

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin

Volume 1, Nomor 12, Januari, 2024

Licensed by CC BY-SA 4.0

E-ISSN: [2986-6340](https://doi.org/10.5281/zenodo.10459711)

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10459711>

Prinsip Kejujuran Dalam Usaha: Menelaah Materi tentang Prinsip Kejujuran dalam Usaha

Muhammad Imam Maghudi¹, Misbahuddin², M. Saleh Ridwan³
¹²³Pascasarjana Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Abstrak

Kejujuran merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan oleh para pihak yang melakukan transaksi dalam usaha bisnis. Seseorang yang jujur di dalam jiwanya terdapat nilai rohani yang memantulkan sikap berpikah kepada kebenaran, moral yang terpuji, dan bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya, sehingga hadir sebagai orang yang berintegritas yang mempunyai kepribadian terpuji dan utuh. Sifat jujur merupakan mutiara akhlak yang akan menempatkan seseorang dalam kedudukan yang mulia. Pelaku bisnis yang jujur akan menjaga timbangannya, mengatakan baik dan buruknya barang yang dia jual. Dari hubungan jual beli yang didasari oleh kejujuran akan muncul kepercayaan di antara penjual dan pembeli atau antara penyedia jasa dan pengguna jasa. Kepercayaan inilah salah satu menjadikan bisnis yang dilakukan sesuai dengan syariah Islam yang merupakan hal paling mendasar dari semua hubungan dan transaksi kegiatan bisnis.

Kata Kunci: *Prinsip, Kejujuran, Usaha.*

Abstract

Honesty is one of the important things that must be done by parties carrying out transactions in business ventures. A person who is honest in his soul has spiritual values that reflect an attitude of siding with the truth, commendable morals, and responsibility in carrying out his duties and work, so that he appears as a person of integrity who has a commendable and complete personality. Honesty is a pearl of morals that will place a person in a noble position. An honest business person will keep his balance, telling the good and bad of the goods he sells. From a buying and selling relationship that is based on honesty, trust will emerge between the seller and the buyer or between the service provider and the service user. This belief is one way to ensure that business is carried out in accordance with Islamic sharia, which is the most basic of all relationships and transactions in business activities.

Keywords: *Principles, Honesty, Effort.*

Article Info

Received date: 10 December 2021

Revised date: 20 December 2023

Accepted date: 27 December 2023

PENDAHULUAN

Persaingan usaha sudah menjadi budaya dalam bisnis di kalangan pengusaha. Secara ekonomi, untuk mendapatkan keuntungan yang berlimpah, pengusaha bersaing dengan kompetitornya, baik dalam bentuk kualitas produk, layanan, maupun marketing. Semua ini dilakukan agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Dalam praktiknya, persaingan usaha tidak selalu berjalan baik, karena banyak pengusaha yang melakukan persaingan usaha tidak sehat dengan jalan yang tidak baik.¹

Ada pengusaha yang menghalalkan segala cara untuk menarik konsumen agar membeli produknya. Pengusaha besar biasanya akan dengan mudah mengalahkan pengusaha yang lebih kecil, karena kekuatan modal dan pengaruhnya. Pengusaha besar juga terkadang melakukan kartel dan monopoli. Persaingan tidak sehat dapat terjadi, terutama untuk menghentikan persaingan yang dilakukan dengan menjalin kerjasama dalam bentuk kartel. Pembentukan kartel oleh sejumlah pengusaha cenderung mengarah pada praktik monopoli sehingga pemegang hak monopoli dapat menentukan harga tanpa ada saingan. Masyarakat dirugikan atas kesepakatan harga yang telah ditentukan.²

Permainan curang ini terjadi karena etika ekonomi yang mengharuskan persaingan usaha secara sehat diabaikan demi mengeruk keuntungan sebesar-besarnya. Secara politik, persaingan usaha tidak sehat juga disuburkan oleh politik penguasa. Kebijakan pemerintah dengan paradigma pertumbuhan ekonomi di

¹ Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia dalam Teori dan Praktik serta Penerapan Hukumnya*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 9.

² Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia dalam Teori dan Praktik serta Penerapan Hukumnya*, hlm. 10.

masa Orde Baru, misalnya, dalam kenyataannya belum mampu memberikan kesempatan yang luas kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam pembangunan dalam sektor ekonomi. Usaha-usaha swasta yang tidak sehat bermunculan ketika itu akibat kebijakan pemerintah yang memberikan kemudahan kepada pengusaha-pengusaha swasta yang dekat dengan kekuasaan.

