

MORALIS

(Paradigma Baru dalam Etika Bisnis Modern)

Rudi Haryanto

*(Dosen Jurusan Syari'ah STAIN Pamekasan, Jl. Raya Panglegur Km. 04
Pamekasan)*

Abstrak

Human life naturally needs a perfect moral norm system to bridge social clash caused by the different right and interest. In this condition, the uniformity of values is required by human to create a well-ordered life. It is religion, as the highest authority of truth that could launch a uniformity of values. Islam, as the total way of life, has purposed a sequence of business concepts containing a universal moral-ethic principle. According to Islamic concept, business and moral cannot be separated to each other. An Islamic business moral ethic values reflects unity, equilibrium, free will, responsibility, truth, good deeds and honesty. This article discloses how a business must be run on the basis of Islamic business moral ethic values. Some people assume the practice of Islamic business generates a gap between ideality and reality. However, an intensive study on these concepts has been done to establish Islamic moral ethic values becoming business reference. Consequently, an ethic-expectation of society demands business activists that are moralists. This is to uphold ethic in business as well as to survive in running it.

Kata Kunci :

moralis, moral, etika, bisnis modern, *syari'ah*, dan Islâm

Pendahuluan

Setiap hari, hampir setiap individu berhadapan dengan berbagai permasalahan etis, dan jarang yang mengetahui bagaimana

harus berhadapan dengan permasalahan tersebut.¹ Sebenarnya, dalam menjalankan kehidupan di dunia ini manusia diberi petunjuk oleh Allâh meliputi *aqidah*, *akhlaq* dan *syari'ah*. Dua komponen pertama, yakni *aqidah* dan *akhlaq*, bersifat konstan. Keduanya tidak mengalami perubahan apapun dengan berbedanya waktu dan tempat peradapan umat. Sedangkan *syari'ah* Islâm merangkum seluruh aspek kehidupan, baik ritual (*ibâdah*) maupun sosial (*mu'amalah*).²

Maka dari itu, dalam hidup bermasyarakat diperlukan etika, yang merupakan pedoman bagi perilaku moral anggota masyarakatnya. Etika merefleksikan bagaimana manusia harus hidup agar ia berhasil sebagai manusia. Karena itu tidak mengherankan bahwa hampir semua filsuf besar juga menulis dalam bidang etika. Mereka semuanya mempertanyakan bagaimana seharusnya manusia membawa diri agar ia mencapai potensialitasnya yang tertinggi, agar kehidupannya betul-betul bermutu.

Namun sangat disayangkan ketika etika disandingkan dengan bisnis, banyak orang beranggapan bahwa hal itu tidak mungkin. Bagi mereka bisnis dan etika adalah dua terma yang bertentangan. "Bisnis itu kotor, tidak bermoral". Dengan cara berpikir seperti ini, orang yang memasuki dunia bisnis harus siap untuk melakukan tindakan-tindakan yang lazimnya dianggap "kotor", apa yang dalam kehidupan sehari-hari dianggap "tidak pantas", dalam bisnis dapat dianggap wajar. Akibat munculnya mitos bahwa etika bisnis adalah pengertian yang dalam dirinya sendiri mengandung kontradiksi.

Namun menjadikan etika bisnis sebagai sebuah ungkapan paradoks kini mungkin tidak sesuai lagi dengan fakta. Semakin banyak kalangan yang menganggap bahwa kata etika merupakan penyeimbang bagi kata bisnis, dengan keseimbangann itu bisnis menjadi sehat. Nilai-nilai etika, seperti kesejahteraan bersama, HAM, kepercayaan dan kejujuran, keadilan makin diperhitungkan di dalam proses pengambilan keputusan bisnis.

¹ Rafik Issa Beekun, *Etika bisnis Islami*, terj. Muhammad (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm 2

² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2005), hlm 4

Pengertian Moral dan Urgensi Moral Religius

Moral berasal dari bahasa latin *moralitas*, *mos. moris* atau *mores* yang berarti adat-istiadat, kebiasaan, cara, tingkah laku, kelakuan, tabiat, watak, akhlak dan cara hidup. Secara terminologis adalah kaidah-kaidah atau cara seseorang bertingkah laku dengan orang lain yang mengandung penilaian baik atau buruk, benar atau salah, tepat atau tidak tepat, bijak, adil dan pantas.³

Walaupun dalam beberapa tempat para filosof menyebut istilah “etika” sebagai sinonimnya “moral” namun keduanya mempunyai perbedaan. Jika moral itu berisi ajaran-ajaran maka etika berisi alasan-alasan mengenai moralitas itu sendiri. Etika lebih dipahami sebagai filsafatnya moral (tingkah laku) atau sebagai ilmu pengetahuannya kesusilaan (moral) yang membicarakannya secara ilmiah.⁴ Hal yang sama dikemukakan Madjid Fakhri bahwa etika merupakan gambaran rasional mengenai hakikat dan dasar perbuatan dan keputusan yang benar serta prinsip-prinsip yang menentukan klaim bahwa hal itu diperintahkan atau dilarang.⁵ Dalam kerangka praktisnya etika berfungsi sebagai orientasi yang berisi sarana-sarana bagi usaha manusia untuk menjawab persoalan-persoalan fundamental dalam kehidupannya.⁶

