

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al- Qur'an dan hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntunan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari¹⁹.

Etika bisnis sebenarnya sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW. Selain memiliki sifat ulet dan berdedikasi dalam berdagang, beliau juga memiliki sifat shiddiq, amanah, fathanah, dan tabliq. Shiddiq berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, amal perbuatan serta keyakinan seperti nilai dasar yang diajarkan dalam Islam. Istiqomah atau konsisten dalam keimanan dan nilai kebaikan meskipun dihadapkan pada tantangan serta godaan, ditampilkan dalam kesabaran dan keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal. Fathanah berarti cerdas dalam memahami secara mendalam segala sesuatu yang menjadi tugas dan kewajibannya, dengan

¹⁹ Djakfar. M. 2008. Etika Bisnis Islami : Tatanan Teoritis dan Praktis. UINMalang Press. Malang. Hlm : 128

demikian akan timbul kreatifitas dan kemampuan melakukan inovasi yang bermanfaat. Amanah yaitu terpercaya, sehingga dapat ditampilkan dalam kejujuran berdagang serta pelayanan yang optimal dalam segala hal. Yang terakhir adalah tabliq yaitu menyampaikan wahyu, maksudnya bahwa Rasulullah pasti menyampaikan seluruh ajaran Allah SWT sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melakukan ketentuan – ketentuan ajaran Islam²⁰.

b. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Etika bisnis akan memberikan pelajaran kepada para pelaku bisnis bahwa bisnis yang “berhasil”, tidak hanya bisnis yang menuai keuntungan secara material saja melainkan bisnis yang bergerak dalam koridor etika yang membawa tanggung jawab dan memelihara hubungan baik antar manusia yang terlibat didalamnya. Etika bisnis memiliki tujuan yang paling penting yaitu mengugah kesadaran tentang dimensi etis dari kegiatan bisnis dan manajemen²¹.

Secara normatif dapat dijelaskan bahwa dalam aspek

²⁰ Barus, E. E. dan Nuriani. 2016. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Rumah Makan Wong Solo Medan. Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Vol. 2 (2) : 130 -131.

²¹ Nugroho, A. dan A. Arijanto. 2015. Etika Bisnis (Business Ethic) Pemecahan Teori Secara Komprehensif dan Implementasinya. PT Penerbit IPB Press. Bogor. Hlm: 49

ekonomi dan bisnis terdapat enam prinsip etika bisnis yang harus melandasi suatu bisnis yaitu :

1. Kesatuan (Tauhid)

Kesatuan di sini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial, menjadi suatu “homogeneous whole” atau keseluruhan homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh²².

Karena makhluk beragama (religius), terutama Muslim, bagaimanapun harus memperhatikan apa yang telah ditetapkan oleh Allah Swt. Dia-lah yang punya kuasa, mengatur, sekaligus menetapkan kehidupan alam semesta beserta segala isinya, tanpa terkecuali kehidupan manusia. Dia-lah pemilik alam yang menyediakan segala kebutuhan makhluk hidup di dunia. Dengan akal pikirannya kebutuhan itu dikelola oleh manusia melalui aktivitas bisnis dengan memanfaatkan seluruh kekayaan alam yang ada.

Harta kekayaan yang diperoleh manusia melalui bisnis tidaklah berarti bisa dikuasainya

²² Muhammad, dan R. L. Fauroni. 2002. Visi Al-Qur’an Tentang Etika dan Bisnis. Salemba Diniyah. Jakarta.

secara mutlak tanpa batas, tetapi terbatas dan relatif. Karena pemilik mutlak itu pada hakikatnya hanya Allah Swt semata. Oleh karena itu di sinilah relevansinya, justru mengapa manusia dalam melakukan bisnis harus taat pada ketentuan pemilik mutlaknya²³. Kesatuan antara kegiatan bisnis dengan moralitas dan pencarian ridha Allah. Kesatuan pemilikan manusia dengan pemilikan Tuhan. Kekayaan (sebagai hasil bisnis) merupakan amanah Allah (pemilikannya bersifat tidak mutlak), dan karenanya dalam setiap pemilikannya oleh individu terkandung kewajiban – kewajiban sosial²⁴.

2. Keseimbangan/ Keadilan

Dalam melakukan aktivitas ekonomi dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Di dalam Islam hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan rasulNya berlaku sebagai stakeholders dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodasikan salah satu hak

²³ Djakfar. M. 2008. Etika Bisnis Islami : Tatanan Teoritis dan Praktis. UINMalang Press. Malang. Hlm:101-102

²⁴ Muhammad. 2004. Etika Bisnis Islami. Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. Yogyakarta.hlm;71

stakeholders di atas, dapat menempatkan seseorang pada kezaliman. Persamaan kompensasi, persamaan hukum, moderat dan proporsional adalah pilar-pilar keadilan dan keseimbangan dalam moral Islam yang akan membawa pada kebijakan dan ketakwaan. Allah berfirman dalam Q.S. AlMa'idah ayat 8.

