

TEORI-TEORI ETIKA PERILAKU BISNIS DAN PANDANGAN ISLAM TENTANG PERILAKU ETIKA BISNIS

Rinol Sumantri dan Nur Aisyah Yuliza
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Abstract:

This conceptual papers intend to explores the ethical theories of business behavior and also devoted to explores Islamic view points of it. This papers argues that the study on business ethic has become an official discipline on scientis circles. But, in addition to islamic points of view the study on business ethic behaviors had not fully well constructed as the official theory. In other words, so far the Islamic business ethics still on normative form, not well constructed yet. Its doesnt means that the reveletion norms was not sufficient, but the own conception is not adequate. Finally, this papers suggests that to be well constructed the islamic business ethics has to built a bridge between the reveletion ethics and rational ethics.

Key Words: Ethical Theories, Ethical Business Behavior, and Islamic View Points

PENDAHULUAN

Artikel konseptual ini mencoba mengeksplorasi teori-teori etis perilaku bisnis, ia juga berusaha mengeksplorasi lebih jauh bagaimana pandangan Islam tentang perilaku bisnis etik. Konseptual artikel ini juga mencoba mendiskusikan secara mendalam, bahwa kajian tentang bisnis etik telah menjadi suatu disiplin tersendiri di kalangan para ahli. Tetapi, dalam pandangan Islam, kajian tentang perilaku bisnis etik belum sepenuhnya dikonstruksi dengan baik sebagai suatu teori. Dengan kata lain, hingga kini, etika bisnis islam masih dalam bentuk normatif, dan belum dikonstruksi dengan baik. Hal itu, tidak berarti bahwa norma-norma kewahyuan tidak memadai, melainkan konsepsinyalah yang belum memadai. Artikel ini menyarankan untuk menjadikan etika bisnis islam dapat dikonstruksi dengan baik, maka perlu dipadukan etika kewahyuan dan etika rasional.

Definisi Perilaku Etis dalam Bisnis

Dalam beberapa literatur yang penulis baca, ada sejumlah pengertian perilaku etis dalam bisnis yang dapat dikemukakan dalam tulisan ini, *pertama* yang dikemukakan oleh Harris & Brown. Sebelum mendefinisikan pengertian perilaku etis dalam bisnis keduanya mempertanyakan beberapa hal terkait hal tersebut, misalnya “apakah perilaku etis dalam bisnis itu? Apakah ia merupakan sebuah tindakan yang kemudian diikuti sejumlah aturan-aturan yang dipelajari ketika masih muda dan nantinya di aplikasikan dalam dunia kerja?” apakah perilaku etis dalam bisnis itu adalah ketaatan kepada hukum dan beberapa standar kebenaran dan kesalahan budaya lainnya ketika mengejar tujuan sebuah perusahaan? Apakah perilaku etis dalam bisnis itu pembuatan keputusan-keputusan yang terkait dengan pekerjaan yang diikuti dari petunjuk pergeseran moral seperti kategori yang harus diikuti dari Kant?

Dalam konteks yang berbeda perilaku etis dalam bisnis diinterpretasikan sebagai seseorang atau gabungan semuanya yang melakukan kesemua aturan-aturan yang disebutkan di atas. Sesuai dengan tujuan tulisan ini maka perilaku etis didefinisikan sebagai upaya yang dilakukan secara sadar untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan moralitas individu dalam berbagai keadaan, dalam bisnis atau yang lain yang ada dalam kondisi sekarang { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite><Author>Harris</Author><Year>1990</Year><RecNum>58</RecNum><DisplayText>(Harris & Brown, 1990)</DisplayText><record><rec-number>58</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">58</key></foreign-keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-type><contributors><authors><author>Harris, Claudia</author><author>Brown, William</author></authors></contributors><titles><title>Developmental constraints on ethical behavior in business</title><secondary-title>Journal of Business Ethics</secondary-title></titles><periodical><full-title>Journal of Business Ethics</full-title></periodical><pages>855-862</pages><volume>9</volume><number>11</number><dates><year>1990</year></dates><isbn>0167-4544</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>}. Definisi ini mengasumsikan perkembangan dari sebuah kesadaran diri yang independen dalam integritas penuh terhadap moralitas individu. Kesadaran diri ini mendorong dan menghidupkan keputusan-keputusan etis melalui *reward* dan *punishment* secara fisik: tindakan-tindakan yang selaras dengan moralitas individu akan melindungi dan meningkatkan kesadaran diri yang bernilai etis, sementara tindakan-tindakan yang bertentangan dengan

moralitas individu akan mengganggu integritas diri dan mengakibatkan kepedihan. Kesadaran diri ini yang menyertakan moralitas yang independen dari aturan-aturan yang dibebankan secara eksternal adalah penting dalam perilaku etis yang didefinisikan di sini dan merupakan hasil dari sebuah tingkat perkembangan seorang manusia.

Definisi yang *kedua* menurut { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite AuthorYear="1"><Author>Bartlett</Author><Year>2000</Year><RecNum>57</RecNum><DisplayText>Bartlett and Preston (2000)</DisplayText><record><rec-number>57</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">57</key></foreign-keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-type><contributors><authors><author>Bartlett, Andrew</author><author>Preston, David</author></authors></contributors><titles><title>Can ethical behaviour really exist in business</title><secondary-title>Journal of Business Ethics</secondary-title></titles><periodical><full-title>Journal of Business Ethics</full-title></periodical><pages>199-209</pages><volume>23</volume><number>2</number><dates><year>2000</year></dates><isbn>0167-4544</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>} perilaku etika bisnis adalah tindakan yang baik, terkontrol dan *altruistik* sedangkan bisnis adalah buruk. Definisi ini menjelaskan kepada kita bahwa bisnis yang beretika itu adalah bisnis yang baik, dalam artian tidak melakukan tindakan-tindakan yang merugikan pihak lain dan tidak curang. Selain itu bisnis yang baik itu adalah bisnis yang terikat dengan aturan-aturan yang memungkinkan setiap pelakunya mendapatkan keuntungan bersama, bukan satu untung tetapi yang lain merugi. Di samping kedua hal tersebut bisnis yang baik itu juga harus *altruistik* artinya berbisnis itu tidak semata-mata untuk kepentingan individu saja akan tetapi juga perlu melihat sisi kepentingan orang lain, agar tujuan bendividu rsama untuk mendapatkan keuntungan dapat dicapai. Bisnis tanpa etika hanya akan merugikan tidak saja secara individu tapi juga secara komunal.

Dua pengertian perilaku etis dalam bisnis yang disebutkan di atas setidaknya sudah merepresentasikan definisi-definisi yang lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu dalam tulisan ini.

Teori-Teori Etika Perilaku Bisnis

Kajian tentang etika bisnis telah menjadi sebuah bidang kajian tersendiri di kalangan para ilmuwan. Namun demikian dalam Islam kajian

tentang etika perilaku bisnis ini belum terkonstruksi dengan baik sebagai sebuah teori tersendiri { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite><Author>Naqvi</Author><Year>1981</Year><RecNum>59</RecNum><DisplayText>(Naqvi, 1981)</DisplayText><record><rec-number>59</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">59</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Naqvi, Syed Nawab Haider</author></authors></contributors><titles><title>Ethics and economics: An Islamic synthesis</title></titles><volume>2</volume><dates><year>1981</year></dates><publisher>islamic foundation London</publisher><isbn>0860370798</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>}. Dalam ungkapan lain bahwa selama ini etika bisnis Islam masih dalam bentuk normatif, belum ada konstruks teori tersendiri, sehingga untuk mengkaji fenomena sosial perlu ada sinergi dengan teori-teori etika modern. Terkait dengan itu perlu diresapi pendapat { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite AuthorYear="1"><Author>Abdullah</Author><Year>2002</Year><RecNum>60</RecNum><Pages>220</Pages><DisplayText>Abdullah (2002, p. 220)</DisplayText><record><rec-number>60</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">60</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Abdullah, M Amin</author></authors></contributors><titles><title>Antara al-Ghazali dan Kant: Filsafat Etika Islam</title></titles><dates><year>2002</year></dates><publisher>Mizan</publisher><isbn>9794333115</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>} berikut :

“Ini tidaklah berarti bahwa norma-norma wahyu itu tidak memadai, melainkan konsepsi itu sendiri yang tidak memadai. Meskipun boleh jadi tepat secara emosional dan psikologis, ia tidaklah memadai secara intelektual. Sebaliknya, mengatakan bahwa etika harus berlandaskan “rasio” saja, tampaknya merupakan penyederhanaan yang berlebihan. Karena rasio, seperti ditegaskan Kant sendiri di lain tempat adalah terbatas dalam kapasitasnya untuk menangkap dan memahami esensi dan dunia noumenal.

