



Volume 13 No. 1 Juli 2022

Page 20-32

Received: 25-02-2021
Revised Received: 09-06-2022

Accepted: 21-06-2022
Online Available: 23-07-2022

ETIKA KOMUNIKASI BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM

THE ETHICS OF BUSINESS COMMUNICATION IN ISLAMIC PERSPECTIVE

Meyla Tazqiya Rakhma^{1,a)}

¹Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung
Jl. Purnawarman No.59, Tamansari, Kota Bandung

^{a)} *e-mail: meylatazqiya97@gmail.com*

ABSTRAK

Komunikasi adalah kegiatan pertukaran pesan antara dua pihak atau lebih. Sedangkan komunikasi bisnis adalah pertukaran pesan yang memiliki tujuan dan dalam lingkup kegiatan bisnis. Komunikasi bisnis Islami berarti kegiatan pertukaran pesan antara dua pihak atau lebih dalam lingkup bisnis berdasarkan aturan Islam. Jadi, segala bentuk pesan yang keluar dari komunikator harus memperhatikan berbagai etika dan prinsip Islam. Ini mencakup semua bentuk kegiatan bisnis, baik itu terkait produk, layanan perusahaan, atau komunikasi dengan berbagai pihak untuk memperlancar berbagai kepentingan bisnis. Penelitian ini menjelaskan mengenai etika-etika komunikasi dan bisnis dalam perspektif Islam yang lebih komprehensif berdasarkan hasil dari tinjauan literatur. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan tinjauan literatur yang dilakukan dengan mengkaji beberapa literatur yang terkait dengan fokus penelitian melalui artikel-artikel jurnal dan buku-buku serta data penunjang lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam praktek penerapan prinsip-prinsip Islam meliputi kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan perbuatan baik. Prinsip-prinsip bisnis Islami juga harus dibarengi dengan pelaksanaan komunikasi Islam yang baik seperti yang tertuang dalam Al-Qur'an tentang qaulan ma'ruf, qaulan tsabit, qaulan sadid, qaulan bhaliqh, qaulan karim, qaulan maysur dan qaulan layyin. Jika kedua aspek ini diterapkan dalam komunikasi bisnis maka semuanya akan berjalan dengan baik karena semua yang kita lakukan telah diberkati oleh Allah SWT.

Kata Kunci: Bisnis, Etika, Islam, Komunikasi, Perspektif

ABSTRACT

Communication is the activity of exchanging messages between two or more parties. While, business communication is the exchange of messages which has a purpose and within the scope of business activities. Islamic business communication means the activity of exchanging messages between two or more parties within the scope of business based on Islamic rules. Therefore, all forms of messages that come out of communicators must pay attention to various Islamic ethics and principles. These include all forms of business activities, whether it is related to products, company services, or communication with various parties to facilitate various business interests. This study explains the ethics of communication and business in a more comprehensive Islamic perspective based on the results of a literature review. The method used is qualitative with a literature review approach carried out by reviewing several literatures related to the research focus through journal articles and books as well as other supporting data. The results of this study indicate that, first, in practice the application of Islamic principles includes unity, balance, free will, responsibility, and good deeds. Second, Islamic business principles must also be accompanied by the implementation of good Islamic communication as stated in the Qur'an regarding qaulan ma'ruf, qaulan thsabit, qaulan sadid, qaulan bhaliqh, qaulan karim, qaulan maysur and qaulan layyin. If these two aspects are applied in business communication, everything will go well because everything we do has been blessed by Allah SWT.

Keywords: Business, Communication, Ethics, Islamic, Perspective

1. Pendahuluan

Bisnis merupakan aktivitas kerja dari kehidupan manusia. Aktivitas bisnis dapat terjadi di kalangan masyarakat dalam berbagai strata sosial, di manapun dan kapan saja. Masyarakat tradisional, transisional, dan modern tidak akan lepas dari aktivitas bisnis, karena bisnis itu sendiri merupakan bagian dari sebuah pilihan profesi yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Semakin maju peradaban manusia, bisnis yang dilakukan-pun cenderung maju, terlebih pada era modern ini.

Al-Qur'an dan hadits merupakan sumber pokok agama Islam sebagai agama rahmat lil 'alamin menjadikan etika (akhlak) sebagai urat nadi dalam segala aspek kehidupan seorang muslim. Terlebih lagi Islam mengajarkan ketinggian nilai etika tidak saja

secara teoritis yang bersifat abstrak, namun juga yang bersifat aplikatif. Tidaklah kita sadari bahwa salah satu misi pokok kerasulan Muhammad Saw, adalah menyempurnakan akhlak manusia. Dengan begitu bagaimana praktik bisnis Rasulullah Saw, yang ditunjukkan kepada kita, pada hakikatnya tidak terlepas dari rekayasa Allah Swt yang mengajarkan kepada manusia karena pada dasarnya segala kegiatan dan usaha yang dilakukan oleh manusia harus berdasarkan prinsip-prinsip keIslaman dan pada akhirnya tujuan akhir dari semua itu adalah mencari ridha dari Allah SWT.

