

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR

2.1 Pengertian Administrasi, Bisnis dan Administrasi Bisnis

2.1.1 Pengertian Administrasi

Secara etimologis atau asal kata, administrasi berasal dari Bahasa Inggris “*administration*”, dengan bentuk *infinitifnya to administer* yang diartikan sebagai *to manage* (mengelola). Administrasi juga dapat berasal dari Bahasa Belanda “*administratie*”, yang memiliki pengertian mencakup tata usaha, manajemen dari kegiatan organisasi, manajemen sumber daya. Dari pengertian tersebut, administrasi mempunyai pengertian dalam arti sempit dan arti yang luas. Dalam arti sempit administrasi sering diartikan dengan kegiatan ketatausahaan. Tata usaha pada hakikatnya merupakan pekerjaan pengendalian informasi. Tata usaha juga sering diartikan sebagai kegiatan yang berkaitan dengan tulis menulis/mencatat, menggendakan, menyimpan, atau yang dikenal dengan *clerical work* (Silalahi, 2013:5 dalam jurnal Marliani, 2018). Administrasi dalam arti luas diartikan sebagai kerjasama. Istilah administrasi berhubungan dengan kegiatan kerjasama yang dilakukan manusia atau sekelompok orang sehingga tercapai tujuan yang diinginkan. Kerjasama adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang secara bersama-sama, teratur dan terarah berdasarkan pembagian tugas sesuai dengan kesepakatan bersama (Silalahi, 2010:8 dalam jurnal Marliani, 2018).

Menurut **The Liang Gie (1993)**, yang dikutip oleh Ulbert Silalahi (2018:9) menyatakan bahwa "Administrasi adalah segenap rangkaian kegiatan penataan

terhadap pekerjaan pokok yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam kerja sama mencapai tujuan tertentu”.

Herbert A. Simon, dalam Darmanto (2019:8) menyatakan sebagai berikut: *In its broadest sense, administration can be defined as the activities of a group cooperating to accomplish common goals.* (Dalam pengertian yang terluas, administrasi dapat dirumuskan sebagai kegiatan dari kelompok orang-orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama). Definisi ini menguraikan secara jelas bahwa administrasi juga merupakan kegiatan kelompok, yaitu suatu kelompok yang mengadakan kerja sama untuk menyelesaikan tujuan bersama. Dalam masyarakat yang modern kegiatan kerja sama kelompok dilakukan dengan struktur formal yang disebut dengan organisasi formal. Organisasi formal merupakan suatu sistem yang tertera dari usaha kerjasama, di mana setiap anggota mempunyai peran yang jelas untuk melakukan pekerjaan dan kewajibannya.

Menurut **Ulbert Silalahi (2018:4)** menyatakan bahwa: “Administrator merupakan perantara dari pemilik dan pelaksana atau yang bertanggung jawabkan secara langsung pengelolaan harta kekayaan kepada pemiliknya. Beberapa nama untuk administrator antara lain direktur, direksi, *administrateur*, *bestuuder*, managing director, dan lain sebagainya”.

Seorang administrator adalah seorang yang mendapat kepercayaan untuk melakukan tugas dari seorang pemilik harta kekayaan untuk mengurus semua aset kekayaan dan personil dalam suatu organisasi. Unit administrasi atau unit organisasi dipimpin oleh administrator atau manajer yang bertanggung jawab

kepada pemilik atau yang memberikan tugas, kewajiban dan tanggung jawab kepadanya. Untuk menggerakkan personel sebagai bagian dari manajemen atau *administro* (memimpin, menggerakkan, mengatur), administrator melakukan kegiatan atau usaha yang terdiri dari *administrate* (tata usaha) dan *administro* (memimpin dan manajemen).

Kata Administrasi sering dijumpai dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari, administrasi selalu ada dalam kehidupan sehari-hari, dalam dunia kerja ataupun dalam hal pendidikan. Administrasi adalah suatu bentuk usaha dan kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan kebijakan untuk mencapai tujuan tertentu. Administrasi memainkan peran penting dalam penyusunan kegiatan sampai dengan evaluasi dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Ilmu administrasi dalam pemerintahan atau perusahaan sangat diperlukan untuk mendukung pelaksanaannya. jika dalam pemerintahan atau perusahaan tersebut administrasinya baik maka akan berjalan dengan baik juga pelaksanaannya.

2.1.2 Pengertian Bisnis

Kata “bisnis” merupakan turunan dari kata bahasa Inggris “business” yang berarti kesibukan, yang berarti bisnis mengacu pada situasi di mana seseorang atau sekelompok orang melakukan pekerjaan atau kesibukan yang menghasilkan profit atau keuntungan. Bisnis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah kegiatan dengan mengarahkan tenaga, pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud atau kegiatan di bidang perdagangan/perbisnisan.

Menurut **Louis E. Boone** dalam jurnal Riza (2019) bisnis terdiri dari seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, beberapa bisnis memproduksi barang berwujud sedangkan yang lain memberikan jasa. Bisnis adalah bagian dari kegiatan ekonomi, yang berarti usaha. Bisnis adalah bagian penting dari kehidupan yang pasti diketahui semua orang. Bisnis adalah salah satu usaha meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup.

Sedangkan menurut **Hughes dan Kapoor** yang dikutip oleh Sugiyono (2018:40) menyatakan:

“Business is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and service that satisfy society’s needs. The general term business refers to all such effort with in a society or with in industry. Maksudnya bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapat keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat”.

Brown dan Petrello yang dikutip oleh (Fauziah et al., 2019:4) menyebut bisnis adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Bisnis ialah sejumlah total usaha yang meliputi bidang pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, perhotelan, usaha jasa, dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa ke konsumen. (Alma dalam Sugiyono, 2018:40), dengan demikian Secara sederhana, bisnis adalah semua kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih yang terorganisasi dalam mencari laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat (Tantri, 2009: 4 dalam Riza, 2019), sebagaimana yang kita ketahui

bahwa tujuan dari suatu bisnis adalah menciptakan kepuasan untuk para pelanggan dengan memberikan dan memenuhi apa yang pelanggan inginkan.

Kebutuhan dan keinginan konsumen dapat diwujudkan oleh pengusaha dengan bantuan perusahaan, dan mereka dapat terus bekerja untuk memastikan konsumen puas dengan barang dan jasa yang dihasilkan. Bisnis mencakup semua aktivitas dan tindakan manusia dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari bangun tidur hingga tertidur kembali. Anggapan bahwa segala aspek kehidupan adalah hasil dari bisnis, mulai dari kendaraan, rumah dan segala jenis makanan yang dikonsumsi, sehingga segala sesuatu yang ada pada manusia tidak terlepas dari produk dan hasil kegiatan bisnis.

