



**EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah**

**Volume 4, Nomor 1, Juni 2016, 1 - 19**

P-ISSN: 2355-0228, E-ISSN: 2502-8316

journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium

## **DETERMINAN PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DI KENDARI**

**Nurussabariyah Akib**

**Ernawati**

*Universitas Halu Oleo, Sulawesi Tenggara*

shabriyahakib@yahoo.com

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menguji determinan penerapan etika bisnis Islam bagi pelaku usaha di kota Kendari. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara dan pengisian kuesioner terbuka kepada pemilik usaha di kota Kendari yang mengaku menjalankan bisnis berdasarkan prinsip syariah. Pengambilan sampel dilakukan secara snowball sampling. Melalui teknik ini maka sampel yang diperoleh sebanyak 24 responden. Data dianalisis secara deskriptif dengan bantuan persentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden (66,67%) memiliki motivasi harapan imbalan dari Allah jika menerapkan etika bisnis islami dan 20,83 % memiliki motivasi kesuksesan usaha. Sementara selebihnya termotivasi dakwah dan kemajuan usaha. Determinan utama yang mendorong pelaku usaha menerapkan etika bisnis Islam adalah adanya pemahaman nilai-nilai agama, faktor keluarga, dan terakhir lingkungan sekitar atau pergaulan. Tidak ada satu responden pun yang menjawab bahwa sistem negara sebagai determinan penerapan bisnis Islam.*

**Kata Kunci:** *Etika Bisnis Islam, Motivasi*



## Abstract

*This study aimed to examine the determinants of Islamic business ethics implementation in Kendari city. It used primary data that were obtained through interviews and open questionnaires to business owners in Kendari who claimed that they implement sharia principles on business. The samples were 24 respondents that were obtained by snowball sampling. Data were analyzed descriptively in percentage. The results showed that: The majority of respondents (66.67 %) are motivated by reward from Allah in applying Islamic business ethics; and 20.83 % are motivated by business success. While the others are motivated by dakwah and business progress. The main determinants to apply Islamic business ethics are the understanding of religious values; family factor, and social environment. No one respondent who answered that the state system is as the determinant of the Islamic business ethics implementation.*

**Keywords:** *Islamic Business Ethics, Motivation*

## PENDAHULUAN

Allah SWT telah memerintahkan hamba-Nya untuk masuk kedalam Islam secara keseluruhan sebagaimana Firman-Nya dalam QS. Al Baqarah ayat 208. Seorang muslim tidaklah boleh mengambil sebagian lalu meninggalkan sebagian yang lain (QS. An-Nisa: 150-151) sesuai dengan preferensinya. Perkara tersebut tidak hanya berlaku dalam aspek ibadah, namun juga muamalah. Singkatnya, seluruh aktivitas manusia hendaklah berpegang teguh pada tali agama Allah (QS. Ali 'Imran: 103).

Seorang hamba yang senantiasa berpegang pada tali agama Allah akan merasakan keterhubungan langsung dengan Sang Pencipta meskipun dalam melaksanakan ibadah umum (muamalah). Dalam bentuk ibadah umum-lah manusia sering tergelincir pada perkara-perkara duniawi karena telah memisahkan konsep ibadah khusus dan ibadah umum. Ibadah khusus seakan-akan dianggap sebagai perkara agama yang hanya dilaksanakan di masjid, surau, dan tempat peribadatan lainnya; sementara muamalah diatur sendiri sesuai dengan kepentingan yang melaksanakan. Hadis Riwayat Muslim menyatakan: "*Kalian lebih mengetahui urusan dunia kalian,*" dimaknai



sebagai kehendak diri untuk mengatur muamalah dan atau segala urusan dunia. Sehingga diantara urusan yang ditetapkan sekehendak hati telah masuk ke wilayah hukum syariat (halal, haram, sah, dan rusak). Alhasil, hukum baru yang diadopsi telah melanggar ketentuan hukum yang digariskan dalam Islam.

Darisini tampak bahwa terkadang seorang hamba melaksanakan suatu perkara baik (atau katakanlah beretika baik), hanya karena ia menganggap perkara tersebut akan mendatangkan keuntungan menurut hawa nafsunya sendiri. Hal ini sebagaimana referensi-referensi yang menganjurkan berperilaku 'tertentu' karena dianggap baik oleh manusia. Padahal baik dalam pandangan manusia; belum tentu baik dalam pandangan Allah; sementara baik dalam pandangan Allah sudah pasti baik untuk manusia sebagaimana firman Allah yang artinya: *"Diwajibkan atas kamu berperang, padahal berperang itu adalah sesuatu yang kamu benci. Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui."* (QS. Al-Baqarah: 216)

Oleh karena itu dalam urusan muamalah seorang hamba tidak perlu bertanya lagi 'mengapa' dan 'untuk apa' ia melakukan perkara tersebut, namun dibutuhkan cara bertindak yang *sami'na wa atha'na* (kami dengar dan kami taat) dari apa-apa yang diperintahkan oleh Allah. Sebab indera manusia sangat terbatas dalam meraih makna perintah itu sendiri.

