



Prodi Ekonomi
Syariah

Ekobis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah

Journal homepage: <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/ekobis>

Volume 2, No. 1
Januari-Juni 2018
Halaman: 20-29

Prilaku Pengusaha Elektronik Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (studi Kasus di Kota Banda Aceh)

Ayumiati, Azharsyah, Muhammad Arifin, Isnaliana

UIN Ar-raniry Banda Aceh, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Submit 4 Januari 2018
Revisi 3 Februari 2018
Diterima 2 April 2018

Kata Kunci:

Prilaku,
pengusaha elektronik,
etika,
bisnis

ABSTRACT

Researchers aim to see the behavior of electronic entrepreneurs in the city of Banda Aceh in determining prices according to Islamic business ethics and the factors that influence the behavior of electronic entrepreneurs in buying and selling practices. The results show that the behavior of every electronic entrepreneur is strongly influenced by the profit motive and they do not heed the values contained in the concept of Islamic ethics in bermuamalah and the factors that influence electronic entrepreneurs in selling their goods are price, perception, scarcity of merchandise, knowledge, from electronic entrepreneurs, honesty and in terms of service.

ABSTRAK

Peneliti bertujuan melihat perilaku dari pengusaha elektronik di kota Banda Aceh dalam menentukan harga menurut etika bisnis islam dan pa saja faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku dari pengusaha elektronik dalam praktik jual beli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku setiap pengusaha elektronik sangat di pengaruhi dengan motif keuntungan dan mereka tidak mengindahkan nilai-nilai yang terkandung dalam konsep etika Islam dalam bermuamalah dan faktor yang mempengaruhi pengusaha elektronik dalam menjual barangnya adalah merupakan harga, persepsi, kelangkaan dari barang dagangan, pengetahuan dari pengusaha elektronik, kejujuran serta dari segi pelayanan.

1. PENDAHULUAN

Islam adalah agama universal yang mengatur hubungan vertikal antara manusia dengan tuhan dan juga mengatur hubungan sesama manusia. Kedua hubungan ini saling berkaitan. Hal ini berimplikasi pada hubungannya dengan Tuhan. Manusia diciptakan oleh Tuhan dengan karakter saling membutuhkan. Manusia tidak mungkin bisa memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri tanpa kerjasama atau bermuamalah dengan orang lain. Dalam istilah fikih, hubungan di antara sesama manusia ini dinamakan muamalah. Untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya, manusia perlu membina muamalah dengan sesamanya. Tidak seorangpun yang dapat memiliki seluruh yang diinginkannya tanpa bantuan orang lain. Oleh karena itu Allah SWT memberikan inspirasi kepada mereka untuk melakukan berbagai kepentingan misalnya dengan melakukan perdagangan dan berbisnis.

Untuk memenuhi berbagai kepentingan manusia tersebut, Allah SWT mendorong manusia untuk berdagang sebagai cara mencari rezeki yang baik dan halal. Islam mengakui produktivitas perdagangan atau jual beli karena dalam jual beli terdapat manfaat yang sangat besar, baik bagi produsen yang menjualnya, maupun bagi konsumen yang membelinya bahkan juga bermanfaat bagi semua orang yang terlibat dalam aktivitas produksi.

Jual beli yang baik adalah jual beli yang dilakukan sesuai dengan etika bisnis dalam Islam. Untuk mencapai jual beli yang baik tersebut, terdapat unsur-unsur yang harus diperhatikan berupa rukun dan syarat. Islam tidak membiarkan begitu saja bekerja melanggar etika dan moral untuk mencapai segala tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan segala macam cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, dan perbuatan batil lainnya. Islam memberikan suatu aturan yang jelas antara yang boleh dan diharamkan. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan etika.

* Corresponding author: Ayumiati

E-mail address: ayumiati@ar-raniry.ac.id

Perilaku dalam bisnis atau berdagang tidak lupus dari nilai moral atau etika bisnis (Amali, 2014). Nilai-nilai inilah yang sangat diperhatikan Islam untuk diintegrasikan dalam perilaku berbisnis. Perilaku bisnis sangat perlu dilakukan dalam bermuamalah yang bertujuan memberikan manfaat baik produsen maupun konsumen.

Dalam konsep ekonomi Islam, harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran, pengaturan harga ini diperlukan bila kondisi pasar tidak menjamin adanya keuntungan salah satu pihak. Akan tetapi, ketika seorang penjual telah menguasai pasar, permainan harga seringkali terjadi. Penjual akan menaikkan harga untuk mendapat keuntungan yang lebih besar (Murniati, 2012).

Selama ini, banyak orang memahami bahwa bisnis adalah untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Hukum ekonomi klasik yang menyebutkan dengan mengendalikan modal sekecil mungkin untuk mengeruk keuntungan sebesar-besarnya telah menjadikan para pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolannya, dan pemasarannya dilakukan seefektif dan seefisien mungkin (Smith, 2005). Hal ini tidak mengherankan jika para pelaku bisnis jarang memperhatikan tanggungjawab sosial dan mengabaikan etika bisnis (Saifullah, 2011).

Bisnis dan moral adalah sesuatu yang sangat berkaitan. Moral adalah seperangkat aturan yang memonitor perilaku manusia serta menetapkan suatu perbuatan baik ataupun buruk sehingga setiap perbuatan dapat ditinjau dari segi moralnya. Bisnis adalah perilaku manusia dan karena itu dapat dinilai dari segi moralnya (Simorangkir, 1998). Hal yang sangat sulit dibayangkan jika antara bisnis dan moral tidak ada kaitannya. Setiap orang memiliki kebebasan untuk berusaha mendapatkan harta dan mengembangkannya.

Islam menganjurkan manusia untuk berusaha mendapatkan harta dengan cara yang halal dan baik. Islam juga menganjurkan untuk melakukan jual beli, namun jual beli dilakukan dengan cara yang etis dan bermoral. Ketika jual beli dilakukan, tetapi sering terjadi ketidakstabilan harga di pasar dan kurangnya pengetahuan tentang bagaimana menentukan keuntungan, menjadikan kondisi ini sering dimanfaatkan oleh pihak penjual yang hanya memikirkan keuntungan materi dan menonjolkan kepentingan sendiri tanpa melihat lingkungan sekitar sehingga pada akhirnya konsumen berada di pihak yang dirugikan.