Pengertian etika dalam wacana Islâm dapat diklasifikasikan ke dalam 6 (enam) ukuran atau kategori penilaian atas sesuatu sikap dan perilaku yaitu baik-buruk, benar-salah, dan tepat-tidak tepat dalam konteks hubungan dengan Tuhan, hubungan manusia atau kelompok orang lain dalam masyarakat dan lingkungan. Etika dalam Islâm menyangkut norma dan tuntunan atau ajaran yang mengatur sistem kehidupan individu, atau lembaga, kelompok dan masyarakat dalam

³ Lorens Bagus, *Kamus Filsafat*, cet 1, (Jakarta: Gramedia, 1996), hlm. 672

⁴ Sehingga etika termasuk cabang dari filsafat. Lihat H. Devos, *Pengantar Etika*, cet. 1 (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1987), hlm. 1. Bandingkan dengan Ahmad Amin, *Etika*, terj. Farid Ma'ruf, (Jakarta: Bulan Bintang, 1991), hlm. 3. Etika sebagai ilmu atau filsafat moral secara teoritis dikategorikan sebagai etika umum. Sedangkan etika khususnya adalah etika individual, sosial dan lingkungan hidup dalam realitasnya. Lihat K. Bariens, *Etika*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999), hl., 4-6.

⁵ Madjid Fakhri, *Etika dalam Islam*, terj. Zakiyuddin Baidhawi, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar kerjasama dengan UMS Surakarta, 1996), hlm. XV

⁶ Franz Magnius Suseno, *Etika Dasar Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*, (Yogyakarta: Kanisius, 1993), hlm. 13-14.

interaksi hidup antar individu, antar kelompok atau masyarakat dalam konteks bermasyarakat maupun dalam konteks hubungan dengan Allâh dan lingkungan. Di dalam sistem etika Islâm ada sistem penilaian atas perbuatan atau perilaku yang bernilai baik dan buruk.⁷

Dalam konteks filsafat Islâm perbuatan baik itu dikenal dengan istilah perbuatan ma'ruf di mana secara kodrati manusia sehat dan normal tau dan mengerti serta menerima sebagai kebaikan. Akal sehat dan nuraninya mengetahui dan menyadari akan hal itu. Sedangkan perilaku buruk atau jahat dikenal sebagai perbuatan mungkar di mana semua manusia secara kodrati dengan akal budi dan nuraninya dapat mengetahui dan menyadari bahwa perbuatan ini ditolak dan tidak diterima oleh akal sehat.⁸

Sedangkan moral lebih menunjuk kepada kaidah formalnya atau ajarannya tentang baik dan buruk yang diterima secara umum mengenai tingkah laku.⁹ Dan, "moralitas" atau sering disebut *ethos* berarti sikap manusia berkenaan dengan hukum moral yang didasarkan atas keputusan bebas (kesadaran) nya atau karakter kepribadian seseorang dalam mengkonfirmasi nilai etis obyektif.¹⁰ Dalam mengevaluasi terhadap internalisasi moral oleh masing-masing individu akan menghasilkan tingkatan kesadaran moralitas yang berbeda-beda, dari angka yang terendah sampai yang tertinggi. Perbedaan tersebut tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya perbedaan tingkat pengetahuan terhadap nilai moral,

⁷ Muslich, *Etika Bisnis Islami: Landasan Filosofis, Normatif, dan Subtansi Implementatif*, (Yogyakarta: Ekosia, 2004), hal 25

⁸ *Ibid.*, hal 28

⁹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990.), hlm. 392

¹⁰ Hal inilah yang membedakan moralitas dengan hukum. Jika hukum mengikat perbuatan manusia secara resmi dan formal dan belum tentu dengan kesadaran yang tulus maka moralitas dijalankan dengan suatu kesadaran tanpa harus diikat secara resmi. Jika pelanggaran hukum itu diberi sanksi yang hanya berdampak kepada rohani saja. Sehingga kesadaran moral lebih besar daripada kesadaran hukum, karena syarat-syarat moral oleh setiap individu diawali oleh seluruh komponen sosial. Lihat Bagus, *Kamus*, hlm. 676. Dalam pelaksanaannya, kadang hukum membutuhkan kesadaran moralitas individu. Tetapi hanya dengan moral saja tidak akan menjamin terciptanya keteraturan hidup. Oleh karena dibutuhkan hukum yang mengikat secara resmi. Lihat M. Dawan Raharjo, *Etika Ekonomi dan Manajemen*, cet. 1 (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1990), hlm. 6.

perbedaan *moral sense (moral faculty)*¹¹, perbedaan kultur dan paham. Selama manusia diberi otoritas penuh untuk merumuskan konsepsi moral maka perbedaan dan perselisihan akan selalu muncul di permukaan, baik dalam dataran wacana maupun praktek. Sementara perbedaan-perbedaan hak, kepentingan dan kecenderungan senantiasa menciptakan ketidakteraturan dalam kehidupan sosial, artinya meniscayakan suatu keseragaman kaidah (moral) yang menjadi pegangan bersama dan mampu menciptakan keteraturan dalam kehidupan sosial. Moral tersebut, idealnya adalah moral yang paling utama dan sempurna dalam hidup ini (*prima facie*).¹²

Tetapi dalam sejarahnya manusia selalu gagal dalam mencari dan menemukan kaidah moral yang paling sempurna dan dapat memuaskan semua pihak. Sebagai contoh, sistem ekonomi kapitalis yang oleh penganutnya dianggap paling baik ternyata telah banyak menciptakan eksploitasi ekonomi dan budaya terhadap bangsa-bangsa di dunia. Sistem ekonomi sosialis yang oleh penganutnya dianggap paling adil dan bijaksana ternyata telah mengorbankan kebebasan kegiatan ekonomi rakyat akibat mekanisme kontrol yang sentralistik oleh penguasa. Kemudian ketidakpastian suatu sistem yang dianut dalam suatu komunitas sosial akan mendorong kepada pembentukan mental yang individualistik dan materialistik akibat kebutuhan untuk memilih cara-cara yang strategis, simpel dan pragmatis. Dalam kondisi seperti inilah manusia sangat membutuhkan petunjuk dari Tuhan yang secara teologis sebagai *final truth* dan paling ideal. Dengan patokan agama yang seragam ini diharapkan manusia dapat menciptakan keteraturan dalam hidupnya.