Islam telah memberikan petunjuk bagi setiap bagian kehidupan. Setiap petunjuk memiliki beberapa manfaat dan nilai moral yang mendasarinya. Tidak terkecuali pada sektor bisnis. Islam memberi kita seluruh

kerangka kerja untuk melakukan bisnis dengan cara yang adil dan etis. Mengingat Islam bukan hanya sebuah agama yang dianut muslim, tetapi juga menjadi pedoman hidup yang dijadikan acuan dalam melakukan segala hal untuk bisa mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Etika bisnis di dalam Islam juga sudah diatur sedemikian rupa sehingga implementasinya terhadap nilai-nilai Islam dapat menjadi pedoman bagi seorang pengusaha dalam menjalankan bisnis.

1.1 Definisi Etika dan Keterkaitannya dengan Islam

Menurut epistemologinya, etika diambil dari bahasa Yunani, berasal dari kata "*ethos*" yang memiliki arti sebagai adat-istiadat (kebiasaan), perasaan batin, kecenderungan hati untuk melakukan perbuatan yang sifatnya baik atau buruk (Yatimin 2006). Menurut terminologinya, etika termasuk salah satu cabang filsafat yang mengkaji mengenai konsep nilai, baik atau buruk, benar atau salah dan lainnya (Badroen et al. 2007). Etika terkadang bisa disamakan dengan akhlak, dimana persamaan itu terletak pada objek kajiannya, baik etika maupun akhlak mengkaji baik dan buruk dari perilaku manusia. Walaupun memiliki persamaan, perbedaan tetap tidak lepas dari keduanya. Jika etika adalah cabang ilmu filsafat yang berpusat pada logika, akhlak datang dari pengetahuan tentang baik atau buruk yang diajarkan oleh Islam (Alma 2003).

Jadi, etika dapat disimpulkan sebagai perbuatan baik dan buruk (*ethics* atau *ilm al-akhlak*) dan moral (*akhlak*) adalah praktiknya.

Akhlak adalah pengetahuan yang diajarkan pada agama Islam dalam mengatur tindak moral dari umat Islam. Jadi etika berfungsi sebagai teori dan perbuatan baik dan buruk (*ethics* atau *ilm al-akhlak*) dan moral (*akhlak*) adalah praktiknya. Akhlak merupakan bentuk praksis ajaran Islam dalam mengatur tindakan moral manusia. Aturan-aturan etika pada agama Islam telah dijabarkan dalam Kitab Suci umat Islam Al-Quran dan *sunnah-sunnahnya*. Dari kedua sumber ini akan didapatkan tuntunan hidup yang sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip dari agama Islam yang akan dijadikan sebuah tolak ukur untuk bisa menjalani kehidupan di dunia dengan baik. Sejalan dengan hal ini, Shihab (1997) dalam (Andriani 2021) menjelaskan bahwa etika memiliki kesamaan dengan akhlak. Ini juga tercantum dalam ayat Al-Quran Q.S Al-Qalam Ayat 4:61 "dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung". Menurut M. Quraish Shihab, Ayat di atas menjelaskan tentang pengangkatan Nabi Muhammad SAW menjadi Rasul utusan Allah ﷺ. Adapun peran Rasul sebagai teladan bagi seluruh umat manusia.

2.1 Komunikasi Bisnis dalam Islam

Menurut perspektif Islam, komunikasi adalah salah satu bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia, hakikat manusia adalah berkomunikasi dan bersosialisasi. Manusia tidak bisa tidak berkomunikasi. Komunikasi yang berprinsip Islam adalah komunikasi dengan berlandaskan *akhlaqul karimah*. Komunikasi yang berakhlak adalah komunikasi yang bersumber dari

pedoman hidup umat Islam yaitu Al-Quran dan Hadist. Di dalam kitab suci Al-Quran banyak sekali ayat yang menjelaskan tentang komunikasi dari perspektif Islam, mulai dari komunikasi horizontal (manusia kepada manusia) maupun komunikasi vertikal (manusia dengan tuhan).

Komunikasi Islam diartikan sebagai proses dari penyampaian pesan yang dilakukan melalui prinsip-prinsip keIslaman. Pesan-pesan yang disampaikan-pun tidak lepas dari nilai-nilai Islam, dalam hal ini adalah akidah, syariah dan akhlak. Mengenai cara penyampaiannya Al-Quran dan Hadist memegang peran penting dalam memberikan tuntunan bagi umat manusia agar komunikasi yang dijalankan bisa berakhir dengan baik dan efektif. Dalam QS. An-Nisa ayat 9 menjelaskan salah satu etika dalam berkomunikasi dalam perspektif Islam.

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ
دُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ
وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿١٠﴾

“Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah dibelakang mereka, yang mereka khawatirkan terhadap (kesejahteraannya). Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertaqwa kepada Allah dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar (qaulan sadida).”