Dengan demikian, seorang muslim hendaklah beretika yang disandarkan pada ajaran Islam, atau yang diistilahkan sebagai akhlak muslim. Seorang muslim hendaklah menjadikan Muhammad sebagai suri tauladan baginya (QS. Al-Ahzab: 21). Adapun akhlak Rasulullah sebagaimana hadis yang diriwayatkan Muslim adalah; *Ketika Ummul Mukminin 'Aisyah ditanya oleh sahabat Hisyam bin Amir tentang bagaimana akhlak Rasulullah, maka 'Aisyah berkata: "Bukankah engkau sering membaca al-Quran?", beliau menjawab: "Ya", 'Aisyah berkata: "Akhlak Rasulullah adalah al-Quran"*. Sehingga seorang muslim akan berupaya memiliki akhlak al-Quran. Bagi hamba Allah siapapun itu, profesi apapun, dan dalam urusan apapun hendaknya profesional sebagai hamba Allah yang beretika Islam.

Arus ekonomi *mainstream* telah mengajarkan bahwa seorang pelaku usaha dikatakan beretika jika telah mengikuti hukum dan etika bisnis yang 'rasional' yang telah disepakati secara umum. Namun

sebagai seorang muslim, dikatakan beretika manakala berperilaku sebagaimana petunjuk al-Quran. Disinilah letak 'ambigunya' perilaku pelaku usaha. Sebagai contoh saat melakukan promosi, dianggap sah jika memuji produk yang dimiliki dan menutupi kekurangan produk, sementara dalam Islam barang yang diperjualbelikan hendaklah dijelaskan sebagaimana adanya, kekurangan dan atau kecacatan benda perlu disampaikan agar demi pencapaian keridhahan antara kedua belah pihak.

Namun kuatnya arus pemikiran ekonomi duniawi telah menjadikan pelaku usaha berada dipersimpangan jalan. Pada akhirnya, kemenangan dari perang pemikiran ini akan sangat tergantung dari berbagai faktor. Secara faktual, seiring dengan mulai diperkenalkannya sistem ekonomi Islam pada berbagai forum ilmiah; dalam tataran praktis, praktik ekonomi Islam sudah berkembang tidak hanya dari aspek perbankan dan keuangan Islam, namun telah merambah pada jenis usaha lainnya, seperti perdagangan, perhotelan, serta industri lainnya. Di Kota Kendari, praktik bisnis Islami juga telah tumbuh melalui beberapa usaha di bidang perhotelan, perdagangan dan industri. Dengan demikian perlu dikaji faktor-faktor apa yang mempengaruhi penerapan etika bisnis Islam oleh pelaku usaha di Kota Kendari.

## KAJIAN LITERATUR

### **Etika Bisnis Islam**

Etika berasal dari bahasa Yunani, *ethos* yang berarti watak kesusilaan atau adat. Dalam kamus bahasa Indonesia, etika diartikan ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak. Dimana ruang lingkup etika meliputi; (1) sejarah tentang tingkah laku manusia; (2) membahas cara menghukum dan menilai baik buruknya suatu tindakan; (3) menyelidiki faktor yang mempengaruhi tingkah laku manusia; (4) menerangkan mana yang baik dan mana yang buruk; (5) meningkatkan budi pekerti; dan (6) menegaskan arti dan tujuan hidup sebenarnya (Abdullah, 2006: 12). Adapun moral secara etimologi berasal dari bahasa latin, *mores* yaitu jamak dari kata *mos* yang berarti adat kebiasaan. Didalam kamus bahasa Indonesia moral merupakan penentuan baik buruk terhadap perbuatan dan kelakuan.

Pada sisi lain, akhlak merupakan bentuk jamak dari *khuluq*. *Al-Khulq* dalam kamus bahasa Arab memiliki arti kebiasaan, perangai,



tabiat, budi pekerti. Dari pengertian tersebut, akhlak tampaknya memiliki pengertian secara bahasa yang merujuk ke moral meskipun harus diakui bahwa terdapat perbedaan mendasar keduanya, bahwa akhlak seorang muslim hanya berstandarkan pada al-Quran dan al-Hadits; sementara standar moral adalah norma yang berlaku umum di masyarakat. Pada tataran praktis, istilah moral, etika dan akhlak sering dipakai secara bergantian yang merujuk pada pengertian perilaku kesusilaan, dan pada penelitian ini peneliti lebih menggunakan istilah etika.

Etika bisnis Islam secara utuh bersumber dari syariat Islam, baik yang tersurat maupun yang tersirat. Sumber hukum yang tersirat dapat dirujuk melalui qiyas dan ijma' sahabat. Dalam beretika bisnis, seorang muslim boleh melakukan apapun selama tidak dilarang dalam syariat. Adapun etika bisnis rujukan yang telah digariskan bagi pelaku usaha muslim, yaitu:

