

Kesatuan Bisnis dan Etika dalam al-Qur'an: Upaya Membangun Kerangka Bisnis Syariah

Muhamad

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Yogyakarta
email: 22jan.yassar@gmail.com

Abstract

The integration of ethics and business or business and ethics can mean to impose religious norms upon business, to post ethical code for business, to revise the economic system and law, and to improve the skills of managing the demands of ethics from outside parties to seek for safe and so on. It implies that ethics is treated as a separate discipline and would be applied to the business world or to be developed by applying the study of moral issues in the business field. Such understanding will in turn lead to various branches of ethics such as economic ethics, business ethics, management ethics, banking ethics and others. At such levels, associated with this study, the questions are raised whether business and ethics in the Qur'an are separated or integrated; also how the Qur'an gives its perception about business and ethics. In Islam, Al-Quran provides a clear guidance for business vision which is a future business vision which is not only aiming at a short term profit which includes harm but a kind of profit which is essentially good and having a good effect at its end. In other words, Ethics and Business are an integrated unity. As the result, the business growth in Islam is a function of profit, satisfaction of customer and other factors which cannot be detected and at the same time influencing the business success and the approval of Allah.

Penggabungan etika dan bisnis atau bisnis dan etika dapat berarti memaksakan norma-norma agama bagi dunia bisnis, memasang kode etik profesi bisnis, merevisi sistem dan hukum ekonomi, meningkatkan keterampilan mengelola tuntutan-tuntutan etika pihak-pihak luar untuk mencari aman dan sebagainya. Dengan demikian etika seolah-olah diperlakukan sebagai disiplin terpisah dan mau diterapkan pada dunia bisnis atau mau dikembangkan dengan

* Dosen Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Yogyakarta Jl. Sukonandi No. 11 Yogyakarta Telp./Fax. 0274-562927

cara memasuki telaah masalah-masalah moral dalam dunia bisnis. Pemahaman demikian pada gilirannya akan memunculkan berbagai cabang etika menjadi etika ekonomi, etika bisnis, etika manajemen, etika perbankan dan lain-lain. Pada tataran demikian, dihubungkan dengan penelitian ini, memunculkan persoalan apakah bisnis dan etika dalam al-Qur'an terpisah atau menyatu dan bagaimana pula al-Qur'an memberikan persepsinya tentang bisnis dan etika? Dalam pandangan Islam, al-Qur'an memberikan tuntunan visi bisnis yang jelas yaitu visi bisnis masa depan yang bukan semata-mata mencari keuntungan sesaat tetapi "merugikan" melainkan mencari keuntungan yang secara hakikat baik dan berakibat baik pula bagi kesudahannya (pengaruhnya). Dengan kata lain, Etika dan Bisnis merupakan satu kesatuan yang terintegrasi. Maka dari itu, pertumbuhan bisnis dalam Islam merupakan fungsi dari keuntungan, kepuasan pelanggan/keridhloan pelanggan dan faktor lain yang tidak dapat dideteksi atau diukur namun mempengaruhi keberhasilan bisnis, dan keridhaan Allah. Dari sini, bisnis dalam Islam selalu terkait dan harus dikaitkan dengan Allah yang mana pada akhirnya menjadi dasar dari etika bisnis.

Keywords: *integration, religious norms, demand of ethics, business vision, satisfaction of customer*

Pendahuluan

Pertanyaan pokok yang selalu muncul terkait dengan pembahasan bisnis syariah adalah adakah ajaran Islam yang mengajarkan pemeluknya menjalankan bisnis yang baik? Jika ada, di mana dan bagaimana? Sebab bisnis selalu dianggap sebagai aktivitas yang terlepas dari agama. Oleh karena itu, muncul pertanyaan selanjutnya, adakah Islam memberikan tuntunan beretika dalam bisnis? Apa implikasi tuntunan tersebut dalam aktivitas bisnis yang dijalankan? Itulah beberapa pertanyaan yang selalu muncul saat orang membahas tentang hubungan Islam dan bisnis.

Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya untuk melaksanakan amalan. Pedoman tersebut adalah al-Qur'an dan Sunnah Nabi SAW. Sebagai sumber ajaran Islam, setidaknya dapat menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu. Islam seringkali dijadikan sebagai model tatanan kehidupan. Hal ini tentunya dapat

dipakai untuk pengembangan lebih lanjut atas suatu tatanan kehidupan tersebut, termasuk tatanan kehidupan bisnis.

Oleh karenanya, maka upaya mengambil prinsip atau pedoman dari al-Qur'an dan al-Sunnah sebagai acuan dalam pengembangan tatanan pola kehidupan perlu dilakukan. Tulisan ini ditulis dengan maksud memberikan gambaran tentang: rancang bangun bisnis dalam al-Qur'an, bagaimana struktur bisnis islami, serta problematika bisnis dan etika.

Pengertian Bisnis dan Syariah

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan, atau pengolahan barang (produksi). Dalam terminologi ini, pembiayaan merupakan pendanaan, baik aktif maupun pasif, yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan kepada nasabah. Sedangkan bisnis merupakan aktivitas berupa jasa, perdagangan, dan industri guna memaksimalkan nilai keuntungan.¹ Skinner mengatakan bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.² Sementara Anoraga & Soegiastuti mendefinisikan bisnis sebagai aktivitas jual beli barang dan jasa. Straub & Attner mengatakan bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.³ Karena itu, Yusanto dan Wijayakusuma mendefinisikan bisnis Islami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.⁴

Dorongan al-Qur'an untuk Berbisnis

Al-Qur'an dalam mengajak manusia untuk mempercayai dan mengamalkan tuntutan-tuntutannya dalam segala aspek kehidupan

¹Muhamad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2003), 34.

²Skinner, dalam Yusanto & Wijayakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 17.