Para pengusaha pada umumnya tidak mengerti faktor apa saja yang harus diperhatikan dalam menentukan keuntungan yang boleh diambil dalam perdagangan, sehingga yang banyak terjadi adalah harga yang ditentukan sesuai dengan kemauan masing-masing individu, tanpa melihat apakah keuntungan yang diambil dari barang yang dijual sesuai atau tidak menurut Islam. Hal ini terjadi di hampir semua bentuk bisnis.

Berdasarkan penjelasan di atas maka penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana perilaku pengusaha elektronik dalam praktik jual beli di kota Banda Aceh dan faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku pengusaha elektronik dalam praktik jual beli. Sehingga penelitian ini perlu dilakukan lebih lanjut.

2. TINJAUAN TEORITIS

Kajian tentang etika bisnis sudah banyak dilakukan, namun kajian tentang perilaku pengusaha seperti yang belum pernah dilakukan sama sekali. Beberapa kajian etika bisnis Islam yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti akan diuraikan dalam pembahasan berikut:

Menurut Muhammad Saifullah, dalam penelitiannya yang berjudul "*etika Bisnis Islam dalam Praktik Bisnis Rasulullah*" menyatakan bahwa perilaku dan etika bisnis yang dijalankan oleh Rasulullah bisa menjadi contoh bagi pelaku bisnis dan mereka dapat menerapkannya seperti amanah, jujur, timbangan yang tepat, menghindari *gharar*, tidak menimbun barang, tidak melakukan *al-ghasb* dan *tadlis* di antara penjual dan pembeli (Saifullah, 2011).

Sofyan S. Harahap dalam bukunya yang berjudul "*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*" memaparkan bahwa etika dalam Islam merupakan buah dari keimanan, keislaman, dan ketakwaan yang didasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah SWT (Simorangkir, 1998).

Selanjutnya Muhammad Djakfar dalam bukunya yang berjudul "*Etika Bisnis Islami*" meneliti perilaku pelaku bisnis menurut perspektif etika Islami. Penelitian tersebut dijalankan untuk melihat perilaku pengusaha kaki lima dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi sikap mereka. Penelitian tersebut dilakukan di kota Malang. Dari hasil penelitian tersebut, terungkap bahwa perilaku pengusaha buah di kota tersebut belum mencerminkan etika Islami. Indikasinya adalah mereka masih menerapkan standar ganda dalam menghadapi rekan seprofesi dengan pembeli. Dalam kaitan ini, pembeli diposisikan sebagai pihak yang lemah dalam posisi tawar menawar harga sehingga cenderung dirugikan (Djakfar, 2008).

Menurut Fitri Amalia, dalam penelitiannya "*Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil*" menunjukkan bahwa dalam menjalankan usaha dan kegiatan, para pelaku usaha telah memahami dan mengimplementasikan prinsip dan nilai-nilai Islam dengan berlandaskan pada Al Quran dan Hadits. Adapun implementasi etika bisnis Islam tersebut meliputi empat aspek yaitu, prinsip, manajemen, marketing atau iklan dan produk atau harga (Amalia, 2014).

Dalam buku "*Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*" menjelaskan bahwa setiap kegiatan konsumsi muslim selalu didasari oleh keinginan luhurnya, yaitu peduli pada permasalahan sosial, dengan tidak menumpuk kekayaan pribadi seperti

konsumen konvensional yang hanya mementingkan materi dan sifat hedonisme. Perilaku ini tidak berlaku pada konsumen muslim, karena menganut prinsip *tauhid* dan *brotherhood* dan *distributive justice* yang menciptakan keadilan sosial dalam kehidupan masyarakat serta mendorong fungsi konsumen muslim pada kehidupan yang lebih sinergis (Muflih, 2006).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini Penelitian ini berbentuk penelitian lapangan yang bersifat deskriptif analisis yaitu penelitian yang menggambarkan variabel yang diselidiki atau diamati mengungkapkan suatu masalah atau keadaan sebagaimana adanya sehingga bersifat sekedar untuk mengungkapkan apa yang terjadi di lapangan menurut apa adanya. Sesuai dengan judul penelitian, maka penelitian ini dilakukan untuk membuat gambaran tentang suatu keadaan secara objektif yang berhubungan dengan perilaku pengusaha elektronik menurut perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini ditempuh dengan menggunakan langkah-langkah pengumpulan data, klasifikasi, pengolahan/ analisis data, membuat kesimpulan dan laporan.

Sumber Data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kelompok, yaitu: primer adalah *informan* yang terlibat dalam kegiatan penetapan harga. Sekunder adalah seperti buku, jurnal, majalah, artikel, *website* dan hasil penelitian lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian. **Teknik Pengumpulan Data** dilakukan secara terencana, sistematis dan konsisten. Karena penelitian ini bersifat perpustakaan (*library research*) dan lapangan (*field research*), maka metode pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara mendalam, partisipasi observasi, kajian dokumentasi. Wawancara mendalam (*indepth-interview*) merupakan metode pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif (Ulber, 2006). Selanjutnya, prosedur pengumpulan data lainnya dengan menggunakan observasi. Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan (Arikunto, 2002). Dalam hal ini peneliti mengadakan pengamatan secara langsung atau disebut pengamatan terlibat, di mana peneliti juga menjadi instrumen atau alat dalam penelitian. Adapun bentuk observasi yang dilakukan adalah mengamati serta menganalisis fenomena yang terkait di daerah penelitian, khususnya terhadap perilaku pengusaha elektronik.

Metode Analisis Data dalam penelitian ini Data sekunder yang di dapat melalui studi kajian kepustakaan yang telah dikumpulkan, diteliti dan dianalisa dengan kaedah *content analysis* (analisis kandungan). Data yang didapat dari hasil wawancara mendalam, partisipasi observasi dan kajian dokumentasi akan dianalisis dengan kaedah deskriptif analisis.

4. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Perilaku Pengusaha Elektronik di Banda Aceh dalam Menentukan Harga ditinjau menurut Etika Bisnis Islam

Dalam Perspektif Islam, etika ditempatkan pada tempat yang paling tinggi. Pada hakikatnya, Islam diturunkan sebagai perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia, seperti yang disebutkan dalam hadits: "*Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia*". Terminologi paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam adalah akhlak. Dalam Islam, etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (iman). Etika Islam memberi sanksi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika. Konsep etika dalam Islam tidak utilitarian dan relatif, akan tetapi mutlak dan abadi.