Beberapa jenis bisnis salah satunya adalah bisnis syariah atau bisnis Islami yang berlandaskan pada syariat atau hukum-hukum Islam. Bisnis yang Islami yaitu aktivitas dan perbuatan bisnis manusia dimana halal dan haramnya diatur dan adanya batasan dalam hal mendapatkannya, memprosesnya dan penggunaannya. Bisnis dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam masalah mu'amalah, yakni masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia. Sekalipun sifatnya adalah hubungan yang horizontal namun sesuai dengan ajaran Islam, rambu-rambunya tetap mengacu kepada Al-Qur'an dan Hadist. Dalam bukunya Khalifah, "Muhammad sebagai pedagang". Al-Qur'an jelas-jelas termaktub bahwa, "Allah telah menghalalkan jual beli." dan Nabi Muhammad pernah berwasiat, "Berdaganglah engkau karena 9 dari 10 bagian kehidupan adalah perdagangan."(Hulaimi, 2016). Artinya melalui jalan bisnislah pintu-pintu rezeki

akan dibuka, sehingga akan mendapatkan nikmat dan karunia dari Allah SWT. Dalam pandangan Ahli Fikih, Bisnis diartikan saling tukar menukar harta dengan harta secara suka sama suka, atau berpindahnya hak milik disertai adanya penggantian (Arafah, 2022:8).

Menurut **Arafah (2022:8)** memaparkan:

“Istilah bisnis dalam Al-Qur’an dapat dilihat dari tiga kata, yaitu *tijarah* (perdagangan), *bay* (menjual), dan *syira* (membeli). Terdapat istilah yang lebih banyak lagi selain terminology tersebut yang berhubungan dengan perdagangan, misalnya *rizq*, *dharb*, *syirkah*, *dayn*, *amwal*, dan beberapa perintah melaksanakan perdagangan global (QS. Al-Jum’ah:9). Dalam Al-Qur’an sebanyak delapan kali kata *tijarah* disebut dalam tujuh surat, yaitu surah Al-Baqarah:16 dan 282, surah An-Nisa:29, surah At-Taubah:24, surah An-Nur:37, surah Al-Fatir:29, surah As-Shaf:10, dan surah Al-Jum’ah:11. Sementara sebanyak empat kali kata *bay* (menjual) disebut dalam Al-Qur’an yaitu surah Al-Baqarah:254 dan 275, surah Ibrahim:31 dan surah Al-Jum’ah:9. Kemudian kata *as-syira* disebut pada 25 ayat, dua ayat diantaranya mirip kata perdagangan dalam konteks bisnis yang sebenarnya, yaitu kisah Al-Qur’an yang memaparkan mengenai Nabi Yusuf yang dijual oleh orang yang menemukannya terdapat dalam surah Yusuf:21 dan 22”.

Berdasarkan pemaparan pengertian bisnis dari beberapa ahli di atas dapat dilihat bahwa bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu perorangan atau kelompok yang terorganisir yang menghasilkan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat dengan tujuan untuk memberikan kepuasan bagi konsumen dan mencari keuntungan atau profit sebanyak-banyaknya.

2.1.3 Pengertian Administrasi Bisnis

Administrasi bisnis merupakan seluruh kegiatan yang berhubungan didalam suatu bisnis atau perusahaan yang dilakukan satu orang atau lebih yang dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yaitu dengan secara teratur dan terus menerus memproduksi atau menyediakan barang, jasa, atau fasilitas yang bisa dijual atau disewakan pada masyarakat atau pasar. Administrasi Bisnis adalah

bagian dari ilmu-ilmu sosial yang mempelajari proses kerjasama antar dua orang atau lebih dalam upaya mencapai suatu tujuan, merupakan ilmu yang berfokus pada perilaku manusia (Nurul Indika, 2021).

Administrasi Bisnis adalah keseluruhan kegiatan mulai dari produksi barang dan jasa sampai tibanya barang dan jasa tersebut ditangan konsumen (Y.Wayong 2004:12 dalam Nurul Indika, 2021). Administrasi adalah sebuah bangunan hubungan yang tertata secara sistematis yang membentuk sebuah jaringan yang saling bekerja sama satu sama lainnya untuk mendukung terwujudnya suatu mekanisme kerja yang tersusun dan mencapai tujuan yang di harapkan. Administrasi Bisnis juga bisa didefinisikan sebagai suatu tata susunan yang mengklasifikasikan dan menjelaskan setiap tahap-tahap pekerjaan dalam bisnis yang disajikan secara jelas dan tegas serta terencana menurut (Irham Fahmi, 2019:2 dalam Negotium, 2021).

Menurut **Sheldo dan Urwik**, Administrasi Niaga/Bisnis adalah industri yang berkaitan dengan penetapan kebijakan perusahaan, koordinasi produksi, keuangan dan distribusi, penentuan arah organisasi dan kontrol tertinggi eksekutif. Sedangkan menurut **Y. Wayong**, Administrasi Bisnis adalah keseluruhan kegiatan mulai dari produksi barang dan jasa sampai tibanya barang dan jasa tersebut ditangan konsumen. (Pelajar.co.id, 2018)

Tujuan secara umum administrasi bisnis yang dikutip dari jurnal (Negotium, 2021) adalah sebagai berikut:

- 1) Menciptakan arah pekerjaan tertata sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

- 2) Agar bisa mengontrol dan menghindari kesalahan yang mungkin timbul selama bekerja.
- 3) Menumbuhkan kepercayaan kepada para stakeholders, konsumen atau yang terkait dengan perusahaan terhadap produk atau kinerja perusahaan baik secara jangka pendek dan jangka panjang.

2.2 Etika Bisnis

Menurut **Vincent Barry** yang dikutip oleh Arafah (2022:2) mengungkapkan: *"Business ethics is the study of what constitutes and human conduct, including related action and values, in a business contract."* (Etika bisnis adalah studi tentang setiap yang membentuk perilaku manusia, termasuk tindakan dan nilai terkait dalam kontrak bisnis).

Menurut **Dalimunthe (2004)** yang dikutip oleh Buchari Alma dan Donni Juni Priansa (2016:379) menyatakan bahwa:

"Etika Bisnis dapat dipahami sebagai aturan main yang tidak mengikat karena bukan hukum, namun perlu diperhatikan dengan baik karena menjadi Batasan bagi aktivitas bisnis yang dijalankan. Etika bisnis sangat penting mengingat dunia bisnis tidak lepas dari elmen-elmen lainnya. Keberadaan bisnis pada hakikatnya adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis tidak hanya berhubungan dengan orang-orang maupun badan hukum, namun juga hubungan dengan pemasok bahan baku, pelanggan, distributor, dan lain-lain".