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil itu lebih dekat dengan takwa”*.

Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dari sini terlihat bahwa berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu berlaku tidak adil akan membuat seseorang tertipu pada kehidupan dunia, karena itu dalam perniagaan/ bisnis, Islam melarang untuk menipu bahkan sekedar membawa suatu kondisi

yang dapat menimbulkan keraguan yang dapat menyesatkan atau gharar²⁵.

Prinsip keseimbangan mengajarkan manusia tentang bagaimana meyakini segala sesuatu yang diciptakan Allah dalam keadaan seimbang dan serasi. Hal ini dapat dipahami dalam Al- Quran, yang telah menjelaskan bahwa :

Artinya: *“Yang menciptakan tujuh langit berlapis-lapis. Tidak akan kamu lihat sesuatu yang tidak seimbang pada ciptaan Tuhan Yang Maha Pengasih. Maka lihatlah sekali lagi, adakah kamu lihat sesuatu yang cacat”*. (Qs. Al-Mulk, 67 : 3)

Prinsip ini menuntut manusia bukan saja hidup seimbang, serasi, dan selaras dengan dirinya sendiri, tetapi juga menuntun manusia untuk mengimplementasikan ketiga aspek tersebut dalam kehidupan²⁶.

3. Kehendak Bebas

Islam sangat memberikan keleluasaan terhadap manusia untuk menggunakan segala potensi sumber daya yang dimiliki. Demikian juga kemerdekaan manusia Islam sangat memberikan kelonggaran dalam kebebasan berkreasi,

²⁵ Mufraini, A.F., B. Setyanto, dan S.W. Romdlon. 2011. Etika Bisnis Islam. Gramata Publishing, Jakarta.HLM:8-9

²⁶ Baidowi, A. 2011. Etika Bisnis Perspektif Islam. Jurnal Hukum Islam 9 (2) : 3

melakukan transaksi dan melaksanakan bisnis atau investasi. Karena manusia di satu sisi memiliki atau dianugrahi oleh Allah unsur atau potensi emosi, akal daya nalar atau argumentasi. Namun di sisi lain manusia dianugrahi oleh Allah berupa kemampuan dasar spritual, akal budi dan insting sehingga dengan potensi budaya ini manusia mampu berkreasi menciptakan segala produk budaya yang mampu membedakan manusia dengan makhluk lain yang diciptakan Allah di muka bumi ini²⁷.

Dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, termasuk menepati atau mengingkarinya. Seorang muslim yang percaya pada kehendak Allah, akan memuliakan semua janji yang dibuatnya. Ia merupakan bagian kolektif dari masyarakat dan mengakui bahwa Allah meliputi kehidupan individual dan sosial²⁸.

4. Tanggung Jawab (Responsibility)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan

²⁷ Muslich. 2004. Etika Bisnis Islami : Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif. Ekonisia. Yogyakarta. Hlm:41

²⁸ Muhammad, dan R. L. Fauroni. 2002. Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis. Salemba Diniyah. Jakarta. Hlm:15

akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu untuk mempertahankan kualitas keseimbangan dalam masyarakat. Konsepsi tanggung jawab dalam Islam mempunyai sifat berlapis dan berfokus baik pada tingkat mikro (individual) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial), yang keduanya harus dilakukan secara bersama-sama. Menurut Sayyid Qutub Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya²⁹.

5. Kebenaran, Kebijakan dan Kejujuran (Siddiq)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula unsur kebijakan dan kejujuran. Kebenaran adalah nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

²⁹ Ibid, hlm:16-17

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan margin keuntungan (laba). Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.

Kebijakan adalah sikap ihsan, benevolence yang merupakan tindakan yang memberi keuntungan bagi orang lain. Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan. Termasuk kedalam kebijakan dalam bisnis adalah sikap kesukarelaan dan keramahtamahan. Kesukarelaan dalam pengertian, sikap suka rela antara kedua pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian bisnis. Kedua belah pihak sama – sama mempunyai hak pilih atas transaksi dan tidak boleh bersegera memisahkan diri untuk menjaga jika ada ketidak cocokan, bahkan pembatalan transaksi. Hal ini ditekankan untuk menciptakan dan menjaga keharmonisan

hubungan dan cinta mencintai antar sesama pelaku atau mitra bisnis. Adapun kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya kecurangan sedikitpun³⁰.