- a. Barang yang diperjual belikan/ diproduksi bebas riba (QS. Al-Baqarah: 275, 278); dan halal (HR. Bukhari: 2083)
- b. Tidak menipu, baik dalam hal takaran (QS. Al-Isra: 35, QS. Al-Muthaffifin: 1-12); dalam hal promosi (QS. Ali 'Imran: 77) maupun barang, harga dan waktu transaksi harus jelas tidak mengandung unsur gharar (HR. Muslim: 2783, HR. Ahmad: 3496)
- c. Menghindari *mark up pricing*, baik dalam bentuk penimbunan barang (HR. Ahmad: 4648), maupun monopoli yang menjadikan harga melambung tinggi sehingga tidak ada keridhaan harga dari pembeli, akibat transaksi pembelian yang terpaksa, sebab pembeli tidak memiliki alternatif lain.
- d. Ridha kedua belah pihak yang melakukan transaksi (QS. Asy-Syu'ara: 29)
- e. Tidak menjatuhkan pesaing (QS. Al-Hujurat: 12)
- f. Tidak Berkhianat pada relasi bisnis (HR. Abu Daud: 2936)
- g. Tidak menzalimi pekerja dengan melakukan pembayaran upah tepat waktu (QS. Ath-Thalaq: 6)
- h. Hutang Piutang, segera melunasi hutang; namun toleran dalam berpiutang, sebagaimana hadis Nabi: "*Sebaik-baik*

*kamu, adalah orang yang paling segera membayar hutangnya.”*  
(HR. Hakim)

*“Barang siapa yang menanggungkan orang yang kesulitan membayar hutang atau membebaskannya, Allah akan memberinya naungan di bawah naungan-Nya pada hari yang tak ada naungan kecuali naungan-Nya.”* (HR. Muslim)

- i. Ramah (QS. Taha: 44, QS. Al-Luqman: 19)
- j. Tidak merusak lingkungan (QS. Ar-Rum: 41)
- k. Menjalankan kewajiban zakat (QS. At-Taubah: 18 dan 103, QS. Al-Baqarah: 277, QS. An-Nisa': 162)

### **Motivasi Perbuatan Manusia**

Istilah motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu, yang menyebabkan individu tersebut bertindak atau berbuat (Uno, 2008: 3). Ada beberapa macam teori tentang motivasi diantaranya: *pertama*, Teori Hedonisme, beranjak dari pandanganklasik bahwa pada hakikatnya manusia akan memilih aktivitas yang menyebabkan merasa gembira dan senang; *kedua*, Teori Naluri, merupakan teori yang menghubungkan perilaku manusia dengan berbagai naluri. Misalnya naluri untuk mempertahankan diri, mengembangkan diri; *ketiga*, Teori Kebudayaan, adalah teori yang menghubungkan tingkah laku manusia berdasarkan pada kebudayaan tempat seseorang tersebut berada; dan *keempat*, Teori Kebutuhan, yang yang menggagas bahwa tingkahlaku manusia pada hakikatnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan (Husdarta, 2011: 35).

Kebutuhan menurut Maslow memiliki 5 tangga. Tangga paling dasar merupakan kebutuhan fisiologis yang bersifat primer, seperti pangan sandang dan papan. Kebutuhan berikutnya yaitu rasa aman dan perlindungan; selanjutnya kebutuhan sosial, kemudian kebutuhan akan penghargaan. Adapun tangga kebutuhan tertinggi yaitu kebutuhan aktualisasi diri yang merupakan kebutuhan pengembangan diri secara maksimum. Tangga kebutuhan Maslow ini sangat berbeda dengan konsep kebutuhan dalam Islam. Pakar *maqasid* telah memetakan kebutuhan menjadi beberapa bagian, asy-Syatibi membedakan kebutuhan menjadi tiga bagian: *pertama*, *Dharuriyat* (kebutuhan primer) yaitu kemaslahatan yang menjadi dasar tegaknya kehidupan asasi manusia baik yang berkaitan dengan agama maupun

dunia. Jika dia luput dari kehidupan manusia maka mengakibatkan rusaknya tatanan kehidupan manusia tersebut sebab masalah *dharuriyat* ini merupakan dasar asasi untuk terjaminnya kelangsungan hidup manusia. Termasuk dalam lingkup *masalah dharuriyat* ini ada lima, yaitu hal-hal yang berkaitan dengan pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturunan dan harta; *kedua, Hajjiyat* (kebutuhan sekunder) yaitu segala sesuatu yang oleh hukum *syara'* tidak dimaksudkan untuk memelihara lima hal pokok tadi, akan tetapi dimaksudkan untuk menghilangkan kesulitan, kesusahan, kesempitan dan ihtiyath (berhati-hati) terhadap lima hal pokok tersebut; dan *ketiga, Tahsiniyat* (kebutuhan tersier) atau *kamaliyat* (pelengkap) yang merupakan kebutuhan yang apabila tidak terpenuhi tidak mengancam eksistensi salah satu dari kelima pokok diatas serta tidak pula menimbulkan kesulitan (Muhammad, 2004: 152-153).

Jenis kebutuhan tersebut memang merupakan tujuan manusia untuk berperilaku. Sementara untuk memenuhi kebutuhan tersebut, manusia dapat didorong karena keserakahan (hawa nafsu) maupun karena dorongan spiritual.

a. Motivasi hawa nafsu

Allah SWT telah banyak memperingatkan hamba-Nya tentang potret orang-orang yang memperturutkan hawa nafsu. Allah SWT melarang hamba-Nya untuk memperturutkan hawa nafsu, sebab hawa nafsu tersebut lebih condong pada kejahatan sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat Yusuf ayat 54. Allah bahkan memberi perumpamaan orang yang memperturutkan hawa nafsunya seperti binatang ternak, bahkan lebih sesat sebagaimana yang tersurat dalam Surat al-Furqan: 43-44.

