

# Implementasi Etika Islam pada Sektor-Sektor Ekonomi Masyarakat Muslim

Nafiah <sup>1</sup>

## ABSTRAK

*A number of fundamental pillars (fundamental) in relation to the value system of Islamic business ethics that developed from efforts to reinterpretation of the Qur'an and sunnah. Concepts are directed to further elevate moral values relating to the prevention of exploitative measures, flowering, speculation, gambling, and waste that have been formulated by experts. The concept of business ethics is vital for the implementation of economic activities starting from the process of production, distribution, consumption to achieve of humanity.*

**Key Word** : *ethics, process, humanity.*

## PENDAHULUAN

Bisnis modern merupakan realitas yang amat kompleks. Banyak faktor turut mempengaruhi dan menentukan kegiatan bisnis. Antara lain faktor organisatoris manajerial, ilmiah teknologis, dan politik-sosial-kultural, Kompleksitas bisnis itu kegiatan sosial, bisnis dengan kompleksitas masyarakat modern sekarang. Sebagai kegiatan sosial, bisnis dengan banyak cara terjalin dengan kompleksitas masyarakat modern itu. Semua faktor yang membentuk kompleksitas bisnis modern sudah sering dipelajari dan dianalisis melalui pendekatan ilmiah, khususnya ilmu ekonomi dan teori manajemen.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Dosen Tetap Syariah IAI Sunan Giri Ponorogo

<sup>2</sup> K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, ( Penerbit Kanisius,2000)

Etika sebagai praktis berarti : nilai-nilai dan norma-norma moral sejauh dipraktikkan atau justru tidak dipraktikkan, walaupun seharusnya dipraktikkan. Etika sebagai refleksi adalah pemikiran moral. Dalam etika sebagai refleksi kita berfikir tentang apa yang dilakukan dan khususnya tentang apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Secara filosofi etika memiliki arti yang luas sebagai pengkajian moralitas. Terdapat tiga bidang dengan fungsi dan perwujudannya yaitu etika deskriptif (*descriptive ethics*), dalam konteks ini secara normatif menjelaskan pengalaman moral secara deskriptif berusaha untuk mengetahui motivasi, kemauan dan tujuan sesuatu tindakan dalam tingkah laku manusia. Kedua, etika normatif (*normative ethics*), yang berusaha menjelaskan mengapa manusia bertindak seperti yang mereka lakukan, dan apakah prinsip-prinsip dari kehidupan manusia. Ketiga, metaetika (*metaethics*), yang berusaha untuk memberikan arti istilah dan bahasa yang dipakai dalam pembicaraan etika, serta cara berfikir yang dipakai untuk membenarkan pernyataan- pernyataan etika. Metaetika mempertanyakan makna yang dikandung oleh istilah-istilah kesusilaan yang dipakai untuk membuat tanggapan-tanggapan kesusilaan<sup>3</sup> (Bambang Rudito dan Melia Famiola: 20

Apa yang mendasari para pengambil keputusan yang berperan untuk pengambilan keputusan yang tak pantas dalam bekerja? Para manajer menunjuk pada tingkah laku dari atasan-atasan mereka dan sifat alami kebijakan organisasi mengenai pelanggaran etika atau moral. Karenanya kita berasumsi bahwa suatu organisasi etis, merasa terikat dan dapat mendirikan beberapa struktur yang memeriksa prosedur untuk mendorong organisasi ke arah etika dan moral bisnis. Organisasi memiliki kode-kode sebagai alat etika perusahaan secara umum. Tetapi timbul pertanyaan: dapatkah suatu organisasi mendorong tingkah laku etis pada pihak manajerial-manajerial pembuat keputusan? (Laura Pincus hartman:1998)<sup>4</sup>

## PEMBAHASAN

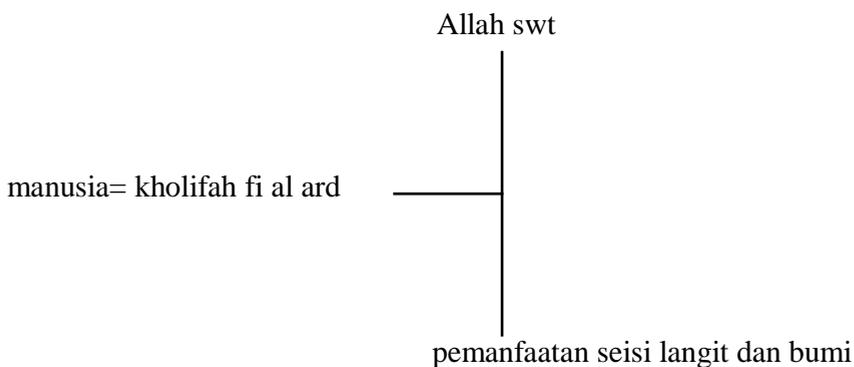
<sup>3</sup> Bambang Rudito & Melia Famiola, *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*, 1998.

<sup>4</sup> Laura Pincus Hartman, *Perspective in Business Ethics*, Irvin McGraw Hill, 1998.