Islâm sebagai ajaran moral telah menawarkan sebuah konsep moral-religius kepada umat manusia untuk dijadikan acuan dalam setiap aktivitas hidupnya. Dalam kerangka inilah bahwa Islâm diturunkan di muka bumi ini tidak lain untuk menciptakan kemaslahatan manusia, bukan monopoli Tuhan karena kesempurnaan dan kemutlakan-Nya tidak membutuhkan lagi

¹¹ *Moral faculty* adalah kemampuan untuk membedakan benar-salah. Istilah yang mirip pengertiannya adalah *morale*, yaitu keadaan pengontrolan diri, keyakinan diri dan kedisiplinan tindakan pada individu atau kelompok. Lihat James Drever, *Kamus Psikologi*, cet. 2 (Jakarta: PT Bina Aksara, 1988), hlm. 292.

¹² Raharjo, *Etika Ekonomi*, hlm. 7

ketaatan manusia.¹³ Manusia harus ditempatkan sebagai pusat dan awal dari semua persoalan yang muncul dalam kehidupan di dunia.¹⁴

Problem Internalisasi Moral dalam Bisnis.

Setiap aspek bisnis dan industri, baik dari tingkat strategis, manajerial, maupun operasional akan selalu dihadapkan pada tantangan dan masalah baru, terutama menyangkut tentang masa depan dan kelancaran bisnis dan industri tersebut. Menurut logika, sebuah usaha yang berpeluang untuk berjalan dengan lancar adalah usaha yang tingkat persaingannya kecil, tetapi tingkat kebutuhan pada konsumen tinggi.¹⁵ Untuk itu diperlukan kecakapan dari para elemen pemegang kendali dalam bisnis dan industri tersebut tentang kualitas sumberdaya manusianya yang menyangkut kreatifitas terutama menyangkut tentang moral¹⁶ dan etika¹⁷, yang merupakan pondasi dasar bagi *moralis*¹⁸ pebisnis.

¹³ Segala hukum dunia dan agama ditetapkan berdasarkan kemaslahatan manusia. Pendekatan *antropomorphisme* ini bukannya menganggap bahwa manusia sebagai realitas mutlak tapi harus dipertimbangkan dalam aplikasi agama. Lihat Musa Asy'arie, *Islam dan Pemberdayaan Ekonomi Umat*, cet. 1 (Yogyakarta: LESFI, 1997), hlm. 13.

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 14.

¹⁵ Arman Hakim Nasution, Bustanul Arifin Noer, dan Mokh. Suf, *Entrepreneursurship, Membangun Spirit Teknopreneurship*, (Yogyakarta: ANDI, 2007), hlm 98.

¹⁶ Suatu akhlak, budi pekerti dan susila tentang ajaran baik buruk yang diterima umum mengenai perbuatan, sikap, kewajiban. Lihat Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus, Besar*, hlm 592

¹⁷ Etika adalah Ilmu tentang apa yang baik dan buruk dan tentang hak kewajiban moral (akhlak) dan kumpulan nilai asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak serta nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat. Lihat *Ibid.*, hlm 237. Etika dapat didefinisikan sebagai perangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normative karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu. Etika bisnis, kadangkala merujuk pada etika manajemen atau etika organisasi, yang secara sederhana membatasi kerangka acuannya pada konsepsi sebuah organisasi. Bekun, *Etika Bisnis*, hlm 3. Sedangkan Menurut Frans Magnis Suseno, Etika merupakan filsafat atau pemikiran kritis dan mendasar tentang ajaran-ajaran, norma-norma, nilai-nilai serta kebiasaan dan pandangan moral secara kritis. Suseno, *Etika Dasar*, hlm. 14 dan 18

¹⁸ *Moralis* adalah Orang yang terlalu mementingkan moral. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar*, hlm 592

Berbicara tentang bisnis maka sama halnya kita berbicara tentang beberapa aspek yang berkaitan dengannya. Bisnis¹⁹ yang secara harfiah memiliki pengertian kegiatan usaha atau usaha yang sifatnya mencari keuntungan merujuk kepada kepentingan manusia untuk memenuhi hak dan kebutuhannya. Sehingga karena kegiatan bisnis itu harus bersinggungan dengan hak-hak atau kepentingan orang lain maka akan memunculkan beberapa implikasi sosial-ekonomis, seperti kontrak-kontrak bisnis, persaingan, monopoli, *oligopoly*, yang semuanya menyangkut tarik-menarik antara hak-hak dan kepentingan manusia.

