

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan orang lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, keadaan ini menciptakan sebuah sistem yang dapat menimbulkan orang lain untuk memproduksi serta mendistribusikan barang dan jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan. Manusia dalam kesehariannya selain memproduksi dan mendistribusikan hasil produksi, manusia juga menjadi konsumen dari barang dan jasa tersebut. Kegiatan manusia dalam memproduksi, mendistribusikan, dan memasarkan ke konsumen terdapat dalam kegiatan bisnis. Bisnis adalah usaha dagang atau usaha komersial dalam dunia perdagangan atau bidang usaha (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1996: 121). Menurut Hughes dan Kapor dalam Alma (1997: 16) bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Agama Islam mengajarkan untuk melakukan praktik ekonomi berdasarkan norma-norma dan etika yang di perbolehkan dalam Islam. Seorang ekonom dapat memelajari cara praktik bisnis Islam yang berdasarkan ajaran tauhid, dimana hal ini sudah diakui oleh para ekonom muslim maupun non muslim. Al-Quran juga menjelaskan dalam surat At-Taubah ayat 111:

﴿ إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنَّ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدًّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ ۚ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ﴾

Innallāhasytarā minal-mu'minīna anfusahum wa amwālahum bi'anna lahumul jannah(ta) yuqātilūna fī sabīlillāhi fa yaqtulūna wa yuqtalūna wa'dan'alaihi haqqan fit-taurāti wal-injīli wal-qur'an(i) wa man aūfā bi;ahdihi minallahi fastabsyirū

Artinya: “Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. mereka berperang pada jalan Allah; lalu mereka membunuh atau terbunuh. (Itu telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil dan Al Quran. dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan Itulah kemenangan yang besar”(QS. At-Taubah: 111: DEPAG 2009).

Bisnis adalah kegiatan muamalah, seperti yang dijelaskan pada ayat ini bahwa manusia mencari kelebihan karunia Allah dengan berbisnis tetapi tidak lupa untuk tetap mengutamakan shalat. Al-Qur'an menggaris bawahi bahwa dorongan yang seharusnya lebih besar bagi dorongan bisnis adalah memperoleh apa yang berada di sisi Allah (Jundi Hizrian, 2014).

Manusia memiliki kodrat untuk bergelut di bidang ekonomi, baik untuk kepentingan pribadi maupun kepentingan bersama (kolektif) guna memenuhi kebutuhan hidup yang tidak terbatas dengan sumber yang terbatas. Manusia bertanggung jawab sebagai pihak yang berperan aktif dalam peningkatan taraf hidup manusia baik secara individu maupun universal. Keterlibatan manusia dalam bisnis bukan hanya karena untuk mencari laba atau pemenuhan kebutuhan, tetapi untuk membangun komunikasi positif, perilaku saling menguntungkan,

realisasi keadilan, dan perilaku tidak saling merugikan merupakan sebagian dari sekian banyak faktor krusial bagi terciptanya tatanan kehidupan manusia.

Manusia pada era modern ini banyak yang memahami bisnis hanya sebatas bisnis dengan tujuan utama untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Ekonomi Klasik memiliki hukum yang mengendalikan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebanyak-banyaknya. Hukum Ekonomi Klasik yang menggunakan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebanyak-banyaknya ini telah membuat banyak orang yang menjadi pelaku bisnis dengan menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan. Menghalalkan segala cara tersebut dapat dilihat dari cara memperoleh bahan mentah, cara produksi, tempat produksi, tenaga kerjanya serta pemasarannya dilakukan seefektif dan seefisien mungkin tidak peduli kepentingan atau akibat yang akan timbul yang akan diterima orang lain.

Bisnis menjadi sebuah realitas yang kompleks, banyak hal dapat mempengaruhi kegiatan bisnis. Bisnis juga dapat di katakan sebagai kegiatan sosial dengan kompleksitasnya di masyarakat, hal ini di karenakan masyarakat dan pebisnis memiliki kepentingan yang sama. Seorang pebisnis memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek yang berhubungan dengan bisnisnya. Di Indonesia terdapat undang-undang yang mengatur tentang hak dan kewajiban perilaku pelaku usaha dan konsumen agar tidak ada pihak yang perlakukan secara tidak adil, undang-undang yang mengatur adalah UU no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Kewajiban pelaku usaha diatur dalam pasal 7.

Perusahaan atau para pelaku bisnis dalam hakikatnya memiliki tanggung jawab sosial yang muncul di karenakan adanya kepentingan-kepentingan masyarakat berupa nilai-nilai tatanan suatu masyarakat ataupun problema-problema sosial seperti kebersihan, kesehatan lingkungan, pelestarian lingkungan atau ketertiban masyarakat yang mendorong terhadap pelaksanaa tanggung jawab sosial dan bisnis (Gitosudarmo, 1999: 41). Bisnis memiliki tanggung jawab sosial yang membuat bisnis bukanlah aktivitas maupun entitas yang berdiri sendiri, tetapi terikat oleh sistem-sistem kemasyarakatan. Banyak pelaku bisnis yang jarang memperhatikan tanggung jawab sosial dan mengabaikan etika bisnis. Etika bisnis dibutuhkan sebagai pengawal dan pengontrol bisnis agar tidak keluar dari hakikat bisnis tanpa melanggar nilai-nilai agama, hukum pemerintah dan nilai-nilai yang ada di masyarakat.