Lebih lanjut { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite AuthorYear="1"><Author>Abdullah</Author><Year>2002</Year><RecNum

>60</RecNum><Pages>220</Pages><DisplayText>Abdullah (2002, p. 220)</DisplayText><record><rec-number>60</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">60</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Abdullah, M Amin</author></authors></contributors><titles><title>Antara al-Ghazali dan Kant: Filsafat Etika Islam</title></titles><dates><year>2002</year></dates><publisher>Mizan</publisher><isbn>9794333115</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>} Abdullah menegaskan lagi :

“Hanya “kerjasama” antara “etika wahyu” dan “etika rasional” yang akan menyelamatkan manusia dari keadaan terperangkap dalam keterpecahan kepribadian. Penulis meyakini bahwa dalam perubahan yang cepat dan transformasi budaya yang hebat adalah tugas kesejarahan yang besar untuk membangun pendekatan terhadap wacana etika yang ideal seperti itu”.

Pendapat yang dikemukakan Abdullah di atas, sejalan dengan pendapat Fakhry { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite ExcludeAuth="1"><Author>Fakhry</Author><Year>1996</Year><RecNum >61</RecNum><DisplayText>(1996)</DisplayText><record><rec-number>61</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">61</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Fakhry, Majid</author><author>Surakarta, Universitas Muhammadiyah</author><author>Islam, Pusat Studi</author></authors></contributors><titles><title>Etika dalam Islam</title></titles><dates><year>1996</year></dates><publisher>diterbitkan Pustaka Pelajar bekerjasama dengan Pusat Studi Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta</publisher><isbn>9798581466</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>} berikut ini:

“Al-qur’an yang melibatkan seluruh kehidupan moral, keagamaan dan sosial muslim, tidaklah berisi teori-teori etika dalam arti yang baku sekalipun ia membentuk keseluruhan ethos Islam. Jadi bagaimanakah cara mengeluarkan ethos itu menjadi sangat penting dalam study etika Islam...Para sufi dan filosof, yang sering menggali otoritas al-Qur’an untuk mendukung pernyataan teoritis dan etika mereka tidak dapat

dikatakan telah membangun pandangan Islam yang menyeluruh mengenai alam dan manusia. Mereka telah berhutang budi kepada pengaruh-pengaruh luar seperti India, Yunani, Kristen dan lainnya yang telah membentuk pemikiran mereka. Oleh karena itu teori-teori etika mereka ditandai dengan kompleksitas yang tinggi”.

Oleh karena itu, untuk tujuan sinergisitas sumber etika yang bersumber dari wahyu dan rasio Barat, perlu dikaji terlebih dahulu teori-teori etika mulai dari *deontologi*, *utilitarisme*, *teori hak* dan *teori keutamaan*.

Pertama, deontologi. Istilah ini berasal dari kata Yunani *deon*, yang berarti kewajiban. Karena itu, etika deontologi menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Menurut etika deontologi, suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibat atau tujuan baik dari tindakan itu, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik pada dirinya sendiri. Dengan ungkapan lain, tindakan itu bernilai moral karena tindakan itu dilaksanakan berdasarkan kewajiban yang memang harus dilaksanakan terlepas dari tujuan atau akibat dari tindakan itu

```
{ ADDIN EN.CITE
<EndNote><Cite><Author>Keraf</Author><Year>2000</Year><RecNum>6
2</RecNum><Pages>23</Pages><DisplayText>(Keraf, 2000, p.
23)</DisplayText><record><rec-number>62</rec-number><foreign-
keys><key app="EN" db-
id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">62</key></foreign-
keys><ref-type name="Book">6</ref-
type><contributors><authors><author>Keraf, A
Sonny</author></authors></contributors><titles><title>Pustaka Filsafat
ETIKA BISNIS, Tuntunan dan
Relevansinya</title></titles><dates><year>2000</year></dates><publishe
r>Kanisius</publisher><isbn>9796720949</isbn><urls></urls></record>
</Cite></EndNote>} dan { ADDIN EN.CITE
<EndNote><Cite><Author>Chandra</Author><Year>1995</Year><RecNum
>63</RecNum><Pages>94-95</Pages><DisplayText>(Chandra, 1995, pp.
94-95)</DisplayText><record><rec-number>63</rec-number><foreign-
keys><key app="EN" db-
id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">63</key></foreign-
keys><ref-type name="Book">6</ref-
type><contributors><authors><author>Chandra, Robby
I</author></authors></contributors><titles><title>Etika dunia
bisnis</title></titles><dates><year>1995</year></dates><publisher>Pene
rbit
Kanisius</publisher><isbn>9794974102</isbn><urls></urls></record></
```


Dalam dunia bisnis, etika utilitarisme juga mempunyai relevansi yang sangat kuat. Secara khusus etika ini diterapkan, sadar atau tidak, dalam upaya apa yang dikenal dalam perusahaan sebagai *the cost and benefit analysis* (analisa biaya dan keuntungan), yang intinya bahwa etika inipun digunakan dalam perencanaan dan evaluasi kegiatan bisnis suatu perusahaan, dalam segala aspek: produksi, promosi, penjualan, diversifikasi, pembukaan cabang, penambahan tenaga, penambahan modal dan seterusnya

{ ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite><Author>Keraf</Author><Year>2000</Year><RecNum>62</RecNum><Pages>100</Pages><DisplayText>(Keraf, 2000, p. 100)</DisplayText><record><rec-number>62</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">62</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Keraf, A Sonny</author></authors></contributors><titles><title>Pustaka Filsafat ETIKA BISNIS, Tuntunan dan Relevansinya</title></titles><dates><year>2000</year></dates><publisher>Kanisius</publisher><isbn>9796720949</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>}. Kendati demikian, kesemuanya itu juga harus melihat tidak saja untuk kepentingan diri pribadi atau perusahaan, tetapi juga harus melihat sisi manfaat (keuntungan) bagi orang lain sebagaimana yang diajarkan teori utilitarisme.

Ketiga, teori hak. Dalam pemikiran moral, teori hak adalah pendekatan yang paling banyak dipakai untuk mengevaluasi baik buruknya suatu perbuatan atau perilaku. Sebetulnya teori hak merupakan suatu aspek dari teori deontologi, karena hak berkaitan dengan kewajiban. Malah bisa dikatakan, hak dan kewajiban bagaikan dua sisi dari logam yang sama. Kewajiban seseorang serentak berarti juga hak dari orang lain { ADDIN EN.CITE

<EndNote><Cite><Author>Bertens</Author><Year>2000</Year><RecNum>64</RecNum><Pages>72</Pages><DisplayText>(Bertens, 2000, p. 72)</DisplayText><record><rec-number>64</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">64</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Bertens, Kees</author></authors></contributors><titles><title>Pengantar Etika Bisnis</title></titles><dates><year>2000</year></dates><publisher>Kanisius</publisher><isbn>9796727005</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>}. Jika seorang pelaku bisnis melakukan aktivitas bisnis (*tijarah*)

karena terdorong kewajiban agama, kewajiban untuk memenuhi tuntutan kebutuhan keluarga yang menjadi bagian tanggung jawabnya, tetapi di sisi lain hak konsumen perlu diperhatikan juga. Misalnya konsumen berhak atas produk yang sehat serta aman dan sesuai dengan harapannya dan hak-hak lain yang harus ditunaikan.