Sebagaimana sudah menjadi kemakluman bersama bahwa setiap kegiatan bisnis itu memiliki tujuan ekonomis, yaitu keuntungan materiil. Dari aksioma inilah sebagian pelaku bisnis beranggapan bahwa keuntungan adalah "ideologi" yang harus menjadi pegangan bagi pelaku bisnis. Walaupun harus dengan mengorbankan nilai-nilai *moral-ethics*. Karena menurut konsep ini antara bisnis dan moralitas tidak ada kaitannya sama sekali. Sehingga keliru kalau kegiatan bisnis itu dinilai dengan menggunakan standar moralitas, karena masing-masing adalah institusi yang berdiri sendiri secara parsial.

*Machiavellianisme*²⁰ berbisnis tersebut bukanlah baru sebatas wacana saja tetapi telah menjadi fenomena dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Tidak sedikit kita dapat menemukan praktek-praktek bisnis yang indeteren secara moral. Bahkan boleh dikatakan bahwa kita sedang hidup dalam suatu lingkaran ekonomi yang sarat dengan pelanggaran-pelanggaran sistem nilai etika berbisnis. Penilaian tersebut secara gradual akhirnya melahirkan suatu mitos bisnis, kaitannya dengan etika, yaitu mitos bisnis amoral²¹, imoral²² mengejar

¹⁹ *Bisnis* diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Muslich, *Etika Bisnis Islami*, hal 46.

²⁰ *Machiavellianisme* adalah istilah untuk paham yang menghalalkan segala cara. Standar keberhasilannya adalah tercapai suatu tujuan atau hasil walaupun harus mengorbankan sistem nilai moral dan melanggar hak-hak orang lain.

²¹ *Amoral* berarti tidak bermoral atau berakhlak. Lihat Bagus, *Kamus Filsafat*, hlm. 29

²² *Imoral* (Inggris: *Immoral*) berasal dari bahasa latin *in*, artinya tidak, dan *moralis*, artinya cara; kebiasaan atau; tingkah laku. Secara terminologis mempunyai beberapa pengertian, yaitu *pertama*, tidak bermoral; *kedua*, bertindak melawan moral atau suara

maksimalisasi keuntungan dan mitos bisnis sebagai permainan segelintir manusia saja dengan cara mengeksploitasi kebutuhan banyak orang. Dalam tingkat tertentu sudah mengindikasikan kepada dekadensi moral yang berat.

Dalam kehidupan bisnis yang makin marak di masyarakat kita sering menjumpai hal-hal yang telah dan mungkin akan terus terjadi penyimpangan atau pelanggaran-pelanggaran yang masih saja dilakukan oleh para pelaku bisnis. Penyimpangan-penyimpangan tersebut sering dilakukan karena faktor-faktor cara pandang dan ruang lingkup ukuran atau tolok ukur yang dipergunakan untuk menilai benar atau tidaknya perilaku bisnis, atau karena landasan atau pijakan normatif dan paradigma yang dipergunakan memiliki keterbatasan-keterbatasan bobot nilai filsafat dan sistem yang dipergunakan atau di anut.²³

Dari kegelisahan moral tersebut akhirnya memaksa kita semuanya untuk mempertegas pernyataan, adakah kaitannya antara bisnis dan moralitas atau adakah ruangan moralitas dalam berbisnis. Perlukah menciptakan sistem dan mekanisme bisnis yang bermoral. Dan bagaimanakah pengertian bisnis yang bermoral itu. Sepertinya semua itu menjadi tanggung jawab kita semua sebagai umat yang dibekali akhlak dan sekaligus menjadi pelaku bisnis.

Walaupun standar moral itu memiliki relatifitas yang tinggi sesuai dengan *back-ground* ideologi, kultur dan lingkungan sosial yang berbeda-beda namun agama adalah rujukan yang paling utama dalam mengagas konsep etika dan moral dalam kehidupan bermasyarakat karena posisinya sebagai *way of life* bagi penganutnya.

hari; *ketiga*, tidak sesuai dengan aturan-aturan tingkah laku yang benar dan; *keempat*, tidak berkeadilan. Sehingga istilah *imoralis* (Inggris: *immoralist*) digunakan untuk menyebut orang yang tidak menerima syarat-syarat yang mengikat atau pernyataan-pernyataan moral yang mengikat dalam suatu sistem moral. Ibid., hlm. 328.

²³ Hal ini tampak pada gejala umum antara lain: (1) Praktek bisnis yang umum terjadi antara lain disifati dengan : Tujuan bisnis sangat kuat pada orientasi maksimalisasi profit, Kinerja di ukur dominan dengan tolok ukur ekonomi dan financial, Kurang pada kualitas cara meraih sukses bisnis, dan Kepentingan masyarakat lain kurang atau agak terabaikan. (2) Anggapan keliru tentang anggapan bisnis antara lain ; Bisnis hanya mengurus tentang ekonomi bisnis saja tidak mengurus soal social dll, Bisnis terbebas dari masalah nilai moral dan etika. Baca Muslich, *Etika Bisnis Islami*, hlm. 15-16

Perubahan Cara Pandang terhadap Etika dalam Berbisnis

Revolusi teknologi informasi mempunyai andil besar dalam menyebarkan kesadaran etika bisnis. Hal ini bisa dibuktikan dengan makin tingginya ekspektasi etis publik internasional, dalam arti semakin menuntut (*demanding*) para pelaku bisnis untuk berlaku jujur dan adil dalam menjalankan bisnisnya, baik kepada sesama manusia maupun lingkungan alamnya.