Motivasi hawa nafsu ini dapat berwujud apapun; baik materi, wanita, pangkat dan jabatan, maupun keluarga (lihat QS. Ali Imran: 14-15, QS. Al-Kahfi: 46, QS. At-Taubah: 24, QS. Al-Anfaal: 28, QS. Al-Baqarah: 188, QS. Al-Humazah: 1-3). Namun tidak semua pencapaian materi, kecintaan terhadap anak istri dan perolehan kedudukan didorong oleh hawa nafsu. Pencapaian hal-hal tersebut dapat pula dimotivasi oleh spiritualisme seseorang.

b. Motivasi spiritualisme

Motivasi spiritualisme sejalan dengan tujuan penciptaan manusia; sebagaimana firman Allah SWT yang artinya: "*Dan tidaklah Aku menciptakan jin dan manusia, melainkan supaya mereka*



*menyembah-Ku.” (QS. Adz-Dzariyat: 56)*

Ayat tersebut menerangkan bahwa apapun perbuatan manusia, hendaklah bertujuan untuk ibadah sehingga motivasi seseorang untuk berbuat tidak lain juga adalah ibadah (motivasi spiritual). Materi, kedudukan, kecintaan anak dan istri, dan sebagainya hanya sebagai akibat dari perbuatan itu sendiri. Dengan demikian, seorang pekerja keras misalnya, yang bekerja karena motivasi spiritual selain memperoleh nilai ibadah di hadapan Allah (keberkahan) sekaligus akan memperoleh nilai materi. Namun seseorang yang berbuat atas dasar materi, belum tentu memperoleh keberkahan dari Allah. Sebab kunci dari keberkahan itu sendiri adalah ibadah sesuai dengan petunjuk Sang *Khaliq*.

Pencapaian materi, kedudukan, dan sebagainya merupakan hasil dari motivasi spiritualisme yang mempersyaratkan keimanan dan amal saleh tampak pada dalil: (1) pencapaian materi (QS. Naba': 11, QS. Al-Jum'ah: 10, QS. Al-Mulk: 15, QS. Al-Muzzammil: 20, QS. Al-A'raf: 96, QS. Ath-Thalaq: 2-3); (2) perolehan kedudukan dan kekuasaan (QS. Al-Mujadilah: 11, An-Nur: 55); dan (3) kasih sayang terhadap anak, istri dan keluarga (QS. At-Tahrim: 6, QS. Ar Rum: 21, QS. Luqman: 14, QS. An-Nisa: 1 dan 19).

### **Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Manusia**

Perilaku manusia dipengaruhi oleh dua faktor pokok, yaitu faktor perilaku (*behaviourcauses*) dan faktor diluar perilaku (*non behaviour causes*) (Green et.al, 1980). Selanjutnya perilaku itu sendiri ditentukan atau terbentuk dari 3 faktor yaitu: *pertama*, Faktor predisposisi (*predisposing factors*), yang mencakup pengetahuan, sikap dan sebagainya; *kedua*, Faktor pemungkin (*enabling factor*), yang mencakup lingkungan fisik; dan *ketiga*, Faktor penguat (*reinforcement factor*), faktor-faktor ini meliputi undang-undang, peraturan-peraturan, pengawasan dan sebagainya (Notoatmodjo, 2007: 11).

Dalam Islam, beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku dapat dikaji melalui Alquran dan Al hadist, yang dapat dikelompokkan menjadi 4 bagian, yaitu: pemahaman nilai-nilai agama; faktor keluarga; faktor lingkungan; dan sistem hukum negara.

#### **a. Pemahaman nilai agama**

Pemahaman nilai-nilai agama sangat mempengaruhi perilaku seseorang. Hal ini tampak pada turunnya surah pertama



al-Quran dalam Surat al-Alaq yang diawali dengan *iqra'* (bacalah) yang merupakan perintah memahami tanda-tanda kebesaran Allah melalui. Kalimat perintah *iqra* (bacalah) di dalam firman Allah ini sama sekali tidak menjelaskan obyek (*maf'ul bih*) nya, yang berarti bahwa perintah tersebut memiliki makna yang bersifat umum. Namun kalimat perintah ini tidaklah bersifat mutlak atau sekehendak hati, karena telah disyaratkan dengan lafadz berikutnya: *bismirabbika, alladzi khalaq* (dengan nama Tuhanmu, Yang Maha Menciptakan). Selanjutnya pada QS. Az-Zumar: 9 juga telah dijelaskan oleh Allah SWT bahwa tidaklah sama antara orang yang mengetahui dan yang tidak. Pada sisi lain, pengaruh pemahaman nilai agama terhadap perilaku seseorang salah satunya didorong oleh takut melanggar syariat Allah sebagaimana dalam Surat al-Fathir: 28.

b. Keluarga

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan keluarga dalam beberapa pengertian: a) Keluarga terdiri dari ibu dan bapak beserta anak-anaknya, b) Orang yang seisi rumah yang menjadi tanggungan, c) Sanak saudara, d) Satuan kekerabatan yang sangat mendasar dalam kekerabatan (KBBI, 2005: 536). Keluarga memiliki beberapa fungsi, yang menurut Vembrianto sebagai: fungsi biologis, fungsi afeksi, fungsi sosial, fungsi pendidikan, fungsi rekreasi, fungsi keagamaan, dan fungsi perlindungan (Sabri, 1999: 16).