Etika bisnis adalah cara berbisnis yang meliputi semua aspek yang berhubungan dengan individu, perusahaan dan masyarakat. Etika bisnis juga merupakan perilaku bisnis dalam mengembangkan tugas dan tanggung jawabnya. Etika bisnis sangat penting mengingat dunia bisnis tidak lepas dari elmen-elmen lainnya.

Etika bisnis adalah cara-cara berperilaku yang dilakukan untuk menjalankan kegiatan bisnis secara adil yang mencakup seluruh individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Etika bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk perilaku pimpinan serta karyawan dalam menciptakan hubungan yang adil dan sehat. Setiap perusahaan meyakini bisnis yang beretika adalah prinsip bisnis yang baik, yaitu kinerja bisnis yang unggul dan berkesinambungan dengan mentaati pedoman-pedoman etika dibarengi dengan hukum yang berlaku (Arsita, 2020).

Menurut **Irham Fahmi (2021:3)** pengertian etika bisnis adalah:

“Aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sangsi akan diterima. Dimana sangsi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung”. Etika bisnis adalah “Kode etik pengusaha atau perusahaan berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan bisnis”.

Etika bisnis menyangkut segala sesuatu yang dilakukan oleh para pelaku bisnis dalam berperilaku dan bertransaksi guna mencapai tujuan dalam bisnis. Etika bisnis juga merupakan istilah yang biasanya mengacu pada perilaku etis dan tidak etis manajer atau pemilik bisnis. Tujuan etika bisnis adalah untuk meningkatkan kesadaran moral dan memberikan batasan bagi pengusaha ataupun pebisnis agar dapat menjalankan bisnis secara jujur dan adil serta menghindari praktik bisnis yang curang yang dapat merugikan banyak pihak yang memiliki kaitan satu sama lain. Selain itu, etika bisnis bertujuan untuk memastikan bahwa bisnis dapat dijalankan dan tercipta keadilan sesuai dengan hukum yang berlaku. Etika bisnis dapat memotivasi pelaku bisnis untuk terus meningkatkan kemampuannya dalam mengelola bisnis yang baik, etika bisnis bisa melindungi bisnis dan pelaku bisnis

agar terhindar dari citra yang buruk, karena biasanya perusahaan atau pelaku bisnis yang tidak menerapkan etika bisnis yang baik pada akhirnya merugikan orang lain dan akhirnya merusak bisnisnya sendiri.

2.2.1 Prinsip Etika Bisnis

Buchari Alma dan Donni Juni Priansa (2016:382-384) menjelaskan prinsip etika bisnis yaitu sebagai berikut:

“Terdapat sejumlah prinsip etika bisnis yang dirumuskan oleh sekumpulan *top manager* perusahaan di Eropa, AS, dan Jepang yang disebut dengan “*The Caux Round Table (CRT)*”. Kelompok tersebut bertemu setiap tahun yang dimulai pada tahun 1986 di kota Caux Swiss, untuk membicarakan persoalan bisnis global. Setelah sekian lama diproses, akhirnya Juli 1994 mereka mendeklarasikan sebuah “*principle for business*” (Rusdin, 2002). Beberapa prinsip dalam “*The Caux Round Table*” adalah:

- 1) Prinsip-prinsip umum antara lain menyangkut nilai bisnis bagi masyarakat yang berkaitan dengan kesejahteraan dan lapangan kerja. Menghasilkan barang dan jasa dengan harga yang sepadan dengan kualitasnya perusahaan memainkan peran dalam memperbaiki kehidupan pelanggan, pegawai, dan pemegang saham. Pemasok dan pesaing mengharapkan agar perusahaan menjunjung semangat kejujuran dan *fairness*.
- 2) Perusahaan yang dibangun dinegara asing harus memberi sumbangan bagi kesejahteraan masyarakat setempat dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan daya beli, menegakkan hak asasi manusia, serta peningkatan pendidikan.
- 3) Pelaku bisnis harus mengakui adanya kesungguhan, kejujuran setia pada janji dan keterbukaan. Menghargai peraturan dan mengembangkan perdagangan yang lebih bebas, persaingan dan perlakuan yang adil dan wajar bagi semua pelaku bisnis baik domestic maupun internasional.
- 4) Harus melindungi dan memperbaiki lingkungan, pembangunan berkelanjutan, dan mencegah pemborosan sumber daya alam.
- 5) Tidak dibenarkan melakukan tindakan suap, *money laundering*, memberantas tindakan jahat, tidak terlibat dengan perdagangan senjata, yang digunakan untuk kegiatan terorisme, obat terlarang.
- 6) Memberikan produk dan jasa dengan kualitas terbaik.
- 7) Memberlakukan pelanggan secara adil dalam semua transaksi.

- 8) Perusahaan harus menghormati martabat manusia dalam memasarkan dan mengiklankan produk.
- 9) Menghormati integrasi budaya pelanggan.
- 10) Hubungan dengan pekerja, memberikan pekerjaan dan imbalan yang dapat memperbaiki kondisi mereka, meningkatkan kesehatan, terbuka dalam informasi, bersedia mendengar keluhan pekerja, menghindari praktik diskriminasi, menghormati gender, usia, suku, agama, menghindari kecelakaan dalam pekerjaan, mengembangkan pengetahuan dan keterampilan pekerja, tanggap terhadap pengangguran di negara setempat.
- 11) Menjaga hubungan baik dengan pemasok, pesaing, dan masyarakat umumnya.

Berdasarkan uraian di atas dapat dilihat bahwa beberapa kesepakatan yang dibuat oleh kelompok yang berusaha menegakkan etika bisnis, untuk mencegah tindakan yang tidak etis, hanya sebagian kecil yang diungkapkan. Meskipun contoh-contoh perilaku etis sudah banyak diberikan oleh Rasulullah SAW Selama menjalankan profesi bisnis selama 25 tahun.

Menurut **Ali Anwar dan Yuyun Yuniarti (2017:35)** memaparkan bahwa, sebagai etika khusus atau etika terapan, prinsip-prinsip dalam etika bisnis sesungguhnya adalah penerapan dari prinsip etika pada umumnya. Prinsip-prinsip etika bisnis tersebut adalah:

- 1) **Prinsip Otonomi**
Otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Orang yang otonom adalah orang yang sadar akan kewajibannya dalam dunia bisnis dan bebas mengambil keputusan dan tindakan berdasarkan kewajibannya, serta bertanggung jawab atas keputusan dan tindakan yang pantas diambilnya, juga dapat bertanggung jawab atas dampak dari keputusan dan tindakan yang diambilnya.
- 2) **Prinsip Kejujuran**
Dalam dunia bisnis, kejujuran menemukan wujudnya dalam berbagai aspek:
 - a. Kejujuran terwujud dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak.
 - b. Kejujuran dalam penawaran barang dan jasa dengan mutu yang baik.
 - c. Kejujuran menyangkut pada hubungan kerja dalam perusahaan.
 - d. Prinsip tidak berbuat jahat dan prinsip berbuat baik.
- 3) **Prinsip Keadilan**
Prinsip ini menuntut agar kita memperlakukan orang lain sesuai dengan haknya. Hak orang lain perlu dihargai dan jangan dilanggar, persis seperti kita pun mengharapkan agar hak kita dihargai dan tidak dilanggar.