³Straub & Attner (1994) dalam *Ibid*

⁴*Ibid*

seringkali menggunakan istilah-istilah yang dikenal dalam dunia bisnis, seperti jual-beli, untung-rugi dan sebagainya. Dalam konteks ini al-Qur'an menjanjikan;

Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mukmin harta dan jiwa mereka dan sebagai imbalannya mereka memperoleh surga. Siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) Allah?, maka bergembiralah dengan jual-beli yang kamu lakukan itu. Itulah kemenangan yang besar (QS. 9 [al-Taubah]: 111).

Pada ayat tersebut, mereka yang melakukan aktivitas kehidupannya hanya untuk memperoleh keuntungan semata, ditantang oleh Allah dengan menawarkan satu bursa yang tidak mengenal kerugian dan penipuan.⁵ Dijelaskan pula bahwa al-Qur'an tidak memberi peluang bagi seorang muslim untuk menganggur sepanjang saat yang dialami dalam kehidupan dunia ini. *Faidha faraghta fanşab* dalam surat al-Insyirah (94): 7, menjelaskan hal ini. Sebelum ayat ini dijelaskan; *Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan*,⁶ yang disebut dua kali, merupakan prinsip tidak adanya keputusasaan (dalam bekerja). Kata *faraghta* diambil dari kata *faragha* yang berarti kosong setelah sebelumnya penuh. Kata ini tidak digunakan kecuali untuk melukiskan kekosongan yang didahului oleh kepenuhan, termasuk keuangan yang didahului oleh kesibukan.

Seseorang yang telah memenuhi waktunya dengan pekerjaan, kemudian ia menyelesaikan pekerjaan tersebut, maka jarak waktu antara selesainya pekerjaan pertama dan dimulainya pekerjaan selanjutnya dinamai *faragh*. Atas dasar ini, maka ayat di atas dapat diterjemahkan: "Maka apabila engkau telah berada di dalam keuangan (setelah sebelumnya engkau sibuk), maka (bersungguh-sungguhlah bekerja) sampai engkau letih, atau tegakkanlah (persoalan-persoalan baru) sehingga menjadi nyata." Dengan demikian prinsip dasar hidup yang ditekankan al-Qur'an adalah kerja dan kerja keras.⁷ "Dan bahwasanya seorang manusia tiada yang akan memperoleh kecuali selain apa (hasil) yang diusahakannya sendiri" (QS. al-Najm: 39).

Dalam diri manusia terdapat pula fitrah yang dihiaskan kepada manusia yaitu, *ḥubb al-syahawât* (QS. Alu Imran: 14) yang merupakan bahan bakar yang melahirkan dorongan bekerja dan bukan hanya bekerja asal bekerja tetapi bekerja yang serius sehingga me-

⁵ M. Quraish Shihab, "Etika Bisnis dalam Wawasan al-Qur'an", *Ulumul Qur'an*. 4-5.

⁶ QS. al-Insyirah, 5-6.

⁷ M. Quraish Shihab, "Etika Bisnis...", 5-6.

lahirkan keletihan. Penggunaan kata *al-syahawât*, mengandung pengertian bahwa, segala aktivitas manusia memerlukan daya, melangkahkakan kaki atau menunjuk dengan jaripun memerlukan daya. Penggunaan daya pasti melahirkan keletihan.⁸

Selain itu, bekerja oleh al-Qur'an dikaitkan dengan iman. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara iman dan kegiatan bagaikan hubungan antara akar tumbuhan dan buahnya,⁹ bahkan ditegaskan al-Qur'an, *amal-amal yang tidak disertai iman tidak akan berarti di sisi-Nya*.¹⁰ Karena itu al-Qur'an memerintahkan;

Hai orang-orang yang beriman, apabila diseru untuk menunaikan sembahyang pada hari Jum'at, maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah swt dan tinggalkanlah jual-beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. Apabila telah ditunaikan sembahyang maka bertebaranlah di muka bumi; dan carilah karunia Allah swt dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung" (QS. al-Jumu'ah: 9-10).

Ayat ini memberi pengertian agar berbisnis dilakukan setelah melakukan shalat dan dalam pengertian tidak mengesampingkan dan tujuan keuntungan yang hakiki, yaitu keuntungan yang dijanjikan Allah. Oleh karena itu, walaupun mendorong melakukan kerja keras termasuk dalam berbisnis, al-Qur'an menggarisbawahi bahwa dorongan yang seharusnya lebih besar bagi dorongan bisnis adalah memperoleh apa yang berada di sisi Allah. Karena itu pula pada ayat yang berbicara tentang naluri manusia (*ḥubb al-syahawât*) di atas, diakhiri dengan; *Wallâhu indahû ḥusn al-ma'âb "(Di sisi Allahlah kesudahan yang (paling) baik"*.¹¹

Atas dasar hal ini, maka pandangan orang yang bekerja dan berbisnis harus melampaui masa kini dan masa depannya yang dekat. Dengan demikian visi masa depan dalam berbisnis merupakan etika pertama dan utama yang digariskan al-Qur'an, sehingga pelaku-pelakunya tidak sekedar mengejar keuntungan sementara yang akan segera habis tetapi selalu berorientasi pada masa depan.¹² Al-Qur'an menggarisbawahi kemungkinan sukses yang diperoleh oleh mereka yang berpandangan dekat, tetapi dalam saat yang sama, diingatkan-

⁸ *Ibid.*, 6.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ QS. al-Furqan, 23.

¹¹ QS. Alu Imran, 14.

¹² M. Quraish Shihab, "Etika Bisnis...", 6-7.

nya bahwa kelak pada masa depan mereka akan merugi dan dikedam, sedangkan yang berivisi jauh ke depan dijanjikan; mereka itulah yang usaha-usahanya akan disyukuri.¹³

“Siapa yang menghendaki kebahagiaan (kehidupan) yang cepat(dunia) maka Kami segerakan baginya di dunia ini apa yang Kami kehendaki bagi orang yang Kami kehendaki, dan Kami tetapkan baginya neraka jahannam. Ia akan memasukinya dalam keadaan tercela dan terusir. Barangsiapa yang menghendaki kebahagiaan akhirat (masa depan) dan berusaha ke arah itu dengan bersungguh-sungguh lagi dia seorang muknim, maka mereka itulah adalah orang-orang yang usaha-usahanya disyukuri (dibalas dengan baik)” (QS. al-Isra’: 18-19).