6. Terpercaya (Amanah)

Amanah adalah prinsip etika fundamental Islam yang lain. Esensi amanah adalah rasa tanggung jawab, rasa memiliki untuk menghadap Allah SWT. Dan bertanggung jawab atas tindakan seseorang. Menurut Islam kehidupan manusia dan semua potensinya merupakan suatu amanah yang diberikan oleh Allah SWT kepada manusia. Islam mengarahkan para pemeluknya untuk menyadari amanah ini dalam setiap langkah kehidupan. Persoalan bisnis juga merupakan amanah antara masyarakat, individu, dan Allah SWT. Semua sumber bisnis akan menggunakan sumber daya bisnisnya dengan sangat efisien³¹.

c. Bisnis Dalam Islam

Bisnis merupakan suatu istilah untuk menjelaskan segala aktivitas berbagai intuisi dari yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari. memaknai

³⁰ Ibid, hlm:17-18

³¹ Makkasau, A. I. 2019. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro Di Kelurahan Rampoang Kota Palopo. Skripsi. Program Sarjana Institut Agama Islam Negeri Palopo.hlm:2

bisnis sebagai sekelompok orang yang memiliki tujuan memperoleh keuntungan dengan mengelola barang

agar menghasilkan barang yang bagus dan layak. Bisnis menurut pandangan Ebert dilakukan dalam sejumlah orang, artinya lebih satu orang, dan senantiasa meraih keuntungan sebagai tujuan utamanya atau target bisnisnya. Dalam ilmu ekonomi bisnis dikatakan sebagai suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya untuk mendapatkan laba³².

Adapun dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas jual beli dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya baik barang atau jasa, tetapi dibatasi cara memperoleh dan menggunakannya. Artinya dalam mendapatkan harta dan menggunakannya tidak boleh dengan cara-cara yang diharamkan Allah. Berbisnis menurut ketentuan syariat dan harus dibedakan antara halal dan haramnya atau yang hak dan yang bathil tidak boleh dicampurkan. Sesuai dengan firman Allah Qs. Al- Baqarah ayat 42 :

³² Sembiring, Rasmulia. 2014. Pengantar Bisnis. La Goods Publishing.hlm:3

Artinya: *“Dan janganlah kamu campur adukkan kebenaran dengan kebatilan dan (janganlah) kamu sembunyikan yang hak itu, sedangkan kamu mengetahuinya”*.

Berdasarkan ayat diatas, maka bisnis menurut ketentuan syariah tidak boleh bersifat liberal atau bebas, tetapi harus mengikuti norma halal, haram bahkan yang syubhat lebih baik di jauhi dari pada dilakukan³³.

Dalam Islam ada beberapa prinsip-prinsip bisnis yang sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW, yaitu:

a. Costumer Oriented

Dalam bisnis Rasulullah selalu menerapkan prinsip costumer oriented, yaitu prinsip bisnis yang selalu menjaga kepuasan pelanggan. Untuk melakukan prinsip tersebut Rasulullah menerapkan kejujuran, keadilan, serta amanah dalam melaksanakan kontrak bisnis. Jika terjadi perbedaan pandangan maka diselesaikan dengan damai dan adil tanpa ada unsur-unsur penipuan yang dapat merugikan salah satu pihak.

³³ Asmuni, dan S. Mujiatun. 2013. *Bisnis Syariah Suatu Alternatif Pengembangan Bisnis Yang Humanistik dan Berkeadilan*. Perdana Publishing. Medan. Hlm:11-13

b. Transparansi

Prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam bisnis merupakan kunci keberhasilan. Apapun bentuknya, kejujuran tetap menjadi prinsip utama sampai saat ini. Transparansi terhadap konsumen dan merugikan konsumen.

c. Persaingan yang Sehat

Islam melarang persaingan bebas yang menghalalkan segala cara karena bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Islam memerintahkan umatnya berlomba-lomba dalam kebaikan, yang berarti bahwa persaingan berarti tidak lagi berarti sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik bagi usahanya.

Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan jujur dengan kondisi barang dagangan serta melarang kolusi dalam persaingan bisnis karena merupakan perbuatan dosa yang harus dihindari.

d. Fairness

Terwujudnya keadilan adalah misi diutusnya para Rasul. Setiap ketidakadilan harus lenyap dari muka bumi. Oleh karena itu, Nabi Muhammad SAW selalu tegas dalam menegakkan keadilan termasuk keadilan dalam berbisnis³⁴.

Di dalam bisnis ada beberapa hal yang dilarang dalam prakteknya, antara lain :

1. Riba

Riba secara bahasa bermakna ziyadah yang artinya tambahan. Secara linguistik, riba berarti tumbuh dan membesar. Adapun secara teknis riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil. Secara umum riba diartikan sebagai pengambilan tambahan baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam meminjam secara batil atau bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam³⁵.

Riba merupakan sub sistem ekonomi yang berprinsip menguntungkan

³⁴ Norvadewi. 2015. Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip, dan Landasan Normatif). Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 01 (01) : 37-39.

³⁵ Mufraeni, A.F., B. Setyanto, dan S.W. Romdlon. 2011. Etika Bisnis Islam. Gramata Publishing. Jakarta.hlm:62

kelompok tertentu dan mengabaikan kepentingan masyarakat luas. Al-Qur'an hadir dengan nilai-nilainya untuk membangun kesejahteraan umat manusia yang seimbang antara dunia dan akhirat antara individu dan masyarakat. Dalam aspek ekonomi dan bisnis, Al-Qur'an menawarkan prinsip keadilan dan kesucian yaitu melarang pemilikan harta yang terlarang dzatiahnya (haram), terlarang cara dan proses memperolehnya dan terlarang pada dampak pengolahannya jika merugikan pihak lain³⁶.