Di dalam Islam, etika bisnis Islam menuntut dan mengarahkan kaum muslimin untuk melakukan tindakan sesuai dengan apa yang dibolehkan dan dilarang oleh Allah SWT termasuk dalam melaksanakan aktivitas ekonomi. Setiap manusia diperbolehkan untuk bermuamalah, hal ini memberikan ruang gerak yang luas bagi umat Islam untuk melakukan aktivitas ekonominya sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup (Subhan, 2003). Pada dasarnya, Islam menganut prinsip kebebasan terikat, yaitu kebebasan berdasarkan keadilan, undang-undang agama dan etika. Di dalam peraturan sirkulasi atau perdagangan Islami terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih (Qardawi, 1997) .

Qardawi (1997) memberikan patokan tentang norma-norma atau nilai nilai syariah yang harus ditaati dalam perdagangan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan kegiatan perdagangan, yaitu :

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

Tokoh yang dapat menjadi contoh sebagai pelaku bisnis yang sukses dan memiliki perilaku bisnis yang baik adalah Nabi Muhammad SAW. Perilaku Beliau dalam berbisnis dalam Islam dapat dijadikan kajian tentang etika bisnis. Mental Nabi Muhammad SAW untuk menjadi pekerja keras telah di bentuk sejak masih kecil. Sejak usia 12 tahun Nabi Muhammad memiliki kecenderungan berbisnis, bersama pamannya Abu Thalib, ia melakukan perjalanan ke Syam. Nabi Muhammad SAW juga mengunjungi pasar – pasar dan festival perdagangan. Para pebisnis banyak yang ingin bekerjasama dengan Nabi Muhammad SAW karena gelar Al – Amin yang di dapatkannya. Kesibukannya dalam berbisnis membuat Nabi Muhammad SAW menjadi pelaku bisnis yang professional dengan mempertimbangkan etika bisnis yang di yakini. Nabi Muhammad SAW juga selalu bersikap adil dalam berbisnis, maksudnya Nabi Muhammad SAW tidak

pernah melakukan kecurangan dalam menimbang atau mengukur barang yang diperjualbelikan, selain itu barang yang dijual juga selalu barang yang halal (Saifullah, 2011).

Etika dalam bisnis berfungsi untuk menolong pebisnis untuk memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan moral dalam praktek bisnis yang mereka hadapi. Etika bisnis Islam harus di pahami secara benar sehingga kemungkinan kehancuran bisnis akan kecil dan dengan etika bisnis yang benar tidak akan yang merasa dirugikan dan mungkin masyarakat dapat menerima manfaat yang banyak dari kegiatan jual beli yang dilakukan.

Restoran Mie Akhirat merupakan salah satu bentuk bisnis kuliner yang ada di Surabaya. Restoran yang telah memiliki tiga cabang ini salah satunya terletak di Jalan Citarum nomer 2 Surabaya. Restoran ini menjual makanan yang lebih condong ke *Chinese food* , dengan menu andalannya yakni Mie Surga dan Mie Neraka yang juga merupakan produk awal pada saat restoran ini baru berdiri. Sebagai bisnis yang bergerak dalam bidang kuliner, bisnis ini memiliki aktivitas bisnis yang cukup kompleks. Aktivitas bisnis di Restoran Mie Akhirat ini antara lain seperti dalam pelayanan, memproduksi produk yang berkualitas, menjaga loyalitas karyawan dan lain sebagainya. Karena aktivitas bisnis yang kompleks ini dibutuhkan etika bisnis yang islami supaya aktivitas bisnis yang dilakukan tidak melanggar nilai dan norma yang dilarang oleh agama.

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam Restoran Mie Akhirat sesuai dengan konsep etika bisnis Islam milik Haidar Naqvi. Berdasarkan latar belakang atau permasalahan diatas, maka penelitian ini

mengangkat judul “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Aktivitas Bisnis Restoran “Mie Akhirat” (Studi Kasus Cabang Citarum)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diambil adalah bagaimana implementasi etika bisnis Islam dalam kegiatan bisnis Restoran Mie Akhirat?.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam dalam kegiatan bisnis Restoran “Mie Akhirat”.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Secara ilmiah diharapkan memberikan sumbangan ilmu pengetahuan terutama ilmu ekonomi Islam mengenai implementasi etika bisnis Islam dalam kegiatan bisnis restoran “Mie Akhirat”.
2. Secara aplikatif penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan membantu para praktisi bisnis untuk dapat memahami etika bisnis dengan baik sehingga dapat menghindari pelanggaran – pelanggaran moral yang bisa terjadi.
3. Bagi penulis, penelitian ini menjadi sebuah sarana untuk mengaktualisasikan diri. Sedangkan untuk pembaca pada umumnya, penelitian ini merupakan sebuah pengetahuan tentang etika bisnis sehingga diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca.

1.5. Sistematika Skripsi

Sistematika dalam penulisan skripsi ini tersusun sebagai berikut.

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi garis besar hal-hal yang mengantar pada pokok permasalahan yang akan dibahas pada penelitian atau skripsi ini, yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang landasan teori yang telah diperoleh penulis selama perkuliahan maupun dari literatur yang menjadi pedoman penulis dalam membahas permasalahan penelitian ini. Selain itu juga terdapat penelitian sebelumnya, hipotesis, dan model analisis.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bagian ini memuat uraian tentang identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, serta teknik analisis.

BAB 4 : PEMBAHASAN

Bagian ini berisi tentang gambaran umum, deskripsi variabel, hasil penelitian yang disertai pembahasan, dan hasil akhir dari pengolahan data.

BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bagian akhir yang berisi simpulan dan saran dari hasil penelitian skripsi.

