sehingga tidak serta merta menetapkan harga yang relatif tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas produknya. Jika konsumen datang membeli produk dalam jumlah yang besar (*grosir*), maka pihak perusahaan akan memberikan potongan harga kisaran 10% hingga 30% sesuai dengan jumlah barang yang dibeli.²⁵

Dalam kegiatan pemasarannya, CV Rumah warna melakukannya secara online dan offline. Adapun harga yang ditawarkan tidak ada perbedaan diantara keduanya. Hanya saja dikenakan biaya pengiriman untuk pembelian produk secara online. Profit yang diambil oleh CV Rumah Warna tidak terlalu besar berkisar 5% - 15% saja. Namun omset penjualan yang didapatkan mencapai 2-6 Miliar perbulan. Alokasi keuntungan tersebut digunakan untuk gaji karyawan, biaya operasional, pajak dan yayasan.²⁶

Persaingan merupakan hal yang sering terjadi dalam dunia bisnis. Islam mengajarkan untuk tetap beramal sholeh termasuk dalam

²³ Departemen RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Diponegoro, 2005), h. 198

²⁴ Siti Mina Kusnia, *Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, Skripsi pada jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo, (Semarang, 2015), h. 89

²⁵ Wawancara dengan Ibu Ane Yarina (CEO CV Rumah Warna Yogyakarta) pada tanggal 1 Maret 2019 pukul 13.00 WIB

²⁶ *Ibid*

hal persaingan. Prinsip kebebasan dalam etika bisnis juga membahas perilaku pengusaha dalam menghadapi pesaingnya. CV Rumah Warna memiliki segmentasi produk dan penjualan yang khas, sehingga dalam memasarkan produknya mereka selalu memperhatikan etika dalam berbisnis. Perusahaan menjalin kerjasama dengan perusahaan lainnya dalam memasarkan produknya secara online seperti lazada, bukalapak, tokopedia dan shopee. Sedangkan secara offline perusahaan melakukan promosi dengan mitra *franchise* yang tersebar lebih dari 40 mitra di seluruh Indonesia. Selain dari pada itu juga melakukan kerjasama dengan beberapa instansi dan sekolah-sekolah, biasanya dalam bentuk pemberian sponsor kegiatan. Dalam hal persaingan bisnis CV Rumah Warna tidak mengalami kendala sebab setiap terdapat produk baru yang siap untuk dipasarkan akan segera dicari oleh kebanyakan konsumen.²⁷

Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan dari hasil wawancara dan observasi tersebut, CV Rumah Warna telah melakukan prinsip kehendak bebas dengan menentukan standar operasional yang sesuai tanpa melakukan kecurangan atau pemaksaan terhadap konsumen maupun mitra kerjanya. Hal ini telah sesuai dengan etika bisnis Islam. Sebagaimana dalam Firman Allah SWT Q.S Annisa: 84 sebagai berikut:

فَقَاتِلْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ لَا تُكَلَّفُ إِلَّا نَفْسَكَ وَحَرِّضَ الْمُؤْمِنِينَ عَسَى اللَّهُ أَنْ يَكُفَّ بَأْسَ الَّذِينَ كَفَرُوا وَاللَّهُ أَشَدُّ بَأْسًا وَأَشَدُّ تَنكِيلًا

“Maka berperanglah kamu pada jalan Allah, tidaklah kamu dibebani melainkan dengan kewajiban kamu sendiri. Kobarkanlah semangat Para mukmin (untuk berperang). Mudah-mudahan Allah menolak serangan orang-orang yang kafir itu. Allah Amat besar kekuatan dan Amat keras siksaan(Nya).”

4. Prinsip Pertanggungjawaban (Responsibility)

Tanggung jawab adalah suatu prinsip dinamis yang harus dimiliki oleh manusia. Dalam Islam tanggung jawab mempunyai cakupan yang luas, baik dari skala mikro (individu) maupun pada skala makro (masyarakat dan sosial), dimana keduanya harus berjalan bersama sama.²⁸ Sayyid Qutub menjelaskan bahwa Islam memiliki prinsip pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungnya, yaitu

²⁷ Wawancara dengan Deby Rosmana Putri (Manager Marketing CV Rumah Warna Yogyakarta) pada tanggal 1 Maret pukul 14.00 WIB.