4) **Prinsip hormat kepada diri sendiri**

Kita pantas diperlakukan dan memperlakukan diri kita sendiri. Di sini dirumuskan secara khusus untuk menunjukkan bahwa kita semua mempunyai kewajiban moral yang sama bobotnya untuk menghargai diri kita sendiri. Sebagai pribadi yang mempunyai nyali yang sama dengan pribadi lainnya, misalnya perjuangan buruh untuk membela haknya, perjuangan aktif konsumen untuk membela keselamatan konsumen, tuntutan kenaikan gaji oleh karyawan, hak cuti, dan lain sebagainya.

2.2.2 Ruang Lingkup Etika Bisnis

Adapun ruang lingkup ilmu etika bisnis menurut Irham Fahmi (2021:9) adalah sebagai berikut:

- 1) Tindakan dan keputusan perusahaan yang dilihat dari segi etika bisnis.
- 2) Kondisi-kondisi suatu perusahaan yang dianggap melanggar ketentuan etika bisnis, dan sanksi-sanksi yang akan diterima akibat perbuatan tersebut.
- 3) Ukuran yang dipergunakan oleh suatu perusahaan dalam bidang etika bisnis.
- 4) Peraturan dan ketentuan dalam bidang etika bisnis yang ditetapkan oleh lembaga terkait.

2.3 Etika Bisnis Islam

Menurut **Djakfar (2012:29)** yang dikutip dari jurnal Erly Juliyani (2016) menyebutkan bahwa “Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Quran dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnisnya. Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar”.

Etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang sudah disajikan dari perspektif al quran serta hadits, yang bertumpu pada beberapa prinsip seperti *unity* (kesatuan), *equilibrium* (keseimbangan), *freewill* (kebebasan berkehendak), *responsibility* (tanggung jawab), dan *benevolence* (kebenaran) (Mufid, 2018 dalam Muhammad Iklil, 2020). Maka etika bisnis islam

merupakan kegiatan bisnis yang berlandaskan pada empat nilai etika islam yaitu kesatuan, keseimbangan, kebebasan berkehendak dan kebenaran yang sesuai dengan prinsip moralitas bisnis dan sesuai dengan syariah. Selain itu etika bisnis Islam dapat menjadi pedoman bagi para pebisnis untuk menyeimbangkan antara dunia dan akhirat. Ketika Pengusaha lain sibuk dengan aktivitas duniawi, seorang pengusaha muslim harus selalu menjaga keseimbangan dan konsisten dalam ibadah maupun dalam kehidupan bisnis sehari-hari, dan juga harus meninggalkan praktik bisnis yang dilarang.

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah dan selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntunan perusahaan (Aziz, 2013:35 dalam Hulaimi, 2016). Etika bisnis dalam pandangan agama Islam yaitu memiliki etika yang senantiasa memelihara kejernihan aturan agama (Syariat) yang jauh dari keserakahan dan egoisme. Ketika etika-etika ini di implikasikan secara baik dalam setiap kegiatan usaha (bisnis) maka usaha-usaha yang dijalankan tersebut menjadi jalan yang membentuk sebuah masyarakat yang makmur dan sejahtera. Islam juga memandang tentang etika yakni langkah penting pertama dalam menentukan kaidah-kaidah perilaku ekonomi dalam masyarakat Islam. Pandangan Islam mengenai proses kehidupan tampak unik karena bukan saja perhatian utamanya pada norma-norma etika, melainkan juga karena kelengkapannya, jadi etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip dan norma yang berbasiskan Al-quran dan Al-

hadis yang harus dijadikan pedoman oleh semua pedagang dalam aktivitas bisnis baik bisnis skala besar dan skala kecil (Hulaimi, 2016).

2.4 Konsep Etika Bisnis Islam

Pada hakekatnya Islam adalah agama yang telah mengajarkan konsep-konsep unggul kepada pengikutnya, akan tetapi pengikutnya kurang memperhatikan dan tidak melaksanakan ajaran Islam sebagaimana mestinya. Menjadi sebuah tantangan bagi bangsa Indonesia yang sebagian besar beragama Islam agar kita berhasil adalah dengan menggali “*iner dynamics*” sistem etika yang berakar dalam pola keyakinan yang dominan.

Bisnis harus dilakukan sesuai dengan standar atau etika yang ditetapkan dalam masyarakat bisnis. Standar atau etika tersebut diterapkan sedemikian rupa agar pelaku usaha tidak bertentangan dengan ketentuan yang berlaku dan usaha yang dilakukan mendapat ridho Allah SWT dan menarik perhatian publik. Alhasil, etika ini melatih pedagang yang bersih dan dapat meningkatkan serta membersihkan usaha yang berjalan dalam jangka waktu yang relatif lama. Ketika etika yang tepat diikuti, hubungan antara pengusaha dengan masyarakat, pelanggan, pemerintah, pemangku kepentingan lainnya menjadi seimbang. Masing-masing pihak merasa dihargai dan dihormati. Kemudian saling membutuhkan di antara mereka, yang pada gilirannya mendorong rasa saling percaya sehingga bisnis yang dilakukan berkembang seperti yang diharapkan.

Syahatah dan Siddiq yang dikutip oleh (Fauziah et al., 2019) Transaksi dan Etika Bisnis Islam menjelaskan keharusan etika dalam berbisnis diperlukan

karena *pertama*, terjadinya kerusakan moral yang semakin meluas pada perusahaan akhir-akhir ini. *Kedua*, studi lapangan menunjukkan bahwa kuatnya pemberdayaan etika yang unggul dapat membawa nama baik perusahaan.

Seorang pengusaha muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika dan moral bisnis Islami. Pada derajat ini Allah akan melapangkan hatinya, dan akan membukakan pintu rezeki, di mana pintu rezeki akan terbuka dengan akhlak mulia tersebut, akhlak yang baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang etis dan moralis. Salah satu keunikan ajaran Islam adalah mengajarkan para penganutnya untuk melakukan praktik ekonomi berdasarkan norma-norma dan etika Islam. Bahkan diakui oleh para ekonom muslim maupun non-muslim, dalam Islam diajarkan nilai-nilai dasar ekonomi yang bersumber kepada ajaran tauhid. Setiap pelaku bisnis islam memiliki aturan-aturan atau etika yang harus dilakukan. Islam menekankan agar aktifitas bisnis manusia dimaksudkan tidak semata-mata sebagai alat pemuas keinginan, tetapi lebih pada upaya pencarian kehidupan berkeselimbangan dunia-akhirat disertai perilaku positif bukan destruktif.