Dari paparan di atas terlihat jelas bahwa al-Qur’an memberikan tuntunan visi bisnis yang jelas, yaitu visi bisnis masa depan yang bukan semata-mata mencari keuntungan sesaat tetapi “merugikan”, melainkan mencari keuntungan yang secara hakikat baik dan berakibat baik pula bagi kesudahannya (pengaruhnya).

Al-Quran, Bisnis dan Etika

Sementara itu, al-Qur’an menjelaskan tentang etika al-Qur’an dengan berlandaskan pada tiga term kunci utama yang juga merupakan *worldview* al-Qur’an. Ketiga term kunci utama itu adalah iman, islam, dan taqwa yang jika direnungkan akan memperlihatkan arti yang identik.¹⁴ Istilah iman dari akar kata *a-m-n* memiliki arti pokok “keamanan, bebas dari bahaya, damai”. Islam yang akar katanya dari *s-l-m*, juga memiliki pengertian “aman dan integral, terlindung dari disintegrasi, kehancuran”. Istilah taqwa yang sangat mendasar bagi al-Qur’an di samping kedua istilah di atas, memiliki akar kata, *w-q-y* juga berarti “melindungi dari bahaya, menjaga dari kemusnahan, kesia-siaan atau disintegrasi”.¹⁵

Suatu refleksi dan analisis terhadap ketiga istilah kunci ini secara langsung mengarahkan ke dalam “bawah sadar al-Qur’an” sebagaimana adanya. Al-Qur’an memberikan kepada kita suatu “intipan” ke dalam lapisan-lapisan makna terdalam, yaitu *elan dasar al-Qur’an*. Elan dasar yang pada dasarnya ditujukan untuk melin-

¹³*Ibid.*, 7.

¹⁴Fazlur Rahman, *Metode dan Alternatif Neomodernisme Islam* Fazlur Rahman, dalam Taufik Adnan Amal (penyunting), (Bandung: Mizan, 1992), 66.

¹⁵*Ibid.*

dungi dan mengembangkan integritas para individu dan kolektif. Apa saja yang kondusif bagi integritas tersebut akan menjadi baik; dan apa saja yang mengalangi integritas dan membawa ke arah disintegrasi serta kemusnahan, akan menjadi jelek.¹⁶

Dari prinsip ini pertama-tama mengalir kebutuhan atau keimanan terhadap tuhan sebagai pencipta, penopang, pemberi petunjuk dan terakhir sebagai hakim. Dari sistem kepercayaan ini kemudian datang prinsip-prinsip umum tentang keadilan sosial dan ekonomi serta prinsip egalitarianisme, mengalir perintah-perintah keadilan sosio-ekonomis dalam sektor sosial. Setelah itu barulah aturan-aturan spesifik al-Qur'an ditangani, yaitu dengan melakukan suatu upaya sistematis dalam pencarian prinsip-prinsip dari aturan-aturan spesifiknya kemudian mengeneralisaiakannya sebagai hukum-hukum moralitas dan etika untuk masa kekinian.¹⁷

Dengan demikian visi al-Qur'an tentang etika, mempunyai cakrawala yang luas menyangkut nilai-nilai bagi perwujudan kehidupan manusia dalam berbagai bidangnya, baik pada tataran individu, kemasyarakatan, dan kenegaraan yang egalitarian, integral, adil, selamat, sejahtera serta bahagia, baik di dunia maupun di akhirat.

Di dalam al-Qur'an terdapat term-term yang mewakili apa yang dimaksud dengan bisnis maupun etika. Di antara term-term bisnis dalam al-Qur'an didapat term *al-tijârah*, *al-bai'u*, *tadâyantum*, dan *isytarâ*.¹⁸ Dalam kamus English-Arab, *Modern Dictionary*, kata *business* bermakna '*amalun-syuglun*, *şana'ahu*, *hîrfatun*, *tijâratun-a'malun*, *maslahatun-sya'nun*, *jadwalun-a'mâlun*. Pada bahasa Arab umum dikenal juga *al-mihnatun*.¹⁹ Adapun untuk *businessman* digunakan; *rajulun a'mâlun*, *tâjirun*, *muhamin*.²⁰ Selain itu kata *trade*, dalam bahasa Arab digunakan *tijâratun*, *hîrfatun*, *şinâ'atun*. Kata *trader* digunakan *tâjirun*, *jallabun*.²¹ Dari term-term kamus di atas, term *tijârah* seringkali digunakan al-Qur'an. Selain *tijârah*, digunakan pula *al-bai'u*, *tadayantum* dan *isytarâ*. Dengan pengertian-pengertian tersebut, maka *tijârah* dapat dimaknai bisnis.

¹⁶*Ibid.*

¹⁷*Ibid.*, 67. Lihat juga, 28-29.

¹⁸Selain term ini bila ditelusuri lebih lanjut masih terdapat pula term-term lain yang dapat dianggap mempunyai persesuaian maksud dengan bisnis, seperti *la ta'kulû*, *infâq*, *al-ghard*. Hanya saja dalam penelitian ini membatasi pada empat term di atas.

¹⁹Lihat *Modern Dictionary*, 111.

²⁰*Ibid.*

²¹*Ibid.*, 779.