Pengaruh keluarga dalam penerapan etika bisnis Islam sangat tampak melalui fungsi pendidikan (QS. Luqman: 12-19) dan fungsi perlindungan. Sebagai fungsi perlindungan, Allah memerintahkan orang beriman untuk tunduk kepada Allah (QS. Thaha: 132) untuk menjaga mereka demi keselamatan akhirat. Allah SWT berfirman yang artinya: "*Wahai orang-orang yang beriman, jagalah diri kalian dan keluarga kalian dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu, penjaganya malaikat-malaikat yang kasar, yang keras, yang tidak mendurhakai Allah terhadap apa yang diperintahkan-Nya kepada mereka dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan.*" (QS. At-Tahrim: 6)

c. Lingkungan

Lingkungan (diluar keluarga) juga sangat mempengaruhi perilaku seseorang. Ajaran-ajaran yang telah dipahami dan apa

yang diajarkan di dalam keluarga pada akhirnya akan berhadapan dengan ajaran yang berlaku di lingkungan pergaulan sosial. Jika pandangan tersebut berbeda, maka akan terjadi benturan-benturan yang akan dimenangkan dengan opini yang terkuat. Sebegitu besarnya pengaruh lingkungan, sehingga Allah memerintahkan hamba-Nya agar selalu bersama dengan orang-orang yang baik. Allah SWT berfirman yang artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar (jujur)."* (QS. At-Taubah: 119).

Dalam ayat lain Allah SWT berfirman yang artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu ambil menjadi teman kepercayaanmu orang-orang yang di luar kalanganmu (karena) mereka tidak henti-hentinya (menimbulkan) kemudharatan bagimu. Mereka menyukai apa yang menyusahkan kamu. Telah nyata kebencian dari mulut mereka, dan apa yang disembunyikan oleh hati mereka adalah lebih besar lagi. Sungguh telah Kami terangkan kepadamu ayat-ayat (Kami), jika kamu memahaminya."* (QS. Ali 'Imran: 118)

d. Sistem hukum negara

Negara merupakan sebuah entitas yang memiliki kekuasaan untuk mengatur rakyatnya berdasarkan sistem hukum yang telah diadopsi. Pengaturan rakyat tersebut dapat berupa pengaturan keamanan, kesejahteraan dan sebagainya. Dalam Islam, pengaturan negara ini dilaksanakan dengan penerapan hukum-hukum agama pada perkara-perkara yang telah digariskan. Siapa saja yang tidak berhukum kepada hukum Allah maka dianggap sebagai kafir (QS. Al-Ma'idah: 44); zalim (QS. Al-Ma'idah: 45); dan fasik (QS. Al-Ma'idah: 47). Penerapan hukum-hukum agama ini akhirnya dapat mendorong masyarakat untuk berbuat berdasarkan akhlak Islam. Sebab keberadaan hukum bersamaan dengan sistem *punishment*-nya.

## PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Usaha Responden

Pelaku usaha yang dikaji dalam artikel ini merupakan pelaku usaha yang menyatakan tengah menerapkan etika bisnis Islam dalam usaha yang dimiliki. Selama 2 bulan periode penelitian, diperoleh sebanyak 24 pelaku usaha bisnis yang Islami di Kota Kendari. Jika



dilihat dari indikator aset, seluruh usaha yang dijalani merupakan usaha mikro kecil dan menengah, dengan kekayaan dibawah 10 miliar rupiah. Pelaku usaha tersebut mayoritas bergerak dalam bidang perdagangan. Bidang usaha lain berupa perhotelan, industri air, industri makanan, jasa salon, *fotocopy*, dan jasa warnet. Usaha perdagangan yang dijalani responden yaitu: perdagangan pakaian dan perlengkapannya, obat-obatan, buku dan alat tulis kantor, sembako, barang campuran (swalayan), dan *furniture*. Pada beberapa kasus, jumlah usaha responden lebih dari 1 jenis usaha, seperti: Granada Moslem Store, Kedai IC Mu'adz bin Jabal, dan Andalusia Muslimah sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Sedangkan bentuk upaya responden dalam upaya penerapan etika bisnis Islam sangat tampak pada beberapa hal yaitu: tidak menyediakan barang yang *mudharat* terlebih lagi diharamkan; sumber-sumber bahan industri yang suci; pakaian karyawan yang menutup aurat. Selain hal tersebut, pelaku usaha juga menerapkan etika bisnis dari aspek manajemen, hubungan dengan pelanggan, pemasok, pemerintah dan lingkungan sekitar.

Tabel 1. Jenis Usaha Responden

No	Nama Perusahaan	Jenis Usaha
1	Granada Moslem Store	Pakaian Muslim, Buku Islami, Obat-obatan dan Kosmetik Herbal
2	Andalusia Muslimah	Pakaian Muslimah, Tas Wanita, Jasa Rias Pengantin
3	CV. Tumaka	Toserba, Alat Tulis, Warnet
4	PT. Ade Sultra Persada	Swalayan
5	Toko Bintang Remaja	Makanan
6	Hotel Zahra Syariah	Hotel
7	Hana Baby Kids	Pakaian Anak, Perlengkapan Bayi
8	Nurhaerany Cake	Makanan
9	RM. Senyum 27	Makanan
10	Dapur Aufa	Makanan
11	Toko Al-Izzah	Buku, Obat-obatan Herbal
12	Rumah Herbal Asy-Syifaa	Obat-obatan Herbal
13	Sholehah Fotocopy	Fotokopi dan ATK
14	Kios Savero	Sembako
15	ARD Grosir dan Eceran	Sembako