Di dalam Al-Quran dijelaskan bahwa kehidupan yang dijalani umat manusia adalah sebagai proses yang berkesinambungan, dimana manusia harus mencari kesuksesannya

baik di dunia maupun di akhirat. Oleh sebab itulah Al-Quran menganjurkan umatnya untuk selalu bisa produktif dalam bekerja dan hal itu diwajibkan bagi umat Islam. Di dalam dunia bisnis Islam, segala sesuatu yang dilakukan oleh manusia dalam konteks bisnis tetap harus mengedepankan nilai Islam dan takut akan Allah SWT. Sebagaimana dinyatakan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا
كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ
الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ
مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ
الرِّبَا ۖ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ
فَأَنْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ
وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ
فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

"... Allah telah menghalalkan perdagangan dan mengharamkan riba. Itu yang setelah menerima petunjuk dari Tuhannya, berhenti, akan diampuni untuk masa lalu; kasus mereka adalah untuk Tuhan; tetapi mereka yang mengulangi pelanggaran adalah Sahabat neraka: mereka kekal di dalamnya selama-lamanya."

Al-Quran menganggap bahwa bisnis, perdagangan dan jual-beli adalah halal dan bisa mendatangkan manfaat bagi seseorang apalagi jika bisnis itu dijalankan dengan syariat Islam maka sudahlah pasti bisnis tersebut diridhai oleh Allah SWT dan setiap kegiatan yang dilakukan akan mendapatkan manfaat bagi yang menjalankannya.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif di mana kualitatif merupakan metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Oleh karenanya, penggunaan metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif. Pendekatan penelitian ini adalah tinjauan literatur atau tinjauan pustaka. Studi tinjauan literatur adalah cara yang dipakai untuk mengumpulkan data atau sumber yang berhubungan pada sebuah topik tertentu yang bisa didapat dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, internet, dan pustaka lain. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif yaitu penelitian yang menjelaskan berbagai kondisi dan situasi dalam jangka waktu tertentu. Dalam hasil dan pembahasan, penulis akan menjabarkan hasil analisis komprehensif yang telah dilakukan terkait dengan etika komunikasi bisnis dalam perspektif Islam.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Etika Bisnis dalam Perspektif Islam

Etika bisnis dapat diartikan sebagai cerminan dari moralitas dalam konteks ekonomi bisnis. Moralitas yang dimaksud adalah aspek dari sisi baik dan buruk dari perilaku manusia. Dalam Islam, etika bisnis mengacu pada kumpulan praktik bisnis yang etis (*akhlaq al Islamiyah*) yang diabadikan dalam syariah nilai-nilai yang lebih mengutamakan halal dari pada haram (Hardiansyah dan Adirestuty 2021). Dengan demikian, perilaku etis didefinisikan sebagai segala perilaku atau tindakan yang sesuai

dengan anjuran Allah SWT dan menjauhi apa yang dilarang-Nya. Etika bisnis telah dipelajari secara ekstensif dalam Islam pada berbagai literatur, dengan Al-Quran dan Sunnah sebagai referensi utama. Semua kegiatan masyarakat Muslim tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai Islam, sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Kitab Suci Al-Quran Surah al-Dzariyat ayat 56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ



“Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia tapi itu mereka dapat menyembah Aku.”

Jadi, setiap aktivitas manusia dalam hubungannya dengan alam dan lainnya manusia (*mu'amalah*) dibingkai dalam kerangka kerja besarnya hubungan dengan Allah. Ini karena setiap manusia akan dimintai pertanggungjawaban di hadapan Tuhannya atas dirinya dan tindakannya, termasuk ekonominya dan kegiatan bisnis yang dijalankannya. Abu Hurairah ra dari Nabi Muhammad bersabda:

“Aku tinggalkan dua hal, kamu tidak akan hilang selamanya selama kamu tetap bersama kedudukan baik Kitab Allah maupun Sunnah Rasul-Nya”. (HR Malik).

Selain itu, masalah ini juga dibahas oleh para ulama dalam salah satu cabang ilmu Fiqh al-Muamalat. Seorang wirausahawan yang memahami etika bisnis dalam Islam dapat memastikan bahwa bisnis adalah dilakukan dengan ridho Allah SWT.

Agama Islam memberikan kebebasan kepada manusia dalam bertindak karena manusia harus mempertanggungjawabkan segala hal yang dilakukannya kepada Allah SWT. Segala aspek kehidupan dari umat manusia dituntun oleh aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang didasarkan pada ketentuan dari Allah SWT dan syariat Islam dan figur contoh yang baik yaitu Rasulullah SAW. Jika bisnis yang dilakukan mengedepankan etika bisnis Islam dan menerapkan nilai-nilai dan contoh yang diberikan oleh Rasulullah SAW, tidak ada kekhawatiran dalam menjalankan bisnis tersebut karena setiap hal baik akan dibarengi dengan hal yang baik pula (Juliyani 2016). bisnis Islam harus dimulai sebagai bagian dari ibadah kepada Allah SWT dengan tujuan untuk memenuhi semua aturan-Nya (Harahap 2011).