Keempat, teori keutamaan. Dalam teori-teori sebelumnya (deontologi, utilitarisme, dan hak), baik buruknya perilaku manusia ditekankan berdasarkan suatu prinsip atau norma. Kalau sesuai dengan norma, suatu perbuatan adalah baik. Sebaliknya jika tidak, maka perbuatan itu adalah buruk. Di samping teori-teori ini, ada pendekatan lain yang tidak menyoroti perbuatan, tetapi memfokuskan pada seluruh manusia sebagai pelaku moral. Tidak ditanyakan "*what should he/she do*" tetapi "*what kind of person should he/she be*" { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite><Author>Bertens</Author><Year>2000</Year><RecNum>64</RecNum><Pages>74</Pages><DisplayText>(Bertens, 2000, p. 74)</DisplayText><record><rec-number>64</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">64</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Bertens, Kees</author></authors></contributors><titles><title>Pengantar Etika Bisnis</title></titles><dates><year>2000</year></dates><publisher>Kanisius</publisher><isbn>9796727005</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>}. Tipe teori ini, yakni teori keutamaan (*virtue: kebajikan, kesalehan*) yang memandang sikap atau akhlak seseorang. Dalam hal ini, tidak dipersoalkan, apakah perbuatan itu adil, atau jujur, atau murah hati, tetapi apakah orang itu bersikap adil, jujur, atau murah hati, dan sebagainya. Dengan begitu teori ini menekankan pada aspek kualitas pribadi perilaku (subjek) bukan pada aspek perbuatan sebagaimana tiga teori sebelumnya.

Menurut { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite AuthorYear="1"><Author>Bertens</Author><Year>2000</Year><RecNum>64</RecNum><Pages>74</Pages><DisplayText>Bertens (2000, p. 74)</DisplayText><record><rec-number>64</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">64</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Bertens, Kees</author></authors></contributors><titles><title>Pengantar Etika Bisnis</title></titles><dates><year>2000</year></dates><publisher>Kanisius</publisher><isbn>9796727005</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>} keutamaan bisa didefinisikan sebagai disposisi watak yang

telah diperoleh seseorang dan memungkinkan dia untuk bertingkah laku baik secara moral. Kebijaksanaan misalnya, merupakan suatu keutamaan yang membuat seseorang mengambil keputusan tepat dalam setiap situasi. Keadilan adalah keutamaan lain yang membuat seseorang selalu memberikan kepada sesama apa yang menjadi haknya. Kerendahan hati adalah keutamaan yang membuat seseorang tidak menonjolkan diri, sekalipun situasi mengizinkan. Suka bekerja keras adalah keutamaan yang membuat seseorang mengatasi kecenderungan spontan untuk bermalasan. Ada banyak keutamaan semacam ini. Seseorang adalah orang yang baik, jika ia memiliki keutamaan. Hidup yang baik adalah *virtues life*: hidup yang selalu dihiasi dengan keutamaan-keutamaan. Dalam etika bisnis, teori keutamaan belum banyak dimanfaatkan. Tetapi minat untuk itu semakin banyak.

{ ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite AuthorYear="1"><Author>Solomon</Author><Year>1992</Year><RecNum>66</RecNum><DisplayText>Solomon (1992)</DisplayText><record><rec-number>66</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">66</key></foreign-keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-type><contributors><authors><author>Solomon, Robert C</author></authors></contributors><titles><title>Ethics and excellence: Cooperation and integrity in business</title></titles><dates><year>1992</year></dates><urls></urls></record></Cite></EndNote>}

menyatakan tentang keadilan sebagai keutamaan paling mendasar di bidang bisnis. Pandangan lain menyatakan bahwa keutamaan yang harus menandai pebisnis perseorangan antara lain: kejujuran, *fairness*, kepercayaan, dan keuletan. Norma-norma inilah yang harus menjadi modal dasar agar pebisnis hidup dalam suasana berkesalehan baik kesalehan individual maupun kesalehan sosial, berkebijaksanaan, dan nilai-nilai keutamaan lainnya.

Eksistensi Perilaku Etis dalam Bisnis

Dalam berbagai literatur terkait etika bisnis, disebutkan bahwa asumsi yang paling banyak ditekankan adalah perilaku etika bisnis seharusnya mendukung terciptanya kondisi sosial masyarakat yang baik, serta menjadikan nilai-nilai etika sebagai sumber acuan dalam berbagai aktivitas bisnis. Untuk mewujudkan hal tersebut tentu perlu untuk memahami nilai-nilai etika tersebut seperti kejujuran, perilaku yang adil, serta sikap *altruistik*. Namun, menurut { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite AuthorYear="1"><Author>Bartlett</Author><Year>2000</Year><RecNum>57</RecNum><DisplayText>Bartlett and Preston (2000)</DisplayText><record><rec-number>57</rec-number><foreign-

```
keys><key app="EN" db-  
id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">57</key></foreign-  
keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-  
type><contributors><authors><author>Bartlett,  
Andrew</author><author>Preston,  
David</author></authors></contributors><titles><title>Can ethical  
behaviour really exist in business</title><secondary-title>Journal of  
Business Ethics</secondary-title></titles><periodical><full-title>Journal of  
Business Ethics</full-title></periodical><pages>199-  
209</pages><volume>23</volume><number>2</number><dates><year>2  
000</year></dates><isbn>0167-  
4544</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>
```

dalam penelitian mereka tentang eksistensi etika dalam dunia bisnis, hal tersebut tidak diterima dalam dunia kerja. Alasan yang paling mendasar dari tidak diterimanya etika dalam dunia bisnis adalah bahwa dalam dunia bisnis bukan bicara masalah baik dan buruk akan tetapi yang paling urgen adalah masalah keberhasilan dan keuntungan. Keberhasilan dan keuntungan tersebut memerlukan kerja keras – termasuk di dalamnya kondisi sosial masyarakat yang baik – tidak sama sekali ditentukan oleh etika yang bicara tentang baik dan buruk. Persentase mereka yang skeptis terhadap nilai-nilai etika dalam bisnis ini cukup dominan antara 90% sampai 95%.

Menurut Fassin (2005) dari berbagai penelitian kepada berbagai tingkatan perusahaan baik secara aktual maupun secara teoritis bahwa alasan-alasan tidak berlakunya perilaku etis dalam dunia bisnis berkaitan dengan beberapa hal berikut: tekanan dari para pemilik modal atau pemegang saham, strategi-strategi jangka pendek, hegemoni dari lembaga-lembaga pendonor, kekuasaan hukum bisnis, kesewenang-wenangan komunikasi dan media, dan kesulitan-kesulitan dalam menterjemahkan strategi-strategi bisnis dalam implementasinya di lapangan. Berbagai skandal keuangan yang terjadi beberapa tahun terakhir telah menghancurkan reputasi bisnis, hal tersebut nyaris menimpa banyak negara (Elliot & Schroth, 2002). Kasus-kasus skandal tersebut terkait dengan laporan akuntansi palsu, manipulasi informasi, korupsi pejabat publik, memperkaya diri sendiri para manajer perusahaan (Buelens 2002, p. 15; Byme et.al., 2002). Kasus skandal-skandal ini telah melahirkan kebangkrutan, banyaknya karyawan yang dipecat, dan kehilangan dana investasi perseorangan yang diinvestasikan di perusahaan-perusahaan tersebut. Masalah utamanya ternyata adalah tidak adanya perilaku etis dalam aktivitas bisnis yang dilakukan akibat dari konflik kepentingan para manajer, bankir dan lain sebagainya (Hamilton, 2002).