2. Gharar

Gharar adalah ketidakjelasan atau ketidakpastian dalam penetapan aturan dan persyaratan transaksi. Dengan demikian transaksi tersebut menjadi tidak transparan minimal bagi satu pihak. Menurut mazhab Imam Safi'i definisi gharar sebagaimana tertuang dalam kitab *Qalyubi wa Umairah*, "gharar itu adalah apaapa yang akibatnya tersembunyi dalam pandangan kita dan

³⁶ Op.cit.:154

akibat yang paling mungkin muncul adalah paling kita takuti”.

Sedangkan menurut bahasa, makna gharar adalah al-khida“(penipuan), suatu tindakan yang di dalamnya diperkirakan tidak ada unsur kerelaan, grarar dari segi fikih berarti penipuan dan tidak dapat diserahkan. Gharar terjadi apabila, kedua belah pihak saling tidak mengetahui apa yang akan terjadi seandainya transaksi tersebut dijalankan. Islam melarang transaksi demikian kerana berpeluang salah satu pihak akan terzalimi. Untuk itu Islam menetapkan beberapa syarat sahnya jual-beli, yang tanpanya jual-beli dan kontrak menjadi rusak, diantara syarat-syarat tersebut adalah:

- a. Timbangan yang jelas (diketahui dengan jelas berat jenis yang ditimbang).
- b. Barang dan harga yang jelas dan dimaklumi (tidak boleh harga yang majhul (tidak diketahui ketika dibeli).
- c. Ridha kedua belah pihak terhadap bisnis yang dijalankan.

Islam menekankan bahwa gharar merusak akad. Larangan gharar dalam bisnis Islam mempunyai peranan untuk menjaga atau menjamin keadilan³⁷.

3. Maysir

Maysir adalah perilaku berbau judi dalam setiap penetapan aturan dan persyaratan transaksi. Maysir juga didefinisikan sebagai perbuatan mempertaruhkan keuntungan semata-mata pada nasib tanpa suatu kepastian. Kaidah syariah yang melarang perbuatan maysir terdapat dalam Q.S. Al-Maidah ayat 90,

*“Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi (al-maysir), berkorban untuk berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan”*³⁸.

d. Tujuan Bisnis Dalam Islam

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

³⁷ Op.cit:66-68

³⁸ Op.cit:70

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

Benefit yang dimaksud tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga bersifat non materi. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada qimah madiyah. Masih ada tiga 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 khuluqiyah, 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 bertahan dalam kurun waktu yang lama.

4. Keberkahan

Semua tujuan yang telah dicapai tidak akan berarti apa-apa jika tidak ada keberkahan di dalamnya. Maka bisnis Islam menempatkan keberkahan dalam tujuan inti, karena ini merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia. Keberkahan ini menjadi bukti bahwa bisnis yang dilakukan oleh pengusaha muslim telah mendapat ridho dari Allah SWT., dan bernilai ibadah³⁹.

³⁹ Zaroni, N. A. 2007. Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi). Jurnal Mazahib Vol. 4 (2) : 182 – 183)

e. Etika Distribusi Islam

Dalam Islam, kegiatan distribusi memang tidak dijelaskan secara rinci dalam Al-Qur'an ataupun al-Hadits, hanya saja sebagaimana pada prinsip produksi dan konsumsi, Islam memberikan norma etis tentang bagaimana seharusnya umat Islam untuk bersikap dermawan. Jadi, kegiatan distribusi dalam Islam ada dua orientasi, pertama, adalah menyalurkan rezeki (kekayaan) untuk diinfakkan (didistribusikan) demi kepentingan diri sendiri maupun orang lain, seperti pengeluaran zakat sebagai pensucian harta maupun jiwa, serta mendermawankan sebagian harta bendanya. Kedua, berkenaan dengan mempertukarkan hasil-hasil produksi dan daya ciptanya kepada orang lain yang membutuhkan, agar mendapat laba sebagai wujud dari pemenuhan kebutuhan atas bisnis oriented. Pada dasarnya Islam memiliki dua sistem distribusi utama, yakni distribusi secara komersial dan mengikuti mekanisme pasar serta sistem distribusi yang bertumpu pada aspek keadilan sosial masyarakat. Sistem distribusi yang berlangsung melalui proses ekonomi (mekanisme pasar) yakni mekanisme yang dihasilkan dari proses tukar-menukar dari para pemilik barang dan jasa. Mekanisme ini diterangkan dalam firman Allah Swt:

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).*

Nilai yang ada dalam distribusi ekonomi islam dalam menjalankan distribusi ada beberapa nilai yang ada diantaranya :

1. Akidah

Akidah mempunyai peran yang penting dalam kehidupan manusia. Ia mempunyai dampak yang kuat dalam cara berpikir seseorang. Akidah begitu kuat pengaruhnya sehingga dapat mengendalikan manusia agar mau mengikuti ajaran yang diembannya.