Ironisnya lagi, pengusaha-pengusaha yang dekat dengan kekuasaan tidak memunculkan praktik konglomerasi yang didukung oleh kewirausahaan sejati sehingga ketahanan ekonomi menjadi sangat rapuh. Mereka bahkan memperoleh perlakuan istimewa, sehingga kegiatan usaha tidak dilakukan dengan penuh tanggungjawab demi perbaikan ekonomi nasional karena mereka lebih mementingkan kepentingan pribadinya saja.³

Munculnya persaingan usaha yang tidak sehat melahirkan keprihatinan serius bahwa Indonesia semestinya menjalankan usaha ekonominya dengan cara-cara yang sehat. Persaingan bisnis dilakukan secara egaliter, setara, dan tanpa kecurangan. Negara kemudian mulai memikirkan bagaimana mengatur persaingan usaha agar terjadi keseimbangan yang sehat tanpa kecurangan. Di sinilah regulasi yang mengatur persaingan usaha di kalangan pelaku bisnis menjadi sangat urgen. Dalam konteks hukum, persaingan usaha dimaksudkan untuk mengatur persaingan usaha di kalangan pelaku usaha agar tidak terjadi monopoli.⁴

Islam membolehkan umatnya untuk melakukan persaingan usaha, yakni sebuah persaingan yang sehat, jujur, dan adil. Islam mewajibkan umatnya untuk bersikap jujur dalam segala hal, tak terkecuali dalam urusan usaha dan persaingan usaha. Oleh karena itu, kejujuran merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan oleh para pihak yang melakukan transaksi.⁵

Kejujuran dalam berperilaku dalam usaha bisnis sesuai dengan yang dipraktikkan Rasulullah. Kejujuran tersebut dapat terlihat pada Rasulullah yang merupakan seorang guru *entrepreneur* sukses dan profesional yang selalu mengutamakan kejujuran dalam hubungan transaksinya dengan semua pelanggannya. Dalam bisnis syariah jujur adalah nilai terpenting dalam transaksi sebuah bisnis. Pelaku bisnis yang jujur akan menjaga timbangannya, mengatakan baik dan buruknya barang yang dia jual. Dari hubungan jual beli yang didasari oleh kejujuran akan muncul kepercayaan di antara penjual dan pembeli atau antara penyedia jasa dan pengguna jasa. Kepercayaan inilah salah satu menjadikan bisnis yang dilakukan sesuai dengan syariah Islam yang merupakan hal paling mendasar dari semua hubungan dan transaksi kegiatan bisnis.⁶

Kejujuran menjadi syarat bagi seseorang untuk bisa dipercaya, baik dalam urusan sosial maupun bisnis.⁷ Namun seiring kompetisi hidup, kejujuran menjadi barang langka, dan orang jujur justru dianggap aneh, tidak lazim. Inilah kehidupan manusia yang sudah dijungkirbalikkan oleh keinginan mencari harta berlebih, dengan cara yang mudah dan instan. Kejujuran dianggap tidak signifikan bagi orang yang ingin cepat kaya. Jika prinsip tersebut telah menguasai manusia, maka bisnis tidak lagi menjadi sarana untuk kebaikan, akan tetapi bisnis adalah alat untuk memperkaya diri sendiri. Tidak mengherankan jika kemudian malpraktik pada bisnis menjadi semakin banyak terjadi, seperti riba, mengurangi takaran atau timbangan, penipuan investasi, monopoli *mark up* dan sebagainya.⁸

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian pustaka (*library research*). Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder.

KAJIAN TEORETIS

Pengertian Kejujuran (*Ash-Siddiq*)

Ash-Siddiq mengandung arti kejujuran atau kebenaran dan kesungguhan. Jujur dalam arti satunya kata dengan perbuatan dan pikiran. Apa yang diucapkan sama dengan apa yang ada di dalam sanubari. Tidak memutarbalikkan fakta dan memberikan informasi yang menyesatkan. Jujur sejak dalam pikiran hingga dalam transaksi.⁹

Islam mewajibkan umatnya untuk bersikap jujur dalam segala hal, tak terkecuali dalam urusan usaha dan persaingan usaha. Oleh karena itu, kejujuran merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan oleh para pihak yang melakukan transaksi. Banyak sekali ayat al-Quran dan Hadits Nabi yang berisi perintah kepada umat Islam untuk jujur. Di antaranya adalah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ (١١٩)

Terjemahnya:

³ Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hlm. 4.