Senada dengan hal tersebut di atas, { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite AuthorYear="1"><Author>Bartlett</Author><Year>2000</Year><RecNum>

57</RecNum><DisplayText>Bartlett and Preston (2000)</DisplayText><record><rec-number>57</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">57</key></foreign-keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-type><contributors><authors><author>Bartlett, Andrew</author><author>Preston, David</author></authors></contributors><titles><title>Can ethical behaviour really exist in business</title><secondary-title>Journal of Business Ethics</secondary-title></titles><periodical><full-title>Journal of Business Ethics</full-title></periodical><pages>199-209</pages><volume>23</volume><number>2</number><dates><year>2000</year></dates><isbn>0167-4544</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>}

menyatakan bahwa, perusahaan-perusahaan itu hanya dibentuk untuk mekanisme pengambilan keuntungan belaka tanpa adanya ketertarikan dari pihak manajemen untuk mewujudkan kondisi sosial masyarakat yang lebih baik. Tentu hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi penggiat perilaku etis dalam dunia bisnis. Tantangan tersebut adalah bagaimana meyakinkan para pengelola perusahaan sekaligus para karyawannya bahwa keuntungan langsung yang berkesinambungan bagi perusahaan-perusahaan yang mereka kelola mesti menjadikan etika sebagai acuan dasar dalam setiap aktivitas bisnis yang dilakukan baik dalam produksi, distribusi dan konsumsi.

Dalam rangka mewujudkan hal tersebut maka organisasi-organisasi bisnis berupa perusahaan-perusahaan komersial tersebut harus menunjukkan arti pentingnya etika dalam seluruh aktivitas bisnis yang dilakukan. Para eksekutif, manajer, dan para karyawan yang lain bisa diharapkan untuk mencapai standar etika yang tinggi hanya ketika mereka menyadari bahwa mereka adalah bagian yang tidak terpisahkan dari organisasi bisnis yang menghargai standar etika tersebut. Salah satu kunci untuk menghindari situasi yang tidak diinginkan dari ketidakhadiran etika dalam bisnis adalah dengan mendorong adanya sebuah identitas komunitas, perusahaan dan tempat kerja yang lebih besar. Kami menyiapkan beberapa contoh cara yang bisa dilakukan perusahaan-perusahaan untuk mengatasi tantangan-tantangan dalam mendorong perilaku-perilaku yang lebih etis dan berkesinambungan. Selain itu, kami menggarisbawahi beberapa cara dimana harapan-harapan dari organisasi-organisasi bisnis bisa dikomunikasikan lebih jauh melalui struktur perusahaan yang memelihara perilaku-perilaku etika yang menguntungkan dalam jangka panjang bagi pribadi maupun perusahaan. Kesuksesan secara keseluruhan bagi pelaksanaan program perilaku etis ini terlihat dari kualitas pelaksanaan program tersebut.

Terkait dengan asumsi para pengusaha dan karyawannya bahwa dalam dunia bisnis yang penting adalah keuntungan dan keberhasilan bukan masalah baik dan buruk dan tanpa ketertarikan untuk menjadikan kondisi sosial ekonomi yang lebih baik, Friedman (1976) malah menyatakan bahwa tanggung jawab sosial adalah kunci untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Pernyataan Friedman di atas, menjelaskan dan meyakinkan kita semua bahwa tanggung jawab sosial memberikan *multiflyer effect* bagi tercapainya keuntungan baik bagi perusahaan sendiri maupun bagi kondisi ekonomi masyarakat yang lebih baik. Betapa tidak, kalau perusahaan menjadikan kondisi sosial masyarakat yang lebih baik sebagai acuan dari seluruh aktivitas bisnisnya maka tentu akan ada imbal balik yang baik juga dari masyarakat sekitar, bentuknya bisa beragam seperti menjaga keamanan perusahaan, membeli produk-produknya untuk dijual kembali dan bentuk-bentuk keuntungan lainnya.

Perbedaan-perbedaan pendapat tentang penting dan tidak perilaku etis dalam dunia bisnis akan selalu terbuka. Ada yang berpendapat bahwa perilaku etis dalam bisnis itu tidak penting, karena yang terpenting adalah keberhasilan dan keuntungan tanpa perlu memperhatikan apakah kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar baik atau buruk. Di samping itu ada juga yang memandang bahwa perilaku etis dalam bisnis itu penting, termasuk memperhatikan kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar sebagai ukuran keberhasilan perilaku etis tersebut. Bagi mereka yang menjadikan perilaku etika bisnis itu penting dalam dunia bisnis perlu diketahui bahwa standar etis masing-masing perusahaan itu bisa berbeda. Maka untuk itu tidak bisa diseragamkan biarlah masing-masing perusahaan menentukan sendiri standar nilai etika tersebut. Tapi satu yang pasti bahwa etika itu penting bagi keberlangsungan suatu bisnis agar tetap bisa bertahan dalam menghadapi berbagai persaingan yang semakin ketat.

Urgensi Etika dalam Bisnis: Perspektif Islam

Sebelum membahas lebih jauh tentang urgensi etika dalam bisnis perspektif Islam, ada baiknya dikemukakan terlebih dahulu urgensi etika bisnis perspektif Yahudi dalam *The Talmud* sebagai perbandingan dalam melihat urgensi etika dalam bisnis. *The Talmud* sendiri merupakan kompilasi hukum tidak tertulis yang ada pada agama Yahudi yang sudah berusia lebih dari 1500 tahun yang di dalamnya juga terdapat diskusi-diskusi mendalam tentang etika bisnis (Friedman, 1986).

Dalam *The Talmud* disebutkan bahwa ada 4 tingkatan dari perilaku etis dalam bisnis. Tingkatan paling rendah adalah seseorang yang baru saja mengenal aturan hukum, sementara tingkatan tertinggi adalah seseorang yang telah berada pada jalan ketaqwaan/ketaatan dalam beribadah. Tujuan

Friedman dalam mengkaji *The Talmud* ini adalah untuk mencoba mengaitkan etika bisnis jaman dahulu dengan kondisi sekarang.

Kira-kira 2000 tahun yang lalu, *The Talmud* membuat semacam acuan tidak tertulis untuk berbagai tingkatan etika untuk kegiatan bisnis. *The Talmud* ini terdiri dari *Mishna* dan *Gemara*, yang merupakan hukum tidak tertulis agama Yahudi, yang menjelaskan, mengkaji hukum tertulis yang ada di dalam Bibel. *Mishna* dikumpulkan, diedit, dan akhirnya berketetapan untuk ditulis kira-kira 1800 tahun yang lalu. Sementara *Gemara* utamanya terdiri dari analisis, diskusi, dan komentar-komentar terhadap *Mishna* yang sudah lengkap dan ditulis kira-kira 1500 tahun yang lalu. *The Talmud* terdiri dari 63 volume yang terdiri dari diskusi-diskusi tentang hukum (termasuk kewajiban-kewajiban moral), yang sesuai dengan ritual-ritual keagamaan, hubungan pernikahan, bisnis, hukum perdata, hubungan sosial, hari libur dan lain sebagainya (Morris Adler, 1963).

Bagaimanapun juga perilaku mencerminkan akhlak/etika seseorang, Atau dengan ungkapan lain perilaku ber-korelasi dengan etika. Apabila seseorang taat pada etika, berkecenderungan akan menghasilkan perilaku yang baik dalam setiap aktivitas atau tindakannya. Tanpa terkecuali dalam aktivitas bisnis. Sebagai contoh korelasi perilaku dengan etika sebagaimana digambarkan Tsalikis (2009) dari hasil penelitiannya tentang persepsi konsumen terkait perilaku etis dalam bisnis diketahui bahwa di dua negara muslim Turki dan Mesir *Business Ethics Index* (BEI) berkembang baik, dimana di Mesir menunjukkan adanya perbedaan yang besar antara persepsi perilaku etis perseorangan dengan kelompok, tanpa membedakan jenis kelamin.

Secara nyata bisa digambarkan apabila seseorang yang menjadi pelaku bisnis yang peduli pada etika, bisa diperkirakan dia akan bersikap jujur, amanah, adil, altruistik, dan sebagainya. Sebaliknya bagi mereka yang tidak mempunyai kesadaran akan pentingnya etika, dimanapun dan kapanpun akan cenderung menampilkan sikap kontraproduktif dengan sikap kelompok pertama dalam pengendalian bisnis.