Menjaga etika sangat penting untuk menjaga reputasi bisnis. Etika bisnis islam adalah proses dan usaha untuk menentukan mana yang benar dan mana yang salah. Etika bisnis islam adalah bisnis yang didasarkan pada nilai-nilai etika islam. Penerapan nilai etika islam juga dapat meningkatkan motivasi dalam bekerja dan menghasilkan produk yang baik, karena seorang pelaku bisnis muslim menyadari bahwa dalam bekerja bukan hanya tentang mencari keuntungan materi saja tetapi juga bekerja merupakan ibadah dengan harapan keuntungan dan ridha Allah SWT.

2.5 Produk Halal

Prinsip etika dalam produk maupun berproduksi yang harus diterapkan oleh semua umat islam, baik secara individu maupun dalam bisnis adalah mengikuti apa yang halal dari Allah dan tidak melewati batas. Produksi adalah serangkaian kegiatan untuk menghasilkan barang bukan hanya untuk individu tetapi masyarakat dan makhluk lainnya bertujuan kemaslahatan. Serangkaian kegiatan tersebut dilakukan sesuai dengan tuntunan Allah dan Rasul dan kebebasan mengelola berbagai elemen dalam produksi diberikan kewenangan kepada manusia, namun kepemilikan dipegang oleh Allah. Apabila dikerjakan sesuai dengan tuntunan maka akan pahala yang didapat.

Menurut **Endang Trihastuti** (2020:113) menyatakan bahwa dalam konteks produk atau layanan terdapat norma dan etika yang harus diperhatikan yaitu:

- 1) **Produk atau layanan yang bermanfaat dan dibutuhkan masyarakat, tidak haram (tidak mengandung: alkohol, darah atau plasenta, bahan derivatif babi) dan tidak mubah.**
- 2) **Dapat memuaskan atau menyenangkan masyarakat.**
- 3) **Memiliki nilai ekonomi dan nilai tambah tinggi.**
- 4) **Aman digunakan atau dikonsumsi.**
- 5) **Terdapat informasi jujur atau petunjuk yang jelas.**
- 6) **Layanan purna jual yang baik dan customer services.**
- 7) **Kemasan aman untuk lingkungan dan bisa didaur ulang.**
- 8) **Menepati timbangan, tulisan dalam label tidak sesuai isi.**

Ajaran islam bersifat menyeluruh dan menyentuh seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk di dalamnya tuntunan syariat mengenai halal dan haram baik itu makanan dan minuman maupun produk atau jasa yang berkaitan dengan kehidupan kita sehari-hari.

Ayat-ayat Al-Quran Tentang Makanan Halal: Q.S Al-Baqarah: 172

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِنَّ كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman, makanlah dari rezeki yang baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya.”

Q.S An-Nahl: 66-69

وَإِنَّ لَكُمْ فِي الْأَنْعَامِ لَعِبْرَةً لَتُسْفِيكُمْ مِمَّا فِي بُطُونِهِ مِنْ بَيْنِ فَرْثٍ وَدَمٍ لَبِئْسَ خَالِصًا سَائِعًا لِلشَّارِبِينَ * وَمِنْ ثَمَرَاتِ النَّخِيلِ وَالْأَعْنَابِ تَتَّخِذُونَ مِنْهُ سَكَرًا وَرِزْقًا حَسَنًا إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِقَوْمٍ يَعْقِلُونَ * وَأَوْحَى رَبُّكَ إِلَى النَّحْلِ أَنْ اتَّخِذِي مِنَ الْجِبَالِ بُيُوتًا وَمِنَ الشَّجَرِ وَمِمَّا يَعْرِشُونَ * ثُمَّ كُلِي مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ فَاسْلُكِي سُبُلَ رَبِّكِ ذُلُلًا يَخْرُجُ مِنْ بُطُونِهَا شَرَابٌ مُخْتَلِفٌ أَلْوَانُهُ فِيهِ شِفَاءٌ لِلنَّاسِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

“Dan sesungguhnya pada hewan ternak itu benar-benar terdapat pelajaran bagi kamu. Kami memberimu minum dari apa yang ada dalam perutnya berupa susu murni antara kotoran dan darah, yang mudah ditelan bagi orang yang meminumnya. (66) Dan dari buah kurma dan anggur, kamu membuatnya menjadi minuman yang memabukkan dan rezeki yang baik. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang mengerti. (67) Dan Tuhanmu mengilhamkan kepada lebah, “Buatlah sarang di gunung-gunung, di pohon-pohon kayu, dan di tempat-tempat yang dibikin oleh manusia, (68) kemudian makanlah dari segala macam buah-buahan lalu tempuhlah jalan Tuhanmu yang telah dimudahkan (bagimu).” Dari perut lebah itu keluar minuman (madu) yang beraneka macam warnanya, di dalamnya terdapat obat yang

menyembuhkan bagi manusia. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berpikir. (69)”

Berpindah dari makanan ke sektor halal lainnya. Karena sesungguhnya halal-haram tidak hanya mencakup makanan dan minuman yang kita konsumsi, akan tetapi lebih dari itu, halal-haram merupakan persoalan kehidupan manusia secara keseluruhan. Produk halal (berupa barang dan jasa yakni makanan, minuman, obat, kosmetik, produk biologi, produk kimia, produk rekayasa genetika, dan barang guna maupun jasa penyembelihan, pengolahan, pendistribusian sampai penyajian) dapat disertifikasi jika telah jelas bahan dan proses produk halalnya (kemenag.go.id).

Kata “makanlah” di sini tidak saja berarti harfiah yaitu kegiatan makan dan minum, melainkan termasuk bagaimana cara memperoleh makanan tersebut. Yusuf Qardhawi menjelaskan mengenai pokok-pokok ajaran Islam tentang halal dan haram, dan salah satu pokok ajaran itu ialah “apa saja yang membawa kepada haram adalah haram”. Sehingga walaupun makanan itu halal, akan tetapi apabila cara pemerolehannya semisal dengan mencuri, maka ia haram untuk dimakan karena makanan tersebut merupakan hasil curian. Rasulullah SAW bersabda, “Barang siapa memperoleh harta dengan cara dosa, lalu ia menggunakannya untuk menjalin silaturahmi, bersedekah, atau kepentingan di jalan Allah, niscaya Dia akan menghimpun semua hartanya itu lalu melemparkannya ke dalam neraka” (H.R. Abu Dawud) (Ghazali, 2007 dalam jurnal Eka Aliyanti, 2018).