Ekspektasi etis publik internasional tadi sudah berkembang dari etika bisnis ke etika ekobisnis, atau bila dirumuskan dalam istilah pemasaran dan *consumerism* ke *green consumerism*.²⁴ Sehingga ketika produsen berusaha memasuki pasar global, mereka sangat memperhatikan dan memperhitungkan perkembangan ekspektasi etis ini. Di bidang lingkungan alam misalnya, produsen tidak bisa lagi seenaknya mengabaikan dampak masalah lingkungan dari usahanya, seperti pencemaran lingkungan (*pollution*), pengurasan sumber daya (*resource depletion*), penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan dan aman bagi manusia dan alam yang berimplikasi pada tidak ada lagi percobaan terhadap hewan (*no animal tested*), dan lain-lain. Hanya produsen yang mau jujur menginformasikan usahanyalah yang akan beroleh kepercayaan dari konsumen (*smart customer*).

Pengelolaan bisnis dalam konteks pengelolaan secara etik mesti menggunakan landasan norma dan moralitas umum yang berlaku di masyarakat. Penilaian keberhasilan bisnis tidak saja ditentukan oleh keberhasilan prestasi ekonomi dan finansial semata tetapi keberhasilan itu diukur dengan tolok ukur paradigma moralitas dan nilai-nilai social dan agama. Tolok ukur ini harus menjadi bagian yang integral dalam menilai keberhasilan suatu kegiatan bisnis.²⁵

Penyebaran kesadaran etika bisnis ini bisa dimungkinkan karena adanya kekuatan-kekuatan baru yang dapat mengontrol dan mengoreksi sentra-sentra bisnis. Mereka antara lain Serikat Buruh, Gerakan Konsumen, Gerakan Perempuan, Gerakan Pencinta

²⁴ *Consumerism* adalah Suatu kebijakan dan aktifitas yang dirancang untuk melindungi kepentingan dan hak konsumen ketika mereka terlibat dalam suatu hubungan tukar menukar dengan organisasi jenis apapun. Sedangkan menurut Charles H Percy, *Consumerism*: adalah reaksi masyarakat luas terhadap kelalaian birokrasi dan ketidakpedulian perusahaan kepada masyarakat. Baca Amirullah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2002), hlm 100

²⁵ Muslich, *Etika Bisnis Islami*, hlm. 9

Lingkungan, dan Pers Independen. Lewat berbagai aktivitasnya, kekuatan-kekuatan ini melakukan kontrol terhadap bisnis sehingga tidak lagi melakukan eksploitasi terhadap lingkungan, manusia dan alam.

Kesadaran *etika bisnis*²⁶ para pengusaha juga semakin berkembang tidak hanya melulu memperhatikan kepentingan pemilik usaha, pemegang saham (*stockholder* atau *shareholder*) ataupun investor, bahkan juga pihak-pihak lain yang terkena dampak perilaku bisnis mereka. Pihak-pihak yang terkena dampak itu kini lazim disebut *stakeholder*. Menurut Alois A. Nugroho, implementasi sebuah kebijakan bisnis secara etis perlu melibatkan *stakeholder analysis*. *Stakeholder* dari sebuah perusahaan penerbitan yang dicabut izin terbitnya bukanlah terdiri dari para pemilih atau pemegang saham saja, melainkan juga para pekerja, pemasok, konsumen, agen, pengecer, masyarakat setempat dan masih banyak lagi pihak lain. Etika mempersyaratkan agar semua pihak yang kepentingannya terkena dampak haruslah memperoleh pertimbangan yang adil dan patut.²⁷

Tawaran Islâm terhadap Prinsip Kepercayaan dan Kejujuran dalam Bisnis

Prinsip-prinsip etika bisnis dalam al-Qur'ân memberikan pandangan bahwa antara bisnis dan etika bukan merupakan dua bangunan yang terpisah, melainkan sebagai satu kesatuan struktur. Bisnis bukan semata-mata upaya meraih keuntungan material, tetapi sekaligus mencapai tujuan spritual yaitu pencapaian tujuan amanah kemanusiaan sebagai makhluk dan *khalifah* untuk mencapai keridhaan Allâh.

Dalam konteks bisnis, kebenaran (kebijakan dan kejujuran) sikap dan perilaku yang benar, yang meliputi proses akad, proses

²⁶ *Etika bisnis* adalah aplikasi etika umum yang mengatur perilaku bisnis. Norma moralitas merupakan landasan yang menjadi acuan bisnis dalam perilakunya. Dasar perilakunya tidak hanya hukum-hukum ekonomi dan mekanisme pasar saja yang mendorong perilaku bisnis itu tetapi nilai moral dan etika juga menjadi acuan penting yang harus di jadikan landasan kebijakannya. Baca *Ibid*.

²⁷ Alois A. Nugroho, *Dari Etika Bisnis ke Etika Flobisnis*, cet, 1 (Jakarta: Grasindo, 2001), hlm. 6-7.

mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam upaya meraih atau menetapkan margin keuntungan.

Kabajikan adalah sikap ihsan (*benevolence*) yang merupakan tindakan yang memberi keuntungan bagi orang lain, sehingga orang tersebut menaruh kepercayaan kepadanya. Bentuk praktis dari kebajikan dalam bisnis yang melahirkan kepercayaan bisa kita lihat dalam prinsip sukarela ketika melakukan hubungan bisnis,²⁸ di mana kedua belah pihak sama-sama punya hak pilih atas transaksi dan tidak boleh bersegera memisahkan diri untuk menjaga jika ada ketidakcocokan, atau bahkan pembatalan transaksi. Hal ini ditekankan untuk menciptakan dan menjaga keharmonisan dan kepercayaan antara pelaku atau mitra bisnis.