⁴ Arie Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 23.

⁵ Rumadi Ahmad dkk, *Fikih Persaingan Usaha*, (Jakarta: Lakpesdam PBNU, 2019), hlm. 65.

⁶ Hamdi Agustin, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*, (Ed. I; Cet. I; Depok: Rajawali Press, 2017), hlm. 11-12.

⁷ Muhammad Sharif Chaudhry, *Prinsip-Prinsip Dasar Sistem Ekonomi Islam*, (Cet. III; Jakarta: Prenadamedia Group, 2016).

⁸ Amirulloh Syarbini, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Bandung: Fajar Media, 2013), hlm. 4.

⁹ Rumadi Ahmad dkk, *Fikih Persaingan Usaha*, hlm. 66.

“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar”.

Pedagang yang jujur dipuji oleh Nabi Muhammad SAW dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Imam at-Tirmidzi:

Artinya: **الْتَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ**
 “Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya kelak di hari kiamat akan dikumpulkan bersama para Nabi, orang-orang jujur, dan para syuhada”.¹⁰

Dalam riwayat yang lain, Nabi Muhammad saw mencela orang-orang yang tidak berlaku jujur dalam berniaga. Nabi Muhammad saw bersabda,

Artinya: **إِنَّ التُّجَّارَ يُبْعَثُونَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فُجَّارًا، إِلَّا مَنْ اتَّقَى اللَّهَ، وَبَرَّ، وَصَدَقَ**
 “Sesungguhnya para pedagang kelak di hari kiamat nanti akan dibangkitkan dalam keadaan tercela, kecuali mereka yang bertakwa kepada Allah SWT, berbuat baik, dan jujur”.¹¹

Konsep Bisnis dan Kewirausahaan

Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah individu atau organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan keuntungan. Secara historis kata bisnis dari Bahasa Inggris *business*, atau dari kata dasar *busy* yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Kata “bisnis” sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung ruang lingkupnya, penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya “bisnis pertelevisian”. Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa.¹²

Selanjutnya, istilah kewirausahaan (*entrepreneurship*) berasal dari Perancis yang secara harafiah diterjemahkan sebagai perantara. Secara lebih luas, kewirausahaan merupakan proses penciptaan sesuatu yang berbeda nilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, memikul risiko finansial, psikologi, dan sosial yang menyertainya, dan menerima balas jasa moneter dan kepuasan pribadi. Kewirausahaan sering diterjemahkan menjadi wirausaha atau wiraswasta. Kewirausahaan juga merupakan proses mencari kesempatan bisnis pada kondisi yang berisiko.¹³

Konsep kewirausahaan dapat ditinjau dari pandangan bisnis, manajerial, dan personal. Konsep kewirausahaan dari pandangan personal biasanya dihubungkan dengan karakteristik kepribadian dan latar belakang sosial ekonomi keluarga. Kewirausahaan juga merupakan proses penciptaan sesuatu yang baru dengan memerhatikan waktu dan usaha, mengasumsikan berbagai kondisi yang mendukung seperti sosial, keuangan, fisik, risiko sosial, dan menerima penghargaan yang bersifat moneter, kepuasan, dan kemandirian personal. Oleh karena itu, terdapat empat aspek dasar dalam kewirausahaan, yaitu:

1. Kewirausahaan melibatkan proses penciptaan nilai yang baru.
2. Kewirausahaan membutuhkan waktu dan usaha.
3. Kewirausahaan memiliki berbagai dukungan.
4. Kewirausahaan menghasilkan penghargaan.

Dalam dunia bisnis, kewirausahaan disebut dengan kewirausahaan bisnis. Wirausaha atau pebisnis juga dituntut untuk mampu mengorganisasi, mengoperasikan, dan mengasumsikan risiko bisnis. Selain itu, kewirausahaan juga menunjukkan seperangkat keahlian yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan bisnis kecil. Keahlian ini meliputi keahlian dalam mengidentifikasi kebutuhan pasar dan kemampuan menanggung risiko. Namun demikian, tidak semua orang yang memulai dan menjalankan bisnis kecil disebut dengan wirausaha atau pebisnis. Pemilik bisnis kecil bukan selalu seorang wirausaha.