2. Moral

Moral menunjukkan kepada perilaku manusia tentang hukum yang berlaku pada manusia itu sendiri. Hukum yang berlaku pada manusia berbeda dengan hukum formal. Pada hukum formal memberi sanksi jika melanggar. Akan tetapi, hukum moral tidak tetap menembus ke dalam sehingga melihat hal yang bersifat niatnya saja.

Misalnya dalam kasus orang yang bersedekah, hukum moral memandang niat dari sedekah ini. Jika niatnya baik demi menolong orang yang lemah maka sedekah ini baik dan berarti pula sama persis dengan nilai moral. Tapi jika niatnya jelek hanya untuk riya⁴⁰ maka sedekah demikian dianggap salah dan divonis sebagai tindakan yang tidak berakhlakul karimah⁴⁰

Islam memiliki etika distribusi sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari etika komprehensif Islam. Distribusi yang dimaksudkan disini adalah kegiatan membawa barang dan jasa kepada konsumen. Islam tidak membiarkan kegiatan distribusi ini bebas nilai. Dengan adanya etika Islam dalam mendistribusikan barang seorang distributor harus memperhatikan etika agar perilakunya sesuai dengan etika bisnis Islam. Beberapa etika Islam dalam bidang distribusi adalah sebagai berikut:

- a. Selalu menghiasi amal dengan niat ibadah dan ikhlas.

Dalam melakukan kegiatan distribusi hendaknya berniat untuk tidak mengejar keuntungan semata, akan tetapi harus tetap

⁴⁰ M. Darwan Rahardjo, Etika Ekonomi dan Manajemen, (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 1990), 98.

mengharap keberhakan dari Allah SWT. Melakukan pekerjaan dengan ikhlas dan tidak mengeluh, selalu bersemangat dalam bekerja.

- b. Transparan, dan barangnya halal serta tidak membahayakan.

Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba⁴¹. Kendati dalam bisnis kita ingin memperoleh keuntungan, tetapi hak-hak pembeli harus tetap dihormati⁴²

- c. Melakukan metode distribusi yang bersifat jujur, tidak mengurangi ukuran, standart, kualitas, dan timbangan secara curang.

Al-Qur'an memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan⁴³. Jujur dalam takaran ini sangat penting untuk

⁴¹ Nurul Hanani dan Ropingi el Ishaq, *Ekonomi Islam Dan Keadilan Sosial*, (Kediri: STAIN Kediri Press, 2011), 211.

⁴² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami: Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), 101.

⁴³ Sofyan S Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, 139.

diperhatikan sebab Tuhan sendiri mengatakan dalam firmannya QS. Al-Muthaffifin 1-3:

Artinya: *“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka meminta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”*

Dari ayat diatas jelas bahwa berbuat curang dalam berbisnis sangat dibenci oleh Allah SWT, maka mereka termasuk orang-orang yang celaka. Kata ini menggambarkan kesedihan, kecelakaan dan kenistaan. Berbisnis dengan cara yang curang menunjukkan suatu tindakan yang nista, dan hal ini menghilangkan nilai kemartabatan manusia yang luhur dan mulia. Dalam kenyataan hidup, orang yang semula dihormati dan dianggap sukses dalam berdagang, kemudian ia terpuruk dalam kehidupannya, karena dalam menjalankan bisnisnya penuh dengan kecurangan, ketidakadilan dan mendzalimi orang lain.

- d. Bertanggungjawab atas barang yang didistribusikan.

Tanggungjawab diartikan dengan berbuat sebagai perwujudan kesadaran akan kewajiban. Dalam menjalankan kegiatan bisnis, tanggungjawab diterapkan terhadap mitra yang harus dihormati hak dan kewajibannya. Islam tidak pernah mentolerir pelanggaran atas hak dan kewajibannya itu sehingga disinilah yang harus dipikul oleh manusia. Bertanggungjawab terhadap amanah yang diberikan merupakan ciri bagi muslim yang bertaqwa. Amanah adalah titipan yang menjadi tanggungan, bentuk kewajiban atau utang yang harus kita bayar dengan cara melunasinya sehingga kita merasa aman atau terbebas dari segala tuntutan⁴⁴.

e. Adil, dan tidak mengerjakan hal-hal yang dilarang di dalam Islam.

Keadilan pada umumnya adalah keadaan atau situasi dimana setiap orang memperoleh apa yang menjadi halnya dan setiap orang memperoleh bagian yang sama. Dengan demikian berarti bahwa keadilan adalah keseimbangan antara hak dan kewajiban⁴⁵. Berbuat adil berarti menghargai dan menjunjung tinggi harkat dan martabat

⁴⁴ Op.cit, 140.