Islam menawarkan integrasi agama (nilai), ekonomi, dan sosial (masalah) agar menjadi satu kesatuan; berdasarkan pada pandangan ini, oleh karena itu, etika dan ekonomi atau etika dan bisnis adalah terintegrasi baik secara vertikal maupun horizontal, membentuk persamaan yang sangat penting dalam sistem homogen Islam. Bahkan itu dapat dikatakan bahwa masalah ekonomi dalam Islam dianggap sebagai bagian dari ibadah (ketaatan kepada Tuhan) karena fakta bahwa praktik ekonomi di sana ditemukan begitu banyak kode etik yang berkaitan dengan status halal atau haram.

Bisnis dalam Islam pada dasarnya identik dengan bisnis pada umumnya; perbedaan mendasarnya adalah terdapat pada

anjuran yang dimana umat Islam diharuskan untuk tunduk dan patuh pada Al-Qur'an, As-Sunnah, Al-Ijma, dan Qiyas (Ijtihad), serta kendala yang termasuk dalam sumber-sumber ini. Al-Qur'an memiliki beberapa ayat yang membahas bisnis, terutama Al-Baqarah (282), An-Nisaa (29), At-Taubah (24), An-Nur (37), Fatir (29), As-Shaff (10) dan Al-Jumat (11).

Islam memperbolehkan pemeluknya untuk melakukan bisnis, namun ada beberapa etika fundamental dalam Islam yang harus diikuti ketika seorang muslim akan dan melakukan bisnis, termasuk mengikuti; 1) Bagi seorang muslim, mencari rezeki adalah kewajiban, 2) Makanan yang dijual harus halal, 3) Bersikap jujur dalam transaksi komersial, 4) Semua proses yang dilakukan dalam mengejar rezeki harus dipandang sebagai sarana dalam mendekatkan diri kepada Allah SWT, 5) Usaha yang akan dijalankan dan yang sedang beroperasi tidak boleh menimbulkan kerugian terhadap lingkungan, 6) Dalam bisnis Islam persaingan haruslah sehat (*fastabikul alkhayrat*), 7) Tidak mudah puas dengan hasil yang didapatkan, 8) Tempatkan semua ketergantungan pada spesialis, bukan pada sembarang orang, termasuk keluarga sendiri.

Dalam berbisnis syariah, banyak etika yang harus dipatuhi oleh pebisnis yang kemudian dijabarkan oleh (Hardiansyah dan Adirestuty 2021) diantaranya termasuk saling senang (*An Taradhin*), bebas dari manipulasi (*Ghoror*), aman/tidak merusak (*Mudharat*), penghindaran spekulasi (*Maysir*), penghindaran monopoli, dan penimbunan (*Ihtikar*), dan non-riba. Pelaku bisnis atau

pengusaha adalah orang perseorangan atau kelompok yang bersedia mengambil risiko untuk membangun bisnis pada berbagai peluang. Pengusaha selalu waspada untuk dan merebut kemungkinan bisnis yang dapat menguntungkan mereka. Jiwa wirausaha ditegaskan dalam Al-Qur'an (QS. Hud: 61, QS. Al-Mulk: 15, QS. Al Jum'at: 10, QS. Al-Anbiya: 125, QS. Ar-Ra'du: 11), dimana manusia diperintahkan untuk menyejahterakan bumi dan mengarahkannya ke arah yang lebih bermanfaat, serta untuk mencari rezeki. Sementara itu, sikap dalam berbisnis tersebut diungkapkan dalam hadits sebagai berikut: HR Bukhari; HR Tirmidzi dan HR Ibnu Majah; SDM Ahmad; Al HR. Bazar.

3.2 Prinsip-Prinsip Etika Bisnis dalam Islam

Prinsip-prinsip Islam merupakan diturunkan dari Al-Quran dan As-Sunnah, kemudian diturunkan kembali menjadi konsep ekonomi Islam (Handayani 2019). Menurut A Sonny Keraf dalam (Arianti dan Muhammad 2021) prinsip-prinsip dasar dari etika bisnis dalam Islam dibagi menjadi lima, diantaranya; kesatuan (*unity*) keseimbangan (*equilibrium al-adi*), kehendak bebas (*free-will ikhtiar*), pertanggung jawaban (*responsibility fardh*) dan berbuat baik (kebenaran *ihsan*).

Pertama, kesatuan (*unity*) dimana pada prinsip ini sumber utama dari etika Islam adalah kepercayaan sepenuhnya kepada keesaan Allah SWT. Etos bisnis dan etos kerja ini akan mempengaruhi perusahaan dan menjadi pertimbangan perusahaan untuk membuat keputusan bisnis. Keputusan bisnis

pada akhirnya ditujukan untuk mencapai Falah (Syathori 2016). Dalam tauhid, Allah SWT telah menetapkan garis-garis yang dilarang untuk dilalui oleh manusia sebagai khalifah di muka bumi ini untuk bisa mendapatkan hak-haknya sebagai manusia tanpa harus mengorbankan hak-hak sesama. Makna yang komprehensif dari Keesaan Allah ini menyiratkan jenis kesatuan lainnya.