Bisnis kecil yang tidak pernah menciptakan sesuatu yang baru, tidak pernah mencapai kesejahteraan, tidak pernah mengoptimalkan penawaran dan permintaan di pasar dan tidak peduli dengan nilai-nilai baru juga menunjukkan tidak adanya wirausahawan yang menggerakkannya. Pada umumnya

¹⁰ Imam at-Tirmidzi, *Sunan at-Tirmidzi*, Vol. 3, (Cet. II; Mesir: Syirkah Maktabah wa Mathba'ah al-Bab Al-Halabi, 1975), hlm. 507.

¹¹ Ibn Majah, *Sunan Ibn Majah*, Vol. 3, Pentahkik: Syu'aib Arnauth, (Cet. I; Beirut: Dar Risalah Al-Alamiyyah, 2009), hlm. 277.

¹² Eko Purwanto, *Pengantar Bisnis: Era Revolusi Industri 4.0*, (Banyumas: Sasanti Institute, 2020), hlm. 42.

¹³ Eko Purwanto, *Pengantar Bisnis: Era Revolusi Industri 4.0*, hlm. 44.

bisnis tersebut dikelola secara stabil, baik penjualan maupun keuntungannya. Pemilik bisnis kecil akan memulai sebagai wirausaha akan berfokus pada pertumbuhan bisnis menjadi lebih besar.¹⁴

Dalam proses memasuki dunia usaha baru dan memulai usaha, akan dihadapkan pada pemilihan bidang yang akan ditekuni. Pemilihan bidang usaha penting dilakukan, karena dapat membantu dalam proses mengenal seluk-beluk usaha tersebut dan mampu mengelolanya. Untuk menentukan bidang usaha yang akan digeluti tergantung dari empat faktor:¹⁵

1. Minat dan bakat

Minat atau bakat sudah ada dan dapat timbul dari dalam diri seseorang. Artinya sebelum memasukidunia usaha seseorang sudah memiliki ketertarikan pada suatu bidang sudah tertanam dalam dirinya. Minat juga dapat tumbuh setelah mempelajari berbagai cara.

2. Modal

Setiap bidang usaha yang akan digeluti memerlukan modal yang besarnya tergantung usahanya. Faktor modal dapat dicari dari berbagai sumber, baik dari kantong pribadi, sanak famili, rekan-rekan sejawat maupun pinjaman.

3. Waktu

Faktor lainnya adalah jangka waktu memperoleh penghasilan atau keuntungan. Ada usaha yang jangka waktu perolehan keuntungannya relatif pendek, sedang dan panjang. Usaha jangka pendek maksudnya adalah jangka waktu yang diperlukan dibawah satu tahun, misalnya untuk produk pertanian sayur mayur, usaha ternak ayam atau ikan. Usaha jangka menengah berkisar antara 1 hingga 3 tahun, seperti bidang industri dan perdagangan. Sementara itu, usaha jangka panjang diatas 3 tahun, seperti perkebunan kelapa sawit dan karet.

4. Laba

Faktor yang perlu dipertimbangkan adalah besarnya margin laba yang diinginkan. Margin laba maksudnya jumlah laba yang akan diperoleh (dalam persentase tertentu). Disamping itu hal yang perlu diperhatikan adalah jangka waktu memperoleh laba tersebut, karena terdapat usaha yang dalam waktu singkat sudah menghasilkan laba, namun ada pula usaha yang memerlukan lama untuk mendapatkan usaha. Artinya mengembalikan modal terlebih dahulu baru memetik hasilnya.

5. Pengalaman

Pengalaman dapat berupa pengalaman pribadi dan pengalaman orang lain yang telah berhasil dalam melakukan usaha. Pengalaman pribadi dapat diperoleh dengan cara job training atau praktek kerja. Sedangkan pengalaman dari orang lain dapat diperoleh dari mengamati orang lain yang telah berhasil mengembangkan usahanya dengan baik.¹⁶

HASIL DAN PEMBAHASAN

Prinsip Kejujuran dalam Islam

Kejujuran menjadi syarat bagi seseorang untuk bisa dipercaya, baik dalam urusan sosial maupun bisnis.¹⁷ Namun seiring kompetisi hidup, kejujuran menjadi barang langka, dan orang jujur justru dianggap aneh, tidak lazim. Inilah kehidupan manusia yang sudah dijungkirbalikkan oleh keinginan mencari harta berlebih, dengan cara yang mudah dan instan. Kejujuran dianggap tidak signifikan bagi orang yang ingin cepat kaya.