⁴⁵ Ibid, hlm:140

manusia, sebaliknya berbuat tidak adil berarti menginjak-injak harkat dan martabat manusia. Keadilan dalam distribusi merupakan suatu kondisi yang tidak memihak pada salah satu pihak atau golongan tertentu dalam ekonomi, sehingga menciptakan keadilan merupakan kewajiban yang tidak bisa dihindari dalam ekonomi Islam⁴⁶. Adil dalam arti melakukan kerjasama yang saling menguntungkan dengan jujur, sederajat, dan memberikan keuntungan bagi kedua pihak dan tidak membenarkan cara-cara yang hanya menguntungkan seseorang, lebih-lebih yang dapat mendatangkan kerugian pada orang lain atau keuntungan yang diperoleh ternyata merugikan kepentingan umum.

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan Allah dan Rasul-Nya berlaku sebagai stakeholder dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus

⁴⁶ Ruslan Abdul Ghofur Noor, Kebijakan Distribusi Ekonomi Islam Dalam Membangun Keadilan Ekonomi Indonesia, (Yogyakarta: Puataka Pelajar, 2013), 77.

ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak diatas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karena orang yang adil akan lebih dekat dengan ketakwaan⁴⁷.

f. Mencari keuntungan yang wajar.

Seorang penjual dilarang menentukan keuntungan secara berlebihan, karena hal tersebut akan memberatkan pembeli. Apabila harga suatu barang sangat mahal maka pembeli tidak akan sanggup membeli. Ketika seorang pembeli tidak sanggup membeli suatu barang maka ia tidak dapat memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian pemerataan ekonomi tidak akan tercapai.⁴⁸

g. Distribusi kekayaan yang meluas, Islam mencegah penumpukan kekayaan pada kelompok kecil dan menganjurkan distribusi⁴⁹ kekayaan kepada seluruh lapisan masyarakat. Islam membenarkan hak-hak milik pribadi, namun tidak membenarkan mengumpulkan harta benda pribadi sampai batas-batas yang

⁴⁷ Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), 91

⁴⁸ *Op/Cit*, 140.

⁴⁹ Ahmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2*, (Riau: Al-Mujtahadah Press, 2010), 21.

dapat merusak fondasi sosial Islam, karena mengumpulkan harta yang berlebihan bertentangan dengan kepentingan umum, yang berimbas pada rusaknya sistem sosial dengan munculnya kelas-kelas yang mementingkan kepentingan pribadi. Di samping itu, mengumpulkan harta yang berlebihan dapat melemahkan daya beli masyarakat dan menghambat mekanisme pasar bekerja secara adil, karena harta tidak tersebar di masyarakat.

Apabila terjadi yang sedemikian, dibenarkan bagi pemerintah dengan kekuasaannya untuk mengambil secara paksa harta tersebut demi kepentingan masyarakat melalui instrumen zakat. Kebijakan untuk membatasi harta pribadi dapat dibenarkan dengan dilakukan untuk menjamin terciptanya kondisi sosial yang sehat dan terwujudnya landasan keadilan distribusi di masyarakat⁵⁰.

- h. Kesamaan Sosial, maksudnya dalam pendistribusian tidak ada diskriminasi atau

⁵⁰ Ruslan, Kebijakan Distribusi Ekonomi Islam Dalam Membangun Keadilan Ekonomi Indonesia, 78.

berkasta-kasta, semuanya sama dalam mendapatkan ekonomi⁵¹.

B. Distribusi

a. Pengertian Distribusi

Lingkup aktivitas bisnis sangatlah luas. Akan tetapi pada dasarnya aktivitas tersebut terdiri dari produksi, distribusi, dan konsumsi. Masing-masing aktivitas ini memiliki teori tersendiri. Salah satunya adalah distribusi yang mana aktivitas distribusi ini berarti pemindahan tempat barang atau jasa dari produsen ke konsumen.⁵²

Dalam usaha untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen, maka faktor penting yang tidak boleh diabaikan adalah memilih secara tepat saluran distribusi (channel of distribution). Keputusan perusahaan dalam memilih saluran distribusi akan menentukan bagaimana cara produk yang dibuatnya dapat dijangkau oleh konsumen. Perusahaan mengembangkan strategi untuk memastikan bahwa produk yang didistribusikan kepada pelanggan berada pada tempat yang tepat. Untuk itu perlu adanya pemahaman tentang saluran distribusi yang tepat dalam sebuah usaha. Saluran

⁵¹ Atok Syihabuddin, "Etika Distribusi Dalam Ekonomi Islam". *Ekonomi*, (2017), Vol 20: 87.

⁵² M. Manullang, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2008), 14.

distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ke tangan konsumen⁵³.

Dalam Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI), pengertian distribusi adalah pembagian pengiriman barang-barang kepada orang banyak atau ke beberapa tempat⁵⁴.