## 1. KONSEP KEPEMILIKAN DAN KEKAYAAN

Secara etimologis kepemilikan seseorang akan materi berarti penguasaan terhadap sesuatu (benda), sedangkan secara terminologis berarti spesialisasi (*in legal term*) seseorang terhadap sesuatu benda yang memungkinkannya untuk melakukan tindakan hukum atas benda tersebut sesuai dengan keinginannya, selama tidak ada halangan syara' atau selama orang lain tidak terhalangi untuk melakukan tindakan hukum atas benda tersebut. Aplikasi etika dan konsep kepemilikan dan kekayaan pribadi dalam Islam bermuara pada pemahaman bahwasannya sang pemilik hakiki dan absolut hanyalah Allah Swt ( Q.S Ali Imran: 189)

Sedangkan manusia hanya diberi hak kepemilikan terbatas, yaitu sebagai pihak yang diberi wewenang untuk memanfaatkannya, dan inti dari wewenang tersebut adalah tugas (taklif) untuk menjadi seorang kholifah (agen pembangunan/ pengelola) yang beribadah di muka bumi ini. inilah moral yang paling mendasari setiap bentukan etik seorang muslim dalam memberikan apresiasi terhadap kepemilikan dan kekayaannya. ilustrasi paradigma dari kepemilikan dengan skema sebagai berikut:



## 2. KONSEP PRODUKSI DALAM ISLAM

Produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. pengertian lain produksi adalah pekerjaan berjenjang yang memerlukan

---

<sup>5</sup>

Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomui Islam (P3EI), Ekonomi Islam, ( Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011, cet 3), 230.

kesungguhan usaha manusia, pengorbanan yang besar dan kekuatan yang terpusat dalam lingkungan tertentu untuk mewujudkan daya guna material dan spiritual.<sup>6</sup> pemahaman produksi dalam Islam adalah sebagai bentuk usaha keras dalam pengembangan faktor-faktor sumber yang diperbolehkan dan melipat gandakan income dengan tujuan kesejahteraan masyarakat, menopang eksistensi seta ketinggian derajat manusia.<sup>7</sup>

### 1. Motif produksi menurut Islam, yaitu:<sup>8</sup>

- a. Anjuran Islam untuk melakukan proses produksi dan relasinya dengan ibadah. Islam menganjurkan dan mendorong proses produksi mengingat pentingnya kedudukan produksi dalam sumber-sumber kekayaan.
- b. Menegakkan fungsi sebagai duta Allah (Khalifah) di bumi dan semangat kerja sama antar manusia.
- c. Keyakinan bahwa Allah menciptakan dunia bagi manusia dengan tujuan agar manusia dapat memakmurkan dan mengambil manfaatnya.

### 2. Keadilan Dan Kesamaan Dalam Produksi

Sistem ekonomi Islam telah memberikan keadilan dan persamaan prinsip produksi sesuai kemampuan masing-masing tanpa menindas orang lain atau menghancurkan masyarakat. Al-Qur'an memperbolehkan kerjasama yang saling menguntungkan dengan jujur, sederhana dan memberikan keuntungan kedua belah pihak dan tidak membenarkan cara-cara yang hanya menguntungkan seseorang, lebih-lebih yang mendatangkan kerugian pada orang lain atau keuntungan yang diperoleh ternyata merugikan kepentingan umum.<sup>9</sup>

### 3. Produksi Yang Diharamkan Dalam Ekonomi Islam

---

<sup>6</sup> Abdullah Abdul Husain At-Tariqi, *Ekonomi Islam, Prinsip, Dasar Dan Tujuan*, (Jogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), 159.

<sup>7</sup> Ibid.

<sup>8</sup> Ibid, 160-167.

<sup>9</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Dana Bakti Wakaf, 1995), 211.

Islam mengharamkan produksi yang hanya merealisasikan kepentingan pribadi dan membahayakan kepentingan umum. produksi dan keuntungan dengan cara eksploitasi, tipu daya, eksploitasi kebutuhan dan manimbulkan bahaya bagi kaum miskin dengan cara apapun diharamkan. beberapa dalil Islam menunjukkan larangan tolong menolong yang membahayakan orang lain, sebaliknya bahaya yang muungkin muncul hendaknya dihilangkan.<sup>10</sup>

## 2. KONSEP DISTRIBUSI KEKAYAAN

Dalam Islam, kebutuhan memang menjadi alasan untuk mencapai yang minimum, namun demikian kecukupan adalah standar hidup yang baik (nisab) adalah hal yang paling menadasari dalam distribusi kekayaan, setelah itu baru dikaitkan dengan kerja dan kepemilikan pribadi. islam menawarkan instrumen yang sangat beragam untuk optimalisasi proses distribusi income. dan konsep yang ditawarkan ada yang menuntut bantuan otoritas dari pemerintah (negara) dan ada pula yang sangat bergantung kepada konsep karitatif personal dan sosial muslim. Husein Sahata (1997) menjelaskan beberapa instrumen tersebut adalah sebagai berikut:<sup>11</sup>

- a. Ghanimah (harta rampasan perang) bagian baitul maal dalam harta tersebut 1/5 (20%).
- b. Kharaj ( kewajiban moneter atau fiskal yang diwajibkan atas tanah pertanian di negara-negara islam yang baru berdiri). diterapkan pertama kali pada masa Khalifah Umar Bin Khatab, dengan ketetapan fuqaha bahwa kharaj merupakan riski yang diberikan oleh allah kepada kaum muslimin karena kemenangan mereka atas musuh-miusuh mereka. (Qs. Al-hasyr: 7)
- c. Jizyah (kewajiban moneter atau fiskal yang diwajibkan oleh pemerintah negara islam kepada non muslim, tujuan utamanya adalah kebersamaan dalam menanggung beban negara yang bertugas untuk memeberikan perlindungan, keamanan, dan tempat

---

<sup>10</sup> At-Tariqi, *Ekonomi Islam*..., 181.