16	Depot Air Minum Mu'adz	Depot Air Minum
17	Kedai IC Mu'adz bin Jabal	Pakaian, Alat Tulis, Buku, Obat-obatan
18	Kantin IC Mu'adz bin Jabal	Makanan dan Pakaian
19	Rusdi Textile	Tekstil
20	Kedai depan SMP 10 Kendari	Makanan
21	Toko Doa Restu	Aksesoris
22	Toko Hilmi Meubel	Furniture
23	Syukur	Pakaian
24	Nisa Cake	Makanan

Sumber: Data Diolah, 2015

### Motivasi Penerapan Etika Bisnis Islam

Motivasi penerapan etika bisnis merupakan niat dan atau maksud yang ingin dicapai oleh pelaku usaha dengan menjalankan etika bisnis Islam. Tabel 2. menyajikan secara ringkas motivasi pelaku usaha di Kota Kendari dengan menerapkan bisnis secara Islami. Tabel 2. menunjukkan bahwa jenis motivasi spiritual yang dimiliki responden dalam menjalankan usaha berbasis etika Islam, didominasi oleh harapan imbalan dari Allah baik berupa pahala maupun ketenangan di dunia. Motivasi kedua tertinggi yaitu kesuksesan usaha yang dijalankan. Kesuksesan usaha ini dapat berupa kesuksesan perolehan materi dan atau laba. Adapun motivasi dakwah, dimiliki oleh 2 orang responden; sementara motivasi akan kemajuan bisnis dengan membangun kepercayaan masyarakat dimiliki oleh 1 (satu) orang responden.

Tabel 2. Motivasi Penerapan Etika Bisnis Islam

No	Uraian	Jumlah Re- sponden	Persentase (%)
(1)	(2)	(3)	(4)
1	Harapan Imbalan dari Allah: pahala dan ketenangan di dunia	16	66,67
2	Kesuksesan Usaha	5	20,83
3	Mengajak manusia kepada kebaikan (Berdakwah kepada Karyawan dan Masyarakat/Pembeli)	2	8,33

4	Kemajuan Bisnis dengan membangun kepercayaan masyarakat.	1	4,16
---	--	---	------

Sumber: Data Diolah, 2015

### Determinan Penerapan Etika Bisnis Islam

Determinan atau faktor penentu dari penerapan etika bisnis Islam responden disajikan sebagaimana Tabel 3. Sebagai catatan bahwa data pada kolom 3 (tiga) Tabel 3. tampak bahwa jika dijumlahkan ke bawah menunjukkan angka 32. Hal tersebut dimungkinkan karena terdapat beberapa responden yang memiliki jawaban lebih dari satu.

Hasil penelitian Tabel 3. menunjukkan bahwa pemahaman nilai-nilai syariah merupakan faktor penentu utama dalam beretika bisnis Islam yang ditunjukkan dengan persentase 87,50 persen; atau sebanyak 21 orang responden. Sehingga terdapat 3 orang responden yang memiliki determinan utama yang berbeda dengan jumlah mayoritas tersebut.

Tabel 3. Determinan Penerapan Etika Bisnis Islam

No	Uraian	Frekuensi Responden	Persentase (%)
(1)	(2)	(3)	(4)
1	Pemahaman Nilai-nilai Syariah	21	87,50
2	Keluarga	6	25,00
3	Lingkungan Sekitar	5	20,83
4	Sistem Hukum Negara	0	00,00

Sumber: Data Diolah, 2015

Faktor penentu kedua penerapan etika bisnis Islam yaitu lingkungan keluarga, dengan frekuensi 6 orang. Pada sisi lain, terdapat 5 orang responden yang mengakui bahwa yang membentuk mereka berperilaku bisnis secara Islami dipengaruhi oleh lingkungan pergaulan mereka. Selanjutnya, tampak bahwa tidak ada seorang respondenpun yang mengakui bahwa sistem hukum negara yang tengah berlangsung kini sebagai determinan perilaku bisnis Islami mereka.

### Hasil Kajian

Motivasi seorang muslim dalam melakukan perbuatan sepatutnya didorong oleh spiritualitas sebagai hamba Allah yang

diciptakan untuk beribadah, meskipun tujuannya berupa materi, kedudukan dan sebagainya. Artinya, hendaklah perolehan materi dan sebagainya didasarkan pada spiritualisme yang memang mendorong manusia mencapai tujuan-tujuan tersebut melalui *shiratal mustaqim* (jalan lurus).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha Islami di Kota Kendari termotivasi dengan imbalan dari Allah dalam bentuk: (1) pahala akhirat (QS. Saba' 35-37, QS. An Nisa: 68); (2) memperoleh surga (QS. Al-Baqarah: 25, QS. At-Taubah: 72, QS. Ath-Thuur: 17-20, QS. Al-Kahfi 30, 31, 107-108, QS. Az-Zumar: 73-74); dan (3) ketenangan di dunia (QS. Al-Fath: 4, dan QS. At-Taubah: 26). Motivasi ini tentunya sangat terkait dengan faktor keimanan seorang muslim, yang telah menyandarkan kebahagiaan berdasarkan ketaatannya melaksanakan perintah Allah. Motivasi imbalan Allah yang bukan berbentuk materi ini menunjukkan keyakinan diri pelaku usaha bahwa tidak ada *trade off* antara kepentingan dunia dan akhirat. Mereka percaya bahwa melalui ketaatan pada perintah Allah, mereka akan meraih kemajuan dan kesuksesan dalam berbisnis.