Selain itu, Islam menjadi sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk dalam dunia bisnis. Al-Qur'an memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha, tidak ada unsur eksploitasi (QS. 4: 29) dan bebas dari kecurigaan atau penipuan, seperti keharusan membuat administrasi dalam transaksi kredit (QS. 2 : 282). Syed Nawab Haidar Naqvi dalam karyanya *Ethics and economic : An Islamic Synthesis* berhasil mengembangkan suatu *framework* atau bingkai analitik sistematis yang berisi sebagian besar nilai etik dasar Islam, yang biasa di gunakan sebagai dasar dalam melakukan deduksi logis pedoman kebijakan ekonomi. Dia juga menambahkan empat aksioma etika ekonomi, yaitu, tauhid, keseimbangan (keadilan), kebebasan dan tanggung jawab. Tauhid merupakan wacana teologis yang mendasari segala aktivitas manusia, termasuk dalam berbisnis. Tauhid menyadarkan manusia sebagai makhluk ilahiyah atau makhluk yang bertuhan ilahiyah atau makhluk yang bertuhan.

Dalam sejarah Islam Rasulullah menjadi salah satu suri tauladan bagi pelaku bisnis. Beliau mengajarkan dan melakukan etika dalam berbisnis antara lain (Malahayati, 2010).

1. Kejujuran dalam menjelaskan produk

Dalam sebuah transaksi jual beli seorang pedagang dituntut untuk berlaku jujur, karena kejujuran merupakan modal utama dalam menjalankan bisnis. Jika sikap ini dijalankan akan memberikan dampak positif terhadap usaha yang dijalankan dan dapat memberikan keuntungan bagi bisnis tersebut. Salah satunya dalam hal menjelaskan barang dagangan baik dalam bentuk kualitas maupun kuantitas.

2. Kerelaan keduabelah pihak
Dalam melakukan bisnis harus adanya prinsip suka sama suka antara kedua belah pihak dalam melakukan transaksi. Prinsip ini sangat penting dalam etika bisnis karena memiliki peran yang besar dalam meraih kesuksesan berbisnis.
3. Tidak menipu dalam bentuk takaran, ukuran dan timbangan
Dalam melakukan bisnis perdagangan seseorang diharuskan tidak menipu dalam hal takaran, timbangan dan ukuran. Karena kegiatan bisnis yang baik harus berdasarkan pada kejujuran, dalam mengukur kadar timbangan dalam perdagangan.
4. Tidak menjelek-jelekkan orang lain
Dalam mempromosikan produknya kepada masyarakat misalnya dalam bentuk iklan pembisnis tidak boleh menjelekkan produk lainnya, dalam hal ini pembisnis harus sportif.
5. Terhindar dari riba
Dalam hal ini pembisnis harus berpegang teguh pada ajaran al-Qur'an dan Sunnah, dan setiap keuntungan yang diperoleh terbebas dari unsur riba.
6. Ihtikar
Dalam Islam penimbunan barang sangat dilarang. Hal ini dikhawatirkan dapat merugikan pihak lain karena menimbulkan kelangkaan suatu barang. Dalam praktiknya ihtikar sering dilakukan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dan berlipat ganda. Oleh karena itu perbuatan ini dilarang untuk dilakukan karena tidak memberikan kemaslahatan bagi semua orang.
7. Tidak melakukan monopoli
Monopoli terjadi apabila suatu produk dikuasai oleh suatu perusahaan yang menjadi perusahaan tunggal. Praktik ini dilarang karena dapat menyebabkan barang sedikit dan harga menjadi tinggi serta konsumen sulit mendapatkan barang tersebut.
8. Mengutamakan kepuasan pelanggan
Dalam sebuah bisnis kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting, karena dengan kepuasan pelanggan akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Selain itu kepuasan pelanggan juga menjadi informasi bagi konsumen lain sehingga berdampak positif bagi pembisnis.
9. Membayar Upah
Dalam etika bisnis Islam juga diajarkan untuk membayar upah para pekerja sebagai balas jasa yang diterima atas apa yang telah dikerjakan. Perusahaan yang mampu membayar upah pekerja tepat waktu dikategorikan sebagai perusahaan yang sehat.
10. Amanah
Amanah merupakan suatu sifat yang harus dimiliki oleh setiap individu, karena sifat ini akan mempererat hubungan kerja sama dalam berbisnis. Amanah sangat penting dimiliki oleh pembisnis karena dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen.

Etika juga dapat mengantar seseorang untuk bersifat kritis dan rasional, membentuk pendapat sendiri, bertindak sesuai kemampuan, dan dapat di pertanggung jawabkan. Selain itu ditinjau dari segi filsafat, etika tidak dapat dipisahkan dari semua cabang filsafat lain karena tidak mempersoalkan keadaan manusia tetapi membahas apa dan bagaimana seseorang itu harus bertindak. Maka dari itu etika mempunyai sifat yang kritis, mempersoalkan norma yang berlaku, apa dasar, dan legitimasinya (Badroen dkk, 2006). Sehingga etika tersebut akan diwujudkan dalam perilaku baik pada individu, kelompok, masyarakat maupun pedagang.

Perilaku merupakan salah satu unsur yang paling penting dalam aktifitas perekonomian, baik dari konsumen maupun produsen. Perilaku juga menggambarkan karakteristik dari si pelaku ekonomi itu sendiri. Untuk itu diperlukan aturan-aturan yang harus di ikuti oleh si pelaku ekonomi. Fakta yang terjadi di lapangan perilaku tersebut sudah hilang, ini mengakibatkan runtuhnya nilai-nilai moral Islam. Hal tersebut terjadi disebabkan karena faktor harga, ditinjau dari sisi permintaan dan penawaran harga merupakan suatu indikator yang sangat penting di perhatikan. Namun tidak berarti perilaku pengusaha terhadap penentuan harga dengan mengabaikan nilai-nilai moral demi mengejar keuntungan semata.

Menurut Al Qur'an prinsip-prinsip etika bisnis *pertama*, melarang bisnis yang dilakukan dengan proses kebatilan. Bisnis harus didasari kerelaan dan keterbukaan antara kedua belah pihak dan tanpa ada pihak yang dirugikan. Orang yang berbuat batil termasuk perbuatan aniaya, melanggar hak dan berdosa besar. Sedangkan orang yang menghindarinya akan selamat dan mendapat kemuliaan. *Kedua*, Bisnis tidak boleh mengandung unsur riba.

