

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Islam sangat menekankan nilai etika dalam kehidupan manusia. Sebagai satu jalan, pada dasarnya Islam merupakan kode perilaku etika dan moral bagi kehidupan manusia. Nabi Muhammad SAW bersabda, “Aku diutus hanyalah untuk menyempurnakan etika yang mulia” (*al-Muwatha'*). Tampilan unik etika Islam adalah bahwa ia merembes dalam semua wilayah dan bidang kehidupan manusia, baik individual maupun kolektif. Islam memandang etika sebagai satu bagian dari sistem kepercayaan muslim (iman). Hal tersebut memberi satu otoritas internal yang kokoh untuk memberi sanksi dan memberi dorongan dalam melaksanakan standar-standar etika. Konsep etika dalam Islam bukan *utilitarian* dan relatif, namun prinsipnya abadi dan mutlak.<sup>1</sup>

Manusia muslim, individu maupun kelompok dalam lapangan ekonomi atau bisnis di satu sisi diberi kebebasan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Namun, di sisi lain, ia terikat dengan iman dan etika sehingga ia tidak bebas mutlak dalam menginvestasikan modalnya atau membelanjakan hartanya.<sup>2</sup>

Dewasa ini, muslimin mengalami masalah yang sangat dilematis karena di dalam pikirannya ada semacam keresahan apakah praktek-praktek bisnis dilakukan telah benar menurut pandangan Islam. Banyak yang telah meninggalkan nilai-nilai atau etika Islam hanya untuk mencari laba sebesar-besarnya. Demikian pula dalam melaksanakan aktivitas ekonomi, nilai-nilai Islam senantiasa menjadi landasan utamanya. Siapa saja yang ingin bermuamalah diperbolehkan, kecuali yang dilarang. Hal ini memberikan ruang gerak yang luas bagi umat Islam untuk

---

<sup>1</sup> Taha Jabir, *Bisnis Islam* (Yogyakarta: AK Group, 2005), 33.

<sup>2</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 51.

melakukan aktivitas ekonominya sehingga dapat meningkatkan taraf hidupnya.

Qardawi memberikan patokan tentang norma-norma atau nilai-nilai syariah dalam perdagangan yang harus ditaati oleh para pedagang muslim dalam menjalankannya, yaitu:

1. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
2. Bersikap benar, amanah dan jujur.
3. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.
4. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.
5. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.
6. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.

Islam menghalalkan jual beli termasuk juga bisnis. Namun, bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha dalam dunia bisnis agar mendapatkan berkah dari Allah SWT di dunia maupun di akhirat. Aturan bisnis Islam menjelaskan berbagai hal yang harus dilakukan oleh para pebisnis muslim diharapkan bisnis tersebut akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT. Etika bisnis Islam menjamin, baik pebisnis, mitra bisnis, konsumen masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan. Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka/ruang lingkup bisnis.

Dalam realita bisnis kekinian terdapat kecenderungan bisnis tanpa memerhatikan etika. Kekuatan modal menjadi

senjata andalan dalam bersaing di dunia bisnis. Semakin besar modal yang dimiliki maka semakin besar jangkauan bisnisnya. Kekacauan dalam berbisnis ini sangat mengancam pertumbuhan bisnis. Namun dalam menghadapi kecenderungan tersebut, Al-Qur'an relatif banyak memberikan garis-garis dalam kerangka penambahan bisnis yang menyangkut semua pelaku ekonomi tanpa membedakan kelas. Bersama dengan semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam bisnis.

Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah di atur dalam pandangan ajaran Agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan). Islam di segala aspek kehidupan termasuk didalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidak seimbangan yang berkepanjangan di masyarakat.

Namun pertanyaan bagaimanakah bentuk-bentuk etika bisnis yang dikehendaki dalam Islam itu sendiri, untuk kemudian dipraktekkan dalam dunia bisnis global dan apakah masih relevan etika bisnis tersebut diterapkan pada masa sekarang. Jelas bahwa bisnis Islam secara pokok berbeda dengan pengertian modern tentang bisnis. Bisnis dalam Islam dihubungkan dengan moral sedangkan dalam modern tidak demikian. Implementasi nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan harus disadari secara personal oleh setiap pelaku usaha, artinya setiap pedagang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-

besarnya, tetapi dalam Islam bukan sekedar mencari keuntungan sebesar-besarnya tetapi juga keberkahan. Berdasarkan pemamaparan diatas, jelas bahwa saat ini banyak pengusaha yang tidak mementingkan moral dan etika dalam berbisnis. Yang penting bagi mereka adalah bagaimana mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.<sup>3</sup>