Term *tijârah*, berawal dari kata dasar *t-j-r*, *tajara*, *tajran wa tijâratan*, yang bermakna berdagang, berniaga. *Al-tijâratu wa al-mutjar*; (perdagangan, perniagaan), *al-tijâriyyu wa al-mutjariyyu*; yang berarti mengenai perdagangan atau perniagaan.²² Adapun kata *šinâ'atun* atau *shan'âtun* dari kata dasar *shana'a* bermakna pekerjaan. Kemudian *al-šinâ'atu al-šanâi'u*; perindustrian, *al-šinâ'iyyu*; mengenai perindustrian, *al-taşni'u*; industrialisasi.²³ Adapun *ħirfatun* bermakna *al-mihnatu*, *ħarîqatu al-kasbi* yaitu pekerjaan atau pencaharian. Dari kata *ħirfatun* (kata dasarnya *ħarafa*) ditemui juga *ihtarafa* dalam arti mencarikan nafkah, *ahrafa*; bekerja keras untuk mencarikan nafkah keluarga, *ahrafa-istaghna ba'da faqrin*; menjadi kaya.²⁴

Pada pengertian ini, al-Qur'an mengatakan bahwa jual beli diperlihatkan dalam konteks sebagai aspek bisnis, yakni sebagai media mencari penghidupan. Demikian pula kata *bâya'tum*,²⁵ *bibai'ikum*,²⁶ dan *tabâya'tum*²⁷, digunakan dalam pengertian jual beli yang dilakukan oleh kedua belah pihak dan harus dilakukan dengan ketelitian dan dipersaksikan (dengan cara terbuka dan dengan tulisan).²⁸ Jual beli di sini tidak hanya berarti jual beli sebagai aspek bisnis tetapi juga jual beli antara manusia dan Allah, yaitu ketika manusia melakukan jihad di jalan Allah, mati syahid, menepati perjanjian dengan Allah, maka Allah membeli diri dan harta orang mukmin dengan surga. Jual beli yang demikian dijanjikan oleh Allah dengan surga dan disebut kemenangan yang besar. Adapun kata *yubâyi'naka*, *yubâyi'ûna*, *yubâyi'ûnaka*, digunakan dalam pengertian janji setia baik janji setia dengan Allah maupun berjanji setia kepada Rasul.²⁹ Demikian pula kata *bâya'tum* (*alladhî bâya'tum*) dipergunakan untuk menggambarkan peristiwa *bai'aturridwân* antara Nabi dan kaum Muslimin.³⁰

²²Kamus *al-Munawwir*, 139.

²³*Ibid*, 852-853.

²⁴*Ibid*, 274-275.

²⁵QS. al-Taubah, 111.

²⁶QS. al-Taubah, 111.

²⁷QS. al-Baqarah, 282.

²⁸Lihat al-Qur'an dan terjemahnya, 299: "Maka siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) dari pada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu dan itulah kemenangan besar". Lihat juga, 70-71.

²⁹QS. al-Mumtahanah: 12, al-Fath, 10 dan 18.

³⁰*Bai'aturridwan* adalah peristiwa pada bulan Dzulkaidah tahun keenam Hijriyah, di mana Nabi SAW beserta pengikutnya akan melakukan umrah ke Makkah. Sesampainya di Hudaibiyah, Nabi SAW mengutus Usman bin Affan lebih dahulu ke Makkah untuk

Kemudian al-Qur'an menggunakan term *Isytarâ*. Kata *isytarâ* disebut dalam al-Qur'an dengan berbagai derivasinya sebanyak dua puluh lima kali. Dalam bentuk *isytarâ* disebut satu kali, *isytarû*, tersebut tujuh kali, *yasytarûn*, lima kali, *tasytarû*, tiga kali, *isytarâhu*, dua kali dan *syarau*, *syarauhu*, *yasyrûna*, *yasyr*, *yasytar*, *nasytar*, *yasytarû* masing-masing satu kali.³¹

Isytarâ dalam surat al-Taubah: 111 berarti membeli, yaitu dalam konteks Allah membeli diri dan harta orang-orang mukmin. Pengertian ini mirip dengan penggunaan kata *yasyrî* yang berarti orang yang mengorbankan dirinya karena mencari keridhaan Allah. Adapun kata *isytarû* yang disebut tujuh kali berarti membeli kesesatan dengan petunjuk (al-Baqarah: 16), membeli kehidupan dunia dengan kehidupan akhirat (al-Baqarah: 86), yang menjual diri dengan kekafiran (al-Baqarah: 90), yang membeli kesesatan dengan petunjuk, membeli siksa dengan ampunan (al-Baqarah: 175), menukarkan iman dengan kekafiran, menukarkan janji atau kitab Allah dengan harga yang sedikit (Alu Imran: 177,187), menukarkan ayat Allah dengan harga yang sedikit (al-Taubah: 9). Demikian pula penggunaan kata *yasytarûn* yang disebut lima kali, yang berarti mereka yang menjual kitab dengan harga yang murah (al-Baqarah: 174), mereka yang menukar janji Allah dan sumpahnya dengan murah, hasil tukaran yang mereka terima, mereka yang tidak menukarkan ayat Allah dengan harga yang murah (Alu Imran: 77, 187, 199), dan mereka yang membeli kesesatan dengan petunjuk (al-Nisa: 44).

Bentuk kata *tasytarû* digunakan dalam pengertian, menukarkan ayat-ayat Allah dengan harga yang sedikit atau murah (al-Baqarah: 41), (al-Maidah: 44), menukar janji dengan Allah dengan harga yang sedikit (al-Nahl: 95). Bentuk *isytarâhu* dan *syarau*, digunakan dalam pengertian yang menukar kitab Allah dengan sihir (al-Baqarah: 102), yang membeli Nabi Yusuf (Yusuf: 21). Pengertian ini sama dengan penggunaan kata *syarauhu* yakni yang menjual Nabi Yusuf dengan harga yang murah (Yusuf: 20). *Yasyrûna*; yang

menyampaikan maksud kedatangan beliau dan kaum Muslimin. Mereka menanti kedatangan Usman, tetapi tidak datang-datang karena ditahan oleh kaum Musyrikin dan tersiar kabar bahwa Usman telah dibunuh. Oleh karena itu Nabi menganjurkan agar kaum muslimin melakukan janji setia kepada beliau. Merekapun melakukan janji setia dan berjanji akan memerangi kaum Quraisy bersama Nabi sampai kemenangan tercapai. Lihat al-Qur'an dan terjemahnya *Op. Cit.*, 836 footnote no. 1397. Peristiwa ini digambarkan dengan ayat, *laqad radiallahu 'anil mukminina idz yubâyi'unaka tahta al-syajarah*. Lihat QS. al-Fath, 18.