Jika prinsip tersebut telah menguasai manusia, maka bisnis tidak lagi menjadi sarana untuk kebaikan, akan tetapi bisnis adalah alat untuk memperkaya diri sendiri. Tidak mengherankan jika kemudian malpraktik pada bisnis menjadi semakin banyak terjadi, seperti riba, mengurangi takaran atau timbangan, penipuan investasi, monopoli *mark up* dan sebagainya.¹⁸

Konsumen menjadi semakin tidak terlindungi, kezaliman dan keserakahan merajalela. Bisnis hanya menjadi pemuas nafsu yang tidak ada habisnya. Hal ini tentu bertentangan dengan prinsip etis dalam Islam tentang bisnis di mana ia adalah ibadah yang dilakukan untuk mencari keberkahan dan keridhaan Allah swt melalui upaya pemenuhan kebutuhan bagi masyarakat yang membutuhkan agar terhindar dari kesulitan.¹⁹

Kekhawatiran manusia untuk tidak bisa berbuat jujur dalam bisnis semestinya tidak perlu terjadi, sebab Allah swt telah menjelaskan perintah untuk berbuat jujur baik dalam perkataan maupun perbuatan beserta janji tentang balasan bagi orang-orang yang mampu melaksanakan kejujuran dan sebaliknya azab bagi orang-orang yang berbuat munafik. Hal ini berdasarkan pada firman Allah swt, yaitu QS. Al Ahzab: 23-24,

¹⁴ Eko Purwanto, *Pengantar Bisnis: Era Revolusi Industri 4.0*, hlm. 46.

¹⁵ Muhammad Rifa'i dan Husinsah, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Medan: Perdana Publishing, 2022)

¹⁶ Muhammad Rifa'i dan Husinsah, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, hlm. 34.

¹⁷ Muhammad Sharif Chaudhry, *Prinsip-Prinsip Dasar Sistem Ekonomi Islam*, (Cet. III; Jakarta: Prenadamedia Group, 2016)

¹⁸ Amirulloh Syarbini, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Bandung: Fajar Media, 2013), hlm. 4.

¹⁹ Amirulloh Syarbini, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, hlm. 4-5.

مَنْ الْمُؤْمِنِينَ رَجَالَ صَدَقُوا مَا عَاهَدُوا اللَّهَ عَلَيْهِمْ فَمِنْهُمْ مَنْ قَضَىٰ نَحْبَهُ وَمِنْهُمْ مَنْ يَنْتَظِرُ ۚ وَمَا بَدَّلُوا تَبْدِيلًا (٢٣) لِيُخْرِجَ اللَّهُ الصَّادِقِينَ بِصِدْقِهِمْ وَيُعَذِّبَ الْمُنَافِقِينَ إِنْ شَاءَ أَوْ يَتُوبَ عَلَيْهِمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ غَفُورًا رَحِيمًا (٢٤)

Terjemahnya:

“23) Di antara orang-orang mukmin itu ada orang-orang yang menepati apa yang telah mereka janjikan kepada Allah; maka di antara mereka ada yang gugur. Dan di antara mereka ada (pula) yang menunggu-nunggu dan mereka tidak merubah (janjinya),
24) Supaya Allah memberikan balasan kepada orang-orang yang benar itu karena kebenarannya, dan menyiksa orang munafik jika dikehendaki-Nya, atau menerima taubat mereka. Sesungguhnya Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.

QS. Az Zumar/39:33-35,

وَالَّذِي جَاءَ بِالصِّدْقِ وَصَدَّقَ بِهِ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ (٣٣) لَهُمْ مَا يَشَاءُونَ عِنْدَ رَبِّهِمْ ۗ ذَلِكَ جَزَاءُ الْمُحْسِنِينَ (٣٤) لِيُكَفِّرَ اللَّهُ عَنْهُمْ أَسْوَأَ الَّذِي عَمِلُوا وَيَجْزِيَهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ الَّذِي كَانُوا يَعْمَلُونَ (٣٥)

Terjemahnya:

“33) Dan orang yang membawa kebenaran (Muhammad) dan membenarkannya, mereka itulah orang-orang yang bertakwa.
34) Mereka memperoleh apa yang mereka kehendaki pada sisi Tuhan mereka. Demikianlah balasan orang-orang yang berbuat baik,
35) Agar Allah akan menutupi (mengampuni) bagi mereka perbuatan yang paling buruk yang mereka kerjakan dan membalas mereka dengan upah yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan”.