Seruan untuk menerapkan nilai-nilai etika, sebagaimana diungkap di atas, terjadi disetiap sudut kehidupan duniawi dan pada setiap zaman. Karena kalau tidak, niscaya tidak ada kaidah yang dapat menjadi tolok ukur nilai kebajikan dan kejahatan, kebenaran dan kebatilan, kesempurnaan dan kekurangan, dan lain sebagainya.

Di tengah kemajuan zaman modern yang kapitalis sekarang ini, ada kecenderungan masyarakat dunia untuk semakin akrab dengan tata nilai kehidupan tersebut. Dalam sebuah survei tahun 1990 yang dilakukan di Amerika terhadap sekitar 2.000 perusahaan mengungkapkan banyak persoalan yang menjadi konsen komunitas manajer, seperti penyalahgunaan minuman keras dan alkohol, karyawan yang mencuri, *conflict of interest*, isu pengawasan kualitas, diskriminasi dalam promosi dan pengangkatan karyawan, penyalahgunaan aset perusahaan dan lain sebagainya, dianggap sebagai persoalan besar yang dihadapi.<sup>4</sup>

Perhatian khusus dunia usaha Barat terhadap konsep kode etik dalam bisnis di atas didasari oleh beberapa alasan berikut: *Pertama*, tumbuh suburnya immoralitas yang terjadi diantara para eksekutif perusahaan dan para pegawainya sehingga membuat perusahaan harus merugi dan gagal. *Kedua*, studi lapangan yang dilakukan membuktikan bahwa perusahaan yang

---

<sup>3</sup> Elida Elfi Barus, dkk, *Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo)* 2, no. 2 (2016): diakses pada 14 November, 2017, <http://jurnal.unsyiah.ac.id/JPED/article/view/6690>

<sup>4</sup> Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 2.

menerapkan kode etik yang superior punya nama dan reputasi yang baik sehingga mendatangkan keuntungan.

Islam sebagai agama dengan sistem komprehensif juga mengatur aspek-aspek diatas dengan basis moralitas. Islam mengombinasikan nilai-nilai spiritual dan material dalam kesatuan yang seimbang dengan tujuan menjadikan manusia hidup bahagia di dunia dan akhirat. Tetapi persoalan kemudian bahwa konsep materilistis yang berkembang dialam modern sekarang ini telah menyeret manusia pada kondisi dimana nilai-nilai spiritual terpinggirkan. Hal ini terjadi terutama dikalangan kaum pebisnis yang pada gilirannya berimbans negatif terhadap lapisan lain. Artinya, paradigma yang terbangun di masyarakat bahwa harta, jabatan, dan kekuasaan menjadi tolok ukur 'baik' dan tidak'-nya seseorang.<sup>5</sup>

Apabila hal demikian tumbuh dan berkembang ia dapat berefek negatif bagi nilai-nilai yang selama ini eksis, dan semua orang akan berpacu meraih keuntungan material sebanyak mungkin walau *on the expenses of others*. Realitas terkikisnya nilai-nilai luhur dan berkembangnya keinginan untuk dinilai 'baik' secara sosial dapat memupuk jiwa korup dan permisif terhadap ketidak profesionalan kerja baik di birokrasi, eksekutif karyawan, atau buruh. Meritokrasi bukan sebagai ukuran dalam profesionalisme, namun materi sebagai barometernya.

Di sinilah etika bisnis Islam menjadi relevan untuk ditumbuh kembangkan sebagai sebuah alternatif solusi keluar dari kungkungan budaya korup dan improfesionalisme tersebut. Bukan saja karena faktor studi di dunia barat yang membuktikan terpromosikannya sebuah perusahaan dan naiknya rating dengan kode etik kerja, namun itu bagian dari perwujudan dan profesionalitas yang menjadi keniscayaan ber-Islamnya seorang muslim dan realisasi adagium yang mengatakan: “ *a good bussiness is a good ethic*”.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, 3.

<sup>6</sup> Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, 4.