Ketiga, kegiatan bisnis juga memiliki fungsi sosial baik melalui zakat dan sedekah. Pengembangan harta tidak akan terwujud kecuali melalui interaksi antar sesama dalam berbagai bentuknya. *Keempat*, melarang pengurangan hak atas suatu barang atau komoditas yang didapat atau diproses dengan media takaran atau timbangan karena merupakan bentuk kezaliman. sehingga dalam praktik bisnis, timbangan harus disempurnakan. *Kelima*, menjunjung tinggi nilai-nilai keseimbangan baik ekonomi maupun sosial, keselamatan dan kebaikan serta tidak menyetujui kerusakan dan ketidakadilan. *Keenam*, pelaku bisnis dilarang berbuat zalim

(curang) baik bagi dirinya sendiri maupun kepada pelaku bisnis yang lain.

Demikian halnya yang terjadi pada perilaku pengusaha elektronik di Kota Banda Aceh. Dalam wawancara dengan Mukhtar, pengusaha elektronik di sebuah dealer resmi merek terkenal, menjelaskan bahwa dalam menentukan harga sebuah barang, pengusaha mencoba memahami dahulu pembeli terhadap harga barang yang akan dibelinya. Pengusaha membuka dengan harga paling tinggi untuk barang yang ditawarkan, namun manakala pembeli menawarkan dengan harga yang sangat rendah, menurut pengusaha bahwa pembeli itu mengetahui terhadap harga barang yang akan di belinya. Dengan demikian, maka pengusaha akan menjualnya dengan harga pasar. Akan tetapi jika pembeli tidak mengetahui harga pasar, misalnya dengan menawarkan tidak terlalu jauh dari harga yang dibuka pengusaha, maka pengusaha akan menjualnya di atas harga pasar atau harga rata-rata.

Menurut pengusaha, menjual barang dengan harga mahal atau di atas harga pasar tidaklah dosa, yang penting kita tidak menipu misalnya mengatakan bahwa harga tersebut tidak mahal dan masih wajar serta memang begitu harga pasarnya. Pengusaha tidak pernah merasa berbuat suatu kesalahan sebab menurutnya menjual barang dengan harga yang tinggi bukanlah hal yang dilarang dalam agama. Ketika dihadapkan pada masalah etika Islam, pengusaha tersebut berkilah bahwa selama belajar agama di Dayah, tidak ada penjelasan bahwa menjual barang dengan harga tinggi itu dilarang. Dia merasa bahwa dalam melakukan penjualan tersebut, tidak ada nilai-nilai yang dilanggar, baik yang berkaitan dengan etika bisnis Islam maupun dengan norma kemasyarakatan (Mukhtar, 2016).

Hal senada juga diungkapkan oleh Boihaki yang juga merupakan pengusaha elektronik dealer merek lain. Dia mengatakan bahwa Islam tidak melarang pengusaha mengambil laba yang besar dalam penjualan. Menjual barang dengan harga tinggi di atas harga pasar bukanlah hal yang tak etis, yang penting kita tidak mengatakan bahwa keuntungan yang diperoleh itu sedikit saja sebab memang modal barang tersebut mahal. Kalau sudah mengatakan bahwa modalnya mahal dan laba yang diambilpun tak banyak, maka itu berdosa dari segi berbohong. Tetapi jual beli tersebut sah. Menjual dengan harga tertinggipun dibolehkan dalam agama (Boihaki, 2016).

Dengan adanya tawar menawar tersebut, maka pembeli sudah menyetujui harga sebuah barang yang dia mau beli. Setiap penjual pasti menginginkan laba yang besar dalam sebuah transaksi jual beli. Di satu sisi, adanya *reward* dari pemilik toko yang merupakan suatu kesenangan yang diperoleh apabila berhasil menjual sebuah barang dengan keuntungan di atas rata-rata (Zulfikar, 2016).

Di sisi lain, Ihsan, yang juga merupakan pengusaha elektronik di dealer yang berbeda, memiliki pandangan yang berbeda dengan pendapat di atas. Menurutnya, tidak perlu mengambil untung terlalu besar dalam sebuah transaksi jual beli karena tidak akan memberikan keuntungan jangka panjang. Sebab ketika pembeli tahu bahwa dia membeli sebuah barang dengan harga di atas harga pasar, maka dia tidak akan kembali lagi ke tempat penjual. Menjual dengan harga pasar dan melayani dengan baik serta ramah akan membuat pembeli menjadi langganan toko bersangkutan. Bahkan pembeli juga akan menginformasikan kepada rekan-rekan dan keluarganya bahwa harga di toko tersebut murah. Dalam pandangan Ihsan, pembeli di kota Banda Aceh rata-rata sudah cerdas dalam memilih toko mana yang menawarkan harga murah dan berkualitas. Menjual barang dengan harga mahal boleh dilakukan apabila barang tersebut susah ditemui di pasar. Dikarenakan tidak semua toko menyediakan barang tertentu. Barang tersebut boleh dijual dengan keuntungan besar karena pembeli tidak ada pilihan lain (Ihsan, 2016).

Menurut Syarwani, dalam pengakuannya boleh-boleh saja menjual barang dengan harga mahal sebab agama tidak melarang penjual mengambil untung yang banyak, yang penting tidak menipu pembeli (Syarwani, 2016). Islam tidak membatasi tentang perolehan keuntungan. Setiap orang bebas untuk mendapatkan harta dan mengembangkannya. Dalam ajaran Islam keuntungan yang wajar dalam berdagang bukankah riba. Untuk memperoleh keuntungan banyak cara yang dapat dilakukan oleh pedagang dengan cara mempengaruhi konsumen supaya membeli barang yang dijualnya hal ini wajar dilakukan. Namun, sering terjadinya ketidakstabilan harga di pasar karena kurang pengetahuan pedagang dalam menentukan keuntungan, kondisi ini menjadi celah bagi pedagang elektronik dalam memperoleh keuntungan materi sehingga yang dirugikan adalah konsumen.

Lukman, pengusaha elektronik di toko Sahara menyatakan bahwa harga barang yang dia jual tidak terlalu mahal, kalau sudah ada untung sedikit maka barang yang diminta pembeli akan dia jual. Menurutnya, menjual barang dengan harga mahal di atas rata-rata akan merugikan nama baik toko. Pembeli di Kota Banda Aceh sudah paham dalam membeli barang, apa lagi barang elektronik yang merupakan barang mahal. Biasanya sebelum membeli sebuah barang, pembeli lebih dulu mengecek harga barang tersebut. Oleh karena itu maka menjual barang dengan harga mahal tidak akan menguntungkan toko dalam jangka panjang, disebabkan karena pembeli tidak akan kembali lagi ke toko yang menjual barang dengan harga mahal tersebut. Menjual dengan harga murah merupakan promosi kepada pembeli agar mereka kembali lagi bahkan mengajak orang lain untuk beli di toko kita (Lukman, 2016).