Kesatuan wahyu. kepada umat manusia yang dikomunikasikan dalam berbagai bentuk wahyu. Al-Qur'an mewajibkan pemeluknya untuk beriman, mencintai, dan menghormati semua nabi dan rasul Allah. Mereka dipandang sebagai satu persaudaraan, dan sebagai mata rantai dalam rantai pewahyuan sepanjang sejarah manusia yang telah selesai saat munculnya utusan terakhir yaitu Nabi Muhammad SAW. Nabi Muhammad SAW dihadirkan dalam Al-Qur'an tidak hanya sebagai penutup dari semua nabi, tetapi juga sebagai satu-satunya utusan yang amanat dan misinya mencakup seluruh dunia. Ajarannya melengkapi dan memuncaki semua bentuk wahyu sebelumnya (Qur'an; 21:107, 9:34, 48:28, 61:9, 34:28).

Kesatuan umat manusia, yang diciptakan oleh Allah dan keturunan dari orang tua yang sama. Hal ini menggambarkan umat manusia sebagai sebuah keluarga besar yang bercirikan kesatuan dalam perbedaan. Secara konseptual, ini harus membentuk sikap seseorang terhadap sesama Muslim dan "non-Muslim" (Quran 49:13).

Kesatuan antara semua aspek kehidupan manusia di bumi karena semuanya berada di bawah yurisdiksi Allah SWT. (QS

2:208). Kesatuan antara kehidupan sekarang dan kehidupan yang akan datang (QS 28:77), keduanya berada di bawah yurisdiksi Ilahi yang sama. Dengan demikian, pengambilan keputusan individu dan kolektif dipandu oleh skala waktu, yang tidak dibatasi oleh rentang hidup seseorang, kehidupan satu generasi atau lebih, atau bahkan kehidupan semua generasi. Setiap tindakan memiliki konsekuensi baik di kehidupan ini maupun di kehidupan yang akan datang. Hubungan vertikal ini adalah wujud nyata dari berserahnya manusia terhadap hidupnya kepada Allah SWT dan menjadikan tujuan hidupnya adalah untuk mendapatkan ridha-Nya (Djakfar, 2012) dalam (Juliyani 2016). Refleksi dari konsep tauhid ini adalah paduan dari seluruh aspek kehidupan manusia dalam segala aspek sehingga menjadi sesuatu yang homogen dan mementingkan konsep konsistensi yang menyeluruh.

Kedua, keseimbangan (*equilibrium al-adi*) dimana prinsip keseimbangan atau keadilan dalam dunia bisnis Islam mewajibkan umat manusia untuk bisa bermuat adil pada setiap aspek dalam pekerjaan. Dalam prinsip keadilan ini, menakar neracanya harus seimbang dari kedua sisi karena berbuat adil bisa mendekatkan diri dengan Tuhan. Pebisnis yang Etis harus melakukan *al-Adl*, atau Keadilan. Ini berarti bahwa kita sebagai pebisnis harus bersahaja dalam segala hal tanpa mengambil keuntungan terselubung, memperlakukan semua orang (*customer*) secara adil tanpa dibeda-bedakan dan tidak memihak serta tetap menjunjung tinggi kebenaran (Zulkifli dan Saripuddin 2015). Allah berfirman :

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

“*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.*” (Surat al-Nahl [16]: 90).

Berdasarkan ayat ini jelas terlihat betapa Allah SWT sangat menekankan persoalan keadilan dalam bisnis. Hal ini karena keadilan dalam bisnis pembelian akan menjamin keadilan bagi semua orang. Seorang pebisnis akan mendapat untung yang layak dan customer akan mendapatkan barang dan jasa dengan pembayaran serta harga yang seharusnya. Kemudian selain itu prinsip keseimbangan dalam etika bisnis Islam juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa apa yang menjadi objek bisnis merupakan sesuatu yang halal, berkualitas tinggi, dan bermanfaat. Selain itu besaran, ukuran, dan satuan takaran (timbangan) harus sesuai dengan etika syariah (Anwar et al. 2020).

Ketiga, kehendak bebas (*free-will ikhtiar*). Sejak awal manusia lahir ke bumi ini, kapasitas untuk kebebasan telah ada. Allah SWT adalah satu-satunya pemilik kebebasan yang tak terkendali. Berbeda dengan manusia dimana kebebasan manusia dibatasi dalam Islam. Prinsip kebebasan diartikan sebagai hal-hal yang mendatangkan manfaat dan tidak

merugikan pihak lain. Islam tidak membatasi umatnya untuk bisa mengembangkan setiap potensi yang ada pada dirinya asal tidak melanggar syariat Islam. Jika dihadapkan pada persaingan antar bisnis, Islam tidak membatasi pelaku bisnis untuk kreatif dalam mengembangkan bisnis sesuai dengan kemampuan dengan syarat segala sesuatu yang dilakukan sudah sesuai dengan syariat yang ada. Selain persaingan dalam bisnis, kehendak bebas dalam bisnis juga berkaitan dengan kebebasan dalam menentukan harga. Harga dalam Islam didasarkan pada kekuatan pasar, yaitu permintaan dan penawaran (Pertaminawati, 2016).