Lain halnya dengan sistem Islam, nilai moralitas etika Islam menanamkan anjuran akan hubungan manusia dengan Tuhannya. Karena Allah SWT. Maha Sempurna lagi Maha Mengetahui, kode etika seorang muslim sudah melampaui setiap batasan waktu ataupun perilaku bias dari kemanusiaan. Sistem etika Islam bisa ditekankan kapan saja, tidak terikat dengan satu masa tertentu, karena Allah sebagai sang pencipta dan para pencatatnya sangat dekat dengan manusia sebagai hamba, dengan kedekatan yang tidak lebih jauh antara tenggorokan dan urat jakun.

Bagi seorang muslim, kemampuan paradigma konvensional akan arti manusia sebagai '*homo economicus*' (pelaku ekonomi yang mencari keuntungan bagi dirinya tanpa mengindahkan kepentingan orang lain) tidak sepenuhnya sesuai dengan nilai-nilai etika Islam. Oleh sebab itu, *morality concept* dalam perspektif Islam diusung pada saat pencerahan aksioma-aksioma yang sudah terlanjur kondang (dari sistem kapitalis misalnya). *Alhasil*, apresiasi manusia umum akan materi (*property of wealth*) pelan-pelan harus digeser melalui arahan rambu imperatif syariah. Pergeseran nilai ini diharapkan dapat membantu bentukan sistem aplikasi manual dari mekanisme produk ekonomi syariah, karena muatan 'tercerah' dan perspektif ini adalah adanya dimensi moral berbasis wahyu.<sup>7</sup>

Vogel dan Samuel Hayes mengilustrasikan bahwa untuk mencapai sistem aplikasi dan pemahaman modern dari nilai etika komersial yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber adalah dengan menggabungkan (mengkonvergensi) antara kajian fikih klasik dengan apa yang sudah dilahirkan dari konvensi pengalaman hidup manusia di luar Islam.<sup>8</sup>

Menggeser dan apalagi mengubah apa yang sudah menjadi budaya memang tidak semudah membalikkan telapak tangan, karena seideal apapun konsep etika yang ditawarkan,

---

<sup>7</sup> Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, 68.

<sup>8</sup> Vogel dan Samuel Hayes, dikutip dalam, Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 69.

tidak akan pernah lekang dari faktor manusianya. Walaupun inovasi *inserting values* dan mekansime produk etika sudah dimanualkan secara detail, namun pada tataran pelaksanaannya masih kesulitan dalam pencapaian titik optimal, apabila pemeran dari konsepnya tidak matang dalam memahami dan menerjemahkan prinsip-prinsip fundamental dari moral agama ke dalam perilaku berbisnis. Dengan demikian, sudah selayaknya *commercial ethics* dapat menjadi salah satu kajian yang harus melengkapi *Islamization process* infrastuktur sistem kehidupan sosial dan ekonomi penganut agama Islam.<sup>9</sup>

Atas dasar permasalahan di ataslah penulis mengadakan penelitian di Toko Al-madina yang beralamatkan di Desa Jatimulyo Wedarijaksa Pati. Dengan mengadakan penelitian atas dasar penerapan prinsip etika bisnis Islam yang selama ini dijalankan oleh toko tersebut.

Dalam hal ini penulis ingin menekankan pada prinsip dasar Etika Bisnis Islam pada toko tersebut, apakah prinsip etika bisnis Islam yang selama ini dijalankan oleh Toko Al-Madina sudah benar-benar diterapkan dengan baik. Serta apakah kegiatan toko selama ini dijalankan sudah dijalankan secara optimal atau belum.

Toko tersebut dikatakan optimal terhadap nilai apabila kegiatan proses penerapan etika bisnis Islam dapat dapat terus dikembangkan sehingga dapat berdampak baik terhadap konsumen, serta proses operasi yang benar-benar maksimal, sehingga kegiatan proses penerapan etika bisnis Islam yang selama ini dilaksanakan oleh toko tersebut bisa terus dilanjutkan atau perlu diadakannya suatu tindakan koreksi terhadap kegiatan proses penerapan etika bisnis Islam yang masih kurang optimal.

Begitu juga pada Toko Al-Madina yang berada di Desa Jatimulyo Kecamatan Wedarijaksa Pati, yang telah bertahun-tahun menjalankan usaha ini. Tentunya mempunyai kelemahan dan kelebihan dalam urusan bisnis perdagangannya, semua dapat

---

<sup>9</sup> Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, 70.

diatasi manakala manajer bisa tegas dalam melihat dan menangani segala macam masalah yang ada, serta dapat langsung membenahi agar masalah tersebut tidak mengganggu serta berarti pada masalah bisnis dagangnya.