<sup>11</sup> Faisal Baddroen, *Etika Bisnis Dakam Islam*, ( Jakarta: Kencana, 2007), 117-123.

- tinggal bagi mereka dan juga sebagai dorongan kepada kaum kafir untuk masuk Islam.
- d. *Rikaz*, barang temuan sebesar 20 % dikenakan sebagai tarif zakat.
  - e. *Dhawa-I*, tanah terlantar jika ; tidak diketahui pemiliknya, kekayaan yang ditinggalkan oleh orang yang meninggal dan tidak memiliki ahli waris.
  - f. *Usyur*, suatu kebijakan moneter dalam islam yang diwajibkan pada komoditi perdagangan yang di ekspor maupun import dalam sebuah negara Islam
  - g. Zakat Fitrah, kewajiban tahunan sebelum idhul fitri, wajib bagi personal dan orang-orang yang ,masih di bawah tanggung jawabnya. dan beberapa instrumen wajib lainnya yang disyari'atkan.

## **DISTRIBUSI DALAM ISLAM**

### a. Konsep Moral Islam Dalam Sistem Ditribusi Pendapatan

Secara umum islam mengarahkan mekanisme berbasis moral spritual dan pemeliharaan keadilan sosial pada setiap aktivitas ekonomi. ini dilatar belakangi dengan ketidak seimbangan disrtibusi kekayaan adalah hal yang mendasari hampir semua konplik individu maupun sosial. upaya pencapaian manusia akan kebahagiaan, membimbing manusia untuk menerapkan keadilan ekonomi yang dapat menyudahi kesengsaraan di muka bumi ini. hal tersebut akan sulit tercapai tanpa adanya keyakinan pada prinsip moral dan sekaligus kedisiplinan dalam mengimplementasikan konsep moral tersebut. ini adalah fungsi dari penerjemahan konsep moral sebagai faktor endogen dalam perekonomian, sehingga etika ekonomi menjadi hal yang sangat membumi untuk dapat mengalahkan setiap kepentingan pribadi.<sup>12</sup>

Hal yang perlu dilakukan dalam merespon laju perkembangan pemikiran tentang pentingnya moral islami dalam sistem distribusi pendapatan adalah yang pertama mengubah pola pikir (mindsets) dan pembelajaran mengenai nilai islam, dari yang

---

<sup>12</sup> Mustafa Edwin Nasution, Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam, ( Jakarta: Kencana, 2007, cet 2), 120.

fokus perhatiannya bertujuan materialistis kepada tujuan yang mengarahkan kepada kesejahteraan umum berbasis pembagian sumber daya dan resiko yang berkeadilan. dan yang kedua adalah keluar dari ketergantungan kepada pihak lain.<sup>13</sup>

## DISTRIBUSI PENDAPATAN

Konsep dasar kapitalis dalam permasalahan distribusi adalah kepemilikan pribadi (private). permasalahan yang timbul adalah adanya perbedaan mencolok pada kepemilikan, pendapatan dan harta pusaka peninggalan leluhurnya masing-masing.<sup>14</sup>

Distribusi pendapatan dalam konteks rumah tangga (*household*) dalam konteks rumah tangga akan sangat terkait dengan terminologi shadaqah. shadaqah disini merupakan terminologi al-qur'an yang dapat difahami dengan dua aspek yaitu shadaqah wajibah yang berarti bentuk-bentuk pengeluaran rumah tangga yang berkaitan dengan instrumen distribusi pendapatan yang berbasis kewajiban seperti halnya;

- a. Nafaqah: kewajiban tanpa syarat dengan menyediakan semua kebutuhan orang-orang terdekat, yakni anak-anak dan istri
- b. Zakat: kewajiban seorang muslim atas harta yang dimiliki untuk didistribusikan kepada kelompok-kelompok tertentu (delapan asnaf), *udhiyah*, warisan, *musaadah*, *jiwar* dan *diyafah*.

## 3. KONSEP KERJA DAN BISNIS

Paradigma yang dikembangkan dalam konsep kerja dan bisnis Islam mengarah kepada pengertian kebaikan (*thoyib*) yang meliputi materinya itu sendiri, cara memperolehnya dan cara pemanfaatannya. Abdullah Bin Mas'ud r.a meriwayatkan bahwa Rosulullah saw. bersabda;

“berusaha dalam mendapatkan rezeki yang halal adalah kewajiban setelah kewajiban”. Dengan kata lain kerja untuk mendapatkan yang halal adalah kewajiban agama yang kedua setelah kewajiban pokok dari agama, seperti zakat, puasa, dan haji. Terdapat tiga pesan penting yang dapat diterima dari hadis tersebut; hadits ini menyisir secara jelas

<sup>13</sup> Ibid.

