

RADIKALISME DAN ETIKA BISNIS ISLAM.

SARWO EDI

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email: sarwoedi@umsu.ac.id

ABSTRAK

Dalam penelitian literatur-literatur gerakan Islam radikal di Indonesia ternyata kemudian didapati disebahagian gerakan tersebut memiliki perilaku yang mengundang persepsi negatip, seperti eksklusifismenya kelompok ikhwan tarbawi melahirkan prilaku bisnis yang selalu merugikan orang diluar kelompoknya dan menyenangkan pada orang didalam kelompoknya. Bagi kebanyakan bisnis sekuler yang berorientasi materialisme tidak sepenuhnya menggunakan etika yang benar dan komprehensif dalam kegiatan bisnisnya. Berdasarkan hal tersebut maka perlu dilakukan pengkajian mengenai perbedaan antara radikalisme dan etika bisnis dalam Islam. Pemikiran etika bisnis Islam muncul ke permukaan dengan landasan bahwa Islam adalah agama yang sempurna yang merupakan kumpulan aturan-aturan ajaran (doktrin) dan nilai-nilai yang dapat menghantarkan manusia dalam kehidupannya menuju kebahagiaan hidup baik di dunia maupun akhirat. Dalam menjalankan bisnis maka seorang muslim berusaha bagaimana paradigma perspektif Al-Qur'an tentang

paradigma etika bisnis yang dibangun dan dilandasi oleh aksioma-aksioma Islam seperti berikut ini: kesatuan (*unity*); kesetimbangan (keadilan); kehendak bebas (ikhtiyar); pertanggungjawaban; kebenaran (kebijaksanaan dan kejujuran) dapat menjadi landasan dalam menjalankan bisnisnya.

Keywords: Radikalisme, Etika Bisnis, Etika Islam, Bisnis Dalam Islam

PENDAHULUAN

Ketika ditelusuri hingga ke hulu sejarah munculnya gerakan radikalisme dalam Islam adalah dimulai dari peristiwa-peristiwa berikut: yaitu (1) kasus lahirnya kelompok Khawarij yang mengkafirkan Ali dan Muawiyah berdasar Q.S. Al Maidah [5]:44, 45, 47; (2) Kelompok radikalisme pemikiran Muktazilah yg bertemu dengan gerakan politik Syiah; (3) Kelompok Syiah ekstrim (*ghulat*): *zindiq*, hasyasyin yg melebihkan Ali dan merendahkan derajat Rasulullah; (4) Respon terhadap muslim tradisional: Ikhwan Al Muslimin, Jamaat Islami, Masyumi; (5) Perlawanan terhadap Islam tradisi: Al Qaeda, Jamaat Islami, Ahl Al Takfir wa Al Hijrah; dan (5) Wacana Islam radikal Indonesia: Muhammadiyah, MMI, FPI, HTI, Salafi, dan lain lain.

Dalam penelitian literatur-literatur gerakan Islam radikal di Indonesia ternyata kemudian didapati disebagian gerakan tersebut memiliki perilaku yang mengundang persepsi negatif. Hal itu disebabkan munculnya prinsip seperti dalam tulisan Hartono Ahmad Jais bahwa menurut prinsip LDII: *pertama* Harta orang diluar kelompoknya halal untuk dicuri, *kedua* apabila mencuri harta orang diluar kelompoknya kedapatan maka kesalahannya bukan karena mencurinya, tetapi karena kenapa bisa kedapatan, *ketiga* , zakat, sedekah, infaq hanya boleh dibagikan kepada orang didalam kelompoknya.

Fenomena tersebut selalu kelihatan juga pada kelompok lainnya, seperti eksklusifismenya kelompok ikhwan tarbawi melahirkan perilaku bisnis yang selalu merugikan orang diluar kelompoknya dan menyenangkan pada orang didalam kelompoknya. Dalam kasus penyimpangan dana dana seperti yang muncul dipermukaan korupsi hewan ternak , itu mungkin hanya fenomena yang kelihatan.

Kemungkinannya masih banyak lagi kasus kasus yang tidak kelihatan. Pengalaman penulis pernah juga menjumpai, memberikan borongan kepada model klompok tarbawi ini, bilangannya sekitar tiga meliyar, tetapi kemudian, bermasalah, penampakan dimana sipelaku begitu mendapatkan boorongan terus membangun rumah besar, membeli mobil mewah, ternyata kemudian mengundang kecurigaan . Dan berahir pada pemutusan hubungan kerja. Penyebab utamanya adalah terjadi ketidak cocokan antara fisik bangunan yang dirampungkan dengan dana yang sudah diambil. Mungkin saja jika ditarik kasus kasus prilaku bisnis kaum radikal ii terlalu banyak oleh karena itu ahirnya dapat dimengerti bahwa:

- 1) Kaum radikal masih terjebak dalam pengamalan Islam yang perbalistik, belum fungsional.
- 2) Kaum Radikal masih terjebak pada ta'asub suubiyah yang berlebih-lebihan.
- 3) Kaum radikan terkesan disemangati oleh ayat-ayat secara parsial.
- 4) Disebabkan ketertutupannya maka ide-ide sentral dari umat Islam yang memiliki pemahaman Islam lebih moderat tidak masuk sehingga mengalami penyimpangan terhadap prinsip bisnis dalam Islam.
- 5) Kasus nyata seperti gerakan ISIS dan perampokan di sejumlah bank di tanah air dengan alasan untuk mendanai kelompoknya kelihatannya suatu kasus yang tidak boleh dibiarkan.
- 6) Harapan kepada ummat Islam agar kiranya memiliki kekuatan dakwah yang mampu memberikan perimbangan dengan gerakan islam radikal tersebut.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut di atas maka penulis mencoba melakukan suatu kajian mengenai hubungan antara radikalisme dengan etika bisnis dalam islam. Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana beretika bisnis dalam Islam sehingga tindakan dalam berbisnis tidak disamakan dengan radikalisme.

KERANGKA TEORI

Bagi kebanyakan bisnis sekuler yang berorientasi materialisme tidak sepenuhnya menggunakan etika yang benar dan komprehensif dalam kegiatan bisnisnya. Perbedaan mendasar antara ekonomi Islam dengan ekonomi materialisme ialah bahwa Islam tidak memisahkan bisnis dengan etika, sebagaimana tidak pernah memisahkan ilmu dengan akhlak, politik dengan etika, perang dengan etika.

Makna Etika bisnis Islam dapat diartikan sebagai perilaku etis dalam ekonomi dan bisnis dalam perspektif ekonomi Islam yang berakar dari sumber autentik dalam Islam yaitu Al-Qur'an dan Sunnah Nabi (Muhammad Furqoni). Makna ini memperlihatkan bahwa dalam melaksanakan ekonomi dan bisnis maka ummat Islam tidak bisa terlepas dari sumber ajarannya yakni Al-Qur'an dan Sunnah.

Pemikiran etika bisnis Islam muncul ke permukaan dengan landasan bahwa Islam adalah agama yang sempurna yang merupakan kumpulan aturan-aturan ajaran (doktrin) dan nilai-nilai yang dapat menghantarkan manusia dalam kehidupannya menuju kebahagiaan hidup baik di dunia maupun akhirat. Islam merupakan agama yang memberikan cara hidup terpadu mengenai aturan-aturan aspek sosial, budaya, ekonomi, sipil dan politi. Ia juga merupakan suatu sistem untuk seluruh aspel kehidupan, termasuk sistem spritual maupun sistem perilaku ekonomi dan politik.

Etika berbisnis dalam Islam dimiliki oleh Rasulullah Saw. Suatu ciri yang telah melekat pada diri Muhammad SAW untuk melakukan perdagangan dengan penuh dedikasi dan keuletan. Demikian juga kecerdasan (*fathonah*), kejujuran (*shidiq*), dan kesetiaan memenuhi *terms* dan *conditions* (amanah) telah menjadikan Muhammad SAW sebagai seorang *businessman* yang bonafid dan terpercaya. Sifat-sifat itulah yang kemudian menjadikan beliau digelar sebagai *Mr Trustee* atau *Al Amin*. Dengan kriteria-kriteria itulah maka berbagai pinjaman komersial (*commercial loans*) tersedia di kota Mekkah dan sekitarnya yang membuka peluang kemitraan antara Muhammad SAW dan para pemilik modal (*funds provider*) yakni Khadijah.

Perusahaan alat-alat elektronik "*Matsushita*" adalah suatu perusahaan besar Jepang yang telah menjadikan etika menjadi dasar usaha organisasi mereka dan terbukti mereka telah sukses sekarang ini menjadi perusahaan kedelapan terbesar di

dunia, pada hal kira-kira sepuluh tahun yang lalu mereka masih berada ditingkat ke-39 dalam perusahaan di dunia. Itulah. Dasar usaha mereka yang diyakini mereka sebagai misi organisasi mereka ialah “Tujuh Sila” sebagai berikut:

- a. Pelayanan Masyarakat. Kita wajib memenuhi tanggung jawab kita kepada masyarakat dengan menghasilkan barang/ jasa bermutu tinggi dengan harga yang wajar, dengan mana kita menyumbangkan kemakmuran dan kebahagiaan bagi rakyat seluruh dunia.
- b. Adil dan Jujur. Kita wajib berlaku adil dan jujur dalam setiap usaha niaga dan budi pekerti kita, senantiasa menilai sesuatu secara seimbang serta bebas dari prasangka.
- c. Gotong-royong. Kita wajib mengerahkan seluruh kemampuan dan daya cipta demi mencapai cita-cita bersama, dengan saling percaya dan pengakuan hak-hak pribadi.
- d. Perbaikan dan peningkatan terus-menerus. Kita wajib tetap berjuang memperbaiki perilaku perusahaan maupun karyawan kita, walaupun dalam keadaan merugi, demi memenuhi misi kita menciptakan kemakmuran dan kedamaian abadi.
- e. Keramahan dan Kerendahan Hati. Kita wajib senantiasa bersikap ramah dan sederhana serta menghormati hak dan kepentingan orang lain demi menciptakan suasana masyarakat yang ceria dan teratur.
- f. Sikap Tunduk Kepada Hukum Alam. Kita wajib mematuhi hukum-hukum alam dan menyesuaikan pikiran dan perangai kita terhadap kondisi yang terus berubah di sekitar kita demi terciptanya kejayaan dan kemajuan yang tetap berlangsung berkat usaha kita.
- g. Bersyukur Atas Nikmat. Kita wajib senantiasa bersyukur terhadap rahmat dan nikmat yang telah kita peroleh, agar kita dapat hidup damai, gembira dan berjaya mengatasi setiap rintangan yang kita hadapi dalam menuju kebahagiaan sejati.

Ketujuh sila yang dipegang dan dipraktekkan oleh perusahaan yang bukan Muslim ini ternyata semuanya terdapat dalam ajaran Islam. Maka telah terbukti, bahwa jika ayat-ayat Allah ini dipraktekkan oleh siapapun mereka pasti akan berhasil dalam usaha mereka, yang dijelaskan dalam: Q.S. 41, Fushilat: 53. Dan terjemahannya sebagai berikut: *“Segera akan Kami tunjukkan kepada mereka tanda-tanda Kami baik di angkasa maupun di dalam diri mereka sendiri, sehingga terbukti kepada mereka akan kebenaran ajaran ini; Apakah tidak cukup bahwa Tuhanmu menyaksikan semua ini?”*.

Keunggulan etika bisnis Islam diakui oleh Jack Austri, seorang berkebangsaan Prancis dalam bukunya *“Islam dan Pengembangan Ekonomi”* mengatakan, Islam adalah gabungan antara tatanan kehidupan praktis dan sumber etika yang mulia. Diantara keduanya terdapat ikatan sangat erat yang tidak terpisahkan. Dari sini dapat dikatakan bahwa orang Islam tidak akan menerima ekonomi kapitalis. Dan ekonomi yang kekuatannya berdasarkan wahyu dari langit itu tanpa diragukan adalah ekonomi yang berasal dari etika”.

Bagi orang muslim dalam melaksanakan aktivitas bisnis harus taat pada prinsip yang digariskan oleh Al-Qur’an. Ketaatan pada prinsip-prinsip ini akan memberikan jaminan keadilan dan keseimbangan yang dibutuhkan dalam bidang bisnis dan akan menjaga aktivitas komersial pada jalur yang benar.

PEMBAHASAN

Paparan di bawah ini menyajikan bagaimana paradigma perspektif Al-Qur’an tentang paradigma etika bisnis yang dibangun dan dilandasi oleh aksioma-aksioma Islam seperti berikut ini: kesatuan (*unity*); kesetimbangan (keadilan); kehendak bebas (ikhtiyar); pertanggungjawaban; kebenaran (kebajikan dan kejujuran)

Kelima aksioma di atas dijelaskan sebagai berikut:

a. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan di sini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam

bidang ekonomi, politik, sosial, menjadi suatu keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konstensi dan keteraturan yang menyeluruh. Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan ekonomi atau etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam yang omogen yang tidak mengenal kekusutan dan keterputusan.

Berdasarkan aksioma ini maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas maupun entitas bisnisnya tidak akan melakukan paling tiga hal:

Pertama, tidak melakukan diskriminasi diantara pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit jenis kelamin atau agama. Allah menyatakan bahwa orang yang terbaik hanyalah orang yang bertakwa, bukan dilihat dari sisi lainnya. Berikut terjemahan firman Allah: Q.S. 49, Al-Hujarat:13 sebagai berikut: "Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal".

Kedua, tidak terpaksa atau dipaksakan melakukan praktek-praktek malbisnis karena hanya Allah yang semestinya ditakuti dan dicintai. Oleh karena itu, sikap ini akan terefleksikan dalam seluruh sikap hidup dalam berbagai dimensinya, seperti terjemahan firman Allah Q.S. 6, Al-An'am:163 berikut ini: "tiada sekutu bagi-Nya; dan demikian Itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri (kepada Allah)".

Ketiga, tidak menimbun kekayaan atau serakah, karena hakikatnya kekayaan merupakan amanah Allah sebagai mana terjemahan: QS. 18, Al-Kahfi:46. berikut ini: "harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan dunia tetapi amalan-amalan yang kekal lagi saleh adalah lebih baik pahalanya di sisi Tuhanmu serta lebih baik untuk menjadi harapan".

b. Keseimbangan (keadilan)

Keadilan dalam berbisnis perlu diperhatikan, karena Allah memerintahkan kita berbuat adil dalam kehidupan ini. sebagaimana terjemahan Allah berfirman: Q.S. 4, An-Nisa:135. berikut ini: “Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapa dan kaum kerabatmu. jika ia Kaya ataupun miskin, Maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran. dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, Maka Sesungguhnya Allah adalah Maha mengetahui segala apa yang kamu kerjakan”

Keseimbangan, kebersamaan, kemoderatan merupakan prinsip etis, landasar yang harus ditetapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis. Pada struktur ekonomi dan bisnis, agar kualitas keseimbangan dapat mengendalikan semua tindakan manusia, maka harus memenuhi beberapa persyaratan.

Pertama, hubungan-hubungan dasar antara konsumsi, distribusi, dan produksi harus berhenti pada suatu keseimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuatan ekonomi dan bisnis dalam genggamannya segelintir orang.

Kedua, keadaan perekonomian yang tidak konsisten dalam distribusi pendapatan dan kekayaan harus ditolak karena Islam menolak daur tertutup pendapatan dan kekayaan yang menjadi semakin menyempit.

Ketiga, dalam ekonomi dan bisnis Islam tidak mengakui adanya baik hak milik yang tak terbatas maupun sistem pasar yang bebas tak terkendali. Hal ini disebabkan dalam ekonomi dan bisnis dalam pandangan Islam bertujuan bagi penciptaan keadilan sosial.

c. Kehendak bebas (ikhtiyar)

Kehendak bebas merupakan kontribusi Islam yang paling orisinal dalam filsafat sosial tentang manusia bebas. Hanya Allah yang bebas, namun dalam batas-batas skema penciptaan-Nya manusia juga secara relatif mempunyai kebebasan.

Sebagai mana Firman Allah dalam : Q.S. 2, Al-Baqarah:255 yang terjemahannya berikut ini: “Allah, tidak ada Tuhan (yang berhak disembah) melainkan Dia yang hidup kekal lagi terus menerus mengurus (makhluk-Nya); tidak mengantuk dan tidak tidur. Kepunyaan-Nya apa yang di langit dan di bumi. tiada yang dapat memberi syafa'at di sisi Allah tanpa izin-Nya? Allah mengetahui apa-apa yang di hadapan mereka dan di belakang mereka, dan mereka tidak mengetahui apa-apa dari ilmu Allah melainkan apa yang dikehendaki-Nya. Kursi Allah meliputi langit dan bumi. dan Allah tidak merasa berat memelihara keduanya, dan Allah Maha Tinggi lagi Maha besar.

Terjemahan Ayat berikut ini Q.S. 18, Al-Kahfi: 29 mencerminkan tentang kehendak bebas manusia: “dan Katakanlah: "Kebenaran itu datanginya dari Tuhanmu; Maka Barangsiapa yang ingin (beriman) hendaklah ia beriman, dan Barangsiapa yang ingin (kafir) Biarlah ia kafir”.

Manusia sampai batas-batas tertentu mempunyai kehendak bebas untuk mengarahkan kehidupannya kepada tujuan pencapaian kesucian diri. Manusia dianugerahi kehendak bebas untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Berdasarkan aksioma kehendak bebas ini, dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, termasuk menepati atau mengingkarinya. Seorang muslim yang percaya pada kehendak Allah akan memuliakan semua janji yang dibuatnya, ia merupakan bagian kolektif dari masyarakat dan mengakui bahwa Allah meliputi kehidupan individual dan sosial. Dengan demikian kehendak berhubungan berkaitan erat dengan kesatuan dan kesetimbangan.

Menurut Yusuf Ali terminologi *uqud* merupakan konsep yang multidimensional. Konsep ini meliputi: (a) kewajiban Ilahi, yang mengarahkan dari spritual dan hubungan sesama kepada Allah, (b) kewajiban sosial, (c) kewajiban politik seperti perjanjian, (d) kewajiban bisnis seperti kontrak-kontrak kerja sama atau kontrak kepegawaian. Dengan landasan-landasan ini maka dalam sistem

ekonomi, Islam menolak prinsip *laissezfaire* (kebebasan) dan konsep *invisible hand* (tangan tak kentara dalam mengatur pasar).

d. Pertanggungjawaban

Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu untuk mempertahankan kualitas keseimbangan dalam masyarakat. Allah berfirman: Yang terjemahannya sebagai berikut: “Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.

Dalam bidang ekonomi dan bisnis, aksioma ini dijabarkan menjadi suatu pola perilaku tertentu. Karena manusia telah menyerahkan suatu tanggung jawab yang tegas untuk memperbaiki kualitas lingkungan ekonomi dan sosial, maka perilaku konsumsi seseorang tidak sepenuhnya bergantung kepada penghasilannya sendiri, ia juga harus menyadari tingkat penghasilan dan konsumsi berbagai anggota masyarakat yang lain. Konsepsi tanggung jawab dalam Islam mempunyai sifat berlapis ganda dan terfokus baik pada tingkat mikro (individual) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial), yang kedua-duanya harus dilakukan secara bersama-sama.

Aksioma pertanggungjawaban ini secara mendasar akan mengubah perhitungan ekonomi dan bisnis karena segala sesuatunya harus mengacu kepada keadilan. Hal ini mengacu paling tidak kepada tiga hal, yaitu: Pertama, dalam menghitung margin, keuntungan nilai upah harus dikaitkan dengan upah minimum yang secara sosial dapat diterima oleh masyarakat. Kedua, *economic return* bagi pemberi pinjaman modal harus dihitung berdasarkan pengertian yang tegas bahwa besarnya tidak dapat diramalkan dengan probabilitas kesalahan nol dan tak dapat lebih dahulu ditetapkan (seperti sistem bunga). Ketiga, Islam melarang semua transaksi *alegtoris* yang dicontohkan dengan istilah *gharar* dalam kepustakaan Islam klasik atau sistem ijon dalam masyarakat Indonesia.

e. Kebenaran (kebajikan dan kejujuran)

Kebenaran adalah nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar, yang meliputi, proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan margin keuntungan (laba).

Kebajikan adalah sikap ihsan (*benevolence*) yang merupakan tindakan yang memberi keuntungan bagi orang lain. Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan. Aplikasinya menurut Al-Ghazali, terdapat tiga prinsip pengejawantahan kebajikan. *Pertama*, memberi kelonggaran waktu kepada pihak terutang untuk membayar utangnya. *Kedua*, menerima pengembalian barang yang telah dibeli. *Ketiga*, membayar utang sebelum waktu penagihan tiba.

Termasuk dalam kebajikan dalam bisnis adalah sikap kesukarelaan dan keramahtamahan. Kesukarelaan dalam pengertian, sikap sukarela, antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian bisnis. Kedua belah pihak sama-sama mempunyai hak pilih atas transaksi dan tidak boleh bersegera memisahkan diri untuk menjaga jika ada ketidakcocokan, bahkan pembatalan transaksi. Hal ini ditekankan untuk menciptakan dan menjaga keharmonisan hubungan dan cinta mencintai antar sesama pelaku atau mitra bisnis. Keramahtamahan merupakan sikap ramah, toleran baik dalam menjual, membeli ataupun menagih.

Adapun sikap kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun, sikap ini dalam khazanah Islam dimaknai dengan amanah. Paparan aksioma-aksioma di atas, yakni kesatuan, kesetimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran memperlihatkan adanya suatu bangunan bisnis yang ideal bila ditopang oleh kelima aksioma tersebut.

SIMPULAN

Bagi orang muslim dalam melaksanakan aktivitas bisnis harus taat pada prinsip yang digariskan oleh Al-Qur'an. Ketaatan pada prinsip-prinsip ini akan memberikan jaminan keadilan dan keseimbangan yang dibutuhkan dalam bidang bisnis dan akan menjaga aktivitas komersial pada jalur yang benar. Bagi kebanyakan bisnis sekuler yang berorientasi materialisme tidak sepenuhnya menggunakan etika yang benar dan komprehensif dalam kegiatan bisnisnya. Sebagai orang muslim yang taat kepada Al-Qur'an dan Sunnah Nabi (Muhammad Furqoni), maka diwajibkan dalam menjalankan etika bisnis secara Islami. Makna Etika bisnis Islam dapat diartikan sebagai perilaku etis dalam ekonomi dan bisnis dalam perspektif ekonomi Islam yang berakar dari sumber autentik dalam Islam yaitu Al-Qur'an dan Sunnah Nabi (Muhammad Furqoni). Makna ini memperlihatkan bahwa dalam melaksanakan ekonomi dan bisnis maka ummat Islam tidak bisa terlepas dari sumber ajarannya yakni Al-Qur'an dan Sunnah. Dalam menjalankan bisnis maka seorang muslim berusaha bagaimana paradigma perspektif Al-Qur'an tentang paradigma etika bisnis yang dibangun dan dilandasi oleh aksioma-aksioma Islam seperti berikut ini: kesatuan (*unity*); kesetimbangan (keadilan); kehendak bebas (ikhtiyar); pertanggungjawaban; kebenaran (kebaikan dan kejujuran) dapat menjadi landasan dalam menjalankan bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas Keramati, Hamed Mehrabi, Navid Mojir, Mohammad Mousakhani, "Customer relationship management and performance, a resource-based view of Iranian internet service industry", *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, Vol. 3, No.2, 2009.
- Antonio, Muhammad Syafii. "Muhammad Saw. dan Etika Bisnis", 2006. <http://www.tazkiaonline-.co.id..> Dikunjungi 14 Maret 2004.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali, 2000.
- Azwar, Saifuddin. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Beekun, Rafik Issa. *Islamic Business Ethic*. Virginia: International Institute of Islam Thought, 1997.
- Davis K. dan Frederick, W.C. *Business and Society: Management, Public Policy, Ethics*, 5th Edition. Newyork: McGraw-Hill, 1984.

- Firman, Akh. "Etika Bisnis Islam", 2003.
http://www.egroups.com/subscribe/jmmi_its_method=get.id=form1_name=form1. Dikunjungi 13 Maret 2004.
- Gibson, James L.; Ivancevich, John M.; Donnelly Jr., James H. *Organisasi dan Manajemen: Perilaku Struktur, Proses*, terj. Djoerban Wahid. Jakarta: Erlangga, 1992.
- Gujarati, Damodar. *Ekonometrika Dasar*, terj. Sumarno Zain. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Hamzah, Muhammad. "Lima Prinsip Kerja dalam Islam", 2006.
<http://www.mhamzah.multiply.com/journal/item/18.htm>, Dikunjungi 12 Agustus 2006.
- Handoko, T. Hani. *Manajemen*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UGM, 1998.
- Harahap, Hottob. "Pendekatan Hubungan Insani dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Pegawai dan Kepala Lngkungan di Kelurahan Bantan Timur Kecamatan Medan Tembung Medan". Medan: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, No. 01 Tahun I, 1999.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta, 2000.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Dasar dan Kunci Keberhasilan*. Jakarta: Gunung Agung, 1997.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Manajemen, Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2001.
- Iqbal, Muhammad. *Membangun Kembali Pikiran Agama dan Islam*, terj. Ali Audah dkk. Jakarta: Tintamas.
- Kelley. Harold. "Menyikapi Kinerja Bawahan". 2003.
<http://www.manajemenqolbu.com/masjid>. Dikunjungi 10 Oktober 2003.
- Kerlinger, Fred N. *Asas-Asas Penelitian Behavioural*, terj. Landung R. Simatupang. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2000.
- Mahdi bin Ibrahim bin Muhammad Mubjir. *Amanah dalam Manajemen*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 1997.
- Mangkunegara, A.A. Anwar. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Alfabeta, 2000.
- Muhammad dan Fauoni, Lukman. *Visi AL-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah, Jakarta, 2002.
- Muhammad, *Ekonomi Syariah: Paradigma, Metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syari'ah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Muhammad Syafii Antonio, *Muhammad Saw. dan Etika Bisnis*,
<http://www.tazkiaonline-.co.id>. (2002). Dikunjungi 14 Maret 2004.
- Mulyono, Mauled. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta, 1993.
- Naqvi, Syed Nawab. *Ethict and Economics: an islamic Syntesis*, terj. Husin Anis. Bandung: Mizan, 1993.

- Nidal R. Sabri dan M. Hisyam Jabr, *Etika Bisnis dan Akuntansi*. Dalam Sofyan Syafri Harahap *Akuntansi Islam* (Jakarta: Bumi Aksara), h. 230.
- Payne, Adrian. *The Essences of Services Marketing: Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi, 2000.
- Qhardawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 1997
- Q.S. 41, Fushilat:53. *Al-Qur'an dan Terjemahnya-Departemen Agama Republik Indonesia*, h. 781.
- Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, h. 55.
- Q.S. 49, Al-Hujarat:13. *Al-Qur'an dan Terjemahnya-Departemen Agama Republik Indonesia*, h. 847.
- Q.S. 6, Al-An'am:163. *Al-Qur'an dan Terjemahnya-Departemen Agama Republik Indonesia*, h. 216.
- QS. 18, Al-Kahfi:46. *Al-Qur'an dan Terjemahnya-Departemen Agama Republik Indonesia*, h. 450.
- Q.S. 4, An-Nisa:135. *Al-Qur'an dan Terjemahnya-Departemen Agama Republik Indonesia*, h. 144.
- Sabri, Nidal R. dan Jabr, M. Hisyam. "Etika Bisnis dan Akuntansi", dalam Sofyan Syafri. *Harahap Akuntansi Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Santoso, Singgih. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001.
- Sarwono, Jonathan. *Metodologi Penelitian*. 2002. <http://lppm.unikom.ac.id/Myprofile/jsarwono.html>. Dikunjungi 28 Mei 2003.
- Shihab, Quraish. "Etika Bisnis dalam Wawasan Al-Qur'an", *Jurnal Ulumul Qur'an* No. 3/VII, 1997.
- Siagian, Sondang P. *Fungsi-Fungsi Manajerial*. Jakarta: Bumi Aksara, 1996.
- Simamora, Henry. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN: Yogyakarta, 1997.
- Soetjipto, Budi W. "Service Quality". Jakarta: *Manajemen dan Usahawan* No. 01 Th. XXVI, 1997.
- Sudin Haron, "The effects of management policy on the performance of Islamic banks", *Asia Pacific Journal Of Management*, Volume 13, Number 2, 1996
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 1999.
- Umar, Husein. *Riset Strategi Perusahaan*. Jakarta: Gramedia, 1999.
- Wahibur Rokhman, "The Effect of Islamic Work Ethics on Work Outcomes", *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, Vol. 15, No. 1, 2010.
- Wibowo Wibowo, "Hubungan antara Pengetahuan Akuntansi, Pengalaman Kerja, dan Etika Kerja Islam dengan Kinerja Pegawai Unit Pertanggungjawaban Keuangan di Lingkungan Badan Wakaf UII", *Jurnal Fenomena*, Vol 4, No 2, 2006.

Wardoyo, Puspo. "Sekilas Perjalanan Hidup Dan Usaha Puspo Wardoyo". Buletin Wong Solo 02 Juni 2003. <http://WongSolo.com>. Dikunjungi 10 Oktober 2005.
Widjajakusuma, M. Karebet dan Yusanto, M. Ismail. *Pengantar Manajemen Syariat*. Jakarta: Khairul Bayan, 2002.