Selain itu ilmuwan ekonomi konvensional Philip Kotler mendefinisikan distribusi adalah himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak, atau membantu dalam mengalihkan hak atas barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen⁵⁵.

Secara garis besar, pendistribuan dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, harga, tempat dan saat yang dibutuhkan).

⁵³ M. Fuad, Pengantar Bisnis, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 129.

⁵⁴ Dessy Anwar, Kamus Bahasa Indonesia, (Surabaya: Karya Abditama, 2001), Cet. Ke-1, 125.

⁵⁵ Abdul Aziz, Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 87.

Berdasarkan definisi diatas dapat diketahui adanya beberapa unsur penting dalam distribusi, yaitu:

- a. Saluran distribusi merupakan sekelompok lembaga yang ada diantara berbagai lembaga yang mengadakan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan.
- b. Tujuan dari saluran distribusi adalah untuk mencapai pasar-pasar tertentu. Dengan demikian pasar merupakan tujuan dari kegiatan saluran
- c. Saluran distribusi melaksanakan dua kegiatan penting untuk mencapai tujuan, yaitu mengadakan penggolongan dan mendistribusikan.

Dalam kegiatan distribusi terdapat pihak yang disebut distributor. Distributor adalah orang atau lembaga yang melakukan kegiatan distribusi atau disebut juga pedagang yang membeli/mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama (produsen) secara langsung. Dalam melakukan kegiatan pemasaran dan penjualan barang, distributor melakukan pembelian barang dagangan ke produsen. Dengan adanya jual beli tersebut kepemilikan barang berpindah kepada pihak distributor. Kemudian barang yang telah menjadi miliknya tersebut dijual kembali kepada konsumen.

Distributor dapat berupa pedagang atau makelar. Pedagang adalah seseorang atau lembaga yang

membeli dan menjual barang kembali tanpa merubah bentuk dan tanggungjawab sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Pedagang ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu pedagang besar dan pedagang eceran. Pedagang berhak untuk menentukan harga atau keuntungan yang diinginkan. Namun pedagang tidak diperkenankan untuk berbuat zalim yang dapat menjerumuskan pembeli. Sedangkan makelar atau perantara adalah salah satu bentuk penunjuk jalan atau perantara antara penjual dan pembeli, dan banyak memperlancar keluarnya barang serta mendatangkan keuntungan. antara kedua belah pihak. Makelar tersebut bisa mendapatkan upah kontan berupa uang atau secara prosentase dari keuntungan apa saja yang telah disepakati bersama, ini berarti makelar tidak diperbolehkan untuk menentukan harga sendiri.

b. Tujuan Distribusi

Adapun yang menjadi tujuan distribusi adalah sebagai berikut:

1. Menyampaikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen.
2. Mempercepat sampainya hasil produksi ke tangan konsumen.
3. Tercapainya pemerataan produksi.

4. Menjaga kontinuitas produksi.
5. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi.
6. Meningkatkan nilai guna barang dan jasa.

c. Saluran Distribusi

1. Pengertian Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan suatu keputusan dari perusahaan untuk menempatkan produk yang dihasilkannya, kepada waktu dan tempat yang tepat. Saluran distribusi sering disebut juga dengan saluran perdagangan atau saluran pemasaran. Setiap produsen atau perusahaan berusaha untuk membentuk rangkaian atau struktur yang dapat membantu tercapainya sasaran perusahaan. Rangkaian atau struktur perantara ini disebut saluran distribusi⁵⁶.

Adapun beberapa definisi saluran distribusi menurut para ahli sebagai berikut:

- a. “Saluran distribusi merupakan suatu jaringan institusi yang saling bergantung dimana melakukan fungsi yang logistik yang diperlukan untuk keperluan konsumsi⁵⁷.”

⁵⁶ Rahmah, A, 2015, Saluran Distribusi Pada Pt. Astra International Tbk.Honda Cabang Yogyakarta, (online), (<http://eprints.uny.ac.id> diakses 28 mei 2023)

⁵⁷ Zikmund, William dan Barry, Babin (2011), Riset Pemasaran. Jakarta : Salemba Empat.hlm:25

- b. Menurut Etzel (2013: 172). “Saluran distribusi terdiri dari serangkaian lembaga yang melakukan semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemilikannya dari produsen ke konsumen atau pemakai bisnis⁵⁸”
- c. “Saluran distribusi merupakan serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk/jasa dari penjual ke pembeli akhir⁵⁹”.

2. Bentuk Saluran Distribusi

Bentuk saluran distribusi ini ada dua jenis yaitu:

a. Saluran Distribusi Langsung

Dalam distribusi langsung produsen melakukan transaksi langsung kepada konsumen. Keuntungan dari distribusi langsung adalah ketika produsen menjual secara langsung kepada konsumen, mereka mempunyai control terhadap penetapan harga produsen yang ditawarkan.