Bentuk lain dari kepercayaan dalam bisnis Islâm adalah konsep *mudlarabah*. Di sini, pemilik modal mempercayakan dana yang ia miliki untuk dikelola oleh orang lain, berdasarkan pembagian keuntungan yang telah disepakati. Dalam konsep ini, harta (modal) yang berada di tangan si pengelola merupakan amânah, sehingga ia tidak perlu memberikan jaminan kepada pemilik modal. Demikian juga ketika terjadi kegagalan usaha, maka si pengelola tidak boleh dituntut untuk mengganti modal.

Adapun kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dalam khazanah Islâm, sikap ini dapat dimaknai dengan amânah. Seorang praktisi bisnis menulis bahwa kejujuran merupakan modal awal dan landasan kokoh usahanya. Tanpa adanya kejujuran, semua rekan bisnis akan berpaling bahkan ketidakjujuran akan menimbulkan konflik psikologis yang dampaknya sangat mengganggu dalam menjalankan usaha, karena usaha yang kuat memerlukan stabilitas pribadi. Dan ketidakjujuran terhadap diri sendiri seringkali menjadi awal gangguan atas stabilitas pribadi seseorang.²⁹

Dengan sikap kebenaran (kebajikan dan kejujuran) demikian, maka suatu bisnis secara otomatis akan melahirkan persaudaraan. Persaudaraan kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun. Bukan melahirkan situasi dan kondisi

²⁸ Q.S. An-Nisa' (4): 29

²⁹ Musa Asy'arie, Op. Cit., hlm. 94.

permusuhan, perselisihan yang diwarnai dengan kecurangan. Dengan demikian kebenaran, kebajikan dan kejujuran dalam semua proses bisnis akan dilakukan pula secara transparan dan tidak ada rekayasa.

Pengejawantahan aksioma kebenaran dengan dua makna kebajikan dan kejujuran secara jelas telah diteladankan oleh Nabi Muhammad yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses. Dalam menjalankan bisnisnya, Nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan atau menyembunyikan kecacatan suatu barang. Sebaliknya Nabi mengharuskan agar bisnis dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran.

Moralitas Bisnis menurut Islâm

Sebagaimana disebutkan di atas bahwa bisnis adalah suatu usaha ekonomi yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan materiil. Dalam skala kecil yang masih bersifat individual mungkin belum menimbulkan efek yang kompleks walaupun tetap membutuhkan etika karena sekecil apapun kegiatan bisnis itu pasti berurusan dengan hak dan kepentingan orang lain. Namun dalam skala yang besar dan bisnis telah berubah menjadi entitas dalam bentuk perusahaan, persekutuan, koperasi dan perseroan terbatas maka pasti akan menimbulkan efek sosial-ekonomi yang sangat kompleks. Dari sinilah pelaku bisnis dituntut punya komitmen terhadap tanggung jawab sosial, baik secara materiil maupun moril.

Dengan adanya tanggung jawab sosial ini maka bisnis bukanlah merupakan kegiatan yang berdiri sendiri tetapi mempunyai ikatan yang sangat erat dengan masyarakat lingkungannya, struktur dan sistem sosialnya. Dalam pengertian ini pelaku bisnis menempati posisi antara prinsip untuk memperoleh keuntungan dan kewajiban memelihara nilai-nilai moral masyarakat.

Dalam menanggapi persoalan tersebut etika bisnis Islâm mempunyai komitmen untuk mengintegrasikan antara bisnis dan moral (*akhlâq*). Keduanya harus berjalan secara berdampingan.³⁰ Karena idealisme diturunkannya *syarî'ah* adalah menciptakan kesempurnaan akhlâq, sebagaimana sabda Nabi SAW: "*Sesungguhnya*

³⁰ Al-Qur'ân surat al-Nisâ' (4): 29. Al-Qur'an juga menentang orang yang hanya mencari keuntungan materiil semata, lihat QS. al-Tawbah (9): 11

saya diutus untuk menyempurnakan sesempurnanya akhlak.” Karena hanya dengan akhlâq itulah kesadaran untuk saling menghormati dan menghargai hak-hak orang lain akan tercipta. Dengan kesadaran bersama untuk menciptakan keharmonisan hubungan antar pelaku bisnis tidak menimbulkan kerugian atau aniaya di pihak lain. Inilah yang dimaksud dengan nilai Islâm amanah yang paling relevan terhadap semua kegiatan sosial-ekonomi. Dan prinsip “amanah ini juga menjadi nilai dasar dalam kerangka kerja ekonomi konvensional.³¹

Norma yang dijadikan landasan bagi pelaku bisnis adalah peraturan dan perundang-undangan yang berlaku yang harus dipatuhi oleh pelaku bisnis. Sedang moralitas yang dipergunakan tolok ukur dalam menilai baik buruknya kegiatan bisnis yang mereka lakukan adalah cara pandang dan kekuatan diri dalam masyarakat yang secara naluri atau insting dan secara kodrati semua manusia mampu membedakan benar dan tidaknya suatu tindakan yang dilakukan oleh pelaku bisnis atas dasar kepenetinan bersama dalam pergaulan yang harmonis di dalam masyarakat. Dalam konteks ini ada dua acuan landasan yang dipergunakan, yaitu etika deskriptif dan etika normatif.³²