Keempat, Pertanggung jawaban (*responsibility fardh*). Prinsip kebebasan di sini haruslah dibarengi dengan perasaan untuk bertanggung jawab atas segala hal yang dilakukan untuk bisa menghadirkan keadilan dan kesatuan bagi setiap umat. Memang pada dasarnya prinsip ini memiliki keterkaitan yang erat dengan prinsip kebebasan dalam bertindak, kebebasan yang didapatkan manusia pada akhirnya tetap haruslah dipertanggung jawabkan kepada Allah SWT. Tanggung jawab adalah hal yang mendasar dalam Islam tanpa menghilangkan unsur kebebasan di dalamnya. Dari sini Islam ingin mengajarkan umat Islam untuk bisa mempertanggung jawabkan setiap tindakan yang telah dilakukannya kepada manusia dan Tuhannya. Cakupan kebebasan di sini diartikan secara luas mulai dari kebebasan dalam memilih keyakinan sampai pada hal-hal lain yang lebih spesifik dan krusial (Badroen et al. 2007). Menurut Sayyid Qutub (Anindya 2017), Islam

memiliki etika tanggung jawab yang seimbang dalam segala hal manifestasi dan dimensi, termasuk antara jiwa dan tubuh, antara individu dan sosial, dan antara satu komunitas dengan komunitas lainnya.

Kelima, berbuat baik (kebenaran *ihsan*). Ihsan adalah melakukan perbuatan baik tanpa disuruh, artinya kesadaran diri untuk berbuat baik dan meyakini bahwa segala perbuatan baik yang dilakukan diawasi oleh Allah SWT (Juliyani, 2016). Prinsip kebenaran di sini diartikan sebagai perilaku yang benar dalam proses transaksi, mencari dan mendapatkan relasi bisnis maupun usaha kita dalam mencari keuntungan. Prinsip kebenaran ini mencegah timbulnya kemungkinan adanya kerugian dari salah satu pihak dalam proses transaksi yang dilakukan (Ngorang dalam Juliyani 2016). Menurut (Zubair 1995), beberapa tindakan yang dapat membantu implementasi aksioma Ihsan di bidang bisnis, antara lain sebagai berikut: (1) kedermawanan, (2) motif pelayanan, dan (3) kesadaran akan keberadaan Allah SWT dan aturan-aturan yang mengatur pelaksanaan keutamaan yang ditetapkan. Etika ihsan juga bisa dicirikan dari segi perilaku kepedulian dalam bisnis.

3.3 Etika Komunikasi dalam Islam

Dalam Islam komunikasi juga memiliki etika-etika atau panduan dalam berkomunikasi, baik secara intrapersonal, interpersonal dalam organisasi atau dalam kegiatan yang berkaitan dengan ranah komunikasi. Al-Qur'an menyatakan bahwa

setidaknya ada tujuh kata yang sesuai dengan ajaran Islam.

Pertama, *Qaulan ma'ruf* (perkataan yang baik). Kata semacam ini identik dengan kesopanan dan kerendahan hati. Al-Qur'an mengatakan bahwa lebih baik mengatakan tentang *qaulan ma'ruf* dari pada bersedekah tapi dengan hati yang tidak bersih. *Qaulan ma'rufan* (perkataan yang baik atau tepat) yang dalam hal ini dapat dipahami sebagai komunikasi yang diharapkan dapat menyampaikan hal-hal yang bermanfaat, memberikan pengetahuan, mencerahkan pikiran, menunjukkan solusi atas masalah orang lain, dan memberikan dukungan psikologis (QS Al-Baqarah [2]: 263).

﴿ قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ ۖ

يَتَّبَعُهَا أَذًى ۗ وَاللَّهُ غَنِيٌّ حَلِيمٌ ﴿٢٦٣﴾

“Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik daripada sedekah yang diiringi tindakan yang menyakiti. Allah Mahakaya, Maha Penyantun.”

Kedua, *Qaulan tsabit* (ucapan tak tergoyahkan). Kata tersebut memiliki perdebatan yang kuat dan didasarkan pada keyakinan yang kuat. Tidak ada keraguan yang menutupinya. Kezaliman dapat dibalaskan dengan kata-kata ini (QS Ibrahim [14]: 27).

يُثَبِّتُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا بِالْقَوْلِ

الَّتَابِتِ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَفِي الْآخِرَةِ ۗ

وَيُضِلُّ اللَّهُ الظَّالِمِينَ ۗ وَيَفْعَلُ اللَّهُ مَا

يَشَاءُ ﴿٢٧﴾

“Allah meneguhkan (iman) orang-orang yang beriman dengan ucapan

yang teguh (dalam kehidupan) di dunia dan di akhirat; dan Allah menyesatkan orang-orang yang zalim dan Allah berbuat apa yang Dia kehendaki.”

Ketiga, *qaulan sadid* (perkataan yang benar). Tidak ada kebohongan dalam berucap. Kata *sadid* berasal dari kata *sad* yang artinya tutup, hentikan, blokir, dan sebagainya. *Qaulan sadid* membantu mencegah kejahatan dan ketidakadilan. Bukti ketakwaan seorang mukmin adalah suka mengucapkan kata-kata ini (QS. Al-Ahzab [33]: 70).

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا

سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.”

Keempat, *qawlun baliqh* (ucapan yang efektif dan efektif). Dalam hal ini artinya proses komunikasi yang dijalin bisa berjalan sebagaimana mestinya maka perlu ada penyesuaian terhadap lawan bicaranya. Selain dari pada itu, penggunaan kata-kata juga memengaruhi efektifitas dari komunikasi yang terjalin, penyesuaian kata-kata perlu dilakukan supaya lawan bicara dapat memahami apa konteks yang sedang dibicarakan dengan mudah. Kata-kata yang dilontarkan saat pembicaraan haruslah yang sifatnya hati-hati, ringkas, dapat dimengerti, dan benar tanpa adanya distorsi.

Lebih jelas lagi pada tafsir Quraish Shihab mengusulkan beberapa karakteristik mengenai pesan-pesan yang dapat dikatakan baliqh diantaranya pesan yang disampaikan

langsung pada intinya, tidak terlalu pendek dan tidak terlalu panjang, kosakata yang digunakan juga mudah dimengerti serta gaya bahasa yang digunakan sesuai dengan lawan yang diajak bicara (Shihab 2002) Jenis tuturan ini akan memiliki pengaruh yang kuat bagi pendengarnya (QS Annisa [4]:63).

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ
فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي
أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

“Mereka itu adalah orang-orang yang (sesungguhnya) Allah mengetahui apa yang ada di dalam hatinya. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka nasihat, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang membekas pada jiwanya.”

Kelima, *qaulun karim* (kata mulia).

Hal ini berkaitan dengan tutur kata yang bersih dari kecongkakan dan nada merendahkan atau meremehkan lawan bicara. Ada semangat kehormatan, rasa hormat dan penghargaan terhadap lawan bicara dalam *qaulun karim*. Qaulan karim biasanya diimplementasikan pada rasa hormat, enak didengar, lemah lembut, dan sopan santun. Selain itu, seorang individu harus memperhatikan rasa hormat dan tidak menggurui atau menggunakan retorika yang berapi-api (QS Al Isra' [17]:23).

❖ وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ
وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ
الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ

هُمَا أَفٍ وَلَا تَهْرَبُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا
كَرِيمًا

“Dan Tuhanmu telah memerintahkan agar kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah berbuat baik kepada ibu bapak. Jika salah seorang di antara keduanya atau keduanya sampai berusia lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah engkau mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan janganlah engkau membentak keduanya, dan ucapkanlah kepada keduanya perkataan yang baik.”

Enam, *qaulun maysur* (ucapan yang bermartabat dan cepat). *Maysur* memiliki arti memudahkan. Namun kata ini mengandung unsur meringankan segala kesulitan yang menimpa orang lain dan menghibur mereka untuk meringankan beban penderitaan mereka (QS Al-Isra' [17]: 28).

وَأِمَّا تَعْرِضْ عَنْهُمْ أَبْتَغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ
تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

“Dan jika engkau berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang engkau harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang lemah lembut.”

Tujuh, *qaulun layyin* (ucapkan kata manis). *Qawlan Layyina* (lemah lembut) berarti berbicara lembut, dengan suara yang menyenangkan, penuh keramahan, menghindari berteriak dan meninggikan suara (Rakhmat 1994). Kelembutan dikatakan mampu menjinakkan kekerasan, seperti air dapat memadamkan api. Ini adalah pesan Allah kepada Nabi Musa dan Nabi Harun karena keduanya akan menghadapi Fir'aun yang dzalim (QS Thaha [20]: 44). Rasulullah

SAW pun mengingatkan, "(Muslim terbaik) ialah yang orang-orang Muslim yang selamat dari (bahaya) lisan dan tangannya (perbuatannya)" (HR Bukhari dan Muslim).

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لِّعَلَّهِ يَتَذَكَّرُ أَوْ



“maka berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir'aun) dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut.”

4. Simpulan dan Saran

Beradaptasi dengan kemajuan zaman sangat penting untuk direnungkan. Hal ini perlu kita perhatikan dan mempertimbangkan secara kritis kegiatan ekonomi yang mungkin menyimpang dari nilai-nilai Islam. Tugas kita sebagai umat Islam adalah menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam dalam bentuk pengabdian dan keyakinan kepada Allah SWT.

