

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA RESELLER ANNA COLLECTION DI PAGESANGAN SURABAYA

Dahlia Kumara Sasa Putri

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

Email: dahliasasha@gmail.com

Sri Abidah Suryaningsih

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

Email: sriabidah@unesa.ac.id

Abstrak

Etika bisnis Islam suatu kegiatan yang membuat perilaku akan lebih baik dalam berbisnis atau berdagang yang sesuai dengan konsep Islam, sehingga pelanggan merasa puas tanpa ada rasa dirugikan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui etika bisnis Islam yang dilakukan reseller "Anna Collection" di Pagesangan Surabaya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian studi kasus dengan metode survei. Penelitian yang dilakukan berupa deskriptif menggunakan studi literatur serta mengambil data primer dalam bentuk wawancara. Ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur etika bisnis Islam, yaitu meliputi lima prinsip yakni kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran (kejujuran). Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah reseller "Anna collection" di Pagesangan Surabaya.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Masalah, Reseller

Abstract

Business ethics is an activity that makes behavior better in doing business or trading so that customers feel satisfied without feeling aggrieved. The purpose of this study was to find out Islamic business ethics conducted by "Anna Collection" reseller in Pagesangan Surabaya. This research is the kind of case study research by the method of survey. Research conducted in the form of a descriptive study using literature as well as take primary data in the form of filling the questionnaires and interviews. There are several indicators that can be used to measure Islamic business ethics, including five principles, namely unity, balance, free will, responsibility, and truth (honesty). The respondent in this research is the "Anna Collection" reseller in Pagesangan Surabaya.

Keywords: Islamic :Business Ethics, Masalah, Reseller

1. PENDAHULUAN

Bisnis dikatakan sebagai kegiatan berdagang atau usaha komersil di dunia yang berhubungan dengan perdagangan yang dilakukan secara personal atau sekelompok untuk menghasilkan keuntungan atau menjual barang maupun jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat (Aziz, 2013). Perkembangan ulama fiqh membagi beberapa bidang salah satunya yang bermakna *mufa'alah* (saling berbuat). Dalam bermuamalah yang perlu diperhatikan yaitu menciptakan suasana dan kondisi bermuamalah yang sesuai tuntunan syariah seperti *shiddiq*, *amanah*, *tabligh* dan *fathonah* (Mardani, 2015). Oleh sebab itu, Islam menekankan adanya moral dalam persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan.

Menurut pendapat dari Rahardjo (2010: 5) manusia memiliki kodrat untuk bisa menggeluti bidang ekonomi, baik untuk kepentingan pribadi ataupun kepentingan bersama, guna untuk mencukupi kebutuhan hidup yang tidak terbatas dengan sumber yang terbatas. Manusia bertanggung jawab terhadap pihak yang berperan aktif dalam peningkatan taraf hidup manusia baik secara individu maupun universal. Menurut Nawatmi (2010: 5) keterlibatan manusia dalam bisnis bukan hanya karena untuk mencari laba atau pemenuhan kebutuhan, tetapi untuk membangun komunikasi yang positif, perilaku saling menguntungkan, realisasi keadilan, dan perilaku tidak saling merugikan yang merupakan terciptanya tatanan kehidupan manusia. Setiap manusia menginginkan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya, dan salah satu upaya yang memperolehnya adalah dengan cara bekerja (Muhammad, 2004: 11). Islam mewajibkan muslim untuk bekerja atau melakukan usaha semampu mungkin, dan Allah melapangkan bumi dan seisinya dengan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh manusia untuk mencari rezeki.

Implementasi dari nilai etika bisnis merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar, dan etika bisnis inilah pengontrol bisnis agar sesuai dengan hakikat bisnis secara agama, pemerintah dan nilai-nilai yang ada di masyarakat (Baidowi, 2011). Sebab itu Islam memiliki suatu batasan yang boleh dan tidak boleh yang dikenal dengan istilah etika (Faraby, 2014). Etika bisnis Islam mengarahkan kaum muslimin untuk berbisnis atau berdagang yang tidak luput dari nilai moral atau memiliki etika bisnis (Aziz, 2013).

Etika bisnis Islam berfungsi membantu pengusaha untuk menemukan hambatan yang terkait dengan moral, dalam praktek bisnis yang mereka hadapi (Ramlan, 2014). Sehingga bisnis yang dijalankan akan dapat menerima banyak manfaat dari kegiatan jual beli yang dilakukan dan kegiatan bisnis terciptanya pendapatan rezeki secara berkah dan mulia, sehingga terwujudlah untuk membangun pendirian seorang pengusaha yang memiliki sikap adil untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat (Almizan, 2016).