²⁸ Siti Mina Kusnia, *Perilaku Pedagang*, h. 49

antara jiwa dan raga, antara individu dan sosial serta sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya.²⁹

Dalam dunia bisnis pun juga memberlakukan prinsip pertanggung jawaban. Artinya dalam setiap aktifitas bisnis akan dipertanggung jawabkan kepada Allah SWT kelak di hari kiamat. Hal tersebut menjelaskan bahwa kebebasan dalam aktivitas bisnis tetap ada batasannya. Bentuk pertanggung jawaban dalam bisnis dapat dilakukan pada aktivitas transaksi, produksi barang, jual beli, perjanjian dan lain-lain. Segala aktivitas tersebut harus dipertanggung jawabkan sesuai dengan aturan yang berlaku.³⁰

Adapun bentuk prinsip tanggungjawab yang dilakukan oleh CV Rumah Warna Yogyakarta adalah mengembalikan produk kepada UKM yang bekerja sama dengan perusahaan Rumah Warna jika terdapat permasalahan pada jahitan, warna dan asesorisnya. Hal tersebut dilakukan agar produk yang bermasalah tersebut dapat diperbaiki agar sesuai dengan standar kualitas yang berlaku di perusahaan. Sehingga tidak akan mengecewakan konsumen kelak ketika produk sudah berada ditangan mereka.³¹ Berdasarkan atas data yang diperoleh penulis merujuk pada penelitian sebelumnya bahwa terdapat 30 produk tas Rumah Warna Yogyakarta pada bulan Januari 2018.³²

Setiap proses produksi pastinya mengalami beberapa permasalahan sebagaimana telah penulis paparkan sebelumnya yaitu kecacatan pada produk. CV Rumah Warna Yogyakarta selalu melakukan analisis penyebab terjadinya permasalahan tersebut. Salah satu penyebabnya adalah faktor manusia (*human error*). Namun pihak perusahaan Rumah Warna tidak tinggal diam terhadap faktor tersebut. Untuk menanggulangnya perusahaan mengadakan pelatihan dalam bidang menjahit jika hal itu disebabkan oleh kurang terampilnya UKM (penjahit) dalam menjahit produk. Jika kelelahan bekerja merupakan penyebab kurang optimalnya produk maka perusahaan memberikan waktu maupun fasilitas berlibur bersama keluarga. Perusahaan juga melakukan pendekatan personal kepada para karyawan yang melakukan kelalaian (kecerobohan) dalam

²⁹ Rafik Isa, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 41

³⁰ Johan Arifin, *Etika Bisnis*, h. 144

³¹ Wawancara dengan Deby Rosmana Putri (Manager Marketing CV Rumah Warna Yogyakarta) pada tanggal 1 Maret pukul 14.00 WIB.

³² Fitri Nur Irfan, *Analisis Pengawasan ...* hal. 3

memproduksi barang dengan memberitahu letak kelalaiannya serta memberikan masukan atau nasihat agar kelalaian tersebut tidak terulang kembali.³³

Sebagaimana Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat An-Nisaa' ayat 85 sebagai berikut:

مَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا ۖ وَمَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا ۚ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيتًا ﴿٨٥﴾

“Barangsiapa yang memberikan syafa’at yang baik, niscaya ia akan memperoleh bagian (pahala) dari padanya. dan Barangsiapa memberi syafa’at yang buruk, niscaya ia akan memikul bagian (dosa) dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”.

5. Prinsip Kebajikan (*Ihsan*)

Ihsan (kebajikan) merupakan perbuatan baik yaitu dengan cara memberikan manfaat kepada orang lain tanpa adanya hal yang memerintahkannya, artinya munculnya kesadaran diri untuk berbuat kebajikan tersebut seolah Allah melihat Allah SWT atau keyakinan yang teguh bahwa Allah SWT melihat.³⁴

Sejumlah perbuatan yang dapat mendukung pelaksanaan aksioma Ihsan dalam bidang bisnis menurut Zubair dalam Hafidz Juliansyah (2011) antara lain; (1) kemurahan hati (*leniency*); (2) motif pelayanan (*service motives*); (3) kesadaran akan adanya Allah SWT dan aturan kaitannya dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas (*consciousness of Allah SWT and His prescrible priorities*).³⁵ Prinsip ihsan juga dijelaskan pada suatu bentuk sikap tertentu dalam berbisnis. Sebagai contoh adalah perilaku pedagang dalam memperhatikan baik kenyamanan berbelanja konsumen maupun kenyamanan pedagang lainnya.