Sistem etika Islâm berbeda dari sistem etika sekular dan dari ajaran moral yang diyakin oleh agama-agama lain. Sepanjang rentang sejarah peradaban, model-model sekular ini mengasumsikan ajaran moral yang bersifat sementara dan berubah-ubah karena didasarkan pada nilai-nilai yang diyakini para pencetusnya, misalnya *epicurianism*.³³ Model-model ini pada umumnya membangun sebuah sistem etika yang terpisah dari agama. Pada saat yang sama, ajaran moral yang diyakini oleh sejumlah agama lain seringkali terlampaui menekankan nilai-nilai yang mengabaikan keberadaan kita di dunia. Sebaliknya, ajaran Islâm yang melekat dalam sistem etika Islâm menekankan hubungan antara manusia dengan Sang Pencipta. Ajaran

³¹ Raharjo, *Etika Ekonomi*, hlm. xi

³² *Etika deskriptif* adalah objek yang dinilai sikap dan perilaku manusia dalam mengejar tujuan yang ingin dicapai dan bernilai sebagaimana mestinya. Sedangkan *Etika Normatif* adalah sikap dan perilaku sesuai dengan norma dan moralitas yang ideal dan mesti dilakukan oleh manusia/masyarakat Baca Muslich, *Etika Bisnis Islami*, hlm. 10-11

³³ *Epicurianisme* adalah Ajaran tentang kebahagiaan demi kebahagiaan semata.

etika Islâm dapat diterapkan sampai kapanpun, selama manusia masih hidup.³⁴

Setiap perilaku manusia itu terkait dengan aturan hukum, oleh karena itu dalam bentuk dan sekecil apapun perilaku bisnis itu harus dipertanggungjawabkan, baik secara individual maupun kolektif dan secara horizontal maupun vertikal. Inilah yang dimaksud dengan perbuatan manusia, termasuk berbisnis itu mengandung tanggung jawab sosial-religius dan menjaga keseimbangan antara dimensi jasmani dan rohani. Sehingga jika bisnis itu dilakukan dengan cara yang benar maka dikategorikan sebagai amalan ibadah karena selalu ditumpukan kepada usaha untuk mencari keridaan Allâh swt.

Jujur dalam Berbisnis = Investasi Kepercayaan kepada Konsumen

Membaca sub judul di atas mungkin terasa menggelikan bagi orang yang menganggap bisnis identik dengan tindakan-tindakan tidak terpuji. Akan tetapi seiring dengan perkembangan ekspektasi etis publik, perilaku bisnis saat ini perlu memperhatikan “nilai-nilai yang terlibat” maupun “pihak-pihak yang terlibat” dalam suatu dilema etis atau dalam suatu pengambilan keputusan yang memuat masalah etis.

Dengan “nilai yang terlibat” dimaksudkan nilai-nilai etis yang kemungkinan dilanggar atau sebaliknya, diwujudkan dalam keputusan bisnis yang diambil. Keuntungan ekonomis, kesetiaan pelanggan, kepuasan pelanggan, kesejahteraan umum, hak-hak asasi manusia, keadilan dan “*fairness*” merupakan contoh-contoh dari nilai-nilai yang dapat diwujudkan atau dikorbankan dalam pengambilan keputusan bisnis dan perilaku bisnis.³⁵

Menyikapi hal di atas, sejak diundangkan di Jakarta pada tanggal 20 April 1999, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) saat ini masih merupakan fenomena baru bagi sebagian besar masyarakat Indonesia terutama dalam rangka pemberdayaan konsumen di Indonesia. Namun, kita tetap bersyukur dan sekaligus menyambut gembira dengan disyahkannya UU No 8 Tahun 1999, akan menjadi landasan bagi konsumen dan lembaga perlindungan

³⁴ Beekun, *Etika Bisnis Islami*, hlm. 15

³⁵ M. Dawam Raharjo, *Etika Ekonomi*, hlm. xiv.

konsumen untuk memberdayakan dan melindungi kepentingan konsumen (*consumerism*), serta membuat pelaku usaha lebih bertanggung jawab.

Sistem usaha bebas yang dikendalikan oleh pasar dibangun dengan asumsi bahwa pengusaha dan manajer akan bertindak sesuai dengan kepentingannya yang sudah dicanangkan. Hal ini berarti keuntungan material akan menjadi motif penuntun, tetapi memperkenalkan kendala bahwa pasar harus benar-benar dilayani dengan fokus pada kepentingan konsumen jangka panjang.

Suasana kompetitif yang dihadapi perusahaan menghasilkan tekanan riil untuk mengkompromikan etika. Para pengambil keputusan perusahaan menghadapi dilema ini terus menerus. Dimensi yang paling mendasar yang diharapkan oleh konsumen dan para pelaku bisnis adalah nilai dan kepercayaan konsumen, yang ini terbentuk dalam suatu undang-undang yang mendefinisikan serta mengkondifikasi garis dasar etika.

Untuk itu, asumsi yang berlaku bahwa pelaku bisnis harus siap melakukan praktek-praktek kotor kini harus ditinggalkan. Revolusi teknologi informasi telah membalikkan anggapan tadi. Penyebaran kesadaran moral bisnis makin dimungkinkan lewat munculnya kekuatan-kekuatan baru yang mengontrol dan mengkoreksi kekuatan-kekuatan politik dan pusat-pusat bisnis yang dianggap kotor. Sejalan dengan itu ekspektasi etis masyarakat internasional semakin menuntut para pelaku bisnis untuk menegakkan etika dalam berbisnis jika ingin tetap *survive* dalam menjalankan usahanya.