Keuntungan menggunakan saluran distribusi langsung;

⁵⁸ Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2012), Prinsip-Prinsip Manajemen. Edisi 13, jilid 1. Jakarta: Erlangga. hlm:172

⁵⁹ Opcit:245

1. Dapat membantu dan menyampaikan produknya kepada konsumen dalam pasaran yang lebih luas, sehingga dengan ini perusahaan mampu mempunyai konsumen yang lebih baik.
2. Membantu perusahaan dalam mempresentasikan atau mengenalkan tentang kualitas produk yang dimiliki serta dapat mengetahui secara langsung tentang kebutuhan para konsumen.

Kelemahan menggunakan distribusi langsung:

1. Harga produk relative murah
2. Harus berhubungan langsung dengan konsumen yang memiliki karakteristik yang berbeda – beda.

b. Saluran Distribusi Tidak Langsung

Saluran distribusi tidak langsung yaitu produsen menyalurkan produknya melalui perantara yang kemudian disalurkan ke konsumen akhir.

Keuntungan menggunakan saluran distribusi tidak langsung:

1. Produsen tidak perlu mengeluarkan produknya sendiri kepada konsumen, karena sudah dibantu oleh perantara.

2. Produsen tinggal menunggu hasil dari penjualan produk.

Kelemahan menggunakan saluran distribusi tidak langsung:

1. Produk yang dipasarkan ternyata rusak menjadi tanggung jawab perusahaan.
2. Menambah biaya untuk membayar tenaga perantara atau biaya untuk mendistribusikan produk yang akan dijual.

Maka, dapat di ambil kesimpulan bahwa saluran distribusi merupakan aliran barang-barang produsen ke konsumen⁶⁰.

d. Sistem Saluran Distribusi

Sistem saluran distribusi adalah cara yang ditempuh atau yang digunakan untuk menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Sistem saluran distribusi bertujuan agar hasil produksi sampai kepada konsumen dengan lancar, tetapi harus memperhatikan kondisi produsen dan sarana yang tersedia dalam masyarakat, dimana sistem saluran distribusi yang baik akan sangat mendukung kegiatan produksi dan konsumsi. Dalam penyaluran hasil produksi dari produsen ke konsumen.

⁶⁰ Watiha, 2012, Analisis Saluran Distribusi Dan Efisiensi Pemasaran Pupuk Bersubsidi Di Kecamatan Selakau Kabupaten Sambas. (online), (<https://media.neliti.com> diakses 28 nei 2023).

Saluran distribusi memiliki elemen dalam proses distribusi, yaitu perantara. Perantara yang dimaksud adalah pengecer, pedagang grosir atau pedagang besar. Pengecer adalah pedagang yang menjual barang hasil produksi yang dihasilkan oleh produsen langsung ke pemakai akhir atau konsumen. Pedagang grosir adalah pedagang yang menjual barang hasil produksi produsen dengan kapasitas lebih besar dibanding pengecer. Pedagang besar adalah pedagang yang menjual barang hasil produksi produsen dengan kapasitas yang besar⁶¹.

Berikut ini adalah beberapa saluran distribusi yang lazim digunakan dalam perusahaan yaitu sebagai berikut:

1. Produsen – Konsumen

Disebut saluran langsung atau saluran nol tingkat (zero level channel) yaitu produsen langsung ke konsumen tanpa melibatkan pedagang perantara. Hal ini bisa dilakukan dengan cara penjualan pribadi (door to door) melalui pos dari toko milik produsen sendiri.

2. Produsen – Pengecer – Konsumen

Disebut saluran satu tingkat (one level channel) adalah saluran yang sudah menggunakan perantara. Dalam pasar konsumsi, perantara ini adalah

⁶¹ Sentot Imam Wahjono, *Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 228-229.

pengecer. perantara pengecer disini adalah membeli dalam jumlah besar dari produsen kemudian dijual eceran kepada konsumen.

3. Produsen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen

Sering disebut dengan saluran dua tingkat (two level channel) yaitu mencakup dua perantara. Dalam hal ini perantara tersebut adalah pedagang besar dan pengecer. produsen hanya melayani pembelian dalam jumlah yang besar yaitu oleh pedagang besar, kemudian pedagang besar menjual lagi ke pengecer, baru kemudian ke konsumen. Saluran ini sering juga disebut saluran tradisional.

4. Produsen – Agen – Pengecer – Konsumen

Tipe saluran ini hampir sama dengan tipe saluran yang ketiga, dimana melibatkan dua perantara. hanya saja disini bukan pedagang besar tetapi agen. Agen disini bertindak sebagai pedagang besar yang dipilih oleh produsen. Sasaran penjualan agen disini terutama ditujukan kepada pengecer besar.

5. Produsen – Agen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen

disini terdapat tiga perantara (three level channel) atau disebut saluran tiga tingkat. Dari agen yang

dipilih perusahaan masih melalui pedagang besar terlebih dahulu sebelum ke pengecer⁶².



⁶² Ibid, hlm:85-89