<sup>14</sup> Ibid, 130.

permasalahan dikotomi antara dunia dan spiritual, hadis ini memberi pesan bahwa yang diwajibkan bukan saja untuk mencari uang, tapi bagaimana mendapatkan uang yang halal, usaha untuk mencapai pendapatan yang halal tersebut tentunya tidak mengurangi usaha dalam memenuhi kewajiban yang lebih utama dalam agama.<sup>15</sup>

a. Karakter Kerja Yang Halal

menurut Masudul Alam Choudhory, paling tidak ada lima karakter yang dapat mencirikan dimensi etis pada aktifitas ekonomik (*halalan thoyyiban*) dalam Islam yang diasumsikan sebagai sistem moral Islam;<sup>16</sup>

1. *Free- Interest System*, dalam perspektif para sarjana muslim kontemporer infrastruktur perekonomian Islam harus berdiri di atas perekonomian tanpa bunga.
2. Sistem bagi hasil, dikedepankan dalam merumuskan hubungan kerja antara tenaga kerja dan modal investasi.
3. Joint venture, skema kerja bisnis dalam bentuk penyertaan modal (*partnership*), investasi diarahkan kepada equity base fund ketimbang debt base fund.
4. Lembaga intermediary yang berkaitan dengan aktivitas karitatif (*charity program*) keberkahan dan kedermawanan dalam bisnis.
5. Menghindari pemanfaatan dan pemakaian sumber daya yang berlebihan.

ilustrasi dari karakter bisnis Islami di bandingkan dengan karakter bisnis non Islam adalah sebagai berikut:<sup>17</sup>

Islami	Ruang lingkup	Non Islam
Akidah Islam	Asas	Sekularisme
Dunia akhirat	Motivasi	Dunia

<sup>15</sup> Ibid, 131-133.

<sup>16</sup> Ibid, 141-142.

<sup>17</sup> Ibid, 143.

Profit dan benefit pertumbuhan dan keberlangsungan keberkahan	Orientasi	Profit, pertumbuhan dan keberlangsungan
Bisnis adalah bagian dari ibadah	Etos kerja	Bisnis adalah kebutuhan dunia
Konsekuensi keislaman dan maifestasi kemusliman	Sikap mental	Maju dan produktif konsekuensi aktualisasi diri; konsumtif
Konsekuensi kewajiban mislim	Keahlian	Konsekuensi dari reward dan punishment system
Terpercaya dan bertanggung jawab, tujuan tidak menghalalkan cara	Amanah	Tergantung keinginan individu (pemilik modal) tujuan menghalalkan segala cara
Halal	Modal	Halal-haram
Islami	Ruang lingkup	Non islam
Sesuai dengan akad kerja	Sdm	Sesuai akad kerja atau pemilik modal
Halal	Sumber daya	Halal-haram
Halavisi dan misi terkait erat dengan misi penciptaan manusia didunia	Menegemen strategis	Visi dan misi terkait erat dengan kepentingan materi duniawi
Jaminan halal pada input, proses dan out put, produktivitas islami	Menejemen operasi	Tidak ada jaminan halal pada input, proses dan out put, produktivitas dlam koridor manfaat
Jaminan halal pada input, proses, dan out put keuangan	Menejemen keuangan	Tidak ada jaminan halal pada input, proses, dan output keuangan
Elalu dalam koridor jaminan halal	Menejemen pemasaran	Strategi pemasaran menghalalkan segala cara

Profesionalisme berkepribadian islami, sdm, pengelola bisnis, bertanggung jawab kepada diri, majikan dan allah swt	Manajemen sdm	Profesionalisme, sdm= faktof produksi, bertanggung jawab kepada diri dan majikan.
---	---------------	--

#### 4. Nilai-Nilai Etika Kerja Islami

Sejumlah nilai moral dalam konsep kerja dan bisnis islam yang dapat diterjemahkan dalam bentuk aplikasi etos kerja.

1. Keimanan bahwa tujuan manusia dalam melakukan pekerjaan adalah beribadah kepada allah dan memakmurkan kehidupan dengan mengelola bumi beserta isinya.
2. Kerja adalah usaha untuk mewujudkan kesinambungan antara pemenuhan kebutuhan jiwa dan jasmani.
3. Bekerja keras untuk mendapatkan rizki disertai dengan tawakal dan takwa kepada Allah SWT.
4. Usaha yang halal dan menghindari usaha yang haram.
5. Menghindarkan transaksi ribawi.
6. Keinginan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban islam yang lebih utama tanpa dilandasi dengan sikap sombong atau tinggi hati.
7. Tidak bekerja dengan musuh-musuh islam.
8. Keimanan yang menyatakan bahwa seluruh materi didunia ini hanya milik allah sedang manusia hanya bertugas sebagai khalifah.
9. Menjaga kepemilikan materi dan mengembangkannya di jalan yang halal.
10. Kewajiban moral; jujur, amanah, faham akan segala aspek perdagangan.
11. Memperbanyak beristighfar, sebagai salah satu faktor dimudahkannya untuk mendapatkan rezeki.