QS. At Taubah/9:119,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ (١١٩)

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar”.

Meskipun Al Qur’an dengan jelas telah menyebutkan perintah Allah swt agar manusia berbuat jujur, namun seringkali jujur dianggap sebagai penghalang manusia untuk hidup berkecukupan. Anggapan itu terjadi sebab telah terjadi dikotomi atau pembedaan urusan dunia dan urusan akhirat. Sekali lagi hal ini berkaitan dengan iman, sebab hanya iman yang menjadi penghubung keyakinan adanya hubungan dunia dan akhirat. Islam tidak membedakan urusan dunia dan akhirat, justru menghubungkannya dalam prinsip al-dunya mazra’atul âkhirat yang artinya dunia itu ladang bagi kehidupan di akhirat.²⁰

Makna dari prinsip ini bahwa siapa yang menanam kebaikan di dunia maka ia akan menikmati hasilnya di akhirat. Produsen, pedagang yang jujur dengan memproduksi serta memperjualbelikan barang yang berkualitas baik akan memberi kepuasan hingga membangun kepercayaan dari para konsumennya.²¹

Sebaliknya, bisa ditebak ketika konsumen kecewa atau tidak puas karena tertipu maka akan menghentikan konsumsi produk tersebut dan beralih pada produk yang lainnya. Oleh karena itu kejujuran sangat penting dalam bisnis, sebab melalui kejujuran, loyalitas relasi terbangun dan mendukung keberlangsungan bisnis itu sendiri.

Kebaikan termasuk kejujuran akan membuahkan kepercayaan dan kepuasan di dunia dan pahala di akhirat. Sedangkan kezaliman, keserakahan akan membuahkan kekecewaan dan ketidakpuasan di dunia serta dosa di akhirat. Di sini semestinya pelaku bisnis bisa memahami bahwa perbuatan bisnis yang tidak etis bukan hanya melukai atau merugikan orang lain, akan tetapi juga diri sendiri dan keluarganya, jika tidak dirasakan di dunia akan menimpa kelak di akhirat. Dosa dan pahala yang akan dihisab untuk menentukan posisi manusia kelak di surga atau di neraka.²²

Seseorang yang jujur di dalam jiwanya terdapat nilai rohani yang memantulkan sikap berpihak kepada kebenaran, moral yang terpuji, dan bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya, sehingga ia hadir sebagai orang yang berintegritas yang mempunyai kepribadian terpuji dan utuh. Sifat jujur merupakan mutiara akhlak yang akan menempatkan seseorang dalam kedudukan yang mulia (*maqam mahmuda*). Orang yang jujur berani menyatakan sikap secara transparan, terbebas dari segala kepalsuan dan penipuan. Hatinya terbuka dan selalu bertindak lurus dan oleh karena itu ia memiliki keberanian moral yang sangat kuat. Seperti halnya keikhlasan, kejujuran, juga tidak datang dari luar, tetapi dari bisikan kalbu yang

²⁰ Komaruddin Hidayat, *Psikologi Ibadah*, (Jakarta: Serambi Ilmu Semesta, 2008), hlm. 100.

²¹ Ika Yulia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 19-20.

²² Susminingsih, *Etika Bisnis Islam*, (Bojong: PT. Nasya Expanding Management, 2020), hlm. 66-67.

secara terus menerus mengetuk-ngetuk dan membisikkan nilai moral luhur yang didorong hati nurani manusia yang fitrah. Kejujuran bukan sebuah paksaan, melainkan panggilan dari dalam diri seseorang.²³

Prinsip Kejujuran dalam Berbisnis

Kegiatan bisnis secara umum terdiri dari kegiatan berproduksi dan penjualan, baik dilakukan sekaligus atau terpisah. Dilakukan sekaligus apabila perusahaan disamping melakukan kegiatan berproduksi atas suatu barang atau jasa, juga melakukan kegiatan pemasaran atas barang atau jasa tersebut. Disamping itu perusahaan ada yang hanya melaksanakan kegiatan berproduksi saja atau pemasaran saja.