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa pengusaha elektronik di atas dapat disimpulkan bahwa pengusaha elektronik di kota Banda Aceh sebagian dari mereka memiliki pemahaman tentang etika bisnis yang baik dan benar untuk diterapkan dalam transaksi bisnis yang dijalankannya. Namun, sebagian dari mereka juga tidak memiliki pemahaman tentang penerapan etika yang baik dan benar dalam berdagang. Ini dibuktikan dengan pernyataan sebagian pengusaha elektronik ketika di wawancarai seperti yang telah disebutkan di atas. Secara prinsipil setiap pelaku bisnis harus bisa mewujudkan keadilan baik bagi penjual maupun pembeli sendiri dalam bermualamah. Perwujudan ini sangat penting dilaksanakan supaya tercipta kemaslahatan dan keberkahan

bagi pihak yang bertransaksi. Untuk mewujudkan nilai-nilai tersebut Islam telah memberikan petunjuk dan arah supaya bisa diterapkan dalam setiap transaksi bisnis.

Islam juga menegaskan beberapa prinsip etika bisnis yang harus diterapkan yaitu:

1. Kesatuan (Unity)

Yaitu kesatuan sebagaimana terwujudnya dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek muslim baik dalam bidang ekonomi, sosial politik menjadi keseluruhan *homogeny* serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dalam konsep ini Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan (Naqvi, 1993)

2. Keseimbangan

Islam diperintahkan untuk berbuat adil, tidak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Keseimbangan atau keadilan juga menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan pada alam semesta. Dengan demikian keseimbangan, kebersamaan, kemoderatan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis (Beekun, 1997).

3. Kehendak bebas

Kebebasan yaitu bagian penting dalam etika bisnis Islam, akan tetapi kebebasan itu itu tidak merugikan kepentingan kolektif, kepentingan individu yang dibuka lebar. Berdasarkan prinsip ini manusia di beri kebebasan untuk membuat suatu perjanjian dalam hal menempati janji atau mengingkarinya.

4. Pertanggungjawaban

Kebebasan merupakan suatu hal yang mustahil karena tidak menuntut tanggungjawab. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan perbuatannya. Menurut Sayyid Qutub prinsip pertanggungjawaban merupakan pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Pertanggungjawaban juga berpengaruh terhadap jiwa raga antara person dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lain

5. Kebenaran

Kebenaran mengandung dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Di lihat dari sisi bisnis kebenaran adalah suatu niat, sikap, perilaku yang benar meliputi proses transaksi maupun proses meraih dan menatapkan keuntungan. Selain itu kebajikan adalah sikap ihsan yang merupakan suatu tindakan yang memberikan keuntungan terhadap orang lain.* Adapun kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikit pun, sehingga sikap ini dalam Islam disebut amanah.

Untuk mewujudkan etika bisnis Islam dalam transaksi bisnis pada umumnya dan perdagangan khususnya harus dilakukan yaitu: *pertama*, adanya perubahan kesadaran dalam berbisnis. Dalam arti seorang pedagang harus mampu menyeimbangkan kepentingan duniawi dan ukhrawi, dan terhindar dari unsur kebatilan, kerusakan, dan kezaliman. Sehingga suatu bisnis dapat bernilai jika mengandung nilai kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggung jawaban, kebenaran, kebajikan dan kejujuran.

Kedua, adanya pola pikir baru yang dapat membawa perubahan dengan mengedepankan penggalan dan pengembangan nilai-nilai al-Qur'an sehingga dapat mengatasi pergeseran zaman atau pengembangan ilmu pengetahuan modern harus dikembangkan dalam pola pikir *objective pluralistic*.

4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengusaha elektronik dalam praktik jual beli di Banda Aceh

Islam meletakkan ekonomi pada posisi tengah, keseimbangan dan keadilan. Keseimbangan ini diterapkan dalam segala bidang ekonomi. Segi imbang antara modal dan usaha, antara produksi dan konsumsi, antara produsen, perantara, dan konsumen dan antara golongan-golongan dalam masyarakat. Termasuk dari keadilan dalam pola produksi, distribusi, dan sirkulasi ekonomi adalah adanya pelarangan jual beli yang dipandang merugikan kedua belah pihak atau salah satunya.

Namun pada praktik jual-beli terkadang manusia lupa bahwa semua aktivitas yang dilakukannya seharusnya dikerjakan dalam kerangka "*ibadah*", Sehingga masing-masing orang harus berpikir untuk dapat berbuat sesuatu dalam rangka menciptakan *mashlahah* timbal-balik (antar sesama manusia) yang semuanya kembali dari keyakinan konsep kepemilikan harta yang ada dalam Islam.

* Rafiq Issa Beekun, *Islamic Business Ethict*,...hlm. 28.

Kurangnya pemahaman dasar-dasar pengetahuan agama Islam yang benar serta tidak meratanya informasi akan permasalahan ini menjadikan manusia melakukan transaksi jual beli yang ada tanpa melihat nilai yang ada pada transaksi tersebut. keseluruhan kebutuhan input ini akan diselaraskan oleh besarnya pendapatan dari perolehan output.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, faktor yang mempengaruhi perilaku pengusaha elektronik dalam praktik jual beli di Banda Aceh di pengaruhi oleh beberapa hal yaitu: *Pertama* adalah harga, menurut para pengusaha elektronik, harga merupakan cerminan terhadap suatu barang yang ditetapkan. Harga juga yang menyebabkan penjual bisa memanfaatkan ketidaktahuan para pembeli sehingga bisa dimainkan oleh para penjual. Bahkan mereka menjual suatu barang dengan harga yang lebih tinggi dengan mengabaikan harga pasar yang berlaku. Ini disebabkan karena mereka ingin memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dan ingin memperoleh *reward* dari si pemilik toko. Selain itu juga mereka menjual dengan harga rata-rata, dengan asumsi jika menjual dengan harga tinggi pembeli hanya akan membeli sekali akan tetapi jika di jual dengan harga murah pembeli akan membeli berulang kali bahkan akan mempromosikan kembali kepada keluarga maupun rekan-rekannya.