³¹Lihat, Fu'ad Abdul Bâqi, *Op. Cit.*, 381.

menukar kehidupan dunia dengan kehidupan akhirat (al-Nisa: 74). *Yasytarî*, digunakan dalam pengertian mempergunakan perkataan yang tidak berguna untuk menyesatkan manusia (Luqman: 6). Kata *liyasytarû*, digunakan dalam pengertian untuk memperoleh keuntungan yang sedikit dengan perbuatan berbohong kepada Allah (al-Baqarah: 79).

Dengan demikian, term *isytarâ* dan derivasinya lebih banyak mengandung makna transaksi antara manusia dengan Allah, atau transaksi sesama manusia yang dilakukan karena dan untuk Allah juga transaksi dengan tujuan keuntungan manusia walaupun dengan menjual ayat-ayat Allah. Transaksi Allah dengan manusia terjadi bila manusia berani mengorbankan jiwa dan hartanya untuk mencari keridhaan Allah dan Allah menjanjikan balasannya, membeli dari orang mukmin tersebut dengan kenikmatan dan keuntungan yang tiada terhitung, yaitu surga.

Sebaliknya manusia yang tujuannya mencari keuntungan sendiri, bahkan dilakukan dengan menjual ayat-ayat Allah, menjual diri dengan kekafiran, menukarkan iman dengan kekafiran, melecehkan dan meremehkan ayat-ayat Allah, dan menjual kitab Allah dengan sihir, mereka adalah orang-orang yang pasti akan memperoleh kesesatan dalam kehidupannya di dunia dan apalagi di akhirat. Dari term ini dapat diambil benang merah bahwa, bisnis dalam al-Qur'an tidak bertujuan jangka pendek, semata-mata keuntungan dalam pandangan manusia, tetapi sekaligus jangka panjang, yaitu keuntungan dan kebahagiaan abadi.

Selain itu al-Qur'an menggunakan juga term *tadâyantum* yang disebutkan satu kali, yaitu pada surat al-Baqarah: 282 yang digunakan dalam pengertian mua'malah, yakni jual beli, utang-piutang, sewa-menyewa, dan lain sebagainya.

"Wahai orang-orang yang beriman apabila kamu melakukan mu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seoprang penulis diantara kamu menuliskannya dengan benar."

Dari penjelasan di atas, terlihat jelas bahwa term bisnis dalam al-Qur'an baik yang terambil dari term *tijârah*, *al-bai*, *isytarâ*, *tadâyantum*, pada hakikatnya tidak semata-mata bersifat material dan hanya bertujuan mencari keuntungan material semata, tetapi bersifat material sekaligus immaterial, bahkan lebih meliputi dan mengutamakan hal yang bersifat immaterial dan kualitas. Aktivitas

bisnis tidak hanya dilakukan sesama manusia tetapi juga dilakukan antara manusia dengan Allah, bahwa bisnis harus dilakukan dengan ketelitian dan kecermatan dalam proses administrasi dan perjanjian-perjanjian dan bisnis tidak boleh dilakukan dengan cara penipuan, kebohongan, hanya karena memperoleh keuntungan. Dalam konteks inilah al-Qur'an menawarkan keuntungan dengan suatu bursa yang tidak pernah mengenal kerugian.³²

“Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mukmin harta dan jiwa mereka dan imbalannya mereka memperoleh surga. Siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) Allah, maka bergembiralah dengan jual beli yang kamu lakukan itu. Itulah kemenangan yang besar” (QS. al-Taubah: 111).

Selain term-term di atas, dalam al-Qur'an terdapat pula term-term yang berdekatan dengan kandungan bisnis. Di antara term-term itu adalah, *anfaqa* dan *la ta'kulû amwâlakum*. Term *anfaqa* yang dipahami dalam keseharian dengan menafkahkan harta, ternyata digunakan dalam al-Qur'an berdekatan dengan pengertian bisnis sebagai sarana keberlangsungan dan mencari keuntungan untuk memberikan manfaat bagi individu dan pihak lain. Term *anfaqa* dari *nafiqa*, berarti menjadi habis, membelanjakan. Dari kata ini menjadi *nafaqah*, yang berarti biaya, pengeluaran uang, dan *al-infâq* berarti pembelanjaan.³³ Infak bisa terjadi dengan harta ataupun selainnya.³⁴ Dari pengertian-pengertian ini infak, menunjukkan bahwa secara material menghabiskan harta, tetapi secara kualitas, infak akan mendatangkan keberlangsungan (manfaat) bagi yang melakukannya terutama bila dilakukan dengan keikhlasan. Sebaliknya bagi yang menerima infak secara nyata mendapat manfaat dari infak tersebut.³⁵

Demikian pula term *ta'kulû amwâlakum* yang dipahami dengan; *janganlah saling memakan harta benda-kamu sekalian*, merupakan term yang digunakan al-Qur'an sebagai kaidah umum dalam transaksi atau pengelolaan dan pengembangan harta benda yang dilarang.³⁶

³²Lihat, M. Quraish Shihab, "Etika Bisnis...", 5.

³³Kamus *al-Munawir*, 1548.

³⁴Al-Raghib al-Asfahâni, *Mu'jam...*, 502.

³⁵Teliti ayat-ayat misalnya, QS. al-Baqarah, 215, 261, 262, 270, 272, 273, Alu Imran, 117, 134, al-Nisa, 34, dan lain-lain.