Rasulullah SAW bersabda, “Sesungguhnya yang halal itu jelas, sebagaimana yang haram pun jelas. Di antara keduanya terdapat perkara syubhat yang masih samar yang tidak diketahui oleh kebanyakan orang. Barangsiapa yang menghindarkan diri dari perkara syubhat, maka ia telah menyelamatkan agama dan kehormatannya. Barangsiapa yang terjerumus dalam perkara syubhat, maka ia bisa terjatuh pada perkara haram.” (H.R. Bukhari dan Muslim)

Rasulullah SAW bersabda, “Mencari sesuatu yang halal adalah kewajiban bagi setiap Muslim.” (H.R. Al-Thabarani dari Ibnu Mas’ud).

Berdasarkan hadits lain yang diriwayatkan oleh Al-Thabarani bahwa “Baguskanlah makananmu, niscaya Allah menerima doamu.” begitu kuatnya pengaruh makanan dan rezeki yang halal terhadap hubungan kita sebagai hamba dengan Allah SWT. Halal dan haramnya rezeki yang kita peroleh akan mempengaruhi kualitas hubungan kita dengan Allah SWT. Dapat dipahami bahwa halal-haram bukan saja mengenai makanan dan minuman, akan tetapi menyeluruh ke segala aspek kehidupan. pengaruh kehalalan sangat besar terhadap kualitas hubungan dan kedekatan kita dengan Allah SWT. Kedekatan itu selanjutnya akan berpengaruh terhadap terkabul atau tidaknya doa-doa yang kita panjatkan sebagai hajat hidup kita di dunia. Selain itu pula, Allah akan memelihara jiwa mereka yang melaksanakan gaya hidup halal baik di dunia (dengan kesehatan), maupun di akhirat (dengan terhindarnya tubuh kita dari api neraka). *Wallahu a’lam bis shawaab* (Eka Aliyanti, 2018).

2.6 Konsep Etika Bisnis Nabi Muhammad SAW

Nabi Muhammad SAW adalah panutan bagi pebisnis, mengajarkan kemandirian ekonomi Islam, ahli dalam manajemen dan memiliki keterampilan komunikasi bisnis yang baik. Beliau adalah seorang entrepreneur yang benar-benar handal, yang tujuan berbisnisnya bukan hanya dunia, tapi tujuan akhirat yang lebih utama. Reputasi Nabi Muhammad dalam dunia bisnis dilaporkan antara lain oleh Muhaddits Abdul Razzaq. Ketika mencapai usia dewasa beliau memilih pekerjaan sebagai pedagang/wirausaha. Pada saat belum memiliki modal, beliau menjadi manajer perdagangan para investor (shohibul mal) berdasarkan bagi hasil. Seorang investor besar Makkah, Khadijah, mengangkatnya sebagai manajer ke pusat perdagangan Habshah di Yaman. Ia juga empat kali memimpin ekspedisi perdagangan untuk Khadijah ke Syiria, Jorash, dan Bahrain di sebelah timur Semenanjung Arab. Kecakapannya sebagai wirausaha telah mendatangkan keuntungan besar baginya dan investornya. Tidak satu pun jenis bisnis yang ia tangani mendapat kerugian.

Berdasarkan literatur sejarah disebutkan bahwa di sekitar masa mudanya, Rasulullah banyak dijuluki sebagai Al-Amin atau AshShiddiq. Nabi SAW telah ikut berdagang dengan pamannya ke Syiria sejak usia 12 tahun. Lebih dari dua puluh tahun Nabi Muhammad SAW berkiprah di bidang wirausaha (perdagangan), sehingga beliau dikenal di Yaman, Syiria, Basrah, Iraq, Yordania, dan kota-kota perdagangan di Jazirah Arab. Rasulullah sempat melakukan empat lawatan dagang untuk Khadijah, dua ke Habsyah dan dua lagi ke Jorasy, serta ke Yaman bersama Maisarah. Ia juga melakukan beberapa perlawatan ke Bahrain dan Abisinia. Hingga

pertengahan usia 30 tahun Rasulullah. banyak terlibat dalam perjalanan perdagangan lainnya. Disamping perjalanan tersebut, beliau juga terlibat dalam urusan dagang yang besar, selama musim haji, di festival dagang Ukaz dan Dzul Majaz. Sedangkan musim lain, Rasulullah sibuk mengurus perdagangan grosir pasar-pasar kota Makkah. Dalam menjalankan bisnisnya Rasulullah jelas menerapkan prinsip manajemen yang jitu dan handal sehingga bisnisnya tetap untung dan tidak pernah merugi.

Penduduk Makkah sendiri memanggilnya dengan sebutan Al-Shiddiq (jujur) dan Al-Amin (terpercaya). Sebutan Al-Amin ini diberikan kepada beliau dalam kapasitasnya sebagai pedagang. Tidak heran jika Khadijah pun menganggapnya sebagai mitra yang dapat dipercaya dan menguntungkan, sehingga ia mengutusnyanya dalam beberapa perjalanan dagang ke berbagai pasar di Utara dan Selatan dengan modalnya (Mukhlas, 2020). Rasulullah adalah seorang pedagang yang jujur dan adil dalam membuat perjanjian bisnis. Dalam berdagang beliau selalu menepati janji dan tepat waktu. Beliau juga memiliki integritas yang tinggi dan bertanggung jawab pada konsumen dan rekan bisnisnya. Hal ini menandakan Rasulullah menerapkan etika bisnis dalam berdagang. Oleh karena itu beliau memiliki reputasi sebagai seorang pedagang yang jujur dan benar.

Rasulullah SAW sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis, diantaranya ialah prinsip kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam hal ini, beliau bersabda: "Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib,

kecuali ia menjelaskan aibnya" (HR. Al-Quzwani). "Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami" (HR. Muslim). Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas (Darmawati, 2018).

Buchari Alma dan Donni Juni Priansa (2016:262) memaparkan:

“Konsep bisnis yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW ialah apa yang disebut value driven yang artinya menjaga, mempertahankan, menarik nilai-nilai pelanggan. Value driven juga erat hubungannya dengan apa yang disebut relationship marketing, yaitu berusaha menjalin hubungan erat antara pedagang, produsen, dan para pelanggan. Konsep bisnis Nabi Muhammad SAW juga mempertahankan: *Prophetic Values of Business and Management* yaitu berkenaan dengan benar (*siddiq*), Amanah, *fathonah*, *tabligh* dan berani (*syaja'ah*)”.