Layaknya sebuah bisnis, CV Rumah Warna juga mengalami beberapa masalah yang dihadapi mulai dari proses produksi hingga pada penyampaian produk kepada konsumen. Akan tetapi CV Rumah Warna juga telah menyiapkan berbagai solusi untuk menyelesaikan setiap

³³ Ibid, hal. 13

³⁴ Siti Mina Kusnia, Perilaku Pedagang, h. 46

³⁵ Hafiz Juliansyah, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat, Skripsi pada Jurusan Perbankan Syari’ah Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah (Jakarta, 2011) hal. 31

permasalahan yang ada sebagai perwujudan prinsip kebajikan (ihsan) sebagaimana penjelasan yang telah penulis tuliskan sebelumnya. Beberapa praktik prinsip ihsan yang diterapkan oleh CV Rumah Warna Yogyakarta diantaranya adalah mengadakan pelatihan kepada para karyawan untuk meningkatkan kemampuan kinerja dalam memproduksi barang. Untuk mengantisipasi hasil produksi yang kurang memuaskan sebab adanya kelelahan fisik para karyawan, CV Rumah Warna memberikan ruang dan waktu kepada para karyawannya untuk beristirahat dan berlibur sejenak untuk menyegarkan fisik dan mental guna meningkatkan kinerja. Selain dari pada itu pihak manajemen CV Rumah Warna selalu mengadakan pendekatan personal kepada karyawannya baik pada saat terdapat kesalahan maupun prestasi sehingga antara karyawan dan manajemen terjalin hubungan kekeluargaan yang baik. Prinsip ihsan juga diterapkan oleh CV Rumah Warna kepada konsumennya, yaitu dengan memberikan garansi produk serta pelayanan yang terbaik. Jika terdapat kerusakan pada produk yang telah dibeli maka konsumen boleh menukarnya dengan yang baru dengan beberapa ketentuan yang ditetapkan diantaranya selama label dan kemasan tidak rusak.³⁶

E KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa secara keseluruhan CV Rumah Warna Yogyakarta telah menerapkan etika bisnis Islam yang sesuai dengan ajaran Islam yaitu Al-Qur'an dan Al Hadits. Artinya bahwa CV Rumah Warna Yogyakarta telah menerapkan kelima prinsip etika bisnis Islam, diantaranya; prinsip tauhid diterapkan melalui beberapa Standar Operasional dalam kegiatan usahanya sehari-hari yaitu Sholat berjama'ah untuk para karyawan selama dalam waktu bekerja, dilanjutkan dengan membaca Al-Qur'an; penerapan prinsip keseimbangan ditunjukkan pada pemeriksaan secara detail terhadap barang yang datang dari penjahit serta melakukan perbaikan jika terdapat kecacatan produksi; menentukan standar operasional yang sesuai tanpa melakukan kecurangan atau pemaksaan terhadap konsumen maupun mitra kerjanya merupakan penerapan dari prinsip kehendak bebas; bentuk prinsip tanggungjawab yang dilakukan oleh CV Rumah Warna

³⁶ Wawancara dengan Deby Rosmana Putri (Manager Marketing CV Rumah Warna Yogyakarta) pada tanggal 1 Maret pukul 14.00 WIB

Yogyakarta adalah mengembalikan produk kepada UKM yang bekerja sama dengan perusahaan Rumah Warna jika terdapat permasalahan pada jahitan, warna dan asesorisnya serta dilengkapi dengan prinsip ihsan yang ditunjukkan dalam pengadaan pelatihan dan cuti liburan bagi para karyawan untuk meningkatkan kualitas kinerja dalam proses produksi dan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, *Ajaran Islam dalam Bisnis*, Bandung : Al- Fabet, 1994
- Amalia, Fitri, "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Bazar Madinah Depok", Prosiding Seminas, Jakarta, 2012
- Arifin, Johan, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009
- Badroen, Faisal Suhendra, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2006
- Hafiz Juliansyah, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat, Skripsi pada Jurusan Perbankan Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011
- Hasan, Ali, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009
- Irawan, Heri, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai", Tesis Pascasarjana Bidang Ekonomi Islam UIN Alauddin Makasar, 2017
- Irfan, Fitri Nur, Analisis Pengawasan Kualitas Produk pada Rumah Warna Yogyakarta, Skripsi Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2018
- Kusnia, Siti Mina, Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam", Skripsi pada jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo, (Semarang, 2015)
- Muhammad, "Etika Bisnis dalam Islam (Studi Kasus di Pasar Grong-Grong Kabupaten Pidie, Aceh)", *Jurnal Tahqiq*, Vol. 10, No.2, Juli 2016
- Rifai, Veithzal, *Islamic Business and Economic Ethics*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012
- Satori, Djam'an, Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2009

Subandi, Bambang, *Bisnis Sebagai Strategi Islam*, Surabaya: paramedia, 2000

Zubair, Achmad Charris, *Kuliah Etika*, Jakarta : Rajawali Press, 1995