³⁶Term ini terdapat dalam surat al-Nisa, 29. Penjelasan lebih lanjut ayat ini akan dibahas pada bagian, al-Batil muara praktek mal-bisnis.

Bisnis merupakan kegiatan muamalah yang pertama kali menanggalkan etika, kemudian disusul oleh bidang politik, dan terakhir adalah persoalan seks. Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan pada etika. Oleh karena itu, pelaku bisnis muslim hendaknya memiliki kerangka etika bisnis yang kuat, sehingga dapat mengantarkan aktivitas bisnis yang nyaman dan berkah. Di dalam bab ini akan menguraikan beberapa hal yang terkait dengan bagaimana kerangka konseptual etika bisnis itu seharusnya ada.

Konstruksi Bisnis Syariah

Konsepsi seseorang atau masyarakat tentang sesuatu, lambat laun akan melahirkan suatu kesadaran mengenai hal tersebut. Suatu kesadaran³⁷ lahir dari suatu pengetahuan atau wawasan dan proses panjang perilaku yang dilakukan terus-menerus. Pandangan tentang bisnis sebagai media usaha yang bersifat material untuk mencapai tujuan maksimalisasi laba dan tidak ada bisnis kecuali untuk keuntungan semata, tak pelak telah melahirkan suatu kesadaran dalam masyarakat, bahwa bisnis bersifat material dan dilakukan hanya untuk mencapai maksimalisasi keuntungan.

Dalam konteks perusahaan atau entitas, bisnis dipahami sebagai suatu proses keseluruhan dari produksi yang mempunyai kedalaman logika, bahwa bisnis dirumuskan sebagai memaksimalkan keuntungan perusahaan dan meminimumkan biaya perusahaan. Karena itu bisnis seringkali menetapkan pilihan strategis dari pada pendirian berdasarkan nilai, di mana pilihan strategis didasarkan atas logika subsistem, yaitu keuntungan dan kelangsungan hidup bisnis itu sendiri.³⁸ Akibat dari kesadaran demikian, maka upaya-upaya meraih keuntungan dilakukan dengan cara apapun. Walaupun cara-cara yang digunakan mengakibatkan kerugian pihak lain, tetapi bila menguntungkan bagi pelaku bisnis atau perusahaannya dianggap sebagai pilihan bisnis. Adanya pemahaman baru mengenai bisnis dianggap mengada-ngada. Ia dianggap sebagai upaya yang

³⁷Suatu kesadaran lahir dari pengetahuan yang kemudian diperkuat oleh perilaku yang dilakukan secara terus menerus. Karena itu upaya merubah suatu kesadaran akan dapat berhasil bila diawali dengan suatu pengetahuan atau wawasan yang baru.

³⁸Peter Pratley, *The Essence of Business Ethics*, dialihbahasakan ke dalam bahasa Indonesia oleh Gunawan Prasetyo ; *Etika bisnis* (Yogyakarta: Penerbit Andi bekerja sama dengan Simon & Schuster (Asia) Pte. Ltd.), 83-84.

akan mengakibatkan berubahnya sistem dan hukum bisnis. Bisnis dianggap sudah terbentuk secara solid dalam dunianya, sebagaimana dipahami oleh kebanyakan: bisnis adalah bisnis.

Dengan kenyataan itu, maka pengembangan etika bisnis harus menghadapi situasi dan kondisi kedalaman logika rasionalitas bisnis yang bersifat material dan karenanya telah menimbulkan ketegangan dan kerugian-kerugian pada masyarakat. Dan pada sisi lain berhadapan dengan kesadaran "*common sence*" mengenai bisnis itu sendiri. Dengan demikian pada konteks *pertama*, tugas utama etika bisnis dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menyelaraskan kepentingan strategis suatu bisnis atau perusahaan dengan tuntutan moralitas.³⁹ Tetapi penyelarasan di sini bukan berarti hanya mencari posisi saling menguntungkan antara kedua tuntutan tersebut, melainkan merekonstruksi pemahaman tentang bisnis dan sekaligus mengimplementasikan bisnis sebagai media usaha atau perusahaan yang bersifat etis. Etis dalam pengertian sesuai dengan nilai-nilai bisnis pada satu sisi dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai kebatilan, kerusakan dan kezaliman dalam bisnis pada sisi lainnya.

Kedua, etika bisnis bertugas melakukan perubahan kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan suatu pemahaman atau cara pandang baru, yakni bahwa bisnis tidak terpisah dari etika. Bisnis merupakan aktivitas manusia secara keseluruhan dalam upaya mempertahankan hidup (*survive*), mencari rasa aman, memenuhi kebutuhan sosial dan harga diri serta mengupayakan pemenuhan aktualisasi diri,⁴⁰ yang pada kesemuanya secara *inhern* terdapat nilai-nilai etika. Untuk melakukan kedua tugas etika bisnis demikian, diperlukan suatu sikap keberanian dan konsistensi. Sikap keberanian yang sesungguhnya telah dipunyai oleh sifat dasar manusia, yaitu kebebasan berkehendak dan pertanggungjawaban. Namun keberanian bukan dalam pengertian keberanian yang didasarkan atas dasar kekuatan dan superioritas, tetapi sikap keberanian dengan menganggap ringan terhadap suatu kesulitan demi meraih kebaikan. Sikap inilah yang dimaksud oleh Ibnu Maskawih sebagai

³⁹*Ibid*, 84

⁴⁰Kebutuhan-kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang berjenjang mulai dari tingkat rendah sampai yang tertinggi yaitu aktualisasi diri. Inilah yang dimaksud oleh Abraham Maslow sebagai hirarki kebutuhan manusia. Lihat, dalam buku, Indriyo Gitosudarmo, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 1999), 9-10.

keberanian sesungguhnya atau kebajikan sejati.⁴¹

Setelah adanya pemahaman baru mengenai bisnis, kemudian untuk lebih melihat fungsi dan tujuan perbuatan-perbuatan manusia termasuk di dalamnya perbuatan bisnis, berikut akan dipaparkan tinjauan aksiologis mengenai tanggungjawab amal. Paparan ini bertujuan mencari landasan aksiologis untuk apa manusia berbuat atau untuk apa manusia berbisnis. Dengan paparan ini diharapkan karena pada dasarnya manusia mempunyai sifat kebebasan pada satu sisi dan tanggung jawab pada sisi lain, maka tidak akan ada satu perbuatan-bisnis pun yang lepas dari nilai-nilai tujuan yang mengikutinya.