2.7 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa referensi terkait dengan penerapan etika bisnis islam, sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Analisis Peranan Etika Bisnis Islam Pada Bisnis Properti Perumahan Di Kota Langsa Aceh. Oleh: Muhammad Riza (2019).	Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu: Metode kualitatif deskriptif. Memiliki tujuan yang sama yaitu: Untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada objek yang diteliti atau bisnis yang dijalankan.	Objek Penelitian: Bisnis properti perumahan. Produk: jual/sewa perumahan. Teori yang digunakan: Lima aksioma etika bisnis islam yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, ihsan, dan tanggung jawab.
2.	Analisis Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di PD Pasar Tradisional Panacasila Tasikmalaya. Oleh: Nine Haryanti dan Trisna Wijaya (2019).	Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu: Metode kualitatif deskriptif. Memiliki tujuan yang sama yaitu: Untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada objek yang	Objek Penelitian: Perusahaan dagang pasar tradisional. Produk: jasa. Teori yang digunakan: Faisal Badroen (2006). Prinsip-prinsip dalam menjalankan bisnis Unity (Tauhid),

		diteliti atau bisnis yang dijalankan.	Equilibrium (Keseimbangan), Free will (Kehendak bebas), Responsibility (Tanggung jawab), dan Benevolence (Ihsan)
3.	Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan Super Geprek Cabang Jambi. Oleh: Nurul Aulia (2019).	Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu: Metode deskriptif kualitatif. Memiliki tujuan yang sama yaitu: Untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada objek yang diteliti atau bisnis yang dijalankan.	Objek Penelitian: Rumah makan. Produk: Makanan (Ayam geprek). Teori yang digunakan: Abdul Aziz (2013), dan Irham Fahmi (2019). Kinerja karyawan, kualitas produk yang digunakan dan sikap pemimpin terhadap semua karyawan.
4.	Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pisang Coklat "Cauhid" Kota Cimahi. Oleh: Diana Komala Dewi (2020).	Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu: Metode deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan: Buchari Alma dan Donni Juni Priansa (2016) konsep etika	Objek Penelitian: UMKM usaha pisang. Produk: Makanan (Pisang coklat). Teknik analisis data yang digunakan adalah: Spradley yang terdiri dari lima analisis yaitu analisis domain, analisis taksonomi,

		bisnis Islam yaitu konsep <i>Ihsan</i> , konsep <i>Itqan</i> , konsep hemat, konsep kejujuran dan keadilan, dan konsep kerja keras.	analisis kompiensial, dan analisis tema kultural.
5.	Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis Salon Kecantikan (Studi Kasus Salon Nabila Muslimah Tambakberas) Oleh: Basyirudin, Firmansyah, dan Rahmatika (2021).	Objek Penelitian: Salon Muslimah Produk: Jasa Memiliki tujuan yang sama yaitu: Untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam pada objek yang diteliti atau bisnis yang dijalankan.	Menggunakan metode penelitian: Naluristik. Teori yang digunakan: Rivai Veithzal (2012) prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan buruk dalam hal pelayanan dan produk yang baik.

Sumber: diolah oleh peneliti, 2023

2.8 Kerangka Pemikiran

Faisal Badroen yang dikutip oleh Nine Haryanti dan Trisna Wijaya (2019) menyatakan bahwa: "Etika Bisnis adalah aspek baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas dari perilaku manusia ditambah dengan halal-haram atau sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al Islamiyah) yang dibungkus dengan batasan syariah".

Etika sebagai refleksi manusia mengenai apa yang harus dipraktekkan atau tidak boleh dipraktekkan, setiap perbuatan manusia sangat berkaitan dengan etika, terutama perbuatan para pebisnis, etika bisnis menjamin berjalannya kegiatan bisnis

dalam jangka panjang. Etika berasal dari akal manusia sedangkan etika islam berasal dari Al-Quran dan Hadits. Tindakan individu dalam berbisnis selalu mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Kajian etika bisnis dapat memberikan orientasi atau arah bagi individu atau pelaku bisnis, artinya tindakan yang dilakukan tidak menghalalkan segala cara. Ada tujuan dan arah dari tindakan atau hidup manusia. Menerapkan etika dalam melakukan bisnis dapat mencerminkan integrasi moral pebisnis atau perusahaan, sehingga mendapat kepercayaan masyarakat.

Etika bisnis Islami merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal yang benar dan salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan baik pihak internal maupun eksternal perusahaan yang sesuai dengan tuntutan perusahaan. Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Buchari Alma dan Donni Juni Priansa (2016:384) menyatakan bahwa etika bisnis dapat dipahami sebagai aturan main yang tidak mengikat karena bukan hukum, namun perlu diperhatikan dengan baik karena menjadi Batasan bagi aktivitas bisnis yang dijalankan.

Sangat penting dalam jalannya suatu usaha karena dalam dunia bisnis seluruh manusia tidak ingin mendapatkan atau diperlakukan secara tidak jujur dari sesama manusia. Praktek curang tidak akan muncul apabila didasari dengan moral yang baik. Moral dan derajat kejujuran yang lemah akan memusnahkan nilai kaidah bisnis tersebut.

Sedangkan menurut **Irham Fahmi (2021:3)** pengertian etika bisnis adalah:

“Aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sangsi akan diterima. Dimana sangsi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung”. Etika bisnis adalah “Kode etik pengusaha atau perusahaan berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan bisnis”.