12. Keimanan bahwa allah swt senantiasa melebihkan rezeki kepada sebagian hambanya.
13. Keseimbangan dalam pengeluaran uang.
14. Mengeluarkan zakar harta.
15. Keimanan kepada hari akhir.
16. Yang diperbolehkan syara' adalah yang baik dan halal, dst.

**a. Konsep Halal-Haram**

Dalam al-Qur'an aturan halal haram kontrak komersial atau bisnis diatur secara umum (Qs. An-Nisaa': 29)

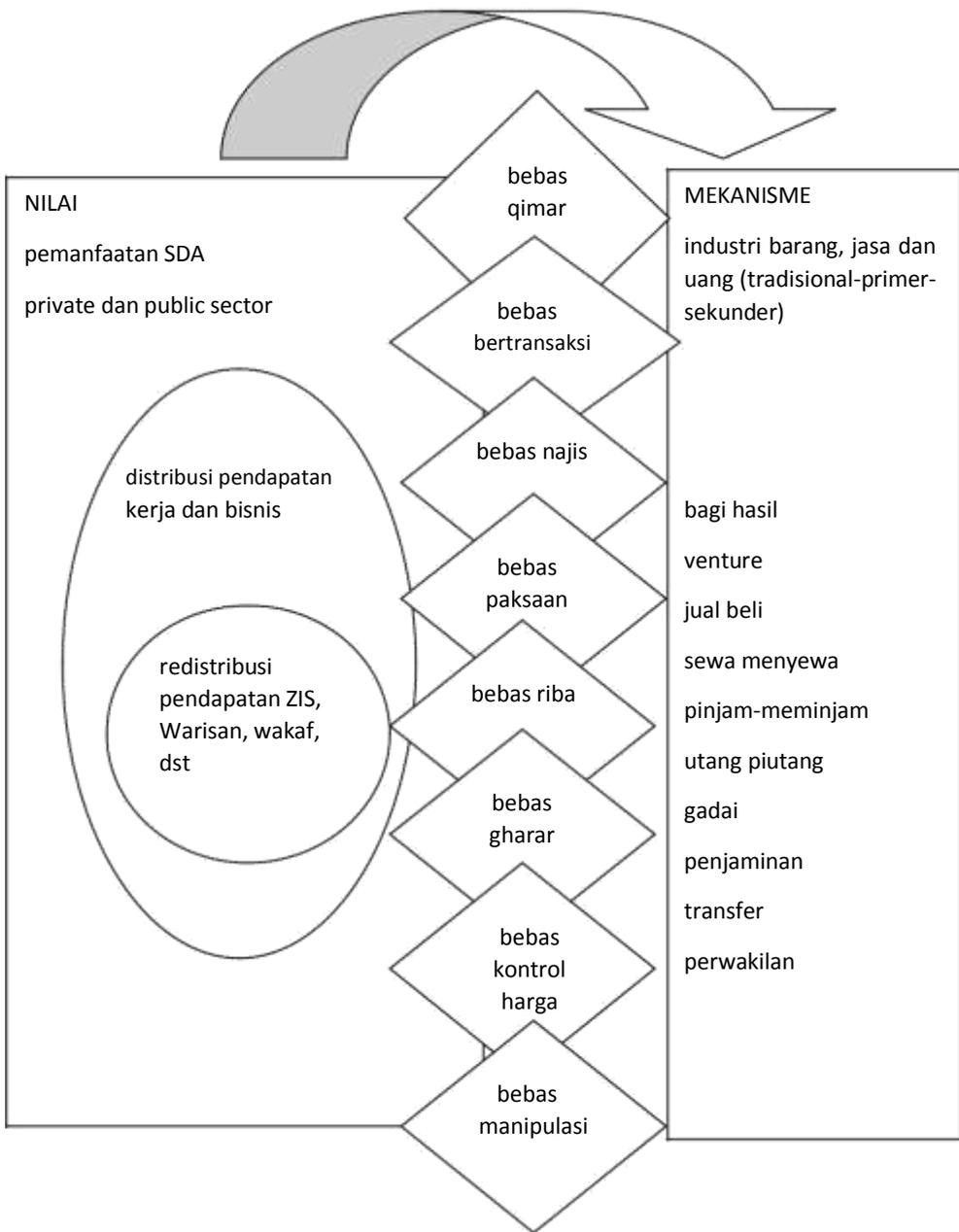
Serta hadits Rosulullah yang artinya:

*Sesungguhnya perkara halal itu jelas dan perkara haram itu pun jelas, dan diantara keduanya terdapat perkara-perkara yang subhat (meragukan) yang tidak diketahui oleh orang banyak. oleh karena itu barang siapa menjaga diri dari perkara yang syubhat, ia telah terbebas (dari kecaman) untuk agamanya dan kehormatannya . dan barang siapa terjerumus kedalam subhat berarti terjerumus dalam perkara haram seperti penggembala yang menggembalanya disekitar tempat terlarang tadi. ingat! sesungguhnya didalam tubuh itu ada sebuah gumpalan, apabila ia baik, baik pula seluruh tubuh, dan jika ia rusak, maka rusak pula seluruh tubuh, tidak lain ia adalah hati (HR. Muslim)*