Menurut { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite AuthorYear="1"><Author>Qardhawi</Author><Year>1997</Year><RecNum>67</RecNum><Pages>57</Pages><DisplayText>Qardhawi (1997, p. 57)</DisplayText><record><rec-number>67</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">67</key></foreign-keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-type><contributors><authors><author>Qardhawi, Yusuf</author></authors></contributors><titles><title>Norma dan Etika Ekonomi Islam</title><secondary-title>Cetakan Pertama, Penerbit Gema

Insani Press, Jakarta</secondary-title></titles><periodical><full-title>Cetakan Pertama, Penerbit Gema Insani Press, Jakarta</full-title></periodical><dates><year>1997</year></dates><urls></urls></record></Cite></EndNote>} antara ekonomi (bisnis) dan akhlak (etika) tidak pernah terpisah sama sekali, seperti halnya antara ilmu dan akhlak, antara politik dan akhlak, dan antara perang dan akhlak. Akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan islami. Karena risalah Islam adalah risalah akhlak. Sebagaimana tidak pernah terpisahnya agama dan Negara, materi dan ruhani. Seorang muslim harus yakin antara kesatuan hidup dan kesatuan kemanusiaan. Maka dari itu tidak pernah dibenarkan tindakan pemisahan antara kehidupan dunia dan agama seperti yang terjadi di kebanyakan Negara di Eropa.

Bagi seorang muslim, tidak dibenarkan mendahulukan kepentingan ekonomi semisal keuntungan bisnis di atas pemeliharaan nilai dan keutamaan yang diajarkan agamanya. Dewasa ini banyak didapati sistem ekonomi yang lebih mendahulukan upaya-upaya ekonomi dengan mengabaikan etika dan berbagai konsekuensi transendental. Itu berarti bahwa sistem tersebut mementingkan tuntutan strategi bisnis daripada tuntutan moral yang mendorong pelakunya untuk berbuat yang merugikan orang lain.

Kesatuan antara ekonomi dan etika ini akan semakin terlihat jelas pada aktivitas-aktivitas ekonomi, baik yang berkenaan dengan produksi, distribusi, dan peredaran (sirkulasi), dan konsumsi { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite><Author>Qardhawi</Author><Year>1997</Year><RecNum>67</RecNum><Pages>57</Pages><DisplayText>(Qardhawi, 1997, p. 57)</DisplayText><record><rec-number>67</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">67</key></foreign-keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-type><contributors><authors><author>Qardhawi, Yusuf</author></authors></contributors><titles><title>Norma dan Etika Ekonomi Islam</title><secondary-title>Cetakan Pertama, Penerbit Gema Insani Press, Jakarta</secondary-title></titles><periodical><full-title>Cetakan Pertama, Penerbit Gema Insani Press, Jakarta</full-title></periodical><dates><year>1997</year></dates><urls></urls></record></Cite></EndNote>}. Hal ini menunjukkan bahwa setiap langkah perilaku ekonomi tidak boleh dipisahkan dari konteks etika bisnis. Seseorang baik secara individual maupun komunal tidak bebas melakukan apa saja yang diinginkannya, setiap individu terikat dengan etika pada setiap aktivitas ekonomi yang dilakukannya, baik dalam menjalankan usaha, mengembangkan, maupun mendonasikan hartanya.

Kesatuan antara ekonomi dan etika dalam Islam, telah mengundang banyak komentar dari sebagian cendekiawan kontemporer. Salah satunya adalah komentar yang diberikan oleh Jack Aster { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite><Author>Qardhawi</Author><Year>1997</Year><RecNum>67</RecNum><Pages>61</Pages><DisplayText>(Qardhawi, 1997, p. 61)</DisplayText><record><rec-number>67</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">67</key></foreign-keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-type><contributors><authors><author>Qardhawi, Yusuf</author></authors></contributors><titles><title>Norma dan Etika Ekonomi Islam</title><secondary-title>Cetakan Pertama, Penerbit Gema Insani Press, Jakarta</secondary-title></titles><periodical><full-title>Cetakan Pertama, Penerbit Gema Insani Press, Jakarta</full-title></periodical><dates><year>1997</year></dates><urls></urls></record></Cite></EndNote>} sebagai berikut :

“Islam adalah sebuah sistem hidup yang aplikatif dan secara bersamaan mengandung nilai-nilai akhlak yang tinggi. Kedua hal ini berkaitan erat, tidak pernah terpisah satu dengan yang lainnya. Dari sini bisa dipastikan bahwa kaum muslimin tidak akan menerima sistem ekonomi kapitalis. Ekonomi yang mengambil kekuatan dari wahyu al-Qur’an pasti ekonomi yang berakhlak. Akhlak ini mampu memberikan makna baru terhadap konsep nilai, dan mampu mengisi kekosongan pikiran yang nyaris muncul akibat alat industrialisasi”.

Walaupun demikian ketentuannya, bukan berarti Islam menghalangi pelaku bisnis memperoleh keuntungan. Bagaimanapun bisnis itu pasti berorientasi kepada keuntungan (*profit-oriented*) agar mampu bertahan dalam mengembangkan usaha. Dalam pandangan etika Islam, yang harus dikejar bukan semata-mata keuntungan, melainkan juga keberkahan { ADDIN EN.CITE

<EndNote><Cite><Author>Ya’kub</Author><Year>1983</Year><RecNum>68</RecNum><Pages>161</Pages><DisplayText>(Ya’kub, 1983, p. 161)</DisplayText><record><rec-number>68</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">68</key></foreign-keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-type><contributors><authors><author>Ya’kub, Hamzah</author></authors></contributors><titles><title>Etika Islam</title><secondary-title>Bandung: CV. Diponogoro</secondary-title></titles><periodical><full-title>Bandung: CV. Diponogoro</full-

title></periodical><dates><year>1983</year></dates><urls></urls></record></Cite></EndNote>}. Keberkahan usaha bisa dimaknai sebagai kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diredhoi Allah.

Menurut { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite AuthorYear="1"><Author>Naqvi</Author><Year>1981</Year><RecNum>59</RecNum><Pages>89</Pages><DisplayText>Naqvi (1981, p. 89)</DisplayText><record><rec-number>59</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">59</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Naqvi, Syed Nawab Haider</author></authors></contributors><titles><title>Ethics and economics: An Islamic synthesis</title></titles><volume>2</volume><dates><year>1981</year></dates><publisher>islamic foundation London</publisher><isbn>0860370798</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>} karakter khusus etika Islam sebagian besar bergantung kepada konsepnya mengenai manusia dan hubungannya dengan Tuhan, dengan dirinya sendiri, alam dan masyarakat. Dalam al-Qur'an jelas bahwa manusia diciptakan hanya untuk menghambakan diri kepada kepada Allah bukan yang lain. Sebagai konsekuensinya, ia harus taat kepada semua perintah-Nya dan menjauhi semua larangannya, itulah manifestasi utuh dari ketaqwaan kepada Allah, termasuk dalam mengadakan kontak dengan dirinya sendiri, alam, dan masyarakatnya semua harus selaras dengan tuntunan-Nya. Dengan demikian, maka semua aktivitas kehidupan termasuk aktivitas bisnis akan bermakna ibadah dengan menyelaraskan semua tindakan hanya tertuju kepada-Nya.