Adanya etika bisnis Islam mampu dilaksanakan dalam aspek perekonomian, terutama pada *Reseller “Anna Collection”*. Adapun dari aspek perekonomian seperti upaya pencapaian manusia dalam memproduksi sekaligus membangun bisnis yang merupakan pelaksanaan atas program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar. Mengenai aktivitas etika bisnis Islam supaya mematuhi nilai sesuai syariah dan tetap bermoralitas (Muhammad, 2004). Seperti reseller “Anna Collection” masih adanya yang menawarkan produk kepada *customer* mengatakan merek dari produk tersebut sama persis dengan merek yang berada di *store* Matahari yang memang produk tersebut memiliki label seperti “*Nevada dan H&M*”, dengan tujuan *reseller* mengalihkan *customer* untuk dapat membeli produk dari *reseller* tersebut dengan harga lebih terjangkau dibanding produk yang berada di *store* Matahari (wawancara 2 Juni 2018). Berdasarkan latar belakang tersebut, maka yang harus dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu: Bagaimanakah implementasi etika bisnis Islam yang dilakukan *reseller “Anna Collection”* di Pagesangan Surabaya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif menggunakan metode survei dan wawancara pada beberapa *reseller “Anna Collection”* di Pagesangan Surabaya. Dalam objek penelitian ini adalah etika bisnis Islam yang sesuai dengan indikator seperti: Prinsip Kesatuan, Prinsip Keseimbangan, Prinsip Kehendak bebas, Prinsip Tanggung Jawab, dan Prinsip Kejujuran. Adapun yang menjadi responden penelitian ini sebanyak 6 orang yang terdiri dari 3 *reseller* dan 3 *customer*.

Data penelitian ini didapatkan melalui data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari observasi mengenai kegiatan *reseller* terhadap *customer* dan sekaligus wawancara bersama pihak *reseller “Anna Collection”* di Pagesangan Surabaya. Mengenai penerapan etika bisnis Islam pada aktivitas *reseller* yang menawarkan produk kepada *customer*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi diartikan sebagai penerapan pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya sistem. Sehingga etika bisnis dapat diterapkan dalam pekerjaan sehari-hari. (Arijanto, 2012) berikut prinsip dalam menerapkan etika bisnis: Etika bisnis dibangun berdasarkan etika pribadi, Etika bisnis berdasarkan pada fairness, Etika bisnis membutuhkan integritas, Etika bisnis membutuhkan kejujuran, Etika bisnis berdasarkan nilai.

Penelitian ini menggunakan tiga *reseller* dengan masing-masing *reseller* yang berbeda antara lain:

Tabel 1.1 Data dari Reseller

No	Nama Informan	Usia	Jenis Kelamin (L/P)	Pekerjaan
1.	Silvi	28	P	Guru TK
2.	Shana	23	P	Guru Mengaji
3.	Anisa	23	P	Karyawan

Sumber: Diolah berdasarkan hasil dan penelitian

Pada tabel 1.1 menjelaskan data dari *reseller* yang merupakan peran dalam menawarkan dagangan dan ikut serta dalam bisnis “Anna Collection”.

Hasil wawancara yang diperoleh dari beberapa *reseller* “Anna Collection” terhadap *customer* mengenai kondisi aktivitas bisnis antara lain yaitu, pada sisi pelayanan, *reseller* memberikan pelayanan yang baik dalam bersikap ramah dan sopan tanpa membedakan siapapun *customer-nya*. Sehingga membuat *customer* merasa nyaman, meskipun berbagai macam karakter *customer* ada yang menyebalkan, *reseller* tetap bersikap tenang dan sopan. Harga produk yang diberikan oleh distributor Anna Collection terkadang dari pihak *reseller* menambah keuntungan sekitar 20 persen hingga 30 persen. Namun sebagian *customer* tidak merasa terbebani akan harga yang diberikan *reseller* Anna Collection, terkadang harga tersebut dapat ditawarkan oleh *customer* dan *reseller* terkadang juga memberikan potongan yang sewajarnya. Pihak *reseller* Anna Collection menjaga komitmen terhadap janji yang diberikan oleh distributor Anna Collection mengenai setoran yang sesuai dengan ketentuan (*deadline*). Pihak *reseller* Anna Collection memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan tanggapan atau saran melalui sosial media ataupun secara langsung.

Di dalam etika bisnis Islam, dalam hal mengingatkan hutang berhutang sangat penting. Oleh karena itu pihak *reseller* Anna Collection mengingatkan *customer* yang akan lupa hutang yang dimilikinya terhadap *reseller*. Dan *reseller* pun tetap mengingatkan dengan sikap yang bijaksana, sopan dan santun. Karena dengan adanya etika dalam suatu bisnis, apalagi seorang *reseller* dalam menawarkan produk dapat bersikap sopan santun baik dalam tutur kata atau perilaku. Sehingga *reseller* memberikan pelayanan terbaik terhadap *customer* guna untuk bisa memperoleh loyalitas pelanggan.