Bisnis yang beroperasi semata-mata atas dasar ego, hanya akan menghasilkan kemudharatan saja. Sebagai *khalifah* dunia ini, kita memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa sumber daya yang dipercayakan kepada kita dikelola semaksimal mungkin, sehingga perkembangan teknologi ini tidak boleh menjadi mendatangkan hal negatif bagi bisnis kita. Untuk itu pentingnya menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam berbisnis adalah hal yang harus dilakukan.

Berikut adalah prinsip-prinsip dalam etika berbisnis diantaranya; kesatuan (*unity*), keseimbangan dan keadilan (*al-adl*), kehendak bebas (*ikhtiar*), pertanggung jawaban (*fardh*) dan perbuatan baik (*ihsan*). Penerapan prinsip Islam dalam berbisnis juga harus dibarengi

dengan implementasi dari komunikasi menurut syariat Islam, dimana Al-Quran sebagai sumber pedoman kehidupan telah banyak mencantumkan ayat-ayat mengenai etika dalam berkomunikasi, diantaranya; *qaulan ma'ruf* (perkataan yang baik), *qaulan tsabit* (perkataan yang tegas), *qaulan sadid* (perkataan yang benar), *qaulan baligh* (perkataan yang efektif), *qaulan karim* (perkataan yang mulia) dan *qaulan layyin* (perkataan yang manis).

Dari sini dapat kita lihat bahwa dalam menjalankan sebuah bisnis perlunya etika dalam komunikasi bisnis dan prinsip-prinsip berbisnis yang berdasarkan pada nilai-nilai Islam haruslah diimplementasikan. Karena pada dasarnya segala kegiatan yang kita lakukan akan kita pertanggung jawabkan semua di hadapan Allah SWT dan segala bentuk kegiatan dan usaha yang kita lakukan di dunia semata-mata hanya untuk mendapatkan ridha-Nya.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2003. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*. Cetakan ke. Bandung: ALFABETA.
- Andriani, Nita. 2021. “Etika Komunikasi Bisnis Dalam Perspektif Islam.” *Al-Hikmah* 19 (1): 13–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.35719/alhikmah.v19i01.40>.
- Anindya, Desy Astrid. 2017. “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua.” *At-Tawassuth* 2 (2): 389–412. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30821/ajei.v2i2.1228>.
- Anwar, Mochamad Khoirul, A'rasy Fahrullah, Ahmad Ajib Ridlwan, and Muhammad

- Hasan Muzaki. 2020. "The Role Of Al-Hisbah In Implementation Of Business Ethics In Traditional Markets." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 4 (2): 158–75.
- Arianti, Dewi, and Hawari Muhammad. 2021. "Etika Komunikasi Bisnis Online Di Era New Normal Perspektif Hukum Bisnis Islam." *As-Salam: Jurnal Studi Hukum Islam Dan Pendidikan* 10 (1): 47–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.51226/asalam.v10i1.207>.
- Badroen, Faisal, Suhendra, M. Arief Mufraeni, and Ahmad D. Bashori. 2007. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Cetakan ke. Jakarta: Kencana.
- Handayani, Disfa Lidian. 2019. "Etika Bisnis Islam: Sebuah Kajian Komparatif." *Baabu Al-Ilmi: Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 4 (1): 36–58. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29300/ba.v4i1.1852>.
- Harahap, Sofyan S. 2011. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hardiansyah, Kiki, and Fitranty Adirestuty. 2021. "Islamic Business Ethics: The Key to Success in Family Business (Case Study at Green Hotel Ciamis)." *Review of Islamic Economics and Finance* 4 (2): 71–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/rief.v4i2.39918>.
- Juliyani, Erly. 2016. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam." *Ummul Qura* 7 (1): 63–74. <http://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/qura/article/view/3081>.
- Rakhmat, Jalaludin. 1994. *Islam Aktual: Refleksi Seorang Cendekiawan Muslim*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Shihab, M. Quraish. 2002. *Tafsir Al Misbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakrta: Lentera Hati.
- Syathori, Ahmad. 2016. "Konsep Welfare-Economic: Antara Etika Bisnis Islam Dan Protestan." *Risalah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 3 (1): 78–93. https://doi.org/https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v3i1.26.
- Yatimin, Abdullah. 2006. "Pengantar Studi Etika." In *Jakarta: Raja Grafindo Persada*.
- Zubair, Achmad Charris. 1995. *Kuliah Etika*. Edisi III. Jakarta: Rajawali Press.
- Zulkifli, Che Mohd, and Che Omar Ana Siti Sarpina Saripuddin. 2015. "Concept of Business Ethics in Islam - Approach to the Entrepreneur." *Journal of Asian Business Strategy* 5 (1): 13–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.18488/journal.1006/2015.5.1/1006.1.13.18>.