Dalam ekonomi Islam, hal-hal yang ditetapkan dalam harga yang sama ditentukan oleh operasi bebas kekuatan pasar. Nabi Muhammad SAW tidak menganjurkan campur tangan oleh siapapun baik itu negara maupun individu dalam proses penentuan harga. Di samping itu juga menolak untuk mengambil tindakan apa pun, termasuk praktik-praktik bisnis yang dapat membawa kepada kekurangan pasar. Dengan demikian, Nabi Muhammad SAW menghapuskan pengaruh kekuatan ekonomi atas mekanisme harga.

Begitu halnya dalam penentuan harga, pada masa pemerintahan Nabi Muhammad SAW harga ditentukan oleh melalui mekanisme pasar. Seperti yang diriwayatkan oleh Anas bahwa ia mengatakan harga pernah mendadak naik pada masa Rasulullah SAW. Para sahabat mengatakan: "*Wahai Rasulullah, tetapkanlah harga (ta'sir) untuk kita. Beliau menjawab: "Allah SWT itu sesungguhnya adalah penentu harga, penahan dan pencurah serta pemberi rizki. Aku mengharap dapat menemui Tuhanku dimana salah satu diantara kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta."*

Berdasarkan hadits di atas menunjukkan Rasulullah SAW melarang adanya intervensi harga dari siapapun. Praktik-praktik dalam mengintervensi harga adalah perbuatan yang terlarang. Selain melarang adanya intervensi harga, Rasulullah SAW melarang diberlakukan harga yang melambung tinggi dan harga di tentukan seenaknya oleh pedagang seperti larangan menukar kualitas mutu barang dengan kualitas rendah dengan harga yang sama serta mengurangi timbangan barang dagangan.

Pada masa Abu Yusuf masyarakat memahami hubungan antara harga dan kuantitas hanya memperhatikan kurva *demand* saja, karena saat itu barang yang tersedia sedikit maka harga barang tersebut akan menjadi mahal dan sebaliknya, namun bila barang yang tersedia banyak maka harga barang tersebut akan menjadi menurun.

Pemahaman masyarakat yang seperti di atas dibantah oleh Abu Yusuf, karena pada kenyataannya terkadang pada saat persediaan barang hanya sedikit tidak membuat harga barang tersebut menjadi naik/mahal. Sebaliknya, pada saat persediaan barang melimpah, harga barang tersebut belum tentu menjadi murah. Dari pernyataan tersebut Abu Yusuf menyangkal pendapat umum mengenai hubungan terbalik antara persediaan barang (*supply*) dan harga. Karena harga tidak tergantung pada permintaan saja tetapi juga pada penawaran.

Abu Yusuf juga menambahkan bahwa tidak ada batasan tertentu tentang murah ataupun mahal. Harga barang/makanan murah bukan dikarenakan melimpahnya jumlah barang atau makanan. Begitu pula, mahalnya harga barang atau makanan tidak disebabkan karena kelangkaan jumlah barang atau makanan. Murah dan mahal harga suatu barang merupakan ketentuan Allah.

Menurut Rahmad Syafi'i harga hanya terjadi pada akad yaitu sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Harga biasanya dijadikan sebagai penukaran barang yang direlakan oleh kedua pihak yang melakukan akad. Dari pengertian tersebut dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak. Selain itu, harga juga harus direlakan oleh kedua belah pihak yang berakad baik lebih sedikit, lebih besar atau sama dengan nilai barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual maupun pembeli (Syafi'i, 2000).

Selanjutnya, menurut Ibnu Taimiyyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi bahwa penentuan harga mempunyai dua bentuk; dibolehkan dan diharamkan. Selain itu penentuan harga dilakukan dengan memaksa pembeli menerima harga yang tidak mereka ridhai. Tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat diperbolehkan dan wajib diterapkan (Qardhawi, 1997)

Kedua, persepsi dalam mengambil keuntungan. Faktor yang kedua ini juga yang mendominasi anggapan mereka dalam mengambil keuntungan. Mengambil keuntungan atau memperoleh laba yang lebih besar yang dilakukan oleh pengusaha elektronik di karenakan pemahaman mereka bahwa mengambil keuntungan yang lebih tinggi adalah tidak berdosa dan tidak bertentangan dengan agama. Hal ini tidak terlepas dari pengetahuan mereka dalam mempelajari ilmu agama bahwa tidak ada yang pendapat yang menyatakan "mengambil keuntungan lebih tinggi adalah dosa".

Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta'awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis, bukan mencari untung material semata, tetap didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.

Ketiga, Kelangkaan Barang. Kelangkaan merupakan suatu persoalan pokok dalam masalah ekonomi. Oleh karena itu, manusia akan dihadapkan pada persoalan-persoalan dimana mereka harus menentukan dengan tepat untuk memilih dan mencitakan apa yang mereka perlukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Dalam Islam kelangkaan menjadi suatu persoalan yang sangat urgen karena berhubungan dengan kebutuhan manusia yang dapat dipenuhi dengan sumber daya ekonomi. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah SWT yang artinya "*Dialah yang menciptakan untuk kalian semua, apa yang saja yang ada di bumi*" (Al-Baqarah: 29). Dan juga firman Allah yang ditegaskan dalam surah lain yaitu "*Allahlah yang telah menundukkan untuk kalian apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi*" (al-Jatsiyah:13).

Pada faktor ke tiga ini pengusaha elektronik berasumsi jika barang yang di jual itu langka dan tidak di dapatkan di toko lain maka harganya bias dijual lebih tinggi. Menurut mereka keadaan seperti ini sangat menguntungkan bagi pihak penjual dan di bolehkan. Penyebab di bolehkan mengambil untung lebih tinggi karena pihak pembeli mau tidak mau akan memberi barang tersebut karena tidak di dapatkan di toko lain walaupun harga barang tersebut lebih tinggi. Faktor kelangkaan barang juga dipengaruhi oleh ulah manusia, sebab kelangkaan dalam pandangan Islam tidak akan pernah terjadi sepanjang manusia itu sendiri dapat memanfaatkan dan mengelolanya secara maksimal dan professional melalui proses berpikir dalam mentransformasikan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Keempat adalah pengetahuan pengusaha, menyangkut tentang pengetahuan pengusaha dalam transaksi jual beli sangat penting sehingga tidak menyebabkan kerugian bagi konsumen. Pada dasarnya setiap pelaku ekonomi termasuk pengusaha harus memiliki pengetahuan tentang etika dalam berbisnis. Anjuran ini bila di tinjau dalam proses pelaksanaan memberikan dampak yang sangat besar bagi produsen maupun konsumen. Namun bila di abaikan nilai-nilai etika ini akan mengakibatkan kerugian bagi pengusaha umumnya dan pembeli pada khususnya.

Fenomena etika bisnis yang dipraktikkan saat ini banyaknya terjadi kecurangan, ketidakadilan, dan hal lainnya yang justru sangat merugikan masyarakat. Sebenarnya Islam telah mengatur bagaimana cara bermuamalah yang baik, bahkan Rasulullah SAW merupakan suri tauladan yang baik di mana beliau sukses dalam berdagang. Dasar etika dalam Islam berakat pada penegakan *amar ma'ruf dan nahi munkar* atau menyuruh kepada kebajikan dan melarang pada perbuatan yang tidak baik. Kebajikan di sini merupakan keadaan dimana tidak ada penindasan dan eksploitasi atau tidak ada yang berbuat zalim dan terzalimi (Kuntowijoyo, 1998).

Kejujuran merupakan hal utama yang harus diterapkan oleh pedagang, ini merupakan kunci pencapaian lebih tinggi baik dalam hal materi maupun pencapaian di sisi Allah SWT. Selain itu, kejujuran juga tonggak utama untuk menjalankan sebuah usaha/bisnis supaya para konsumen atau pembeli tetap terus terjaga dan meningkatkan lagi pembelian dari sebelumnya.

Dalam menumbuhkan kasih sayang terhadap sesama manusia sikap jujur merupakan hal yang sangat penting. Hal ini sesuai dengan yang diajarkan Rasulullah SAW bahwa kesempurnaan seorang muslim adalah dalam sikap jujur mengelola usaha yang mengarah kepada kejujuran terutama dalam melakukan transaksi jual beli sesama manusia.

Kelima kualitas pelayanan (*service*), Islam mengajarkan untuk bersikap sopan santun dan ramah tamah kepada sesama. Apalagi sebagai seorang pedagang dalam melayani calon pembeli harus bersikap ramah karena dengan begitu pembeli akan merasa senang dan akan tertarik untuk membeli barang tidak hanya sekedar melihat-lihat barang yang tersedia saja. Apabila sikap ini diwujudkan dalam transaksi bisnis yang dilakukan akan memberikan kepuasan kepada pembeli.

Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Bagi perusahaan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan.

Pelayanan juga mempengaruhi perilaku pengusaha. Pelayanan yang baik akan berdampak kepuasan dan peningkatan jumlah konsumen pada penjualan karena dengan pelayan baik maka konsumen akan kembali membeli barang atau bertransaksi berulang kali. Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi si konsumen. Namun, faktanya pelayanan yang diberikan oleh para pedagang elektronik melihat kondisi para konsumen terlebih dahulu baik dari segi pengetahuannya terhadap harga yang ditawarkan, harga yang berlaku di pasar dan kualitas produk yang ingin dibelinya. Hal ini mengindikasikan seharusnya pelayanan yang diberikan oleh seorang pedagang kepada konsumen tidak berstandar pada hal-hal tersebut, karena memberikan pelayanan yang unggul merupakan strategi yang menang sebab lebih banyak menghasilkan konsumen baru, lebih sedikit kehilangan konsumen, lebih banyak pendekatan dari persaingan harga, dan lebih sedikit kesalahan yang membutuhkan kinerja pelayanan dan memuaskan kebutuhan konsumen.

Keenam kejujuran dalam bertransaksi. Kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda: "*Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya.*" (H.R. Al-Quzwani). "*Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami.*" (H.R. Muslim). Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.

Kejujuran merupakan syarat utama pada saat ini nilai-nilai kejujuran telah jauh pada setiap individu, termasuk pada pelaku usaha. Hal ini disebabkan karena pelaku usaha lebih mengedepankan motif lain di bandingkan dengan kejujuran. Ini dapat dilihat

dari cara pelaku usaha dalam menawarkan suatu barang. Kadang kala mereka rela mengucapkan sumpah palsu dalam ber muamalah di tambah lagi seringkali para pedagang itu menjual prodak dengan kualitas buruk, tetapi mereka menyatakan produk tersebut bagus. Ini tentu menipu para pembeli. Namun bagi konsumen yang pandai bisa membedakan mana barang yang berkualitas dan barang yang tidak berkualitas. Tetapi hanya sedikit konsumen yang memahami itu. Sebagai seorang pengusaha muslim, maka wajib untuk senantiasa berkata jujur dalam berbisnis atau berdagang. Apalagi dalam Islam telah di perintahkan untuk berkata jujur pada siapapun.

Ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam pengambilan keuntungan atau laba yang lebih tinggi di bolehkan akan tetapi tidak menzalimi pihak konsumen. Dikarenakan antara produsen dan konsumen saling berkaitan satu sama lain dalam mata rantai perekonomian, baik itu produksi, konsumsi maupun distribusi. Dalam ekonomi Islam pengambilan laba atau keuntungan harus melihat kepada kemaslahatan umat, artinya bila si penjual atau si pengusaha mengambil keuntungan yang lebih besar akan berdampak pada jangka pendek saja, akan tetapi bila keuntungan yang di ambil sedikit atau pada tingkat rata-rata maka akan berampak pada jangka panjang.

Dalam konsep mu'amalah, tidak semua kebutuhan yang dipandang memiliki mashlahat dapat diproduksi, dikonsumsi, atau diperjualbelikan. Mashlahat dalam Islam terbagi kepada tiga, yaitu:

1. *Al Mashālihu al mulghāt*

Yaitu segala sesuatu yang didalamnya dianggap memiliki mashlahat namun tidak nyata atau kecil kemungkinannya. Seperti adanya anggapan persamaan dalam masalah pembagian warisan antara laki-laki dan perempuan, maka anggapan tersebut tidak dijadikan sandaran oleh syari'ah walau dianggap memiliki mashlahat. Juga adanya mashlahat pertambahan keuntungan atau laba dalam bisnis ribawi, semua itu ditolak oleh syari'ah karena sisi kerusakan dan kemudharatan yang lebih besar di dalamnya.

2. *al Mashālihu al Mursalāh*

Yaitu masalah yang secara khusus tidak dijabarkan oleh nash atau tidak ada perintah maupun larangan. Dengan tidak adanya *qorinah* tersebut, maka masalah bisa menjadi acuan dalam menentukan suatu hukum. Seperti membangun masjid, mencetak al Qur'ān, kitab-kitab dakwah, dan lain-lain.

3. *Al Mashālihu al mu'tabarāh*

Yaitu segala sesuatu yang telah dijadikan perhatian oleh syari'ah dan dalam penetapannya mengandung mashlahat atau manfaat bagi manusia. Seperti disyari'atkannya jihad, diharamkannya membunuh, minuman keras, zina, dan mencuri. Semua itu ditujukan untuk penjagaan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta yang termasuk kepada tujuan utama dari syari'ah.

Ditinjau dari hubungan etika dengan kebebasan yang dilakukan oleh pengusaha dalam transaksi jual beli, etika tidak bisa di tafsirkan sebagai sesuatu yang merampas kebebasan manusia dalam berbuat, termasuk dalam bermuamalah. Memang manusia disebut sebagai makhluk yang mempunyai kebebasan. Artinya, manusia itu bebas bila ia dapat menentukan sendiri tujuan-tujuan dan apa yang dilakukannya, dapat memilih antara probabilitas-probabilitas yang ada dan tidak di paksa oleh seseorang, negara, atau kekuasaan apapun.

Dalam hal ini, pembatasan ruang gerak yang ada yaitu dengan peraturan dan norma hendaknya di pahami sebagai sesuatu yang memelihara kebebasan yang telah di anugerahkan kepada manusia itu sebenarnya. Karena semua menyadari bahwa keterbatasan jenis kelamin, kesukuan, keterbatasan asal keturunan, keterbatasan indra manusia, dan lain-lain.

Etika atau akhlak tidak dapat dan terbentuk dengan sendirinya, tetapi ada faktor-faktor lain selain ibadah seperti yang di kemukakan oleh ahli etika bisnis Islam dari Amerika, Rafiq Issa Beekun yang mengemukakan bahwa perilaku etika individu dapat di pengaruhi oleh tiga faktor yaitu: pertama, interpretasi terhadap hukum. Secara filosofis, sistem hukum dibentuk dengan tujuan untuk melindungi segenap jiwa dan raga manusia dari berbagai faktor yang dapat menghilangkan eksistensi manusia.

Faktor Kedua adalah lingkungan atau organisasi dimana ia hidup tanpa masyarakat kepribadian seorang individu tidak dapat berkembang, demikian pula halnya dengan aspek moral pada anak atau seorang pengusaha. *Ketiga* adalah faktor individu, dalam hal ini pengalaman batin seseorang yang juga merupakan faktor bagi terbentuknya perilaku etik bagi seseorang. Selain faktor di atas juga kondisi dan situasi sangat mempengaruhi etika.

Dari ketiga faktor yang telah di paparkan di atas, diharapkan menjadi batu locatan dalam membentuk etika bisnis seorang pengusaha. Dan Islam memandang kondisi ini sebagai ajang untuk

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Adapun beberapa kesimpulan dari pembahasan dan penelitian ini sebagai berikut:

1. Perilaku pengusaha elektronik di kota Banda Aceh cenderung di pengaruhi oleh motif keuntungan semata dan mengabaikan nilai-nilai etika Islam yang menjadi *rule of game* dalam bermuamalah.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengusaha elektronik dalam praktik jual beli di Banda Aceh adalah harga, persepsi, kelangkaan barang, pengetahuan pengusaha, kejujuran, dan pelayanan.

5.2 Saran-saran

Adapun beberapa saran yang dapat disampaikan, yaitu:

1. Keharusan semua pengusaha khususnya pengusaha elektronik di kota Banda Aceh untuk menerapkan nilai-nilai etika bisnis dalam bermuamalah, supaya terciptanya kemaslahatan dan keadilan bagi pihak-pihak yang terlibat di dalamnya.
2. Terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengusaha di kota Banda Aceh tidak bisa di jadikan sebagai alasan, sehingga pengusaha bisa menjual barang dengan aturan yang di tetapkannya sendiri. Oleh karena itu, setiap pengusaha harus mengikuti mekanisme pasar yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Al- quran Surat An-Nisa ayat 29
 Al- quran surat Al-Baqarah ayat 282
 Amalia, Fitri. (2014). *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada pelaku usaha kecil*, Jurnal Al-Iqtishad: Vol VI No. I.
 Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
 Badroen, Faisal. dkk. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: PrenadaMedia Group.
 Beekun, Rafiq Issa. (1997). *Islamic Business Ethict*. Virginia: Internasional Institute of Islamic Thought.
 Djakfar, Muhammad. (2008). *Etika Bisnis Islami*. Malang: UIN Malang Press.
 Malahayati. (2010). *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*. Yogyakarta: Jogja Great Publisher.
 Muflih, Muhammad. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektik Ekonomi Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
 Muhammad. (2002). *Visi al-quran tentang etika dan bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah.
 Murniati. (2012). Perilaku Jual beli di Kalangan Pengusaha Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. (Studi Kasus Pengusaha Buah-buahan di Kota Samarinda). *Jurnal Fenomena* Vol. IV No. 2.
 Naqvi, Syed Nawab. (1993). *Ethict and Eco-nomics: An Islamic Syntesis*, diterjemahkan oleh Husin Anis: *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami*. Bandung: Mizan.
 Saifullah, Muhammad. (2011). Etika Bisnis Islami dalam Praktik Bisnis Rasulullah. *Jurnal walisongo*. Volume 19, no. 1.
 Smith, Adam. (2005). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, ed. Jim Manis, The Electronic Classics Series Hazleton, PA: Pennsylvania State University-Hazleton.
 Simorangkir, O. P. *Etika Bisnis Islam*.
 Syafi'i, Rahmad. (2000). *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
 Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani.

Wawancara:

- Mukhtar, pengusaha elektronik pada Toko Sumatera Elektronik, dalam wawancara pada Tgl 29 Oktober 2016 di Banda Aceh.
 Boihaki, pengusaha elektronik pada Toko Sony Elektronik, dalam wawancara pada Tgl 29 Oktober 2016 di Banda Aceh.
 Zulfikar, pengusaha elektronik pada Toko Mitra Elektronik, dalam wawancara pada Tgl 30 Oktober 2016 di Banda Aceh.
 Ihsan, pengusaha elektronik pada Toko Tehnik, dalam wawancara pada Tgl 29 Oktober 2016 di Banda Aceh.
 Syarwani, pengusaha elektronik pada Toko Bintang MutiaraElektronik, dalam wawancara pada Tgl 29 Oktober 2016 di Banda Aceh.
 Lukman, pengusaha elektronik pada Toko Sahara Elektronik, dalam wawancara pada Tgl 29 Oktober 2016 di Banda Aceh.