

Etika Bisnis

Kita sering mendengar adanya pembeli atau konsumen yang merasa tertipu. Barang yang dibeli, ternyata tidak sesuai baik dari segi jumlah maupun mutunya dengan spesifikasi yang diiklankan atau ditawarkan. Kita juga seperti yang diiklankan atau ditawarkan. Kita juga sering melihat adanya pandangan *stereo-type* bahwa para pedagang itu kurang begitu dapat dipercaya, karena dianggap terlalu ingin memperoleh untung sebanyak-banyaknya dengan mengorbankan kepentingan konsumen. Kenyataan menunjukkan, bahwa memang ada beberapa kejadian yang menguatkan pandangan semacam itu. Tetapi, pandangan yang memukul rata kelakuan para pedagang, pelaku bisnis, atau pengusaha seperti itu, tampaknya terlalu gegabah dan mungkin justru dapat menyesatkan. Karena, justru bisnis yang sehat adalah bisnis yang bertumpu pada prinsip-prinsip etika bisnis. Hal-hal yang menyangkut apa-apa yang boleh dan tidak boleh, yang baik dan tidak baik dilakukan dalam berbisnis, yang bersifat normatif, itulah yang dapat disebut dengan prinsip-prinsip etika bisnis.

Etika bisnis dalam perspektif Islam adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber pada al-Qur'an dan Sunnah Nabi dalam dunia bisnis. Tuntutan al-Qur'an dalam berbisnis dapat ditemukan dalam prinsip-prinsip umum yang memuat nilai-nilai dasar yang dalam aktualisasinya disesuaikan dengan perkembangan zaman, dengan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu.

Karena itulah dalam sejarah perkembangan Islam dan juga sejarah perkembangan sosial, ekonomi, dan budaya dengan berbagai tahapannya, penerapan prinsip-prinsip etika al-Qur'an dan Sunnah Nabi tersebut dapat kita cermati. Pengamatan itu dapat kita lakukan baik dalam kaitannya dengan perilaku perseorangan, kelembagaan, dan kemasyarakatan.

Contoh yang paling jelas adalah ajaran mengenai larangan mengurangi timbangan. Ini menunjukkan bahwa dalam kegiatan bisnis, prinsip kejujuran memiliki nilai tinggi. Kejujuran terlihat misalnya, bagaimana Muhammad sebelum diangkat menjadi Nabi, dipercaya membawa barang dagangan Siti Khadijah yang akhirnya menjadi isteri Nabi) berdagang ke negeri Syam. Muhammad menunjukkan kecacatan dan kekurangan barang dagangan yang dihawanya kepada calon pembeli apabila memang benar-benar ada kekurangan dan kecacatan. Artinya, dengan menunjukkan hal itu secara jujur, akan menumbuhkan

kepercayaan calon pembeli. Jadi, landasan bisnis adalah kepercayaan dan kejujuran, yang bermuara pada kerelaan dan kepuasan. Dengan demikian, akan terhindar kekecewaan di pihak pembeli di kemudian hari ketika ternyata barang yang dibeli memang ternyata memiliki kekurangan atau cacat.

Begitu juga larangan memperdagangkan barang-barang haram, atau yang diragukan kehalalannya. Larangan ini dimaksudkan untuk menjaga atau melindungi konsumen dari mengkonsumsi barang-barang haram. Keharusan pencantuman label halal pada setiap produk makanan dan minuman misalnya, jelas merupakan upaya pelembagaan prinsip-prinsip nilai ajaran Islam yang menjadi kerangka etika perlindungan konsumen.

Pada dataran yang lebih makro, adanya larangan memutar harta hanya pada kelompok tertentu saja, mencerminkan adanya prinsip perlunya penegakan keadilan. Harta di sini dapat berbentuk fisik bandawi, ada juga yang berbentuk non-fisik. Kekuasaan, kehormatan, informasi, ilmu pengetahuan, dan hal-hal lain yang kasat mata dan hanya dapat dilihat secara kualitatif, tentu saja dapat dimasukkan di sini. Nilai-nilai keadilan merupakan prinsip yang penting untuk diterapkan bukan hanya dalam etika bisnis, tetapi juga menyangkut kerangka etika yang lebih luas dalam ekonomi, politik, maupun budaya.

Bagaimanakah prinsip etika berbisnis dalam persaingan? Ajaran Islam mengenal prinsip *fastabiq al-khairat*. Artinya, bersaing atau berlomba dalam kebaikan adalah diperbolehkan dan bahkan dianjurkan. Prinsip ini memberi dasar bagaimana seharusnya kita bersaing secara sehat, termasuk dalam berbisnis. Persaingan yang saling menjatuhkan, saling menjegal, saling berusaha mematikan usaha pesaing jelas merupakan tindakan yang tidak adil dan tidak terpuji.

Demikianlah, penerapan prinsip-prinsip etika dalam bisnis merupakan keniscayaan apabila kita menginginkan tegaknya masyarakat bisnis yang *credible*, masyarakat bisnis yang bertanggungjawab kepada *stakeholders*, masyarakat yang menumbuhkan saling kepercayaan, masyarakat yang menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran dan keadilan, sebagai ciri utama masyarakat yang beradab. *Wallahu a'lam*.

Hadimulyo