Berkait dengan kegiatan bisnis tersebut, prinsip kejujuran merupakan nilai yang paling mendasar (modal dasar atau aset yang paling dan sangat berharga) dalam mendukung keberhasilan kinerja perusahaan. Karena kejujuran dalam berbisnis adalah kunci keberhasilan, termasuk untuk bertahan dalam jangka panjang, dalam suasana bisnis yang penuh persaingan ketat. Dalam lingkup kegiatan bisnis prinsip kejujuran menumbuhkan kepercayaan, sekaligus merupakan syarat, untuk dapat menjalankan bisnis secara profesional bersama-sama dengan:

1. Karyawan Perusahaan.
2. Pelanggan dan Konsumen.
3. Pemasok atau Rekanan.
4. Pihak lain yang terkait dalam menjalin relasi bisnis.²⁴

Nilai kejujuran merupakan nilai yang paling mendasar dalam mendukung keberhasilan kinerja usaha bisnis suatu perusahaan. Kegiatan bisnis akan berhasil dengan gemilang jika dikelola dengan prinsip kejujuran. Baik terhadap karyawan, konsumen, para pemasok dan pihak-pihak lain yang terkait dengan kegiatan bisnis ini. Prinsip yang paling hakiki dalam aplikasi bisnis berdasar kejujuran ini terutama dalam pemakaian kejujuran terhadap diri sendiri. Jika prinsip kejujuran terhadap diri sendiri ini mampu dijalankan oleh setiap manajer atau pengelola perusahaan, maka pasti akan terjamin pengelolaan bisnis ini dijalankan dengan prinsip kejujuran terhadap semua pihak terkait.²⁵ Adapun prinsip kejujuran dalam etika bisnis yaitu:

1. Kejujuran dalam Perjanjian Kontrak Kerja

Perjanjian kerja dibuat agar terjamin kepastian dalam menjalankan fungsi masing-masing pihak sesuai dengan hak dan kewajiban yang mengikat. Masing-masing pihak komitmen yang tinggi, dalam arti ingin selalu menepati sesuai dengan yang perjanjian di dalam perjanjian. Jika kedua belah pihak mampu memberi jaminan akan terpenuhi perjanjian dan terbukti secara konsisten, maka kenyataan ini akan memberikan suatu kepercayaan pada masing-masing pihak. Hal ini akan merupakan rintisan dibangunnya suatu kepercayaan di kedua belah pihak. Ini merupakan momentum terbinanya suatu kerja sama lanjutan di bidang-bidang bisnis yang lain. Kepercayaan yang terbina ini merupakan modal bisnis yang maha besar bagi masing-masing pihak.

2. Kejujuran dalam Penawaran Produk

Perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnis akan terdiri dari kegiatan produksi dan penjualan, baik dilakukan sekaligus atau terpisah. Dilakukan sekaligus diartikan bahwa perusahaan disamping melakukan produksi atas suatu barang atau jasa, juga melakukan pemasaran sendiri atas barang atau jasa tersebut. Disamping itu perusahaan ada yang hanya melaksanakan kegiatan produksi saja atau pemasaran saja.

Terhadap kegiatan perusahaan ini baik sebagai kegiatan produksi maupun pemasaran tentu memiliki pedoman bahwa pasar adalah sumber yang sangat mendukung eksistensi dan kontinuitas perusahaan. Oleh karena itu jika perusahaan menganggap pasar sebagai mitra usaha, maka perusahaan harus menjaga hubungan yang baik dengan pasarnya. Produk yang dibuat dan dipasarkan harus benar-benar mencerminkan produk yang sesuai dengan fakta, tidak terdapat unsur manipulasi. Seperti misalnya barang yang berkualitas rendah dinyatakan sebagai barang berkualitas tinggi. Barang yang secara riil berkualitas biasa dinyatakan sebagai barang berkualitas prima dan lain-lain.²⁶

3. Kejujuran dalam Menjalinkan Hubungan Kerja dengan Perusahaan Lain

Dalam hubungan dengan para pesaing dan partner usaha, perusahaan dapat memperlakukan dan memandangnya sebagai teman atau kolega dan mitra usaha yang wajar dan sehat. Hubungan antara perusahaan dengan perusahaan lain (apakah ia sebagai perusahaan supplier atukah sebagai perusahaan agen atau distributor) ini harus dilandasi prinsip kerja yang fair dan prinsip kerja sama yang saling menguntungkan dan saling menghidupi, tidak saling membunuh atau mematikan.

Terhadap perusahaan lain yang berposisi sebagai pesaing harus diterapkan berlomba dalam memberikan sesuatu yang bernilai optimal bagi masyarakat luas. Berlomba dalam memberikan pelayanan terbaik, memberikan mutu terbaik secara fair dan lain-lain. Yang pada intinya berlomba dalam kebaikan.