Selain itu di dukung juga dengan sebuah kaidah fiqhiyah

ليدللا هيلع لداملا قحابلا ؤلماعما يف لصلاً

*Pada dasarnya, segala bentuk mu'amalah boleh dilakukan sepanjang tidak ada dalil yang mengharamkannya*



Skema area halal dan haram dalam konteks transaksi komersial  
seseorang muslim<sup>18</sup>

18 Ibid, 175.

## 5. ETIKA PENAWARAN PRODUK (IKLAN)

Penawaran produk yang sering kita kenal dengan iklan atau promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan. biasanya dalam kegiatan ini penjual atau pemilik barang berusaha memuji dan mengemukakan keunggulan barang yang dijualnya.<sup>19</sup>

Secara umum promosi dapat dilakukan dengan lima cara:<sup>20</sup>

1. *Personal selling*, yaitu melalui para penjual, yang dikenal dengan sebutan pramuniaga, wiraniaga atau sales yang mendatangi calon pembeli kerumah-rumah, yang berhadapan langsung dan mempengaruhi calon pembeli dengan segala cara berkomunikasi.
2. *Advertising*, yaitu pemasangan reklame, iklan, brosur, leaflet dan berbagai bentuk lainnya. dalam istilah sehari-hari orang sering menyebutnya dengan reklame.
3. *Publicity*, yaitu berupa pemuatan berita di surat kabar, radio atau televisi.
4. *Sales Promotion*, yaitu usaha promosi yang dilakukan dengan harapan meningkatkan penjualan dalam jangka pendek, contoh: obral atau discount.
5. *Public Relation*, yaitu usaha menjaga hubungan baik dengan masyarakat, dengan selalu menginformasikan apa yang telah dilakukan oleh lembaga, dan rencana apa yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang.

## 6. MARKETING SYARI'AH

Hermawan kertajaya memberikan sebuah definisi tentang marketing syari'ah dengan "*syari'ah marketing is a strategic business discipline that directs the process of creating, offering, and exchanging values from one inisiator to its stakeholders and the whole process should be in accordance with mu'amalah principles in Islam.* seperti dinyatakan dalam tulisan lain, bahwa marketing adalah merupakan strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi

<sup>19</sup> Buchari Alma, Manajemen Bisnis Syari'ah ( Bandung: Alfabeta, 2009), 148.

<sup>20</sup> Ibid, 148-150.

seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam.<sup>21</sup>

Lebih lanjut hermawan menguraikan karakteristik marketing syari'ah meliputi beberapa unsur;<sup>22</sup>

1. *Theistis (rabbaniyah)* berdasarkan ketuhanan, yaitu satu keyakinan yang bulat, bahwa semua gerak gerik manusia selalu berada dibawah pengawasan Allah SWT.
2. *Etis (akhlaqiyah)*  
Artinya semua perilaku berjalan diatas norma etika yang berlaku umum.
3. *Realistis (Al-Waqiiyyah)*  
Artinya sesuai dengan kenyataan, jangan mengada-ada apalagi yang menjurus pada kebohongan.
4. *Humanistis (al-insaniyah)*  
Artinya berperilaku kemanusiaan, hormat menghormati sesama, marketing berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik.

Pada jaman yang semakin berkembang saat ini para penjual dan kaum produsen saling bersaing dan menggunakan senjata marketing alam berbagai bentuk taktik diantaranya; persaingan melalui harga, persaingan melalui kualitas, persaingan melalui desain, *turbo marketing*, persaingan melalui kecepatan dengan *time compression*.

Selain konsep pemasaran konvensional muncul pemasaran spiritual dengan konsep "*bisikan nurani*" dan panggilan hati. disini muncul aspek kejujuran, empati, cinta dan kepedulian terhadap sesama. bahasa hati adalah konsep pemasaran spiritual yang merupakan inti dari konsep pemasaran Syari'ah.

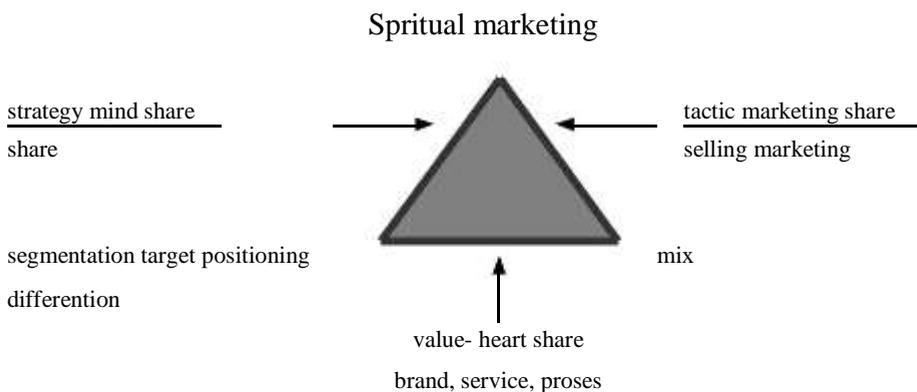
---

<sup>21</sup> *Ibid*, 258

<sup>22</sup> *Ibid*, 258-259.