Allah SWT berfirman yang artinya: "*Jikalau sekiranya penduduk negeri-negeri beriman dan bertakwa, pastilah Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi.*" (QS. Al-A'raf: 96)

Dalam ayat lain Allah SWT berfirman yang artinya: "*Barangsiapa bertakwa kepada Allah niscaya Dia akan Mengadakan baginya jalan keluar, dan memberinya rezki dari arah yang tiada disangka-sangkanya.*" (QS. Ath-Thalq: 2-3)

Pada sisi lain, terdapat pula responden yang menginginkan bahwa ketaatan yang dimiliki bisa berlaku juga bagi orang lain. Pandangan tersebut telah mendorong pelaku usaha untuk berbisnis dalam rangka berdakwah dan atau mengajak orang lain untuk menempuh jalan Allah sebagaimana perintah Allah dalam Surat Ali Imran ayat 110.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa faktor penentu utama yang mendorong pelaku usaha menerapkan etika bisnis Islam adalah adanya pemahaman nilai-nilai agama. Allah SWT berfirman yang artinya: "*Sesungguhnya yang takut kepada Allah di antara hamba-hamba-Nya, adalah orang-orang yang berilmu.*" (QS. Al-Fathir: 28)

Keluarga merupakan faktor penentu kedua yang mempengaruhi pelaku usaha menerapkan etika bisnis Islam. Fungsi keluarga dalam

membina etika anggota keluarga dipaparkan secara jelas dalam Surat Luqman ayat 12-19. Bentuk pembinaan etika keluarga tersebut melalui beberapa ajaran: (1) tidak menyekutukan Allah (QS. Luqman: 13); (2) berbakti kepada orang tua (QS. Luqman: 14); (3) tidak mengikuti orang tua yang memaksa untuk mempersekutukan Allah, namun tetap berbuat baik kepada keduanya (QS. Luqman: 15); (4) menanamkan nilai keyakinan bahwa setiap perbuatan akan mendapat balasan (QS. Luqman: 16); (5) mendirikan solat dan amal ma'rif nahi mungkar serta sabar (QS. Luqman: 17); dan (6) tidak berjalan dimuka bumi dengan sombong (QS. Luqman: 18).

Determinan selanjutnya yang mempengaruhi penerapan etika bisnis bagi pengusaha adalah lingkungan sekitar atau pergaulan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Saba et.al (2015) yang meneliti tentang penerapan etika di lingkungan Universitas Pakistan yang menunjukkan bahwa nilai-nilai etika di lingkungan institusi berpengaruh positif terhadap civitas akademika di universitas tersebut. Islam juga menganjurkan seorang muslim untuk menjaga diri dengan memperhatikan lingkungan pergaulan sebagaimana surat At-Taubah ayat 119 dan Surat Ali Imran ayat 118. Nabi SAW telah mengajarkan kepada umatnya untuk berhati-hati dalam pergaulan.

Nabi SAW bersabda yang artinya: *"Seseorang yang duduk (berteman) dengan orang sholih dan orang yang jelek adalah bagaikan berteman dengan pemilik minyak misk dan pandai besi. Jika engkau tidak dihadiahkan minyak misk olehnya, engkau bisa membeli darinya atau minimal dapat baunya. Adapun berteman dengan pandai besi, jika engkau tidak mendapati badan atau pakaianmu hangus terbakar, minimal engkau dapat baunya yang tidak enak."* (HR. Bukhari: 2101)

Dalam hadis lain yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah Nabi SAW bersabda yang artinya: *"Seseorang akan mencocoki kebiasaan teman karibnya. Oleh karenanya, perhatikanlah siapa yang akan menjadi teman karib kalian."* (HR. Abu Daud: 4833, at-Tirmidzi: 2378, Ahmad: 2/344)

Pada sisi lain, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada satu responden pun yang menjawab bahwa sistem negara yang berlaku kini sebagai determinan penerapan bisnis Islam. Hal ini sangat dipahami bahwa meskipun seorang pelaku usaha berada pada negara yang mayoritas muslim, namun sistem ekonomi yang berlaku masih merupakan ekonomi *mainstream* konvensional, yang tidak sejalan dengan pandangan Islam. Hal ini tampak misalnya pada beberapa perbedaan etika bisnis seperti kebolehan memperjualbelikan dan

atau memproduksi barang ribawi dan non halal, serta jenis transaksi lain yang dibolehkan dalam sistem ini, meskipun secara syariat mengandung unsur *gharar*. Akhirnya, etika yang berlaku kini (*ceteris paribus*) justru semakin mematikan semangat tumbuhnya penerapan etika bisnis Islam.