Oleh karena itu, jika bisnis konvensional dilakukan dalam rangka *market driven*, namun bisnis Islami berupaya untuk menemukan nilai ibadah yang berdampak pada perwujudan konsep *rahmatan lil 'âlamîn*, untuk mendapatkan ridha Allah. Bisnis konvensional yang mengandalkan pada *market driven*, maka di dalamnya akan mencakup hal-hal berikut: *target market*; *customer needs*; *integrated marketing*; dan *profit through customer satisfaction*.

Di sisi lain, bisnis syariah harus memiliki nilai ibadah, menjadi *rahmatan lil 'âlamîn*, untuk mendapatkan ridha Allah. Oleh karena itu, sasaran profit dan *satisfaction* (ridha customer) harus dibingkai ridha Allah. Dengan demikian, konsep dan formulasi bisnis syariah dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$GB = f(p, s, \dots) R$$

Dimana:

GB = Growth of Business

p = profit

s = satisfaction

(...) = variabel yang tidak dapat diukur secara kasat mata

R = ridha Allah

Formula di atas mengandung arti, bahwa pertumbuhan bisnis (GB) dalam Islam merupakan fungsi dari profit (p), kepuasan pelanggan/keridhaan pelanggan (s), faktor lain (...) yang tidak dapat

⁴¹Ibnu Miskawih, *Menuju Kesempurnaan Akhlak*, dalam Helmi Hidayat (penj), (Bandung: Mizan, 1994), 110-113.

dideteksi atau diukur namun mempengaruhi keberhasilan bisnis, dan keridhaan Allah (R). Jika bisnis yang demikian dapat terwujud, maka praktek bisnis ini sejalan firman Allah yang artinya:

Dan carilah pada apa yang Telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniaawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah Telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan" (QS. Al-Qashash: 77).

Problematika Bisnis dan Etika

Dalam realitasnya, bisnis baik sebagai aktivitas maupun sebagai entitas, telah ada dalam sistem dan strukturnya yang "baku". Bisnis berjalan sebagai proses yang telah menjadi kegiatan manusia sebagai individu atau masyarakat untuk mencari keuntungan dan memenuhi keinginan dan kebutuhan hidupnya. Sementara itu, etika telah dipahami sebagai sebuah disiplin ilmu yang mandiri dan karenanya terpisah dari bisnis. Etika adalah ilmu yang berisi patokan-patokan mengenai apa-apa yang benar atau salah, yang baik atau buruk, yang bermanfaat atau tidak bermanfaat. Dalam kenyataan itu, bisnis dan etika dipahami sebagai dua hal yang terpisah bahkan tidak ada kaitan. Jika pun ada malah dipandang sebagai hubungan negatif, dimana praktek bisnis merupakan kegiatan yang bertujuan mencapai laba sebesar-besarnya dalam situasi persaingan bebas.

Sebaliknya etika bila diterapkan dalam dunia bisnis dianggap akan mengganggu upaya mencapai tujuan bisnis.⁴² Dengan demikian hubungan antara bisnis dan etika telah melahirkan hal yang problematis. Problematika ini bagi banyak pihak, termasuk para ahli ekonomi terletak pada adanya kesangsian mengenai ide etika bisnis. Pihak-pihak tersebut menyangsikan apakah moralitas mempunyai tempat dalam kegiatan bisnis.⁴³

Kegiatan bisnis atau sebuah perusahaan, dalam perilakunya tampak sudah demikian kuat terikat dengan struktur dan sistem yang kompleks. Dengan demikian secara potensial jauh dari persepsi

⁴²Dawam Rahardjo, "Etika Bisnis Menghadapi Globalisasi dalam PJP II", *Prisma*, 2 Februari 1995, 2.

⁴³A. Sonni Keraf, "Bisakah Bisnis Berjalan Tanpa Moralitas", *Basis*, No 05-06, Tahun ke 46 Mei-Juni 1997, 49.

kesadaran akan keterkaitannya dengan hakikat manusia sebagai perilaku yang merupakan bagian dari institusi-institusi perusahaan. Sebaliknya ia akan semakin kuat dipersepsi oleh kepentingannya dan akan semakin kuat pula dipengaruhi oleh keputusan dan tindakan perusahaan tersebut.

Dari kesangsian-kesangsian itulah kemudian melahirkan mitos-mitos dalam hubungan bisnis dan etika. Mitos bisnis amoral, mitos bisnis immoral, mitos bisnis pengejar maksimalisasi keuntungan, dan mitos bisnis sebagai permainan. Mitos bisnis amoral mengungkapkan suatu keyakinan bahwa bisnis adalah bisnis dan tidak bisa dicampuradukan dengan moralitas. Antara bisnis dan moralitas tidak ada kaitan apa-apa dan karena itu merupakan kekeliruan kalau kegiatan bisnis dinilai dengan menggunakan tolak ukur moralitas.⁴⁴

Demikian juga mitos bisnis immoral yang menganggap bahwa bisnis merupakan kegiatan tak terpuji dan karenanya perlu dihindari. Sementara itu mitos bisnis sebagai pengejar maksimalisasi keuntungan menganggap bahwa bisnis adalah kegiatan yang hanya berhubungan dengan keuntungan-keuntungan semata. Demikian pula mitos bisnis sebagai permainan menganggap bisnis sebagai arena kompetisi tertutup yang mengasikan atau suatu permainan judi dimana kemenangan menjadi tujuan utama.