## 7. STRATEGI MARKETING SYARI'AH

Ada 3 paradigma marketing syari'ah, yaitu syari'ah *marketing strategy* untuk memenangkan *mind-share*, *syari'ah marketig tactic* untuk memenangkan *market share*, dan *syari'ah marketing velue* untuk memenangkan heart share. ini bisa dilengkapi dengan satu lagi strategy yaitu *spiritual marketing syrategy* untuk memenangkan *sustainable* keberhasilan hidup perusahaan, yang akan membentuk *image-holistic share marketing*.<sup>23</sup>



Gambar STV dan spiritual marketing modifikasi

(hermawan kertajaya, 2002)<sup>24</sup>

## 8. SURI TAULADAN MARKETING ROSULULLAH

Rosullloh yang terkenal sebagai sosok *entrepreneur ship handal* memiliki berbagai strategi pemasaran yang begitu mengedapankan perilaku positif seperti jujur, ikhlas, profesionalisme, silaturahmi, murah hati serta sikap positif membangun lainnya, ditunjukkan dalam praktekbisnis seperti dibawah ini:<sup>25</sup>

1. Segmentasi, targetting: dilakukan ketika berdagang antar negara ke syam, yaman, bahrain. Rosulullah kenal betul produk atau barang-

<sup>23</sup> *Ibid*, 263.

<sup>24</sup> *Ibid*, 264.

<sup>25</sup> *Ibid*, 266-267.

barang yang disenangi oleh penduduk dan diserap oleh pasar setempat.

2. Positioning, berarti bagaimana membuat barang yang kita hasilkan atau kita jual memiliki keunggulan, disenangi, dan melekat dihati konsumen.
3. Bauran pemasaran (marketing mix), ini adalah suatu trik marketing agar melayani pelanggan dengan cara memuaskan, malalui elemen 4 p (produk, price, plane, dan promotion).

## 9. SEKTOR-SEKTOR BISNIS

Setidaknya ada 4 sektor utama yang menjadi lahan bisnis, yaitu:<sup>26</sup>

### a. Sektor Negara (Pemerintah)

Bekerja pada sektor-sektor pablik baik dalam pemerintahan, badan usaha milik negara (bumn), dan perusahaan daerah sudah pasti tugas pertama yang harus diemban adalah kepentingan negara. memberi perlindungan terhadap rakyat, memberi pelayanan kepada rakyat, dan meningkatkan kesejahteraan bersama adalah bagian dari tugas utama yang harus dilaksanakan dengan baik dan sukses. karena sebagai pekerja yang digaji oleh rakyat adalah sangat ironi jika tidak memuaskan rakyat. apabila rakyat tidak merasakan imbas positifnya berarti etika telah dikorbankan. oleh karenanya pemerinta harus memiliki kesungguhan (komitmen) yang kuat dalam menjalankan tugas sebgai petugas negara.

Dengan bekerja sungguh-sungguh, amanah, disiplin, jujur, dan profesional serta memiliki kepribadian yang mulia diyakini akan menghasilkan dan memberikan yang terbaik bagi kesejahteraan bangsa dan negara utamanya rakyat. oleh karenanya perlu adanya seleksi khusus dalam perekrutan pegawai sesuai dengan kriteria relevan sesuai kondisi negara.

### b. Sektor Swasta

Bekerja kepada orang lain atau pegawai pada perusahaan di sektor-sektor swasta adalah sebuah pilihan. proses seleksi karyawan

---

<sup>26</sup>

Hasan Aedy, Teori Dan Apliksietika Bisnis Islam, (Bandung: Alfabeta, 2011), 66.

perusahaan swasta biasanya lebih ketat dan proposional. tugas-tugas yang mereka laksanakan sudah sangat jelas sehingga karyawan yang diperlukan terarah secara baik dan benar. karenanya mereka yang terpilih benar-benar memiliki kemampuan yang memadai untuk tugas-tugas yang akan diemban. secara umum modal sikap pekerjaanya sama dengan perusahaan pemerintah.

c. Sektor Perorangan

Pada berbagai negara dunia khususnya negara-negara berkembang bekerja pada diri sendiri masih banyak peminatnya. sektor ini biasanya dikenal dengan sektor informal yang bekerja tanpa izin usaha, dengan modal seadanya, waktu dan tempat yang tidak teratur. sebagian berpandangan sektor kurang berkuwalitas tetapi sektor ini juga sangat berjasa dalam melayani kebutuhan rakyat kecil yang juga jumlahnya sangat banyak terutama dinegara berkembang.

Mereka yang bekerja di sektor informal bisa menjadi sukses dan memiliki pendapatan yang memadai adalah mereka yang baik dengan memilih kesungguhan, akhlaq mulia atau etika yang baik dengan kemampuan yang baik dalam mengelola usahanya.

d. Sektor Koperasi

Sektor koperasi adalah sektor antara yang mewakili sektor sosial dan sektor ekonomi. sektor ini diharapkan menjadi tulang punggung ekonomi rakyat, khususnya di indonesia, karena sesuai dengan semangat dan roh bentuk bisnis yang diamanahkan oleh konstitusi. namun di indonesia sektor ini berjalan dan sebagai hambatan terutama sumber daya manusia (sdm) yang tidak memiliki perilaku yang mulia dan sikap mental positif dalam menjalankan bisnis. walaupun tidak menutup mata dengan mereka yang berhasil, diyakini sektor ini akan lebih berkembang jika etika bisnis yang islami diterapkan oleh para pengelolanya.