Penutup

Islâm, agama yang diyakini oleh pemeluknya sebagai sebuah cara hidup total, telah menawarkan serangkaian konsep-konsep bisnis yang di dalamnya terkandung prinsip-prinsip moral yang universal, seperti kepercayaan dan kejujuran. Walaupun banyak orang menganggap terjadi problem kesenjangan antara idealita dan realita dalam praktek bisnis muslim. Namun, lewat pengkajian intensif terhadap konsep-konsep tadi diharapkan nilai-nilai moral Islâm bisa menjadi salah satu acuan disamping nilai-nilai etis luhur lain yang dimiliki oleh setiap peradaban dalam membangun etika bisnis modern.

Dalam pelaksanaan etika bisnis ada beberapa prinsip yang harus dianut oleh pelaku bisnis. Sesuai dengan norma dan kecenderungan alamiah tentang kodrat manusia yang mempunyai watak kreatif dan berkeinginan untuk berkembang sebagai makhluk social maka prinsip-prinsip yang perlu dilakukan adalah; prinsip otonomi, Kejujuran, niat baik dan tidak berniat jahat, adil, serta hormat pada diri sendiri.

Etika di dalam Islâm mengacu pada dua sumber yaitu al-Qur'ân dan al-Hadîts. Dua sumber ini merupakan sentral segala sumber yang membimbing segala perilaku dalam menjalankan ibadah, aktivitas umat Islâm yang benar-benar menjalankan ajaran Islâm. Tetapi dalam implementasi pemberlakuan dua sumber ini secara lebih substansif sesuai dengan tuntutan perkembangan budaya dan zaman yang selalu dinamis.

Masalah etika merupakan pembahasan yang paling dekat dengan tuntutan agama Islâm. Karena didalam etika menjelaskan tentang perilaku dan sikap yang baik, buruk, perilaku yang berdimensi pahala dan dosa sebagai konsekwensi perilaku baik dan buruk.

Landasan normatif etika bisnis Islâm setidaknya mengandung empat elemen landasan di dalam sistem etika yaitu landasan tauhid, landasan keseimbangan, landasan kehendak bebas, dan landasan pertanggungjawaban.

Dari uraian di atas maka yang patut untuk digarisbawahi, bahwa: *Pertama*, kehidupan manusia selalu membutuhkan suatu sistem kaidah moral yang sempurna untuk menjembatani pertentangan-pertentangan sosial akibat perbedaan hak dan kepentingan. *Kedua*, dalam sejarahnya manusia selalu gagal dalam merumuskan kaidah moral yang sempurna itu dan selamanya tidak akan terwujud karena perbedaan-perbedaan perspektif dalam menilai sesuatu. Dalam kondisi seperti inilah penyeragaman nilai menjadi kebutuhan manusia agar tercipta keteraturan dalam hidup. Penyeragaman tersebut harus lahir dari otoritas kebenaran tertinggi, yaitu Tuhan (agama). *Ketiga*, konsep bisnis menurut Islâm adalah antara bisnis dan moral tidak dapat dipisahkan. Di samping Islâm mengakui tujuan berbisnis untuk memperoleh keuntungan materiil tetapi Islâm juga menekankan cara berbisnisnya yang bermoral.

Keempat, di antara nilai-nilai etis bisnis Islâm adalah *unity, equilibrium, free will, responsibility*, kebenaran, kebajikan dan kejujuran.

Daftar Pustaka

- Amin, Ahmad. *Etika*, Terj. Farid Ma'ruf. Jakarta: Bulan Bintang, 1991
- Amirullah, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2002
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani, 2005
- Asy'arie, Musa. *Islam dan Pemberdayaan Ekonomi Umat*, cet. 1. Yogyakarta: LESFI, 1997
- Bagus, Lorens. *Kamus Filsafat*, cet 1. Jakarta: Gramedia, 1996
- Bartens, K. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999
- Beekun, Rafik Issa. *Etika bisnis Islami*, terj. Muhammad. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1990
- Devos, H. *Pengantar Etika*, cet. 1. Yogyakarta: Tiara Wacana, 1987
- Drever, James. *Kamus Psikologi*, cet. 2. Jakarta: PT Bina Aksara, 1988
- Fakhri, Madjid. *Etika dalam Islam*, terj. Zakiyuddin Baidhawi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar kerjasama dengan UMS Surakarta, 1996
- Muslich, *Etika Bisnis Islami: Landasan Filosofis, Normatif, dan Subtansi Implementatif*. Yogyakarta: Ekosia, 2004

Rudi Haryanto

Nasution, Arman Hakim. et.al. *Entrepreneursurship, Membangun Spirit Teknopreneurship*. Yogyakarta: ANDI, 2007

Nugroho, Alois A. *Dari Etika Bisnis ke Etika Flobisnis*, cet. 1. Jakarta: Grasindo, 2001

Raharjo, M. Dawan. *Etika Ekonomi dan Manajemen*, cet. 1. Yogyakarta: Tiara Wacana, 1990

Suseno, Franz Magnius. *Etika Dasar Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*. Yogyakarta: Kanisius, 1993