Tabel 2.2 Data dari Customer

No	Nama Informan	Usia	Jenis Kelamin (L/P)	Pekerjaan
1.	Irun	33	P	Guru TK
2.	Himairoh	22	P	Guru Mengaji
3.	Asmaul	20	P	Guru Mengaji

Sumber: Diolah berdasarkan hasil dan penelitian

Pada tabel 2.2 menjelaskan data dari *customer* yang mengetahui adanya *reseller* “Anna Collection” sekaligus informasi mengenai *reseller*. Berikut ini ringkasan pernyataan dari beberapa *customer*. *Pertama*, produk yang ditawarkan sesuai apa yang di promosikannya baik melalui mulut ke mulut maupun sosial media. Sehingga *customer* merasa puas akan produk yang ditawarkan oleh *reseller* “Anna Collection”. *Kedua*, tanggung jawab *reseller* “Anna Collection” yang tidak memilih apa yang dikeluhkan para *customer*. *Ketiga*, *reseller* “Anna Collection” yang memiliki prinsip untuk melayani *customer* dengan sikap ramah tamah sekaligus berbuat jujur kepada siapapun *customer*-nya. Oleh karena itu kegiatan yang dilakukan *reseller* terhadap *customer* merupakan kegiatan transaksi jual beli yang tidak luput akan adanya etika dalam berbisnis. Tujuannya agar saling menguntungkan antara kedua belah pihak baik dari *reseller* maupun *customer*. Sehingga tidak hanya *reseller* yang hanya mendapatkan keuntungan yang sesuai, tetapi juga perlu memikirkan kepuasan, kenyamanan serta memberikan kepercayaan kepada *customer*.

Reseller “Anna Collection” yang kegiatan transaksi jual beli tersebut dilakukan sesuai etika bisnis Islam. Sehingga yang dirasakan *customer* pun dengan sendirinya merasa tetap *loyal* pada *reseller* tersebut. Hal ini sesuai dengan teori yang dinyatakan (Mardhani, 2015). Ada beberapa indikator yang menjadi tumpuan dalam implementasi etika bisnis Islam, yakni: *Prinsip Kesatuan* seperti adanya ramah tamah terhadap *customer*. Sehingga ada pula yang diterapkan dari *reseller* yang memberikan keringanan dalam segi pembayaran siapapun itu pelanggannya, akan tetapi tetap ada jangka waktu yang ditentukannya. *Prinsip Keseimbangan* pada kegiatan *reseller* “Anna Collection” yang menawarkannya berbagai macam model dan bahkan harga pun juga bervariasi. Sehingga dalam mematok harga yang diberikan kepada *customer* masih dapat dijangkau atau merakyat dengan siapapun *customer* tersebut. *Prinsip Kehendak Bebas* yang dilakukan *reseller* “Anna Collection” juga tidak lupa memberikan kenyamanan kepada *customer*. Dalam bentuk memberikan kesempatan untuk bisa mengetahui produk yang dijual oleh *reseller*, meskipun dalam kegiatan tersebut membeli atau tidaknya *customer*. Hal tersebut sudah menjadi kepuasan tersendiri oleh *customer*. *Prinsip Tanggung Jawab* dalam berbisnis yang dilakukan *reseller* “Anna

Collection” tidak hanya dari apa yang dijual dan dibeli *customer* lalu sudah tidak memiliki beban yang di tanggung *reseller* atas transaksi jual beli. Tetapi masih adanya rasa tanggung jawab terhadap *complain* yang di terima oleh *reseller*. *Prinsip Kebenaran (Kejujuran)* reseller “Anna Collection” selain memberikan sekedar informasi produk yang dijual juga dapat dipercayai oleh *customer*, sehingga *customer* tetap merasa puas dan yang pasti setia pada pelayanan yang diberikan.

4. KESIMPULAN

Implementasi etika bisnis Islam *reseller* “Anna Collection” di Pagesangan Surabaya dilakukan sesuai lima indikator etika bisnis Islam, yakni:

Prinsip kesatuan bahwa *reseller* menerapkan suatu etika bisnis secara Islam, prinsip keseimbangan pelanggan (*customer*) tidak ada perlakuan yang berbeda ke masing-masing pelanggan, prinsip kehendak bebas tidak memaksa *customer* untuk membeli produknya, tetap memiliki tanggung jawab atas informasi yang diberikan melalui sosial media maupun *complain* dari *customer* secara langsung, prinsip kejujuran *reseller* memberi informasi terkait produk yang dijual, dan tetap menginformasikan jika produk tersebut adanya kerusakan (cacat).

5. REFERENSI

Aziz, A. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung :Alfabeta

Almizan. 2016. “Pembangunan Ekonomi Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Vol. 1 (2)

Arijanto, A. 2012. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Aris Baidowi. 2011. “Etika Bisnis Perspektif Islam”. Vol. 9 (2)

Mardani. 2015. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Prenamedia Group

Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta : UPP AMP YKPN

Muhammad Ersya Faraby, Siti Inayatul Faiza, 2014. “Etos Kerja Pedagang Etnis Madura Di Pusat Grosir Surabaya Ditinjau dari Etika Bisnis Islam”. Vol. 1 (3)

Pambudi Rahardjo, 2010. “Hubungan Karakteristik Individu Dengan Keputusan Menjadi wirausaha Baru Di Purwokerto Studi Tentang Alternatif Karir Lulusan PT”. Vol.8 (1)

Ramlan, 2014. “Sertifikasi Halal Sebagai penerapan Etika Bisnis Islami Dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim”. Vol. 14 (1).

Sri Nawatmi. 2010. “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam”. Vol. 9 (1)

Wawancara dengan Saudari Shana pada tanggal 2 Juni 2018, pukul 19.30wib