Menurut Z. Carr seperti dikutip Dawam Rahardjo, bisnis mempunyai ciri-ciri yang bersifat impersonal dan menyerupai permainan yang menghendaki suatu strategi dan pemahaman tentang suatu etik khusus yang diterima secara bersama oleh semua pelaku permainan dan tidak selainnya. Pada pokoknya bisnis seperti permainan poker yang menghendaki sikap tidak percaya kepada orang diantara para pemainnya. Mengelabui secara cerdas atau menyembunyikan kekuatan sendiri untuk maksud sebenarnya adalah dibolehkan. Pemain poker harus menaggalkan nilai persahabatan, kebaikan dan ketulusan.⁴⁵ Karena pandangan-pandangan itulah maka antara bisnis dan etika dianggap dua bidang garapan yang berbeda.

Beberapa nilai moral yang sejalan dengan etika bisnis, seperti toleransi, kesetiaan, kepercayaan, persamaan, religiusitas dipandang

⁴⁴Richard T. De George, *Business Ethics*, (New Jersey: Prentice Inc. A. Simon and Schuster Company, 1990), 3-5.

⁴⁵Dawam Rahardjo, *Etika bisnis...Op. Cit.*, 19.

sebagai nilai-nilai yang tinggi oleh para manajer yang kurang berhasil. Sebaliknya nilai-nilai yang dipandang lebih sejalan dengan prinsip-prinsip bisnis seperti, maksimalisasi laba, agresivitas, individualitas, semangat persaingan, manajemen konflik, merupakan nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh manajer-manajer sukses.⁴⁶ Kondisi inilah yang kemudian memunculkan citra buruk terhadap bisnis dan dianggap sebagai “dunia hitam atau kotor”, baik di Barat maupun di Timur. Adanya sikap sinis terhadap bisnis demikian dikarenakan anggapan, bahwa pada dasarnya bisnis itu berasaskan ketamakan dan keserakahan. Bisnis semata-mata berpedoman kepada pencarian laba. Ketika seorang pelaku bisnis menyatakan bisnisnya demi kepentingan umum, hal itu sebenarnya hanyalah siasat palsu untuk mendapatkan simpati masyarakat dan akan mendatangkan keuntungan yang lebih besar. Bisnis pada dasarnya bersifat material dan bertentangan dengan aspek spiritual atau hal-hal yang baik dalam kehidupan.⁴⁷

Penutup

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan, bahwa upaya menggabungkan etika dan bisnis atau sebaliknya dapat berarti memaksakan norma-norma agama bagi dunia bisnis, memasang kode etik profesi bisnis, merevisi sistem dan hukum ekonomi, meningkatkan keterampilan mengelola tuntutan-tuntutan etika pihak-pihak luar untuk mencari aman dan sebagainya. Dengan demikian etika seolah-olah diperlakukan sebagai disiplin terpisah dan mau diterapkan pada dunia bisnis atau mau dikembangkan dengan cara memasuki telaah masalah-masalah moral dalam dunia bisnis. Pemahaman demikian pada gilirannya akan memunculkan berbagai cabang etika menjadi etika ekonomi, etika bisnis, etika manajemen, etika perbankan, dan lain-lain. Pada tataran demikian, dihubungkan dengan tulisan ini, memunculkan persoalan apakah bisnis dan etika dalam al-Qur'an terpisah atau menyatu dan bagaimana pula al-Qur'an memberikan persepsinya tentang bisnis dan etika?

Pandangan-pandangan seperti di atas telah tersebar dan dipercaya secara luas oleh para pelaku bisnis dan masyarakat,

⁴⁶*Ibid.*, 16

⁴⁷*Ibid.*

sehingga anggapan ini secara tidak langsung telah memunculkan berbagai skandal moral yang merugikan masyarakat. Dengan demikian, hal ini telah menjadi persoalan etika yang serius. Meskipun kemudian muncul kesadaran bahwa pemisahan bisnis dan etika tidak realistis, karena telah banyak menimbulkan kerugian-kerugian-namun adanya mitos-mitos yang sudah terlanjur merajalela dan mau ditangani dengan cara menggabungkan etika dengan bisnis atau sebaliknya, hal ini menimbulkan persoalan-persoalan baru dari aspek metodologis.[]

Daftar Pustaka

- Amal, Taufik Adnan. "Pendahuluan: Fazlur Rahman dan usaha-usaha Neomodernisme Islam dewasa ini", dalam *Metode dan Alternatif*, *ibid.*
- George, Richard T. De. *Business Ethics*, (New Jersey: Prentice Inc. A. Simon and Schuster Company, 1990).
- Gitosudarmo, Indriyo. *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 1999).
- Keraf, A. Sonni. "Bisakah Bisnis Berjalan Tanpa Moralitas", *Basis*, No 05-06, Tahun ke 46 Mei-Juni1997.
- Miskawih, Ibnu. *Menuju Kesempurnaan Akhlak*, (ent Helmi Hidayat), (Bandung: Mizan, 1994).
- Muhamad, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2003).
- _____, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004)
- Prasetio, Gunawan. *Etika bisnis* (Yogyakarta: Penerbit Andi bekerja sama dengan Simon & Schuster (Asia) Pte. Ltd.).
- Pratley, Peter. *The Essence of Business Ethics*, Simon & Schuster (Asia) Pte. Ltd.)
- Rahardjo, Dawam. "Etika Bisnis Menghadapi Globalisasi dalam PJP II", *Prisma*, 2 Februari 1995.
- Rahman, Fazlur. *Metode dan Alternatif Neomodernisme Islam*Fazlur Rahman, Taufik Adnan Amal (*penyunting*), (Bandung: Mizan, 1992.)
- Shihab, M. Quraish. "Etika Bisnis dalam Wawasan al-Qur'an", *Jurnal Ulumul Qur'an*, No 3/VII/97.
- Wijayakusuma. Yusanto. *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002).