²³ M. Ma'ruf Abdullah, *manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), hlm. 85.

²⁴ Budi Prihatminingtyas, *Etika Bisnis Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders*, (Malang: CV IRDH, 2019), hlm. 36.

²⁵ Eko Purwanto, *Pengantar Bisnis: Era Revolusi Industri 4.0*, hlm. 38.

²⁶ Eko Purwanto, *Pengantar Bisnis: Era Revolusi Industri 4.0*, hlm. 39.

Bahkan dapat dilakukan hubungan antar pesaing ini untuk saling memberikan bantuan, sinergi dan lain-lain yang dilakukan dengan niat yang jujur dan fair.

4. Kejujuran dalam Menjalin Hubungan dengan Tenaga Kerja

Perusahaan mempunyai prinsip kejujuran terhadap para pekerja, baik pekerja yang level atas maupun level bawah, bahwa pekerja harus dipandang sebagai partner usaha. Prinsip kejujuran yang diaplikasikan terhadap pekerja sebagai partner ini tercermin pada transformasi performance usaha perusahaan terhadap para pekerja tanpa kecuali. Transformasi informasi performance yang disosialisasikan kepada para pekerja hanya yang terkait dengan pemberian hak dan kewajiban pekerja secara wajar dan adil menurut ukuran-ukuran kelayakan sosial. Disamping juga sesuai dengan prestasi riil yang dicapai oleh perusahaan dimana para pekerja bekerja.²⁷

SIMPULAN

Dari pembahasan mengenai metode penetapan hukum pada masa sahabat di atas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, antara lain sebagai berikut: Kejujuran dalam berperilaku dalam usaha bisnis sesuai dengan yang dipraktikkan Rasulullah. Kejujuran tersebut dapat terlihat pada Rasulullah yang merupakan seorang guru *entrepreneur* sukses dan profesional yang selalu mengutamakan kejujuran dalam hubungan transaksinya dengan semua pelanggannya. Dalam bisnis, jujur adalah nilai terpenting dalam transaksi sebuah bisnis. Pelaku bisnis yang jujur akan menjaga timbangannya, mengatakan baik dan buruknya barang yang dia jual. Dari hubungan jual beli yang didasari oleh kejujuran akan muncul kepercayaan di antara penjual dan pembeli atau antara penyedia jasa dan pengguna jasa. Kepercayaan inilah salah satu menjadikan bisnis yang dilakukan sesuai dengan syariah Islam yang merupakan hal paling mendasar dari semua hubungan dan transaksi kegiatan bisnis.

REFERENSI

- Abdullah, M. Ma'ruf. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Agustin, Hamdi. *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Ed. I; Cet. I; Depok: Rajawali Press, 2017.
- Ahmad dkk, Rumadi. *Fikih Persaingan Usaha*. Jakarta: Lakpesdam PBNU, 2019.
- Chaudhry, Muhammad Sharif. *Prinsip-Prinsip Dasar Sistem Ekonomi Islam*. Cet. III; Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Hidayat, Komaruddin. *Psikologi Ibadah*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta, 2008.
- Majah, Ibn. *Sunan Ibn Majah*, Vol. 3, Pentahkik: Syu'aib Arnauth. Cet. I; Beirut: Dar Risalah Al-Alamiyyah, 2009.
- Muhammad Rifa'i dan Husinsah. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Medan: Perdana Publishing, 2022.
- Nugroho, Susanti Adi. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia dalam Teori dan Praktik serta Penerapan Hukumnya*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Purwanto, Eko. *Pengantar Bisnis: Era Revolusi Industri 4.0*. Banyumas: Sasanti Institute, 2020.
- Prihatminingtyas, Budi. *Etika Bisnis Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders*. Malang: CV IRDH, 2019.
- Siswanto, Arie. *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- Susminingsih. *Etika Bisnis Islam*. Bojong: PT. Nasya Expanding Management, 2020.
- Syarbini, Amirulloh. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Bandung: Fajar Media, 2013.
- at-Tirmidzi, Imam. *Sunan at-Tirmidzi*, Vol. 3. Cet. II; Mesir: Syirkah Maktabah wa Mathba'ah al-Bab Al-Halabi, 1975.
- Usman, Rachmadi. *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2013.

²⁷ Eko Purwanto, *Pengantar Bisnis: Era Revolusi Industri 4.0*, hlm. 40.