Toko Al-Madina Wedarijaksa Pati ini merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang perdagangan dengan menjual berbagai macam jenis kerudung/jilbab, baju muslimah dan segala macam aksesoris bagi para muslimah, selain itu juga menyediakan perlengkapan ibadah seperti mukena, peci, sajadah, perlengkapan haji/umroh, perlengkapan lamaran dan lain sebagainya. Tentunya pemilik toko tersebut menginginkan konsistensi dalam kegiatan bisnisnya tersebut agar dapat memenuhi kebutuhan pasar dan dapat memuaskan konsumen. Maka pemilik toko tersebut perlu membenahi segala macam kekurangan dalam bisnis dagangnya tersebut, agar penerapan etika bisnis Islam terhadap nilai bisnisnya dapat terwujud.

Dari gambaran ringkas yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa peran pemilik toko/manajer dan karyawan serta produk yang dijualnya sebagai pengontrol dan pengendali masalah penerapan etika bisnis Islam memegang peranan yang sangat penting dalam kelangsungan hidup bisnisnya, sehingga mendorong penulis untuk mengadakan penelitian di Toko Al-Madina ini dengan judul “**Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Kecil**”. (Studi Kasus di Toko Al-Madina Wedarijaksa Pati)

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini difokuskan pada implementasi terhadap pelayanan dan juga kualitas produk yang halal yang berdampak kepada perilaku konsumen.

---

<sup>10</sup> Cholid Narbuto, dkk, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), 188.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka rumusan dari permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada pelaku usaha kecil “toko Al-Madina Wedarijaksa Pati” ?
2. Apakah faktor pendukung dan penghambat dalam implementasi etika bisnis Islam pada pelaku usaha kecil “toko Al-Madina Wedarijaksa Pati” ?
3. Sejauh mana dampak dari implementasi etika bisnis Islam di toko Al-Madina terhadap konsumen ?

### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemilihan judul dan bertitik tolak dari latar belakang masalah yang telah diajukan, maka terdapat beberapa tujuan penting yang diharapkan melalui penelitian, yaitu:

1. Mengetahui bagaimana mengimplementasikan etika bisnis Islam pada pelaku usaha kecil “toko Al-Madina Wedarijaksa Pati”.
2. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam etika bisnis Islam pada pelaku usaha kecil “toko Al-Madina Wedarijaksa Pati”.
3. Mengetahui sejauh mana dampak dari implementasi etika bisnis Islam di toko Al-Madina terhadap konsumen.

### E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Menambah pengetahuan kepustakaan mengenai implementasi etika bisnis Islam pada pelaku bisnis kecil.
  - b. Memperkaya khazanah pemikiran mengenai implementasi etika bisnis Islam pada pelaku bisnis kecil.

- c. Sebagai sumbangan terhadap perkembangan keilmuan dan sebagai wacana baru dalam bidang manajemen bisnis khususnya mengenai implementasi etika bisnis Islam pada pelaku bisnis kecil.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pengusaha, penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman merancang, melaksanakan dan mengevaluasi pada pelaku usaha kecil.
- b. Bagi pengusaha, sebagai tambahan informasi mengenai implementasi etika bisnis Islam pada pelaku usaha kecil.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pembaca mengenai implementasi etika bisnis Islam pada pelaku usaha kecil.

## F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami keseluruhan isi dari skripsi ini, penulis akan mendeskripsikan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

### 1. Bagian Awal

Bagian muka ini, terdiri dari: halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftara isi, halaman daftar gambar, halaman daftar tabel.

### 2. Bagian Isi, meliputi:

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab 1 dengan bab lainnya saling terkait karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian,

manfaat penelitian, sistematika penelitian skripsi.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang kajian pustaka yang dibutuhkan dalam menunjang penelitian dan konsep yang relevan untuk membahas permasalahan yang telah dirumuskan, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Berupa jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan metode analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, visi dan misi, tata ruang, deskripsi penelitian, dan analisis penelitian.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran, keterbatasan penelitian dan penutup.

**3. Bagian akhir**

Dalam bagian ini berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan, dan lampiran-lampiran.