Esensi manusia menurut al-Ghazāli adalah substansi immaterial yang berdiri sendiri dan subyek yang mengetahui { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite><Author>Nasution</Author><Year>1988</Year><RecNum>69</RecNum><Pages>70</Pages><DisplayText>(Nasution, 1988, p. 70)</DisplayText><record><rec-number>69</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">69</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Nasution, Muhammad Yasir</author></authors></contributors><titles><title>Manusia menurut al-Ghazali</title></titles><dates><year>1988</year></dates><publisher>Rajawali

awali

Pers</publisher><isbn>9794211567</isbn><urls></urls></record></Cite ></EndNote>}. Ia bisa mengetahui dengan akal yang dianugerahkan Allah kepadanya. Dengan akal itu manusia melahirkan perbuatan. Menurut Al-Ghazāli, perbuatan adalah bagian dari gerak. Gerak apabila dihubungkan dengan manusia, terdiri dari gerak yang tidak disadari, (*al-tabī'iyat*), dan gerak yang disadari (*al-irādiyāt*). Perbuatan yang disadari ini disebut juga dengan perbuatan bebas (*al-ikhtiyāri*). Perbuatan semacam ini, menurut Al-Ghazāli terjadi setelah melalui tiga tahap peristiwa dalam diri manusia, yaitu pengetahuan (*al-'ilm*), kemauan (*al-irādāt*), dan kemampuan (*al-qudrāt*) {
ADDIN EN.CITE
<EndNote><Cite><Author>Nasution</Author><Year>1988</Year><RecNum>69</RecNum><Pages>159</Pages><DisplayText>(Nasution, 1988, p. 159)</DisplayText><record><rec-number>69</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">69</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Nasution, Muhammad Yasir</author></authors></contributors><titles><title>Manusia menurut al-Ghazali</title></titles><dates><year>1988</year></dates><publisher>Rajawali
Pers</publisher><isbn>9794211567</isbn><urls></urls></record></Cite ></EndNote>}.
<EndNote><Cite><Author>Nasution</Author><Year>1988</Year><RecNum>69</RecNum><Pages>160</Pages><DisplayText>(Nasution, 1988, p. 160)</DisplayText><record><rec-number>69</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">69</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Nasution, Muhammad Yasir</author></authors></contributors><titles><title>Manusia menurut al-Ghazali</title></titles><dates><year>1988</year></dates><publisher>Rajawali

Al-irādat menentukan pilihan berdasarkan pengetahuan. Daya mengetahui mempunyai kekuasaan yang lebih besar daripada *al-irādat*, tetapi ia mempunyai hubungan yang jauh dengan perbuatan. Yang terlibat langsung dengan perbuatan adalah *al-irādat* dan *al-qudrāt*. Sepintas, proses terwujudnya perbuatan ini memperlihatkan efektivitas manusia. Melalui *al-irādat*, manusia mempunyai kebebasan untuk memilih, dan melalui *al-qudrāt*, manusia mempunyai kemampuan pada dirinya sendiri untuk mewujudkan perbuatan-perbuatannya sendiri {
ADDIN EN.CITE
<EndNote><Cite><Author>Nasution</Author><Year>1988</Year><RecNum>69</RecNum><Pages>160</Pages><DisplayText>(Nasution, 1988, p. 160)</DisplayText><record><rec-number>69</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">69</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Nasution, Muhammad Yasir</author></authors></contributors><titles><title>Manusia menurut al-Ghazali</title></titles><dates><year>1988</year></dates><publisher>Rajawali

awali

Pers</publisher><isbn>9794211567</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>}.</p></div><div data-bbox="185 185 863 352" data-label="Text"><p>Dengan demikian perilaku manusia itu berkaitan langsung dengan kemauan (*al-irādāt*) dan kemampuan (*al-qudrāt*). Hanya saja sebelumnya didahului dengan pengetahuan tentang sesuatu. Apabila pengetahuan tersebut berhubungan dengan masalah bisnis, kemudian didorong oleh kemauan baik ke arah positif maupun negatif, dan kemampuan yang dimiliki maka akan terwujud perilaku bisnis. Jika dorongan kemauan itu ke arah yang baik maka berkecenderungan perilaku itu akan mematuhi norma-norma. Namun jika sebaliknya yang terjadi, kemauan mengarahkan kepada yang negatif, maka berkecenderungan melahirkan perilaku bisnis yang kontraproduktif dengan kemauan etis.</p></div><div data-bbox="185 400 565 418" data-label="Section-Header"><h3>Prinsip-prinsip Etika Bisnis dalam Islam</h3></div><div data-bbox="185 417 863 568" data-label="Text"><p>Sebagaimana telah dijelaskan di atas, bahwa seorang pengusaha dalam pandangan etika Islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan yaitu kemantappan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diredhoi Allah. Ini berarti bahwa yang harus diraih oleh seorang pengusaha dalam melakukan bisnis tidak sebatas keuntungan materiil (bendawi), tetapi yang juga lebih penting adalah keuntungan immaterial (spiritual). Kebendaan yang profan (intrasenden) baru bermakna apabila diimbangi dengan kepentingan spiritual yang transenden (*ukhrāwī*).</p></div><div data-bbox="185 567 863 618" data-label="Text"><p>Karena itu prasyarat untuk meraih keberkahan atas nilai transenden itu seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam Islam, antara lain:</p></div><div data-bbox="185 617 863 652" data-label="Text"><p>Pertama, jujur dalam takaran. Jujur dalam takaran ini sangat penting untuk diperhatikan karena Tuhan sendiri secara jelas mengatakan:</p></div><div data-bbox="230 667 863 735" data-label="Text"><p>Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang¹, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.</p></div><div data-bbox="185 750 863 785" data-label="Text"><p>Masalah kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis menurut Islam. Tetapi etika bisnis modern juga sangat menekankan</p></div><div data-bbox="185 802 863 834" data-label="Footnote"><p>¹ Yang dimaksud dengan orang-orang yang curang di sini ialah orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang.</p></div><div data-bbox="446 837 790 855" data-label="Page-Footer"><p>I-Economics Journal, Vol. 1. No. 1, (2015) |</p></div><div data-bbox="798 837 859 934" data-label="Page-Footer"><p>{
PAGE
*
MERG
EFOR
MAT }</p></div></html>

pada prinsip kejujuran ini. { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite AuthorYear="1"><Author>Stewart</Author><Year>1996</Year><RecNum>70</RecNum><Pages>47</Pages><DisplayText>Stewart (1996, p. 47)</DisplayText><record><rec-number>70</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">70</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Stewart, David</author></authors></contributors><titles><title>Business ethics</title></titles><dates><year>1996</year></dates><publisher>McGraw-Hill New York</publisher><isbn>0070615446</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>} menyatakan:

"business ethics build trust, and trust is the basic of moden business. If we accept the view, argued for earlier, that ther are not two moralities – one for individuals and one for business – but a common moral framework for judging both individual and corporate activities, then we can gain some guidance for business behavior by looking at what philosophers have seen as the morally good life.

Makna pernyataan Stewart di atas bahwa bisnis membangun kepercayaan dan kepercayaan adalah dasar bisnis modern – jika kita menerima pandangan tersebut bahwa tidak ada dua moralitas yaitu untuk individu dan untuk bisnis, melainkan suatu kerangka moral umum yang berlaku baik bagi individual maupun kelompok. Sehingga kita bisa memperoleh petunjuk untuk perilaku bisnis dengan melihat sesuatu yang oleh para pilosof dipandang sebagai kehidupan yang bahagia secara moral.

Di sisi lain { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite AuthorYear="1"><Author>Stewart</Author><Year>1996</Year><RecNum>70</RecNum><Pages>98</Pages><DisplayText>Stewart (1996, p. 98)</DisplayText><record><rec-number>70</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">70</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Stewart, David</author></authors></contributors><titles><title>Business ethics</title></titles><dates><year>1996</year></dates><publisher>McGraw-Hill New York</publisher><isbn>0070615446</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>} menegaskan :

“In all relationships trust is the basic element. Trust is created from honesty. Honesty is one of the most difficult qualities of character to achieve in business, family or any other arena where one’s self interest competes with that of the other party”.

Maksudnya adalah bahwa dalam semua hubungan, kepercayaan adalah elemen yang mendasar. Kepercayaan dihasilkan dari ketulusan hati. Ketulusan hati adalah salah satu dari kualitas karakter yang begitu sulit untuk meraih hasil dalam kegiatan bisnis, keluarga atau tempat lain dimana kepentingan diri seseorang bersaing dengan kepentingan pihak lain.

Berdasarkan pernyataan di atas berarti kepercayaan adalah elemen yang sangat mendasar dalam bisnis. Dalam bisnis untuk membangun kerangka kepercayaan itu seorang pengusaha harus mampu berbuat jujur dan adil, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. Kejujuran itu harus direalisasikan antara lain dalam praktik penggunaan timbangan yang tidak membedakan antara kepentingan pribadi penjual maupun kepentingan pihak lain dalam hal ini pembeli. Dengan sikap jujur itu kepercayaan pembeli kepada penjual akan tercipta dengan sendirinya. Dalam kaitan ini bisa disimak substansi firman Allah berikut :

Artinya “ Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, Kendatipun ia adalah kerabat(mu)², dan penuhilah janji Allah³. yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat”. (QS. Al-An’am (6) : 152).

Yang dimaksud memenuhi janji Allah itu adalah agar seluruh manusia mentaati segala ajaran-ajaran-Nya. Sebagai contoh, dalam urusan bisnis, penjual dilarang mencuri timbangan yang bisa merugikan, sekaligus berbuat tidak adil dan tidak jujur kepada orang lain. Karena itu dengan perbuatannya itu Allah mengancam dengan siksa neraka kelak di kemudian hari sebagaimana tersurat dalam firman sebelumnya.

Kedua, menjual barang yang baik mutunya. Salah satu cacat etis dalam bisnis adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkeseimbangan antara

² Maksudnya mengatakan yang sebenarnya meskipun merugikan Kerabat sendiri.

³ Maksudnya penuhilah segala perintah-perintah-Nya.

memperoleh *profit* dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum, maupun etika atau adat { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite><Author>Chryssides</Author><Year>1993</Year><RecNum>72</RecNum><Pages>249</Pages><DisplayText>(Chryssides, 1993, p. 249)</DisplayText><record><rec-number>72</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">72</key></foreign-keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-type><contributors><authors><author>Chryssides, George D</author></authors></contributors><titles><title>An introduction to business ethics</title></titles><dates><year>1993</year></dates><urls></urls></record></Cite></EndNote>}. Menyembunyikan mutu sama halnya dengan berbuat curang dan bohong. Bukankah kebohongan itu akan menyebabkan ketidaktentraman, sebaliknya kejujuran akan melahirkan ketenangan, sebagaimana penjelasan Rasulullah saw. Dalam sabdanya yang diriwayatkan { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite AuthorYear="1"><Author>At-Tirmizi</Author><Year>1980</Year><RecNum>73</RecNum><Pages>58</Pages><DisplayText>At-Tirmizi (1980, p. 58)</DisplayText><record><rec-number>73</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">73</key></foreign-keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-type><contributors><authors><author>At-Tirmizi, Amr bin Harijah</author></authors></contributors><titles><title>Sunan At-Tirmizi</title><secondary-title>Al-Maktabah Asy-Syamilah</secondary-title></titles><periodical><full-title>Al-Maktabah Asy-Syamilah</full-title></periodical><dates><year>1980</year></dates><urls></urls></record></Cite></EndNote>}:

“Tinggalkanlah apa yang meragukanmu kepada apa yang tidak meragukanmu. Karena sesungguhnya kejujuran (berkata benar) itu adalah membawa ketenangan dan kebohongan (berkata bohong) itu akan melahirkan kegelisahan”.

Lebih jauh mengejar keuntungan dengan menyembunyikan mutu, identik dengan bersikap tidak adil. Bahkan secara tidak langsung telah melakukan penindasan terhadap pembeli. Penindasan merupakan aspek negatif bagi keadilan { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite><Author>Siddiqi</Author><Year>1991</Year><RecNum>74</RecNum><Pages>46</Pages><DisplayText>(Siddiqi, 1991, p. 46)</DisplayText><record><rec-number>74</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-

id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">74</key></foreign-keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-type><contributors><authors><author>Siddiqi, Muhammad Nejatullah</author></authors></contributors><titles><title>Kegiatan ekonomi dalam Islam</title><secondary-title>Bumi Aksara, Jakarta</secondary-title></titles><periodical><full-title>Bumi Aksara, Jakarta</full-title></periodical><dates><year>1991</year></dates><urls></urls></record></Cite></EndNote>} yang sangat bertentangan dengan Islam. Penindasan merupakan kezaliman. Karena sesungguhnya orang-orang yang zalim tidak akan pernah mendapatkan keuntungan sebagaimana firman-Nya:

"Musa menjawab: "Tuhanku lebih mengetahui orang yang (patut) membawa petunjuk dari sisi-Nya dan siapa yang akan mendapat kesudahan (yang baik) di negeri akhirat. Sesungguhnya tidaklah akan mendapat kemenangan orang-orang yang zalim". (QS. al-Qasas (28) : 37).

Menurut { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite AuthorYear="1"><Author>Ya'kub</Author><Year>1983</Year><RecNum>68</RecNum><DisplayText>Ya'kub (1983)</DisplayText><record><rec-number>68</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">68</key></foreign-keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-type><contributors><authors><author>Ya'kub, Hamzah</author></authors></contributors><titles><title>Etika Islam</title><secondary-title>Bandung: CV. Diponogoro</secondary-title></titles><periodical><full-title>Bandung: CV. Diponogoro</full-title></periodical><dates><year>1983</year></dates><urls></urls></record></Cite></EndNote>}, sikap semacam itu antara lain menghilangkan sumber keberkahan, karena merugikan atau menipu orang lain yang didalamnya terjadi eksploitasi hak-hak yang tidak dibenarkan dalam ajaran Islam.

Ketiga, dilarang menggunakan sumpah. Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan para pebisnis kelas bawah apa yang dikenal dengan *obral sumpah*. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas, dengan harapan orang terdorong untuk membelinya. Dalam Islam perbuatan semacam itu tidak dibenarkan karena juga akan menghilangkan keberkahan sebagaimana sabda Rasulullah saw:

“Dari Abu Hurairah r.a, saya mendengar Rasulullah saw bersabda: “Sumpah itu melariskan dagangan, tetapi menghapuskan keberkahan {
ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite><Author>Abu
Dawud</Author><Year>1996</Year><RecNum>76</RecNum><Pages
>245</Pages><DisplayText>(Abu Dawud, 1996, p.
245)</DisplayText><record><rec-number>76</rec-number><foreign-
keys><key app="EN" db-
id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">76</key></foreign-
keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-
type><contributors><authors><author>Abu
Sulayman</author></authors></contributors><titles><title>Sunan
Abi Dawud</title><secondary-title>Maktabah al-Ma ‘arif, Riyad, Saudi
Arabia</secondary-title></titles><periodical><full-title>Maktabah al-
Ma ‘arif, Riyad, Saudi Arabia</full-
title></periodical><dates><year>1996</year></dates><urls></urls>
</record></Cite></EndNote>”.

Keempat, longgar dan bermurah hati. Dalam transaksi terjadi kontak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini seorang penjual akan mendapat berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli. Kunci suksesnya adalah satu yaitu *service* kepada orang lain. Sebuah hadits yang diriwayatkan al-Thurmuzi yang berbunyi :

“Rasulullah saw bersabda “senyummu kepada saudaramu adalah sedekah bagimu { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite><Author>At-
Tirmizi</Author><Year>1980</Year><RecNum>73</RecNum><Pages
>213</Pages><DisplayText>(At-Tirmizi, 1980, p.
213)</DisplayText><record><rec-number>73</rec-number><foreign-
keys><key app="EN" db-
id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">73</key></foreign-
keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-
type><contributors><authors><author>At-Tirmizi, Amr bin
Harajah</author></authors></contributors><titles><title>Sunan At-
Tirmizi</title><secondary-title>Al-Maktabah Asy-
Syamilah</secondary-title></titles><periodical><full-title>Al-
Maktabah Asy-Syamilah</full-
title></periodical><dates><year>1980</year></dates><urls></urls>
</record></Cite></EndNote>”.

Dalam Al-Qur’an Allah swt juga berfirman yang artinya:

“Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu”. (QS. Ali Imran (3) : 159).

Kelima, membangun hubungan baik (*interrelationship*) antar kolega. Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapapun, termasuk antar sesama pelaku dalam bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, oligopoli, maupun bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan. Dalam kaitan dengan hubungan pribadi antar pelaku bisnis ini {

```
ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite
AuthorYear="1"><Author>Rowland</Author><Year>1985</Year><RecNum
>77</RecNum><Pages>108</Pages><DisplayText>Rowland (1985, p.
108)</DisplayText><record><rec-number>77</rec-number><foreign-
keys><key app="EN" db-
id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">77</key></foreign-
keys><ref-type name="Book">6</ref-
type><contributors><authors><author>Rowland,
Diana</author></authors></contributors><titles><title>Japanese business
etiquette: A practical guide to success with the
Japanese</title></titles><dates><year>1985</year></dates><publisher>W
arner
books</publisher><isbn>0446382876</isbn><urls></urls></record></Cit
e></EndNote>
```

} mengemukakan cara berpikir menurut orang Jepang bahwa bisnis lebih merupakan suatu komitmen daripada sekedar transaksi. Karenanya, hubungan pribadi dianggap sangat penting dalam mengembangkan ikatan perasaan dan kemanusiaan dan perlu diyakini secara timbal balik bahwa hubungan bisnis tidak akan berakhir segera setelah hubungan bisnis selesai. Ini sangat bertentangan dengan apa yang sering dilakukan menurut cara berpikir orang Barat. Hubungan bisnis yang didasarkan pada keuntungan secara pribadi bukanlah merupakan cara orang Jepang.

Keenam, tertib administrasi. Dalam dunia usaha wajar terjadi praktik pinjam meminjam. Dalam hal ini al-Qur'an mengajarkan perlunya administrasi hutang piutang tersebut agar manusia terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi, sebagaimana firman Allah yang artinya:

“...Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah⁴ tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu

⁴ Bermuamalah ialah seperti berjualbeli, hutang piutang, atau sewa menyewa dan sebagainya.

menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya...". (QS. Al-Baqarah (2) : 282).

Substansi ayat di atas membenarkan asumsi kita bahwa praktik administrasi niaga modern sekarang sebenarnya telah diajarkan dalam al-Qur'an 14 abad yang lalu. Intinya adalah mendidik para pelaku bisnis agar senantiasa bersikap jujur, terhindar dari penipuan dan kekhilafan yang mungkin terjadi.

Ketujuh, menetapkan harga dengan transparan. Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh keuntungan, namun hak pembeli tetap harus dihormati { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite><Author>Velasquez</Author><Year>2002</Year><RecNum>78</RecNum><Pages>184</Pages><DisplayText>(Velasquez & Velazquez, 2002, p. 184)</DisplayText><record><rec-number>78</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz905552wps9">78</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Velasquez, Manuel G</author><author>Velazquez, Manuel</author></authors></contributors><titles><title>Business ethics: Concepts and cases</title></titles><volume>111</volume><dates><year>2002</year></dates><publisher>Prentice Hall Upper Saddle River, NJ</publisher><urls></urls></record></Cite></EndNote>}. Sikap toleran itu akan mendatangkan rahmat dari Allah swt sebagaimana sabda Rasulullah saw dalam sebuah haditsnya yang diriwayatkan { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite> AuthorYear="1"><Author>Bukhari</Author><Year>1982</Year><RecNum>53</RecNum><Pages>240</Pages><DisplayText>Bukhari (1982, p. 240)</DisplayText><record><rec-number>53</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz905552wps9">53</key></foreign-keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-type><contributors><authors><author>Bukhari, Imam</author></authors></contributors><titles><title>Shohih Bukhari,

jilid, 2</title><secondary-title>Beirut, Lubnan: Dar al-Kutub Ilmiyyah</secondary-title></titles><periodical><full-title>Beirut, Lubnan: Dar al-Kutub Ilmiyyah</full-title></periodical><dates><year>1982</year></dates><urls></urls></record></Cite></EndNote>} berikut :

“Sesungguhnya Rasulullah saw bersabda: Allah telah member rahmat kepada seseorang yang bersikap toleran ketika membeli, menjual dan menagih janji (utang).

Sebagai pembanding, perlu dikemukakan tawaran { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite AuthorYear="1"><Author>Siddiqi</Author><Year>1991</Year><RecNum>74</RecNum><Pages>47</Pages><DisplayText>Siddiqi (1991, p. 47)</DisplayText><record><rec-number>74</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">74</key></foreign-keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-type><contributors><authors><author>Siddiqi, Muhammad Nejatullah</author></authors></contributors><titles><title>Kegiatan ekonomi dalam Islam</title><secondary-title>Bumi Aksara, Jakarta</secondary-title></titles><periodical><full-title>Bumi Aksara, Jakarta</full-title></periodical><dates><year>1991</year></dates><urls></urls></record></Cite></EndNote>} yang menyatakan bahwa keadilan dan kebajikan merupakan dasar pijakan para pengusaha yang dari keduanya muncul moral *altruistis* dalam dunia bisnis, seperti transparansi, toleransi, demokratis dan lain sebagainya.

Guna menyempurnakan prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagaimana dikemukakan di atas, perlu dikemukakan juga pendapat { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite AuthorYear="1"><Author>Beekun</Author><Year>2004</Year><RecNum>79</RecNum><Pages>105-109</Pages><DisplayText>Beekun (2004, pp. 105-109)</DisplayText><record><rec-number>79</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">79</key></foreign-keys><ref-type name="Journal Article">17</ref-type><contributors><authors><author>Beekun, Rafik Issa</author></authors></contributors><titles><title>Etika bisnis Islami, terj</title><secondary-title>Muhammad. Yogyakarta: Pustaka Pelajar</secondary-title></titles><periodical><full-title>Muhammad.

Yogyakarta: Pustaka Pelajar

</full-title></periodical><dates><year>2004</year></dates><urls></urls></record></Cite></EndNote>}, ia mengemukakan Sembilan pedoman etika umum bagi bisnis kaum muslimin, yaitu jujur dan berkata benar, menepati janji, mencintai Allah lebih dari mencintai perniagaan, berbisnis dengan muslim sebelum dengan non muslim, rendah hati dalam menjalani hidup, menjalankan musyawarah dalam menyelesaikan semua masalah, tidak terlibat dalam kecurangan, tidak boleh menyuap, dan berbisnis secara adil.

Menurut { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite AuthorYear="1"><Author>Djakfar</Author><Year>2009</Year><RecNum>80</RecNum><Pages>84</Pages><DisplayText>Djakfar and Fathani (2009, p. 84)</DisplayText><record><rec-number>80</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">80</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Djakfar, Muhammad</author><author>Fathani, Abdul Halim</author></authors></contributors><titles><title>Anatomi perilaku bisnis: dialektika etika dengan realitas</title></titles><dates><year>2009</year></dates><publisher>UI N-Malang

Press</publisher><isbn>9792430423</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>} pada dasarnya pijakan dasar etika bisnis Islam secara generik terakumulasi dalam diri pribadi Rasulullah saw yang meliputi: *fathānah*, *amānah*, *siddīq*, dan *tablīgh*. Dengan potensi keempat sifat dasar inilah kunci rahasia keberhasilan Rasulullah dalam menjalankan misi suci kerasulannya, antara lain dalam melakukan aktivitas bisnis sejak masak remaja sampai dengan masa kerasulan { ADDIN EN.CITE <EndNote><Cite><Author>Afzalurrahman</Author><Year>1997</Year><RecNum>81</RecNum><DisplayText>(Afzalurrahman, 1997)</DisplayText><record><rec-number>81</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">81</key></foreign-keys><ref-type name="Generic">13</ref-type><contributors><authors><author>Afzalurrahman, Muhammad</author></authors></contributors><titles><title>Muhammad Sebagai Seorang Pedagang</title></titles><dates><year>1997</year></dates><publisher>Yogyakarta: Yayasan Swarna Bhummy</publisher><urls></urls></record></Cite></EndNote>}, { ADDIN EN.CITE

```
<EndNote><Cite><Author>Haykal</Author><Year>1994</Year><RecNum>82</RecNum><DisplayText>(Haykal, 1994)</DisplayText><record><rec-number>82</rec-number><foreign-keys><key app="EN" db-id="2teeza0fop55zle55vfxsw2pz9055552wps9">82</key></foreign-keys><ref-type name="Book">6</ref-type><contributors><authors><author>Haykal, Muhammad Husayn</author></authors></contributors><titles><title>The life of Muhammad</title></titles><dates><year>1994</year></dates><publisher>The Other Press</publisher><isbn>9839154176</isbn><urls></urls></record></Cite></EndNote>}
```

DAFTAR KEPUSTAKAAN

{ ADDIN EN.REFLIST }