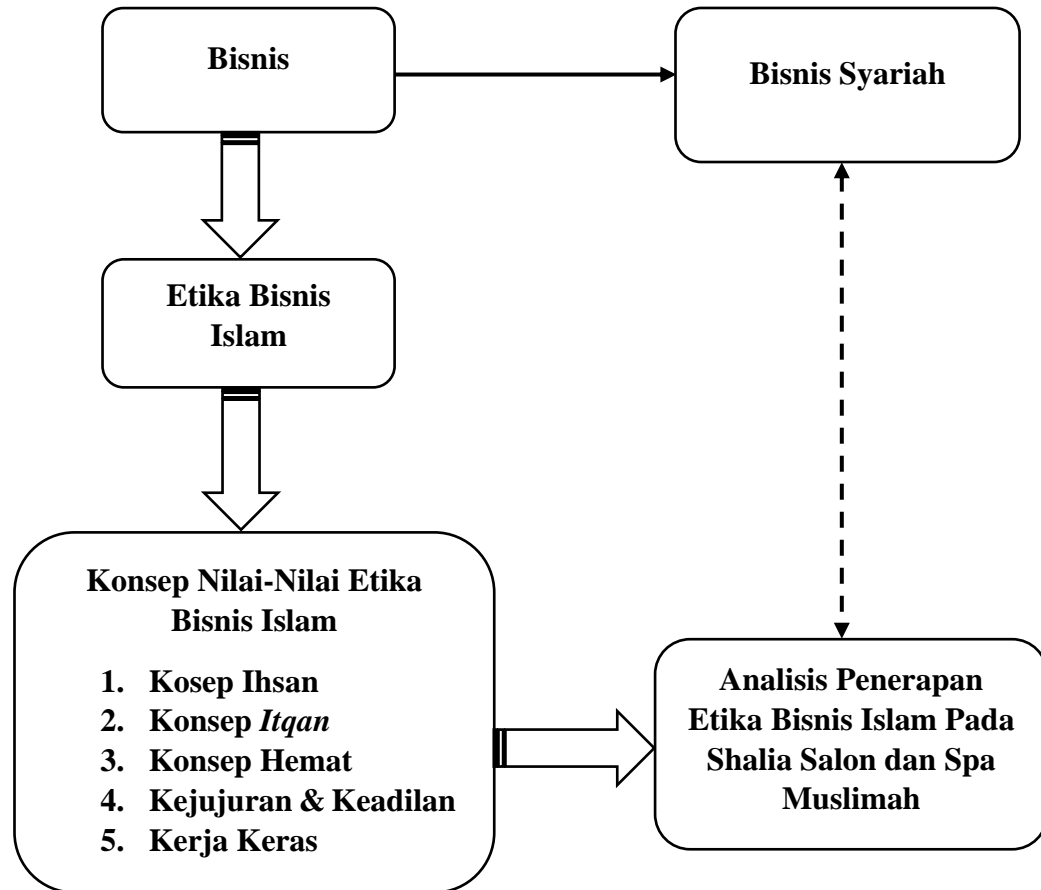
Berikut ini akan diungkapkan nilai-nilai etika Islam menurut **Buchari Alma dan Donni Juni Priansa (2016:385)** yang dapat mendorong bertumbuhnya dan suksesnya bisnis yaitu:

- 1) **Konsep Ihsan**
Ihsan adalah suatu usaha individu untuk sungguh-sungguh bekerja, tanpa kenal menyerah dengan dedikasi penuh menuju pada optimalisasi, sehingga memperoleh hasil maksimal, ini tidak sama dengan *perfeksionisme*. Ihsan adalah optimalisme. *Perfeksionalisme* tidak dianjurkan, karena itu adalah sifat Allah SWT. kita hanya mungkin mendekatinya, tidak mungkin sampai sempurna.
- 2) **Konsep Itqan**
Itqan artinya membuat sesuatu dengan teliti dan teratur. Jadi harus bisa menjaga kualitas produk yang dihasilkan, adakan penelitian dan pengawasan kualitas sehingga hasilnya maksimal. Allah SWT. telah menjanjikan bahwa siapa saja yang bersungguh-sungguh maka Dia akan menunjukkan jalan kepadanya, dalam mencapai nilai yang setinggi-tingginya.
- 3) **Konsep Hemat**
Konsep Islam sejak 14 abad yang lalu telah dicontohkan Rasulullah SAW. Kita harus hemat, jangan boros, pekerjaan memboros-boroskan harta adalah temannya syaithan. Kita sebagai umat islam harus hemat dengan harta, tapi tidak kikir dan tidak menggunakannya kecuali untuk sesuatu yang benar-benar bermanfaat.
- 4) **Kejujuran dan Keadilan**
Kejujuran dan keadilan adalah konsep yang membuat ketenangan hati bagi orang yang melaksanakannya. Kejujuran yang ada pada diri seseorang membuat orang lain senang berteman dan berhubungan dengan dia. Didalam bisnis pemupukan relasi yang sangat mutlak diperlukan, sebab relasi ini akan sangat membantu kemajuan bisnis dalam jangka panjang. Sedangkan keadilan perlu diterapkan misalnya terhadap para karyawan ada aturan yang jelas dalam pemberian upah, dengan prinsip keadilan itu, tidak membedakan manusia yang satu dengan manusia yang lainnya.
- 5) **Kerja Keras**
Rasulullah SAW sangat terkenal dengan konsep ini. Kita mengetahui bagaimana Rasulullah SAW masa kecilnya telah mulai bekerja keras menggembala domba orang-orang Makkah, dan beliau menerima upah dari gembala itu. Setelah umur 12 (dua belas) tahun beliau mulai berdagang bersama kafilahnya dari satu kota ke kota lainnya. Sangat dianjurkan kerja keras itu dilakukan sejak pagi hari. Setelah shalat shubuh janganlah kalian tidur, tapi carilah rizki dari Rabbmu. Rasulullah SAW menyuruh umatnya bekerja keras, jangan hanya berpangku tangan dan minta belas kasihan orang.

Menerapkan nilai-nilai etika islam pada sebuah usaha atau bisnis bisa membangun kepercayaan masyarakat terhadap usaha dan mengharmoniskan hubungan antar manusia, meminimalisasi penyimpangan karena suatu usaha atau bisnis yang sudah menerapkan nilai-nilai etika islam didalamnya pasti berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadist sesuai dengan syariat islam sehingga konsumen akan merasakan kenyamanan dan keamanan. Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

Suatu usaha atau bisnis bisa dikatakan menerapkan etika bisnis islam atau tidak salah satunya adalah dengan melihat apakah suatu usaha atau bisnis tersebut menerapkan nilai etika islam atau tidak dalam menjalankan bisnisnya. Dengan demikian adanya nilai etika islam dalam sebuah bisnis menjadi suatu acuan dan batasan bagi para pelaku bisnis agar tidak lepas kendali dalam mengupayakan segala cara untuk mencapai tujuannya.

Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1

Kerangka Pemikiran

Sumber: diolah oleh peneliti

2.9 Proposisi

Berdasarkan pada kerangka berpikir tersebut, maka proposisi yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Shalia Salon dan Spa Muslimah merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang jasa perawatan kecantikan, berdiri pada tahun 2008 shalia mampu bertahan dan berkembang hingga saat ini sudah memiliki empat cabang yang tersebar diwilayah Karawang dan sekitarnya. Tugas utama dari shalia itu sendiri tentunya sebagai wadah atau tempat utama untuk penyediaan jasa pelayanan dan perawatan bernuansa Islami khusus untuk wanita muslimah.
2. Penerapan etika bisnis Islam berdasarkan 5 aspek konsep etika bisnis Islam yaitu konsep ihsan, konsep itqan, konsep hemat, kejujuran dan keadilan, serta kerja keras.
3. Ada beberapa hambatan yang dihadapi dalam penerapan etika bisnis Islam pada Shalia Salon dan Spa Muslimah.
4. Adanya usaha dalam mengatasi hambatan tersebut.