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, maka dapat dikatakan bahwa seberapa pun kuatnya peranan keluarga dan lingkungan, namun faktor internal individu (pembentukan pribadi mukmin) merupakan perkara yang sangat wajib untuk disegerakan, seraya membina keluarga dan lingkungan itu sendiri. Sebab keimanan dan pemahaman merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan dalam memperoleh derajat dalam pandangan Allah (QS. Al-Mujadalah: 11). Orang-orang yang telah sampai pada derajat keimanan tidak akan mudah tergoda kenikmatan hidup dunia, sebagaimana Firman Allah SWT yang artinya: *"Sesungguhnya syaitan itu tidak ada kekuasaannya atas orang-orang yang beriman dan bertawakkal kepada Tuhannya. Sesungguhnya kekuasaannya (syaitan) hanyalah atas orang-orang yang mengambilnya jadi pemimpin dan atas orang-orang yang mempersekutukannya dengan Allah."* (QS. An-Nahl: 99-100)

Seorang mukmin akan dapat menjadi katalisator dalam menghadapi pengaruh keluarga dan lingkungan. Bagi seorang mukmin, keluarga dapat menjadi penyejuk hati (QS. Al-Furqan: 74), namun keluarga juga dapat menjadi musuh yang nyata (QS. Ath-Thaghabun: 14). Seorang mukmin akan senantiasa berdakwah kepada anggota keluarganya menuju cahaya Allah agar selamat dunia akhirat (QS. At-Tahrim: 6), sebagaimana pula tergambar dalam kisah Nabi Nuh dan Nabi Luth. Etika seorang mukmin dalam menghadapi model keluarga yang menjadi musuh akan tampak sebagaimana dalam Surat Luqman ayat 15 yang artinya: *"Dan jika keduanya (orang tua) memaksamu untuk mempersekutukan Aku dengan sesuatu yang engkau tidak mempunyai ilmu tentang itu, maka janganlah engkau menaati keduanya, dan pergaulilah keduanya di dunia dengan baik, dan ikutilah jalan orang yang kembali kepada-Ku. Kemudian hanya kepada-Ku tempat kembalimu, maka akan Aku beritahukan kepadamu apa yang telah kamu kerjakan."* (QS. Luqman: 15)

## SIMPULAN

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden atau sebesar 66,67 persen memiliki motivasi harapan imbalan dari Allah jika menerapkan etika bisnis islami; dan 20,83 persen



memiliki motivasi kesuksesan usaha. Sementara selebihnya termotivasi dakwah dan kemajuan usaha. Motivasi imbalan dari Allah dapat berupa pahala, surga, maupun ketenangan hidup. Motivasi imbalan Allah yang bukan berbentuk materi ini menunjukkan keyakinan diri pelaku usaha bahwa tidak ada *trade off* antara kepentingan dunia dan akhirat.

Determinan utama yang mendorong pelaku usaha menerapkan etika bisnis Islam adalah adanya pemahaman nilai-nilai agama, kemudian faktor keluarga, dan terakhir lingkungan sekitar atau pergaulan. Tidak ada satu responden pun yang menjawab bahwa sistem negara sebagai determinan penerapan bisnis Islam. Pemahaman nilai-nilai agama merupakan syarat mutlak dalam penerapan etika bisnis pelaku usaha. Sebab pemahaman akan mengokohkan keimanan seorang muslim. Syaitan tidak akan berkuasa atas diri pribadi-pribadi mukmin sebagaimana yang tersurat dalam Surat An-Nahl ayat 99-100.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Yatimin. 2006. *Pengantar Studi Etika*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Albani, Muhammad Nashiruddin. 2006. *Shahih Sunan Abu Daud: Seleksi Hadits Shahih dari Kitab Sunan Abu Daud*, Penerjemah: Ahmad Taufik Abdurrahman dan Shofia Tidjani. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Albani, Muhammad Nashiruddin. 2007. *Mukhtashar Shahih al-Imam Bukhari*, Penerjemah: Asep Saefullah dan Kamaluddin Sa'adiyatulharamain. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Ali Ash Shabuni, Muhammad. 2002. *Ringkasan Shahih Muslim*. Penerjemah: Djamaluddin dan H. M Mochtar Joerni. Bandung: Mizan.
- Bertens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Jakarta: Kanisius.
- Departemen Agama RI. 2010. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Jakarta: PT. Hilal.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Hashim, Muhammad. 2012. "Islamic Perception of Business Ethics and the Impact of Secular Thoughts on Islamic Business Ethics." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 2, No. 3.
- Husdarta. 2011. *Manajemen Pendidikan Jasmani*. Jakarta: Alfabeta.
- Imam Ahmad bin Muhammad bin Hambal. 2006. *Al Musnad Lil Imam Ahmad bin Muhammad bin Hambal*. Penerjemah: Fathurrahman Abdul Hamid dkk. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Imam Al Hakim. 2010. *Al Mustadrak*. Penerjemah: Ali Murtadho. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Karim, Adiwarmarman. 2007. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Mannan, Muhammad Abdul. 1995. *Teori Dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta : PT Dana Bakti Wakaf.
- Muhammad. 2004. *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Nasution, Mustofa Edwin. 2006. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2007. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- P3EI UII-BI. 2008. *Ekonomi Islam*. Edisi.1. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Saba, Sahrish et.al. 2015. "Determinants of an Individual's Ethical Behavior: A Path Model Approach." *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 3, No. 10.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mokro, Kecil dan Menengah.
- Uno, Hamzah. 2008. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara.