

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Bisnis

1. Pengertian Strategi

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai suatu penyusunan, cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai (stephanie K. Marrus).¹ Strategi merupakan parameter-parameter sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat bisnis dan cara bisnis untuk bersaing. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak di tempuh oleh suatu organisasi (perusahaan) untuk mencapai tujuannya. Sedangkan Menurut **Kenneth R. Andrews**, Strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.²

Strategi adalah sekumpulan pilihan dasar atau kritis mengenai tujuan dan cara dari bisnis. (Child, 1972). Strategi memperhatikan arah jangka panjang dan cakupan organisasi. Strategi juga memperhatikan posisi organisasi itu sendiri dengan memperhatikan lingkungan dan

¹Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, Refika Aditama, Bandung, 2014, hlm. 16

²Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta, 2004, hlm. 338-389

keunggulan kompetitif, yang berkelanjutan sepanjang waktu, tidak dengan manuver teknis, tetapi dengan menggunakan perspektif jangka panjang (Faulkner dan Johnson, 1992).³

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang, hal ini dapat ditunjukkan oleh adanya perbedaan konsep mengenai strategi selama 30 tahun terakhir. Definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh **Chandler** (1962:13) menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep tersebut adalah:⁴

a. *Distinctive competence*

Tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Menurut **Day** dan **Wensley** (1998) identifikasi *distinctive competence* dalam organisasi meliputi :

- a). Keahlian tenaga kerja.
- b). Kemampuan sumber daya.

³Jajuk Herawati dan Sunarto, *MSDM STRATEGIK*, AMUS Yogyakarta, 2004, hlm. 24

⁴Sedarmayanti, *Op. Cit*, hlm. 4-5

Dua faktor tersebut menyebabkan perusahaan dapat unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

b. Competitive advantage

keunggulan bersaing disebabkan pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar. Jika perusahaan ingin meningkatkan usahanya dalam persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus memilih prinsip berbisnis, yaitu produk dengan harga tinggi atau produk dengan biaya rendah, bukan keduanya. Berdasarkan prinsip ini Porter menyatakan terdapat tiga strategi generik, yaitu:

a). strategi diferensiasi

adalah strategi dengan tujuan membuat produk yang menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang tidak terlalu peduli dengan perubahan harga.

b). strategi keunggulan biaya rendah

Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga.

c). strategi fokus

Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.

Jadi, strategi merupakan deklarasi maksud yang mendefinisikan cara untuk mencapai tujuan, dan memperhatikan alokasi sumberdaya perusahaan yang penting untuk jangka panjang dan mencocokkan sumberdaya dan kapabilitas dengan lingkungan eksternal. Strategi merupakan perspektif, dimana isu kritis atau faktor keberhasilan dapat dibicarakan, serta keputusan strategik bertujuan untuk membuat dampak yang besar serta jangka panjang kepada perilaku dan keberhasilan organisasi.⁵

2. Pengertian Bisnis

Kata “Bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “*Business*” dari bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit/keuntungan. Menurut Buchari Alma, (2007: 5), pengertian bisnis ditujukan pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata “Bisnis” sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung skopnya- penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan

⁵*Ibid*, hlm. 24-25

ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan..⁶Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institutusi yang memproduksi barang/ jasa dalam kehidupan sehari-hari.

Skinner (1992) mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang atau jasa yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.⁷Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi).⁸Sedangkan menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai *the buying and selling of goods and service*. Menurut J.S. Nimpoena (1985), pengertian bisnis dapat dibedakan dalam pengertian yang sempit dan pengertian yang luas. Jika kita berorientasi pada pengertian sempit maka bisnis tidak lain dari fiksi. Sedangkan dalam arti yang luas, bisnis merupakan usaha yang terkait erat dengan dunia ekonomi dan juga politik. Hal ini di sebabkan dunia ekonomi dan dunia politik pada dasarnya merupakan suatu hubungan yang saling tergantung, dan yang turut mencerminkan efektivitas suatu masyarakat dalam gerak usahanya.⁹Bisnis juga dapat diartikan sebagai seluruh kegiatan yang di organisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung di dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan

⁶Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 28

⁷Madnasir, *Pengantar Bisnis dan Manajemen*, Fakultas Syari'ah IAIN Raden Intan Bandar Lampung, 2007, hlm. 92

⁸Muhammad dan Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, BPFE, Yogyakarta, 2004, hlm. 56

⁹Panji Anoraga, *Op.Cit*, hlm. 3-4

jasa untuk mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup masyarakat.¹⁰

Jadi, Strategi bisnis adalah sebuah dokumen yang jelas mengartikulasikan arah bisnis akan mengejar dan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuannya.¹¹ Strategi bisnis itu adalah dalam satu kata, keunggulan bersaing. Satu-satunya maksud perencanaan strategi adalah untuk memungkinkan suatu perusahaan memperoleh, seefisien mungkin, kedudukan paling akhir yang dapat dipertahankan dalam menghadapi pesaing-pesaingnya.¹² Strategi bisnis, disebut juga strategi bersaing, biasanya dikembangkan pada level divisi, dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang/ jasa perusahaan dalam industri khusus/ segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut. Strategi bisnis divisi mungkin menekankan pada peningkatan laba dalam produksi dan penjualan produk dan jasa yang dihasilkan. Strategi bisnis sebaiknya juga mengintegrasikan berbagai aktifitas fungsional untuk mencapai tujuan divisi.¹³

3. Tujuan Bisnis

Tujuan bisnis merupakan hasil akhir yang ingin dicapai oleh para pelaku bisnis dari bisnis yang mereka lakukan, dan merupakan cerminan dari berbagai hasil yang diharapkan bisa dilakukan oleh

¹⁰Sutarno, *Serba-serbi Manajemen Bisnis*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2012, hlm. 1

¹¹ Pengertian Definisi Strategi Bisnis <http://prajuritbatin.blogspot.co.id/2013/10/html> di akses pada 22 September 2016

¹²*Ibid*, hlm. 339

¹³Sedarmayanti, *Op.Cit*, hlm. 43

bagian-bagian dari perusahaan (produksi, pemasaran, personalia, dll) yang akan menentukan kinerja dalam jangka panjang.

Sumber daya ekonomi yang dikelola secara efektif dan efisien dengan berbagai aktivitas bisnis bertujuan, yaitu:

- 1) Menciptakan dan pengadaan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh manusia, baik individu, komunitas maupun masyarakat.
- 2) Mendapatkan pendapatan yang diinginkan lebih besar daripada biaya atau ongkos yang telah dikeluarkan oleh pengelola bisnis.
- 3) Menciptakan nilai tambah bagi pengelola bisnis dan masyarakat.
- 4) Menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.
- 5) Meningkatkan kesejahteraan bagi seluruh pihak-pihak yang terlibat(pemilik, pejerja dll).¹⁴

Secara umum tujuan dari bisnis yang disebut di atas adalah menyediakan produk berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta memperoleh keuntungan dari aktivitas yang dilakukan.

Dalam jangka panjang, tujuan yang ingin dicapai tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen, namun terdapat banyak hal yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam bisnisnya, diantaranya :

¹⁴Madnasir dan Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Bandar Lampung, 2012, hlm. 21

1) **Market Standing**

yaitu penguasaan pasar yang akan menjadi jaminan bagi perusahaan untuk memperoleh pendapatan penjualan dan profit dalam jangka panjang.

2) **Innovation**

yaitu inovasi dalam produk (barang atau jasa) serta inovasi keahlian. Tujuan bisnis yang ingin dicapai melalui inovasi adalah menciptakan nilai tambah pada suatu produk, misalnya shampo 2 in 1.

3) **Physical and Financial Resources**

yaitu perusahaan memiliki tujuan penguasaan terhadap sumber daya fisik dan keuangan untuk mengembangkan perusahaan menjadi semakin besar dan semakin menguntungkan.

4) **Manager Performance and Development**

yaitu manager merupakan orang yang secara operasional bertanggung jawab terhadap pencapaian tujuan organisasi. Untuk dapat mengelola perusahaan dengan baik, manager perlu memiliki berbagai kemampuan dan keahlian yang sesuai dengan profesinya. Maka diperlukan peningkatan kinerja dan pengembangan kemampuan manager melalui serangkaian kegiatan kompensasi yang menarik dan program training and development yang berkelanjutan.

5) **Worker Performance and Attitude**

Untuk kepentingan jangka panjang, maka sikap para karyawan terhadap perusahaan dan pekerjaan perlu diperhatikan agar dapat bekerja dengan baik.

6) **Public Responsibility**

Bisnis harus memiliki tanggung jawab sosial seperti memajukan kesejahteraan masyarakat, mencegah terjadinya polusi dan menciptakan lapangan kerja, dll.¹⁵

Agar tetap beroperasi dan memiliki kelangsungan hidup, setiap bisnis harus memiliki tujuan. Ada berbagai tujuan dari suatu bisnis, namun umumnya tujuan bisnis meliputi:

- 1) Profit (keuntungan)
- 2) Mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan
- 3) Pertumbuhan perusahaan
- 4) Tanggung jawab sosial

Mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan merupakan tujuan yang wajar. Karena tujuan yang lain dapat dicapai hanya bila bisnis tetap bertahan hidup. Sedangkan bertumbuh merupakan tujuan karena bisnis tidak dapat tetap seperti semula adanya. Seperti peningkatan *market share* dan peningkatan produktifitas merupakan tujuan pertumbuhan yang penting. Saat ini pertanggungjawaban sosial merupakan tujuan yang penting. Bisnis, seperti manusia di masyarakat

¹⁵Madnasir dan Khoiruddin, *Op.Cit*, hlm. 22

harus menerima tanggung jawab mereka seperti pengendalian polusi, menghapuskan praktek-praktek deskriminasi dan penghematan energi.

Meskipun kelangsungan hidup, pertumbuhan dan pertanggungjawaban sosial merupakan tujuan yang penting, profit memegang peranan yang penting dalam bisnis. Profit/ keuntungan dapat dilihat dari dua sisi, yaitu keuntungan bisnis dan keuntungan ekonomis. Keuntungan bisnis merupakan selisih antara pendapatan (penghasilan) dengan pengeluaran (biaya-biaya).Yaitu selisih antara harga jual dengan semua biaya produksi dan penjualan produk termasuk pajak. Sedangkan keuntungan ekonomis adalah sisa usaha setelah pengeluaran aktual dan biaya peluang (*opportunity costs*) dikurangi dari pendapatan.Yang dimaksud dengan biaya peluang adalah biaya pemilihan untuk menggunakan sumber daya untuk satu tujuan sementara mengorbankan alternatif terbaik.Lainnya bagi penggunaan sumber daya tersebut.¹⁶

Dalam praktek, sangatlah sulit untuk memasukan biaya peluang dalam perhitungan. Apalagi pada beberapa kasus, sulit sekali merupiahkan pengorbanan yang ada. Seperti merupiahkan pengorbanan saat memilih untuk tidak menemui pelanggan potensial karena ada pertemuan lain yang penting. Oleh karena itu, lebih mudah untuk menghitung keuntungan bisnis daripada keuntungan ekonomis.

¹⁶Pandji Anoraga, *Op.Cit*, hlm. 15

Keempat tujuan bisnis ini, yaitu profit/keuntungan, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan tanggung jawab sosial saling terkait, karena keuntungan perusahaan digunakan untuk mempertahankan hidup perusahaan dan menumbuhkembangkan perusahaan serta merupakan bukti tanggung jawab sosial perusahaan dalam bentuk memberikan lapangan pekerjaan kepada masyarakat.

Bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama, yaitu :

- 1) Target hasil : profit-materi dan benefit-nonmateri.

Target hasil : profit-materi dan benefit-nonmateri, artinya bahwa bisnis tidak hanya untuk mencari profit (*qimah madiyah* atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.

Benefit, yang dimaksudkan tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga dapat bersifat nonmateri. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada *qimah madiyah*. Masih ada tidak orientasi lainnya, yakni *qimah insaniyah*, *qimah khuluqiyah*, dan *qimah ruhiyah*. Dengan *qimah insaniyah*, berarti pengelola berusaha

memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial (sedekah), dan bantuan lainnya. *Qimah khujuqiyah*, mengandung pengertian bahwa nilai-nilai akhlak mulia menjadi suatu kemestian yang harus muncul dalam setiap aktivitas bisnis sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang Islami, bukan sekedar hubungan fungsional atau profesional. Sementara itu *qimah ruhiyah* berarti aktivitas dijadikan sebagai media untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

2) Pertumbuhan

Jika profit materi dan profit non materi telah diraih, perusahaan harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Upaya peningkatan ini juga harus selalu dalam koridor syariah, bukan menghalalkan segala cara.

3) Keberlangsungan

Target yang telah dicapai dengan pertumbuhan setiap tahunnya harus dijaga keberlangsungannya agar perusahaan dapat *exis* dalam kurun waktu yang lama.

4) Keberkahan

Semua tujuan yang telah tercapai tidak akan berarti apa-apa jika tidak ada keberkahan di dalamnya. Maka bisnis Islam menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari terimanya segala aktivitas manusia. Keberkahan ini

menjadi bukti bahwa bisnis yang dilakukan oleh pengusaha muslim telah mendapat ridha dari Allah SWT dan bernilai ibadah.¹⁷

B. Bisnis dalam Ekonomi Islam

1. Pengertian Bisnis dalam Islam

Bisnis Islami ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan-aturan Islami (halal dan haram).¹⁸ Islam tidak memisahkan bisnis dengan etika, sebagaimana Islam tidak memisahkan ilmu dengan etika, politik dengan etika. Islam juga tidak memisahkan agama dengan negara dan materi dengan spiritual. Etika membantu manusia bertindak secara bebas tetapi dapat dipertanggung-jawabkan. Sedangkan bisnis sebagai suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.¹⁹ Bisnis tidak dapat dipisahkan dari persaingan, Islam menganjurkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam mencari kebaikan sebagaimana Firman Allah:

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ □ ١٤٨

“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam berbuat)

¹⁷Madnasir dan Khoiruddin, *Op.Cit*, hlm. 23-24

¹⁸*Ibid*, hlm. 3-4

¹⁹*Ibid*, hlm. 35-37

*kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (Q.S Al- Baqarah : 148)*²⁰

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai “the buying and selling of goods and services”. Bisnis berlangsung karena adanya keberuntungan antar individu, adanya peluang international. Usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu (privat) yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (profit), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial. Dari sekian banyak tujuan yang ada dalam bisnis, profit memegang peranan yang sangat berarti dan banyak dijadikan alasan tunggal di dalam memulai bisnis.²¹

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karena, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu. Salah satunya dengan bekerja, sedangkan salah satu ragam bekerja adalah berbisnis. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan, untuk “bekerja”. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang

²⁰Departemen Agama RI, *AL-Hikmah, Al-Qur'an dan Terjemahny*, CV. Penerbit Diponegoro, Bandung, 2013, hlm. 23

²¹Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Kencana, Jakarta, 2013, hlm. 3-4

memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia mencari nafkah. Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rejeki, sebagaimana firman Allah SWT,²²

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ٣٩

Artinya :dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya(QS. An-Najm: 39) ”²³

Dalam melakukan bisnis atau usaha tentulah seseorang perlu bekerja. Bekerja adalah sebuah aktivitas yang menggunakan daya yang dimiliki oleh manusia yang merupakan pemberian Allah. Sikap Islam terhadap kerja dapat dilihat dari banyaknya ayat-ayat al-Qur’an yang memerintahkan untuk bekerja.²⁴

2. Strategi Bisnis dalam Ekonomi Islam

Strategi bisnis yang dijalankan Rasulullah saw. Meliputi yaitu :

a. Strategi operasi

Strategi operasi merupakan strategi untuk mengubah masukan (bahan baku, bahan pendukung, mesin manusia) menjadi keluaran yang bernilai. Strategi operasi harus dikoordinasi dengan strategi pemasaran, strategi sumberdaya manusia dan strategi keuangan.

²²Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Gema Insani, Jakarta, 2008, hlm. 17

²³Departemen Agama RI, *Op.Cit*, hlm. 527

²⁴Madnasir dan Khoiruddin, *Op.Cit*, hlm. 4

Strategi operasi berkait dengan fasilitas dan peralatan, sumberdaya dan perencanaan dan pengendalian operasi.

b. Strategi sumber daya manusia

Strategi pengembangan sumberdaya manusia yang Muhammad s.a.w. meliputi merencanakan dan menarik sumberdaya manusia yang berkualitas, mengembangkan sumberdaya manusia agar berkualitas, menilai kinerja sumberdaya manusia, memberikan motivasi dan memelihara sumberdaya manusia yang berkualitas.

c. Strategi keuangan

Strategi keuangan Nabi Muhammad s.a.w. bertujuan pemanfaatan sumberdaya keuangan untuk mendukung bisnis, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Strategi keuangan ini mencakup penghapusan riba, spekulasi (gharar) dan perjudian (maisir) dalam semua transaksi, peningkatan kekayaan dan pemerataan distribusi pendapatan serta pencapaian masyarakat yang sejahtera dibawah perlindungan Allah SWT. Prinsip transaksi bisnis tersebut meliputi prinsip bagi hasil, prinsip jual beli, prinsip kepercayaan, prinsip sewa dan prinsip kebajikan.

d. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran meliputi segmentasi pasar dan pembidikan pasar, strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Pasar yang menonjol pada masa Nabi Muhammad saw adalah pasar konsumen. Untuk pemasaran produk konsumen, variabel segmentasi utama adalah segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografi, segmentasi perilaku dan segmentasi manfaat.

e. Strategi promosi

Promosi yang dilakukan Rasulullah s.a.w. lebih menekankan pada hubungan dengan pelanggan meliputi berpenampilan menawan, membangun relasi, mengutamakan keberkahan, memahami pelanggan, mendapatkan kepercayaan, memberikan pelayanan hebat, berkomunikasi, menjalin hubungan yang bersifat pribadi, tanggap terhadap permasalahan, menciptakan perasaan satu komunitas, berintegrasi, menciptakan keterlibatan dan menawarkan pilihan.

Ekonomi Islam juga menerapkan promosi yang dilakukan untuk menawarkan, menginformasikan, menjual produk atau jasa di pasar. Karena dengan promosi masyarakat akan mengetahui keberadaan produk atau jasa.

Prinsip yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW, adalah *personal selling*, iklan, promosi penjualan dan humas. Namun cara-cara yang ditetapkan oleh Nabi Muhammad SAW berbeda dengan promosi yang dilakukan pada saat ini. Cara yang dilakukan Nabi Muhammad SAW tidak lepas dari nilai-nilai moralitas. Promosi pada era nabi belum berkembang seperti sekarang ini, dimana seluruh produsen telah menggunakan alat yang serba modern, media internet, televisi, radio dan lain-lain. Dalam istilah manajemen sifat dari nabi dapat diterjemahkan sebagai supel, cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, kordinasi, kendali dan supervise. Bauran promosi merupakan kombinasi dari alat-alat promosi, yaitu periklanan, penjualan tatap muka (*personal selling*), promosi penjualan dan publisitas yang dirancang untuk menjual barang dan jasa. Untuk menjual barang dan jasa secara langsung kita telah melakukan kegiatan bisnis.

Dalam konsep Al-Qur'an tentang bisnis juga sangat komprehensif, parameter yang dipakai tidak menyangkut dunia saja, namun juga menyangkut urusan akhirat. Al-Qur'an memandang kehidupan manusia sebagai sebuah proses yang berkelanjutan. Manusia harus bekerja bukan hanya untuk meraih sukses di dunia namun juga kesuksesan di akhirat.²⁵

²⁵Ahmad Mustag, *The Furture of Economics: An Islamic Perspektif*, Asy Syaamil Press & Grafika, jakarta, 2001, Hlm. 35

Al Qur'an memberikan tuntunan dalam menjalankan bisnis hendaknya menggunakan *jihad fi sabilillah* dengan harta dan jiwa atau dalam bahasa manajemen menggunakan strategi di jalan Allah SWT.²⁶ Islam mempunyai pandangan dalam pengembangan harta, yang timbul dari permasalahan dan filosofi *istikhlaf* (menjadikn sebagai khalifah) dalam korelasi antara manusia , alam semesta, dan pemilik keduanya, yaitu Tuhan semesta alam. Tujuan pengembangan dalam Islam, pada dasarnya adalah untuk mewujudkan keselamatan dari rasa lapar dan takut.

Melalui sistem pengembangan, Islam ingin menebarkan kehidupan yang baik dan mulia kepada seluruh manusia, sebagaimana firman –Nya,

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّن ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّاهُ حَيٰوةً طَيِّبَةً ۖ وَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُم بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ٩٧

“Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan Kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.” (QS. AN-Nahl: 97)²⁷

Yaitu kehidupan yang mulia baik rohani maupun jasmani, dan diwarnai dengan spirit persaudaraan, solidaritas, dan kasih sayang dinaungi dengan payung keamanan dan keadilan, terlepas dari rasa lapar dan takut kebencian dan egois, memelihara keadilan dalam

²⁶Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, Faisar Ananda Arfa, *Islamic Bisnis and Aconomic Ethics Mengacu pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis*, Keuangan, dan Ekonomi, Bumi Aksara, Jakarta, 2012, hlm. 487

²⁷Departemen Agama RI, *Op.Cit*, hlm. 278

pembagian pemasukan dan kekayaan, sehingga harta tidak hanya berputar pada orang-orang kaya, kehidupan yang mengeluarkan orang-orang muslim dari kemunafikan mengekor kepada yang lain, dan mewujudkan independensi ekonomi kepada mereka.²⁸

Secara bahasa, sebagaimana dijelaskan dalam al-Muhith tulisan al-Fairuz Abadi, dalam bahasa Arab, harta disebut (*al-mal*) adalah *ma malaktahu min kulli syai*. Artinya dalam istilah syar’I, harta diartikan sebagai segala sesuatu yang dimanfaatkan dalam perkara yang legal menurut hukum syara’ (hukum Islam), seperti bisnis, pinjaman, konsumsi, dan hibah (pemberian). Berdasarkan hal ini, dapat dikatakan bahwa apapun, baik barang maupun jasa, yang digunakan oleh manusia dalam kehidupan dunia merupakan harta. Uang, tanah, kendaraan, rumah, perhiasan, perabotan rumah tangga, hasil perkebunan, dan pakaian termasuk dalam kategori *al-amwal*, harta kekayaan.²⁹ Allah mengatur apa yang ada di alam semesta untuk membantu manusia dalam mengembangkan dan menginvestasikan harta yang bisa bermanfaat kepada mereka. Al-Qur’an menyikap sumber-sumber kekayaan dan menganjurkan untuk mengejewantahkannya.

a. Strategi Operasi

²⁸M Ismail Yusanto dan M Karebet Widjajakusuma, “*Meneladani Bisnis Rasullullah Membumikan Kembali Semangat Etika Bisnis Rasulallah*”, Pustaka Nuun, Semarang, 2008, hlm. 131-132

²⁹Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Op.Cit*, hlm. 18

Strategi operasi merupakan strategi untuk mengubah masukan (bahan baku, bahan pendukung, mesin manusia) menjadi keluaran yang bernilai. Strategi operasi berkaitan dengan fasilitas dan peralatan, sumber daya dan perencanaan.

b. Strategi *Islamic Human Capital* (Sumber Daya Manusia Islami)

Strategi pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan Nabi Muhammad SAW.Meliputi merencanakan dan menarik sumber daya manusia yang berkualitas, mengembangkan sumber daya manusia agar berkualitas, memberikan motivasi dan memelihara sumber daya manusia yang berkualitas.

3. Bisnis Yang Diperbolehkan dan Dilarang oleh Islam

a. Praktik bisnis yang diperbolehkan

Bisnis Islami adalah bisnis yang dalam praktiknya terdapat persaingan sehat yang dibingkai dengan nilai dan moralitas Islam.Islam mengajarkan bahwa tidak semua barang dan jasa dapat dikonsumsi dan diproduksi. Seorang muslim hanya diperkenankan mengkonsumsi dan memproduksi barang yang baik dan halal. Seorang muslim juga terikat dengan nilai-nilai kesederhanaan dan konsistensi prioritas pemenuhannya.

Selain itu, Islam juga sangat memperhatikan norma yang bersifat umum berlaku dalam masyarakat umum dan berlaku secara universal, seperti persaingan sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan. Keterkaitan seorang muslim norma-norma ini akan menjadi sistem

pengendali yang bersifat otomatis bagi pelakunya dalam aktivitas bisnis.³⁰

Islam mengajarkan prinsip-prinsip moral sebagai berikut:

- 1) Jujur dalam menimbang dan menakar
- 2) Menjual barang yang halal
- 3) Menjual barang yang baik mutunya
- 4) Tidak menyembunyikan cacat barang
- 5) Tidak melakukan sumpah palsu
- 6) Longgar dan murah hati
- 7) Tidak menyaingi penjual lain
- 8) Tidak melakukan riba
- 9) Mengeluarkan zakat bilai telah sampai nisab dan haulnya

Rasulullah saw, sangat banyak memberikan petunjuk mengenai cara bisnis yang diperbolehkan, di antaranya ialah:

- 1) Bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis.
- 2) Kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi

³⁰Madnasir dan Khoiruddin, *Op.Cit*, hlm. 95-96

juga berorientasi kepada sikap ta'awun (menolong orang lain) sebagai implikasi kegiatan bisnis.

- 3) Tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad saw sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis.
- 4) Ramah-tamah. Seorang pelaku bisnis, harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis. Nabi Muhammad saw mengatakan, “Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis” (H.R. Bukhari dan Tarmizi).
- 5) Tidak boleh berpura-pura menawar dengan hargatinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut
- 6) Tidak boleh menjelekan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya
- 7) Tidak melakukan ihtikar
- 8) Takaran, ukuran dan timbangan yang benar
- 9) Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah
- 10) Membayar upah sebelum kering keringat karyawan
- 11) Tidak monopoli
- 12) Tidak boleh melakuan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (mudharat) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial.
- 13) Komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram.

- 14) Bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan.
- 15) Segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya
- 16) Memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar
- 17) Bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba.

b. Praktik bisnis yang dilarang

Islam melarang terjadinya kecurangan dalam takaran dan timbangan, rekayasa harga, perdagangan barang-barang haram, riba, *ihthikar* (penimbunan).

1) Kecurangan dalam takaran dan timbangan

Kecurangan dalam menakar dan menimbang sangat dilarang dalam bisnis Islami. Hal ini mendapat perhatian khusus dalam al-Qur'an karena praktek seperti ini telah merampas hak dan merugikan orang lain. Dalam al-Qur'an dijelaskan bahwa pedagang yang curang, saat menakar dan menimbang mendapat ancaman siksa di akhirat. Allah berfirman:

“kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.tidakkah orang-orang itu yakin bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, pada suatu hari yang besar, (yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam?”

Ayat tersebut memberi peringatan keras kepada para pedagang yang curang. Mereka dinamakan *Mutaffifin*. Dalam bahasa Arab, *mutaffifin* berasal dari kata *tatfif* atau *tafafah*, yang berarti pinggir atau bibir sesuatu. Pedagang yang curang itu dinamai *mutaffif*, karena ia menimbang atau menakar sesuatu hanya sampai bibir timbangan.

Kecurangan merupakan sebab timbulnya ketidakadilan dalam masyarakat, padahal keadilan diperlukan dalam setiap perbuatan agar tidak menimbulkan perselisihan. Pemilik timbangan senantiasa dalam keadaan terancam dengan azab yang pedih apabila ia bertindak curang dengan timbangannya itu. Penghargaan ajaran Islam terhadap bisnis berangkat dari ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilaksanakan secara baik atas dasar suka sama suka. Dalam al-Qur'an dinyatakan bahwa orang beriman dilarang memakan harta sesama manusia dengan cara yang batil kecuali dengan cara perdagangan atas dasar suka sama suka.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيِّنٰتٍۭ بِاَلْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةًۭ عَن تَرَاضٍۭ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْۙ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ۙ ۲۹ ا

Artinya :Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu;

*sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa: 29)*³¹

Karena menyempurnakan takaran dan timbangan dengan jujur merupakan cara terbaik dalam melakukan transaksi dalam bisnis. Dengan demikian ayat tersebut menekankan pada pentingnya kejujuran dalam menakar dan menimbang pada saat melakukan transaksi bisnis (perdagangan) sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Selain itu si pedagang harus menjauhi penipuan, sebab orang yang menipu itu dapat keluar dari lingkungan umat Islam. Rasulullah menyatakan bahwa bagi pedagang hendaknya bermurah hati untuk memberikan tambahan kepada pembeli, bukan malah mengurangi timbangannya.

Penipuan dalam perdagangan merupakan perbuatan yang dilarang. Oleh karena itu tidak sepatutnya seorang pedagang bersikap kurang peduli dengan kualitas barang yang diperdagangkannya. Pemberitahuan cacat suatu barang, dengan demikian, menjadi suatu keharusan bagi pedagang untuk mempraktikkan etika dalam berbisnis untuk menjaga kepercayaan pembeli demi kelangsungan usaha mereka sendiri.

³¹Departemen Agama RI, *Op.Cit*, hlm. 83

2) Rekayasa harga

Rekayasa harga dapat terjadi ketika ada seseorang yang menjadi penghubung (makelar) antara pedagang yang dari pedesaan, kemudian ia membeli dagangan itu sebelum masuk pasar sehingga para pedagang desa belum tahu harga di pasar yang sebenarnya. Kemudian pedagang penghubung tadi menjual di kota dengan mengambil keuntungan besar yang diperoleh dari pembelian mereka terhadap pedagang pedesaan. Praktek seperti ini dilarang oleh Rasulullah karena dapat menimbulkan penyesalan terhadap pedagang pedesaan tersebut.

Dalam hadis dijelaskan bahwa Rasulullah melarang orang mencegat kafilah dari padang pasir di tengah jalan untuk membeli barang-barang mereka dengan niat membiarkan mereka tidak mengetahui harga pasar. Seorang penduduk kota tidak diperbolehkan menjual barang-barang orang padang pasir.

3) Praktik Riba

Dalam praktik riba seseorang berusaha memenuhi kebutuhan orang yang ingin meminjam harta, tetapi disaat yang sama ia mengharuskan kepada orang yang meminjam itu untuk memberi tambahan yang nanti akan diambilnya, tanpa ada imbalan darinya berupa kerja dan tidak pula saling memikirkan. Sehingga disini yang kaya semakin kaya dan yang miskin semakin miskin. Pelaku riba bagaikan segumpal darah yang menyerap darah orang-orang

yang bekerja keras, sedangkan ia tidak bekerja apa-apa, tetapi ia tetap memperoleh keuntungan yang melimpah ruah.

Dengan demikian semakin lebar jurang pemisah di bidang sosial ekonomi antara kelompok-kelompok yang ada. Oleh karena itu Islam sangat keras dalam mengharamkan riba dan memasukkannya diantara dosa besar yang merusak, serta mengancam orang yang berbuat demikian dengan ancaman yang sangat berat. Sebagaimana Allah bersabda di dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 278-279 yaitu:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَدَرُّوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَاۤ اِنَّ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ
 ۲۷۸ فَاِنْ لَّمْ تَفْعَلُوْا فَاْتَدْنُوْا بِحَرْبٍ ۙ مِّنَ اللّٰهِ وَرَسُوْلِهِۦ ۗ وَاِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوْسُ
 اَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُوْنَ وَاَلَا تُظْلَمُوْنَ ۚ ۲۷۹

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya. (QS. Al-Baqarah : 278-279)

4) Penimbunan Komuditas (ikhtikar)

Islam mengajak kepada para pemilik harta untuk mengembangkan harta mereka dan menginvestasikannya, sebaliknya melarang mereka untuk membekukan dan tidak memfungsikannya. Akan tetapi Islam memberikan batasan pemilikan harta dalam pengembangan dan investasinya dengan cara-cara yang benar (*shar'i*) yang tidak bertentangan dengan akhlaq, norma dan nilai-nilai kemuliaan. Tidak pula bertentangan dengan kemaslahatan sosial karena dalam Islam tidak terpisah antara ekonommi dan akhlaq. Karena itulah Islam mengharamkan cara dalam mengembangkan harta dengan cara *ikhtikar* (menimbun disaat orang membutuhkan). Rasulullah bersabda:

Tidak ada yang menimbun (barang ketika dibutuhkan) kecuali orang yang berdosa.

Barang siapa yang menimbun makanan selama empat puluh hari, maka ia telah terlepas dari Allah dan Allah pun terlepas dari padanya.

Ancaman itu datang karena orang yang menyimpan itu ingin membangun dirinya diatas penderitaan orang lain dan dia tidak peduli apakah manusia kelaparan atau telanjang, yang penting dia mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.³²

C. Persaingan

³²Madnasir dan Khoiruddin, *Op.Cit*, hlm. 115

1. Pengertian Persaingan

Persaingan merupakan hal yang umum dalam industri dengan banyak perusahaan. Dengan banyaknya pesaing, adalah umum bagi beberapa perusahaan untuk meyakini bahwa mereka dapat bertindak tanpa mendapatkan tanggapan. Akan tetapi, bukti menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan lain pada umumnya bersikap awas terhadap tindakan-tindakan pesaingnya.³³

Persaingan memang ada di mana saja, seluruh perusahaan akan bersaing untuk menguasai pasar produk. Untuk menang kita akan mengerahkan segenap kemampuan dan sumber daya yang kita miliki dalam persaingan usaha, berbagai kekuatan yang mengarahkan pada persaingan usaha harus diperhatikan agar perilaku wirausaha mampu bertahan dan menguasai strategi terbaik dalam berkompetisi di duniapemasok (*Supplier*), pendatang yang berpotensi dan produk jasa pengganti.³⁴

Pada umumnya, persaingan berkenaan dengan persaingan antar bisnis untuk mendapatkan uang konsumen. Oleh karena itu, bisnis peduli dengan apa yang konsumen inginkan untuk dibeli. Jika mereka mengabaikan harapan konsumen, mereka cenderung akan kehilangan penjualan yang secara langsung berakibat terhadap tingkat profit yang diperoleh. Suatu bisnis secara konsisten akan rugi dan akhirnya gulung

³³Michael A. Hitt, DKK, *Manajemen Strategis Daya Saing & Globalisasi*, Salemba Empat, Jakarta, 2001, hlm. 79

³⁴Syahrial Yusuf, *Entrepreneurship Teori dan Praktik Kewirausahaan yang telah terbukti*, Lentera Ilmu Cendekia, Jakarta, 2010, hlm. 375

tikar. Konsekuensi persaingan antarbisnis umumnya memberikan keuntungan bagi konsumen berupa harga lebih rendah, pelayanan yang lebih baik, dan peningkatan kualitas produk.³⁵

Menurut Lehmann and Winner, penganalisisan sejumlah pesaing potensial yang telah diseleksi, dilakukan dengan proses dari model empat tahap, yaitu :

a. Menilai Objektif

Menilai Objektif saat ini dan masa depan dari pesaing. Untuk dapat memperolehnya, suatu organisasi perusahaan membutuhkan kemampuan untuk dapat menjawab tentang pesaingnya, seperti:

- 1) Apa yang ingin dicapai oleh para pesaing yang ada
- 2) Mengapa mereka mencoba untuk menggapai hasil tersebut
- 3) Adakah para pesaing yang tampak puas dengan pencapaian mereka

b. Menilai strategi dari para pesaing

Penilaian ini dilakukan dengan observasi para pesaing, produk-produk mereka, bahan promosi, saluran distribusi dan lainnya, agar mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

- 1) Apa pasar sasaran yang di kejar oleh para pesaing

³⁵Pandji Anoraga, *Op.Cit*, hlm. 10

- 2) Apa *strategic focus* yang dijalankan oleh para pesaing
 - 3) Apa saja unsur-unsur bauran pemasaran yang dijalankan oleh para pesaing
- c. Menilai sumber-sumber daya yang tersedia pada para pesaing
- Penilaian ini tergambar dari hasil analisis industri yang telah dilakukan terlebih dahulu, dan dari hasil penilaian yang telah dimiliki organisasi atas ketersediaan sumber daya industri secara keseluruhan.
- d. Upaya memperkirakan strategi para pesaing yang ditetapkan untuk masa depan.

Tahap ini merupakan kajian untuk menjawab suatu pertanyaan tentang perkiraan strategi yang ingin dijalankan pesaing, didasarkan pada asumsi organisasi, tentang sumber-sumber daya pesaing, strategi dan objektifnya.³⁶

2. Persaingan Bisnis Dalam Islam

Dalam bahasa arab persaingan bisnis disebut *عدو سجاره* berasal dari kata *al-ajru* yang berarti menurut bahasa adalah *al-imadi* yang artinya dalam bahasa Indonesia gaji atau upah.³⁷

Islam sebagai ajaran hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang rinci untuk menghindarkan permasalahan yang muncul akibat praktek persaingan yang tidak sehat. Dalam kaitan ini, maka Islam memberikan resep untuk menyikapi dalam bisnis, yaitu adatiga

³⁶ Sofjan Assauri, *Strategic Marketing*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2012, hlm. 98-99

³⁷Persaingan Bisnis Dalam Islam melalui:
<http://abidinsuccesmen.blogspot.co.id/2011/02/.html>, di akses pada 22 September 2016

unsur yang perlu dicermati dalam membahas persaingan bisnis menurut Islam, yaitu.³⁸

a. Pihak-pihak Yang Bersaing

Manusia merupakan pusat pengendali persaingan bisnis. Ia akan menjalankan bisnisnya terkait dengan pandangan tentang bisnis yang akan digelutinya. Hal terpenting yang berkaitan dengan faktor manusia adalah segi motivasi dan landasan ketika ia menjalankan praktek bisnisnya, termasuk persaingan yang terjadi di dalamnya.

Bagi seorang muslim, bisnis yang dia lakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta, harta yang ia dapat adalah merupakan rezeki dan karunia yang telah ditetapkan Allah. Tugas manusia adalah melakukan usaha untuk mendapatkan rezeki dengan cara sebaik-baiknya. Salah satu cara berbisnis ia tidak takut sedikitpun akan kekurangan rezeki hanya karena anggapan rezeki itu diambil pesaingnya. Sebagaimana Firman Allah Swt:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ دَلُولًا ۖ فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ
وَالِيهِ النُّشُورُ ١٥

*Artinya: Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu,
maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah*

³⁸Muhammad Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, PBFY-Yogyakarta, Yogyakarta, 2004, hlm. 342

sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan. (QS. Al-Mulk :15)³⁹

b. Cara Bersaing

Berbisnis adalah bagian dari bermuamalah. Karenanya, berbisnis juga tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur masalah muamalah. Karena persaingan bebas yang menghalalkan berbagai macam cara merupakan praktek yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam.

c. Produk atau Jasa Yang Dipersaingan

Beberapa produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut:

- 1) Produk, produk usaha bisnis yang dipersaingan baik barang atau jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan. Islam hanya melarang iklan yang menipu konsumen dan melanggar hak-haknya.

وَيَقَوْمٌ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ
وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۗ ٨٥

Artinya: "Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak

³⁹Departemen Agama RI, *Op.Cit*, hlm. 563

mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan” (QS, Huud: 85)⁴⁰

- 2) Harga. Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.
- 3) Tempat. Tempat usaha harus baik, sehat, bersih dan nyaman. Terhindar dengan hal-hal yang diharamkan.
- 4) Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan cara-cara yang mendekati maksiat. Misalnya dengan menempatkan perempuan cantik berpakaian seksi.
- 5) Layanan purna jual merupakan service yang akan melanggengkan pelanggan. Akan tetapi harus diberikan dengan cuma-cuma atau sesuai dengan akad. Hal ini penting untuk diterapkan agar tidak mengecewakan konsumen atau pelanggan.⁴¹

3. Keunggulan Bersaing

Istilah keunggulan bersaing (competitive advantage) secara tradisional telah digambarkan sebagai faktor atau kombinasi dari

⁴⁰ Departemen Agama RI, *Op.Cit*, hlm. 231

⁴¹ Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Op.Cit*, hlm. 96

faktor-faktor yang membuat suatu organisasi memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan organisasi lainnya dalam suatu industri atau pasar produk yang sama atau dalam suatu lingkungan persaingan (Feurer dan Chaharbaghi, 1994; Chaharbaghi dan Linch, 1999). Sesuai dengan definisi ini, kinerja yang lebih baik oleh suatu organisasi disebabkan oleh adanya perbedaan dalam atribut atau faktor-faktor perusahaan yang memungkinkan perusahaan melayani pelanggan dengan lebih baik daripada yang dilakukan perusahaan lain, sehingga menciptakan nilai pelanggan yang lebih baik pula, dan mencapai kinerja unggul (*superior performance*) (Ma, 1999). Atribut faktor-faktor tersebut misalnya dapat berupa lokasi yang unggul, dominasi ruang di pasar swalayan, akses yang bersifat eksklusif untuk memberi pasokan, merk dagang yang sudah dikenal, keterampilan, keahlian karyawan, dan efisiensi dalam menjalankan perusahaan. Semakin tinggi suatu perusahaan memiliki atribut ini dibandingkan dengan pesaingnya, maka semakin besar keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan (Hayden, 1986).⁴²

Dalam konsep pemasaran, suatu perusahaan akan memperoleh keunggulan bersaing dengan membuat penawaran yang memuaskan kebutuhan pelanggan sasaran lebih baik dari apa yang ditawarkan oleh pesaing. Ia harus dapat menyerahkan nilai lebih kepada pelanggan

⁴²Amirullah, *Manajemen Strategi*, Mitra Wacana Media, Jakarta, 2015, hlm. 94

dengan memberi harga lebih rendah atau memberi manfaat lebih yang membenarkan harga lebih tinggi.⁴³

Keunggulan bersaing/ kompetitif adalah suatu manfaat yang ada ketika suatu perusahaan mempunyai dan menghasilkan produk atau jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan para kompetitor terdekat.⁴⁴ Dalam hal strategi bisnis sangatlah diperlukan suatu keunggulan bersaing dari unit usaha yang kita miliki dengan unit usaha pesaing, melakukan suatu yang lebih baik dari unit usaha pesaing. Dengan demikian, keunggulan kompetitif merupakan sebuah kebutuhan pesaing bagi kesuksesan jangka panjang dan kelangsungan hidup usaha.⁴⁵ Keunggulan bersaing juga merupakan keunggulan berdasarkan sifat sifat hubungan persaingan sempurna, dengan mendasarkan pada basis komponen dan sumber daya yang sama diantara suatu organisasi dengan satu atau lebih organisasi lainnya.⁴⁶

Michael Porter menawarkan dua strategi bersaing “generik” untuk mengungguli perusahaan lain dalam industri tertentu: biaya rendah dan diferensiasi. Biaya rendah adalah kemampuan perusahaan atau sebuah unit bisnis untuk merancang, membuat dan memasarkan sebuah produk sebanding dengan cara yang lebih efisien daripada pesaingnya.

⁴³Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, Yrama Widya, Bandung, 2011, hlm. 241

⁴⁴Leonardus Saiman, *Kewirausahaan Teori Praktik dan Kasus-Kasus*, Salemba Empat, Jakarta, 2009, hlm. 124

⁴⁵Mudrajat Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Erlangga, Jakarta, hlm. 14

⁴⁶Triton PB, *Marketing Strategic Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing*, Tugu Publisher, Yogyakarta, 2008, hlm. 31

Diferensiasi, di lain pihak, adalah kemampuan untuk menyediakan nilai unik dan superior kepada pembeli dari segi kualitas, keistimewaan, ciri khusus, atau layanan purna-jual. Strategi ini disebut generik karena perusahaan dengan jenis dan ukuran apapun, bahkan organisasi nonprofit dapat menggunakannya. Porter mengemukakan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan pada suatu industri ditentukan oleh jangkauan bersaingnya, yaitu keluasa pasar sasaran unit bisnis atau perusahaan.⁴⁷

Pendapat yang dikemukakan oleh Porter (1990, p.3) yang menjelaskan bahwa keunggulan bersaing adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif. Strategi ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus sehingga perusahaan dapat mendominasi baik dipasar lama maupun pasar baru. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai-nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para pembelinya. Pelanggan umumnya lebih memilih membeli produk yang memiliki nilai lebih dari yang diinginkan atau diharapkannya. Namun demikian nilai tersebut juga akan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan. Pembelian produk akan terjadi jika

⁴⁷ Sedarmayanti, *Op.Cit*, hlm. 85

pelanggan menganggap harga produk sesuai dengan nilai yang ditawarkannya.⁴⁸

Keunggulan bersaing dapat dimiliki perusahaan, apabila perusahaan mau dan sadar akan lingkungan perusahaan sekitar dan terus melakukan adaptasi dan motivasi mengenai kekuatan serta peluang yang ada. Disaat perusahaan dapat melakukan hal itu, maka perusahaan akan mampu meminimalkan segala kelemahannya serta ancaman yang ada dalam lingkungan perusahaan, sehingga perusahaan memiliki daya saing dari pada pesaing-pesaing lainnya.

Dalam memilih strategi, jelas sekali terlihat bahwa perusahaan perlu menentukan posisinya dalam bisnis. Kombinasi antar produk yang ditawarkan dan skop persaingan seperti apa yang hendak disasar menjadi penting. Bila keunggulan bersaing yang dirumuskan dan dijalankan memiliki banyak kesamaan dengan pesaing, atau kesamaan untuk berbagai tipe segmen pasar, maka strategi tersebut memiliki resiko tidak fokus.⁴⁹ Karakteristik sebuah industri juga sangat mempengaruhi strategi bersaing yang dipilih. Misalnya, kalah industrinya sangat terfragmentasi, yaitu banyak perusahaan kecil menengah yang bersaing untuk pangsa pasar yang relatif kecil, maka jelas strategi fokus lebih besar peluang keberhasilannya.⁵⁰

⁴⁸Keunggulan Bersaing melalui: <http://ilmiah-jurnal.blogspot.co.id/2012/08/.html>, di akses pada 22 September 2016

⁴⁹M. Taufiq Amir, *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi*, Rajawali, Jakarta, 2012, hlm. 159

⁵⁰*Ibid*, hlm. 161

Untuk dapat mengimplementasikan dan berhasil dalam persaingan, perusahaan tersebut harus dapat menggali strategi yang tepat guna memperoleh keunggulan kompetitifnya. Dalam menggali strategi yang tepat tersebut, terdapat tanggung jawab yang sangat kritis, yaitu bagaimana visi pimpinan dalam strategi bersaingnya dan bagaimana upaya perusahaan untuk mendapatkan keunggulan bersaing, semua strategi yang dipilih perusahaan membutuhkan rencana operasi tertentu yang merinci lagi tindakan apa yang harus kita jalankan terkait strategi perusahaan. Taktik adalah sebuah “jembatan” yang menghubungkan perumusan strategi dengan implementasi strategi.⁵¹

D. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Jika ditelusuri secara historis, etika adalah cabang filsafat yang mencari hakikat nilai-nilai baik dan buruk yang berkaitan dengan perbuatan dan tindakan seseorang, yang dilakukan dengan penuh kesadaran berdasarkan pertimbangan pemikirannya. Persoalan etika adalah persoalan yang berhubungan dengan eksistensi manusia, dalam segala aspeknya, baik individu maupun masyarakat, baik dalam hubungannya dengan tuhan, dengan sesama manusia dan dirinya, maupun dengan alam disekitarnya, baik dalam kaitannya dengan eksistensi manusia di bidang sosial, ekonomi, politik, budaya maupun agama. (Musa Asy'ari, 2001:92)⁵²

⁵¹Assauri Sofjan, *Op.Cit*, hlm. 31

⁵²Abdul Aziz, *Op.Cit*, hlm. 20

a. Etika (akhlak)

Etika dalam Islam disebut dengan akhlak. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, kata akhlak diartikan sebagai budi pekerti atau kelakuan. Kata akhlak walaupun terambil dari bahasa Arab (yang biasa berartikan tabiat, perangai kebiasaan, bahkan agama), namun kata seperti itu tidak ditemukan dalam al-Qur'an. Yang ditemukan hanyalah bentuk tunggal kata tersebut. Yaitu khuluq yang tercantum dalam al-Qur'an surat al-Qalam ayat 4.

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ۚ

*Artinya : Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung (QS.al-Qalam :4)*⁵³

Kata akhlak banyak ditemukan di dalam hadis-hadis Nabi saw. Dan salah satunya yang paling populer adalah:

“Aku hanya di utus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia”

Dari pengertian akhlak secara bahasa di atas, yakni akhlak sebagai kelakuan. Sedangkan menurut Ahmad Amin, bahwa etika atau akhlak dalam khazanah Islam dipahami sebagai ilmu yang menjelaskan baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan kepada orang lain, menyetujui tujuan apa yang harus dituju oleh manusia di dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.

⁵³ Departemen Agama RI, *Op.Cit*, hlm. 564

Dengan demikian persoalan-persoalan etika adalah persoalan kehidupan manusia. Tidak bertingkah laku semata-mata menurut naluri atau dorongan hati. Hal ini menunjukkan bahwa akhlak merupakan gambaran bentuk lahir manusia.⁵⁴

b. Bisnis

Kata “Bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “*Business*” dari bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit/keuntungan. Menurut Buchari Alma, (2007: 5), Pengertian bisnis ditujukan pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Secara etimologi, *bisnis* berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.

Jadi, bisnis merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan dalam produksi, menyalurkan, memasarkan barang dan jasa yang diperlukan oleh manusia baik dengan cara berdagang maupun bentuk lain dan tidak hanya mengejar laba (*profit oriented- social oriented*).

⁵⁴Madnasir dan Khoiruddin, *Op.Cit*, hlm. 30

c. Islam

Kata *Islam* itu berasal dari bahasa Arab *al-Islam*. kata “*al-Islam*” ini ada di dalam al-Qur’an dan di dalamnya terkandung pula pengertiannya, di antaranya dalam surat Ali Imron (3) ayat 19 dan surat Al-Maidah (5) ayat 3. Berikut ini penjelasan al-Qur’an surat Ali Imron (3) ayat 19

إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ وَمَا اخْتَلَفَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ إِلَّا مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ
الْعِلْمُ بَعِيًّا بَيْنَهُمْ وَمَنْ يَكْفُرْ بِآيَاتِ اللَّهِ فَإِنَّ اللَّهَ سَرِيعُ الْحِسَابِ ١٩

“Artinya :*Sesungguhnya agama (yang diridhai) disisi Allah hanyalah Islam. Tiada berselisih orang-orang yang telah diberi Al Kitab kecuali sesudah datang pengetahuan kepada mereka, karena kedengkian (yang ada) di antara mereka. Barangsiapa yang kafir terhadap ayat-ayat Allah maka sesungguhnya Allah sangat cepat hisab-Nya*”⁵⁵

Yang dapat dipahami dari ayat ini adalah bahwa “*al-Islam*” adalah nama suatu “*ad-din*” (jalan hidup) yang ada di sisi Allah. *Ad-din* maknanya adalah *al-millah* atau *ash-shirot* atau jalan hidup, ia berupa bentuk-bentuk keyakinan (*al-aqidah*) dan perbuatan (*al-amal*).

⁵⁵Departemen Agama RI, *Op.Cit*, hlm. 52

Kita yang hidup di zaman sekarang ini mengetahui *al-Islam* hanya dari al-Qur'an dan as-sunnah yang tercatat didalam hadits-hadits (kabar-kabar) yang shohih (yang valid). Sehingga kita bisa tahu suatu keyakinan dan perbuatan itu *Islami* atau bukan kalau kita tahu banyak tentang al-Qur'an dan hadits-hadits yang shohih. Kalau suatu keyakinan dan perbuatan itu ada dasar-nya dalam al-Qur'an dan hadits yang shohih itu pasti keyakinan dan perbuatan yang Islami, bila tidak dari mana bisa disebut Islami. Dengan demikian kata *Islam* merupakan sifat bagi orang-orang yang melakukan ajaran Islam dengan baik dan benar sesuai dengan ajaran-ajarannya.

Setelah mengetahui makna atau pengertian satu-persatu dari kata "Etika", "Bisnis" dan "Islami" maka dapat digabungkan makna ketiganya bahwa "Etika Bisnis Islami" merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.⁵⁶

2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip etika bisnis yang ideal pernah dilakukan oleh Nabi dan para sahabatnya. Realitas ini menjadi bukti bagi banyak orang, bahwa tata bisnis yang berkeadilan, sebenarnya pernah terjadi di madinah. Nilai, spirit dan ajaran yang dibawa Nabi berguna untuk membangun tata bisnis dunia yang berkeadilan. Terdapat empat aksioma etika bisnis, yaitu:

⁵⁶Abdul Aziz, *Op.Cit*, hlm. 35

a. Prinsip Kesatuan/ Tauhid/Keesaan

Tauhid merupakan wacana teologis yang mendasari segala aktivitas manusia, termasuk kegiatan bisnis. Tauhid menyadarkan manusia sebagai makhluk ilahiyah, sosok makhluk yang bertuhan. Dengan demikian, kegiatan bisnis manusia tidak terlepas dari pengawasan tuhan, dan dalam rangka melaksanakan titah tuhan. Konsep keesaan/ketauhidan menggabungkan ke dalam sifat homogen semua aspek yang berbeda-beda dalam kehidupan seorang muslim.⁵⁷

Penerapan konsep keesaan dalam Etika Bisnis, yaitu:

- 1) Tidak akan berbuat diskriminatif terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapapun pemegang saham perusahaan atas ras, warna kulit, jenis kelamin, ataupun agama.
- 2) Tidak dapat dipaksa untuk tidak berbuat etis, karena dia hanya takut kepada Allah.
- 3) Tidak akan menimbun kekayaan dengan keserakahan, karena dia sadar harta didunia bersifat sementara, dan tidak mencari kekayaan dengan cara apapun.

b. Prinsip Keadilan/ Keseimbangan

Ajaran Islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain

⁵⁷Madnasir dan Khoiruddin, *Op.Cit*, hlm. 56

(masyarakat) dan dengan lingkungan. Keadilan atau keseimbangan berarti, bahwa perilaku bisnis harus adil atau seimbang. Keseimbangan berarti tidak berlebihan (ekstrim) dalam mengejar keuntungan ekonomi.

Penerapan konsep keseimbangan dalam etika bisnis, dimana prinsip keseimbangan atau kesetaraan berlaku baik secara harfiah maupun kias dalam dunia bisnis. Selain itu penerapan keseimbangan dalam etika bisnis yang lain adalah transaksi dalam bisnis harus seimbang, yaitu transaksi yang setara dan adil. Mengekang sikap serakah untuk memiliki barang-barang.

c. Prinsip Kebenaran

Kebenaran selain mengandung makna kebenaran lawan kesalahan, mengandung juga unsur kebajikan dan kejujuran. Nilai kebenaran adalah merupakan nilai yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Kebajikan adalah sikap ihsan, yang merupakan tindakan yang memberikan keuntungan bagi orang lain. Sedangkan kejujuran dipandang sebagai suatu nilai yang paling unggul dan harus dimiliki oleh seluruh masyarakat karena menjadi corak nilai manusia yang berakhlak. Al-Qur'an menekankan adanya kebenaran suatu profesi (pebisnis) yang dilandasi oleh kebaikan dan kejujuran. Dijelaskan dalam al-Qur'an :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا ارْكَعُوْا وَّاسْجُدُوْا وَّاعْبُدُوْا رَبَّكُمْ وَاَفْعَلُوْا الْخَيْرَ لَعَلَّكُمْ
تُقْبَلُوْنَ ﴿۷۷﴾

“Artinya: Hai orang-orang yang beriman, ruku’lah kamu, sujudlah kamu, sembahlah Tuhanmu dan perbuatlah kebajikan, supaya kamu mendapat kemenangan” (QS. Al-Hajj: 77)

Dalam menjalankan profesinya nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan atau berpihak kepada salah satu yang berperkara, namun sebaliknya menganjurkan agar melakukan profesi dengan kebenaran dan kejujuran.

d. Prinsip Kehendak Bebas/Kebebasan

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif punya kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaedah-kaedah Islam. Karena masalah ekonommi, termasuk kepada aspek mu’amalah, bukan ibadah, maka berlaku padanya kedah umum, “semua boleh kecuali yang dilarang”. Yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba. Dalam hali ini kebebasan manusia sesungguhnya tidak mutlak, tetapi merupakan kebebasan yang bertanggung jawab dan berkeadilan.

Dari uraian diatas prinsip kebebasan dalam etika bisnis Islam mutlak untuk dikembangkan dan dijamin pelaksanaannya sehingga akan terjaminnya keutuhan dalam masyarakat yang pluaristik, dan harus sesuai dengan prinsip Islam yaitu melaksanakan yang benar dan menghapus atau menghindari yang salah.

e. Prinsip Tanggung Jawab

Pertanggungjawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggung jawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis. Harta sebagai komoditi bisnis dalam Islam, adalah amanah Tuhan yang harus dipertanggungjawabkan dihadapan Tuhan. Untuk memenuhi keadilan, kebenaran, dan kehendak bebas maka perlu adanya pertanggungjawaban dalam tindakannya. ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu untuk mempertahankan kualitas keseimbangan dalam masyarakat. Karena manusia yang hidup sebagai makhluk sosial, tidak bisa bebas, dan semua tindakannya harus dipertanggungjawabkan. Dalam Islam ada pokok-pokok ajaran tentang etika pergaulan antara manusia, dan dalam hubungan antara manusia dengan lingkungan hidupnya. Mengabaikan ajaran-ajaran moral tersebut akan berakibat tidak hanya penderitaan batin dan siksaan (akhirat) secara individual, tetapi secara kolektif (generasi) mereka juga akan menerima hukuman, sekarang di dunia ini juga.⁵⁸

⁵⁸*Ibid*, hlm. 69

3. Ruang Lingkup Etika Bisnis Islam

Setelah melihat penting dan urgennya etika bisnis Islami apalagi di era modern yang hampir di semua bidang, khususnya bidang bisnis, etika apalagi akhlak Islami terabaikan, maka ada baiknya kita tinjau lebih lanjut apa saja sasaran dan lingkup etika bisnis Islami itu.

Ruang lingkup etika bisnis Islam dalam buku ini dikelompokkan menjadi empat bagian penting, yaitu :

- a. Konsepsi Islam dan nilai-nilai yang ada di dalamnya
- b. Konsep dasar etika bisnis secara umum dan landasan teori-teori yang membentuknya
- c. Akhlak Islami sebagai fondasi dasar peletakan etika bisnis Islam dan masalah-masalah yang terkandung di dalamnya perspektif al-Qur'an dan al-Hadits
- d. Internalisasi akhlak Islam dalam bisnis, yang difokuskan pada perilaku produsen, konsumen, distributor bagi perusahaan, pelaku pasar, etika perbankan
- e. Lembaga yang mengatasi persengketaan (*ash-shulh dan at-tahkim*)⁵⁹

⁵⁹Abdul Aziz, *Op.Cit*, hlm. 47