## APLIKASI ETIKA BISNIS DALAM PADA BEBERAPA SEKTOR KEIDUPAN

### 1. Sektor Pendidikan

Sekurang-kurangnya ada 5 variabel dominan dalam dunia pendidikan baik formal, informal, negeri maupun swasta,yaitu:<sup>27</sup>

#### a. Kurikulum

Keberhasilan kurikulum tidak terletak pada teori atau pemahaman anak didik saja tapi tergantung pada pengamalannya. variabel utama dalam etika bisnis islam disektor pendidikan tidak akan ada pengaruhnya dalam kehidupan jika tidak disertai praktik atau pengamalan.

#### b. Sarana Prasarana Pendidikan

Ketersedianya sarana prasarana yang mamadai dan menyenangkan dalam proses penyelenggaraan pendidikan mutlak disediakan. yang mana sangat mendukung dalam usaha menyuksekkan pendidikan, satu dari sekian sarana dan prasarana tersebut adalah mushala atau masjid yang dimakmurkan oleh seluruh civitas pendidikan yang bersangkutan.

#### c. Tenaga Administrasi Pendidikan

Dalam dunia pendidikan tenaga administrasi baik yang ada diperpustakaan, keuangan, akademik dan kemahasiswaan dan lain-lain membutuhkan ketalatenan, kompetensi, kejujuran dan kedisiplinan yang tinggi. salah satu contoh etika islami tenaga administrasi pendidikan menghentikan sejenak kegiatan sekedar untuk menjalankan sholat.

#### d. Pendidik

Aplikasi etika pendidik islami diantaranya melaksanakan ujian yang jujur dan transparan, bersifat mengayomi dan mengasuh secara efektif, selain itu sebagai teladan dan pengasuh yang brilian, penuh kasih kepada peseta didik, namun ketika akan berkumandang hendaknya menghentikan sejenak proses pembelajaran sambil mengajak peserta didik untuk bersyukur mengingat Allah.

---

<sup>27</sup>

Ibid, 107.

e. Peserta Didik

Sebagai peserta didik hendaknya memafaatkan waktu dengan seoptimal mungkin untuk belajar, diskusi, dan kegiatan-kegiatan positif lainnya dan tak membiarkan waktu berlalu tanpa kemanfaatan. waktu shalat supaya menjadi perhatian utama, jadi ketika adzan memanggil semua sudah siap untuk menjalankan sholat berjamaah dimasjid atau mushala.

2. Sektor Perdagangan Barang Dan Jasa

Jual beli adalah bagian dari kegiatan bisnis yang menyebabkan terjadinya transaksi penjual dan pembeli, mengenai objek, syarat serta rukun tertentu yang telah diatur oleh syarak. oleh karenanya menjadi penjual maupun pembeli yang jujur, amanah, berakhaq mulia serta tidak bertentangan dengan syar'i merupakan aplikasi etika Islam dalam kegiatan perdagangan.

3. Sektor Pariwisata (Hotel, Restoran, Dan Rumah Makan)

Hal yang sangat mendukung dalam sektor pariwisata adalah tersedianya hotel, restoran dan rumah makan. aplikasi etika islam pada sektor pariwisata diataranya:

Hotel, restoran dan rumah makan dibangun dengan niat yang ikhlas untuk menyenangkan pengunjung , tarif makanan dan minuman dirancang bukan untuk mamaksimalkan profit, tidak membiarkan kegiatan-kegiatan terlarang yang bisa membahayakan orang lain dan dirinya sendiri dan lain sebagainya. Etika syariah dapat juga di aplikasikan pada sektor-sektor industri, entertainment, kesehatan, pertanian dan kehutanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Rahman. Asjmuni, 1976. *Metode Istinbath Hukum Islam*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Al-qur'an dan terjemahan , tt. Departeman Agama RI, Q.S. an-Nisaa
- Alma, Buchari, 2009. *Manajemen Bisnis Syari'ah* . Bandung: Alfabeta.
- Aedy, Hasan, 2011. *Teori Dan Apliksetika Bisnis Islam*, Bandung: Alfabeta.

- At-Tariqi, Abdullah Abdul Husain, 2004. *Ekonomi Islam, Prinsip, Dasar Dan Tujuan*, Yogyakarta: Magistra Insania Press.
- Baddroen, Faisal, 2007. *Etika Bisnis Dakam Islam*, Jakarta: Kencana.
- Bambang Rudito & Melia Famiola, 2007. *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*
- Hermant Laura Pincus, 1998. *Perspective in Business Ethics*, Irvin McGraw Hill
- K. Bertens, 2000. *Pengantar Etika Bisnis*, Penerbit Kanisius.
- Nasution, Mustafa Edwin, 2007. *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana
- Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomui Islam (P3EI). 2011. *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rahman, Afzalur. 1995. *Dokrin Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT. Dana Bakti Wakaf.