

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mebel, perabot atau furnitur adalah perlengkapan rumah yang mencakup semua barang seperti kursi, meja, dan lemari. *Mebel* berasal dari kata *movable*, yang artinya bisa bergerak. Pada zaman dahulu meja kursi dan lemari relatif mudah digerakkan dari batu besar, tembok, dan atap. Sedangkan kata *furniture* berasal dari Bahasa Prancis *fourniture* (1520–30 Masehi). *Furniture* mempunyai asal kata *fournir* yang artinya *furnish* atau perabot rumah atau ruangan. Walaupun mebel dan *furniture* punya arti yang beda, tetapi yang ditunjuk sama yaitu meja, kursi, lemari, dan seterusnya. Dalam kata lain, mebel atau furnitur adalah semua benda yang ada di rumah dan digunakan oleh penghuninya untuk duduk, berbaring, ataupun menyimpan benda kecil seperti pakaian atau cangkir. Mebel terbuat dari kayu, papan, kulit, sekrup, dll. (Hermawan, 2005).

Industri *furniture* adalah industri yang mengolah bahan baku atau bahan setengah jadi dari kayu, rotan dan bahan baku alami lainnya menjadi produk barang jadi, *furniture* yang mempunyai nilai tambah dan manfaat yang lebih tinggi. Industri *furniture* di Indonesia hampir di seluruh provinsi dengan sentra-sentra yang cukup besar terletak di Jepara, Sukoharjo, Surakarta, Klaten dan lain-lain. Namun permasalahan yang di alami produsen dalam negeri adalah permasalahan internal perusahaan-perusahaan dalam industri mebel begitu beragam permasalahan itu antaranya seperti kurangnya permodalan baik dalam memproduksi maupun mendistribusikan komoditas mebel dan olahan kayu sumber daya manusia yang kurang kreatif, teknologi dalam memproduksi serta

manajemen usaha yang kurang mendukung perubahan lingkungan bisnis didalam industri mebel (*furniture*).

Pada penerapan perekonomian ini hendaknya memberikan tanggung jawab dan kewajiban yang seimbang pada kelestarian dan kesetaraan seluruh manusia. Karena Rasulullah sangat menghargai harga yang adil yang terbentuk di pasar. Dalam islam nilai-nilai moralitas yang meliputi kejujuran, keadilan dan keterbukaan sangat diperlukan dan menjadi tanggung jawab bagi setiap pelaku bisnis. Nilai-nilai tersebut merupakan cerminan dari keimanan seorang muslim kepada Allah. Penerapan nilai-nilai moral dalam kehidupan bisnis yang harus didasari secara personal oleh setiap pembisnis, artinya setiap pembisnis boleh berdagang dengan tujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya, tapi dalam islam bukan hanya mencari keuntungan sebesar-besarnya tapi juga mencari keberkahan. (Didin Hafiduddin, *Islam Aplikatif*. (Jakarta: Penerbit Gema Insani, 2003), hlm. 28

Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan syariah dalam ajaran islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan rizki yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat. (Didin Hafiduddin, *Islam Aplikatif*. (Jakarta: Penerbit Gema Insani, 2003), hlm. 28.

UD. Mebel Jamaluddin menawarkan beberapa mebel seperti kursi, pintu, tempat tidur, kusen, jendela, lemari dan lain sebagainya. Di UD. Mebel

Jamaluddin sendiri menyediakan beberapa promo harga untuk pelanggan yang setia pada UD. Mebel Jamaluddin, disini mebel jamaluddi memiliki satu kasir dan dua karyawan yang membantumenyelesaikan pesanan para konsumen.

Penelitian ini berfokus pada penerapan etika bisnis syariah pada UD. Mebel Jamaluddin, untuk dapat di analisis bagaimana cara kerja di UD. Mebel Jamaluddin dengan menerapkan etika bisnis syariah. UD. Mebel Jamaluddin diharapkan akan berkembang sesuai dengan perkembangan masyarakat, dan para konsumen, sebab bila tidak mengikuti irama perkembangan tersebut, fungsi mebel akan pudar. Oleh karena itu UD. Mebel Jamaluddin harus memberikan kesejahteraan antara tuntutan dan kebutuhan masyarakat akan pelayanan yang diberikan oleh pihak UD. Mebel Jamaluddin.

Seorang *owner* harus mampu dalam menentukan berbagai macam strategi khususnya dalam menentukan satuan harga, sebab keputusan tersebut akan sangat mempengaruhi kemajuan dan kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Kebijakan-kebijakan tersebut tertuang dalam marketing mix yang mencakup kebijakan perencanaan produk, kebijakan penyaluran atau distribusi fisik, promosi serta kebijakan penentuan harga. Dari keempat kebijakan tersebut yang paling pokok adalah kebijakan penentuan harga.

Penentuan harga merupakan salah satu keputusan yang tidak boleh diabaikan oleh perusahaan. Sebab keputusan konsumen sangat dipengaruhi oleh besarnya harga jual yang ditawarkan oleh perusahaan. Untuk itu perusahaan harus dapat menentukan harga dengan tepat, dalam menarik keuntungan harga jual adalah biaya, kerana biaya dapat memberikan informasi batas bawah suatu harga jual yang harus ditentukan. Jika harga jual dibawah biaya produk atau jasa maka

akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Sehingga informasi biaya menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam menentukan harga jual (Mulyadi, 2010:138).

Munculnya wacana pemikiran etika berbisnis didorong oleh realitas bisnis yang mengabaikan nilai-nilai moralitas, sementara pihak etika bisnis adalah aktivitas ekonomi yang bertujuan mencari laba. Aspek moralitas tidak bisa di pakai untuk menilai bisnis, dianggap akan menghalangi kesuksesannya. Pada suatu sisi, aktivitas bisnis dimaksudkan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya, sementara prinsip-prinsip moralitas "membatasi" aktivitas bisnis. Selain itu, dalam realitas bisnis kekinian terdapat kecenderungan bisnis yang mengabaikan etika. Dari realitas inilah yang melahirkan anggapan bahwa bisnis adalah dunia hitam. Sementara itu etika bisnis islam muncul kepermukaan dengan landasan bahwa Islam adalah agama yang sempurna. Islam merupakan agama yang memberikan cara hidup yang terpadu mengenai aturan aturan aspek sosial, budaya, ekonomi, sipil dan politik. Namun dalam perkembangannya, etika bisnis islam menurut Hukum Ekonomi Syariah tidak sedikit di pahami sebagai respresentasi dari aspek hukum. Misalnya keharaman jual beli atau di sebut Gharar, menimbun, mengurangi timbangan dan lain-lain. (Buchari Alm, 1997: 16)

Etika bisnis islam adalah akhlak dalam menjelaskan bisnis sesuai dengan nilai nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab Islam di yakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Etika bisnis islam yang digunakan mengacu pada lima aksioma, yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, ihsan dan tanggung jawab. Adapun dampaknya di

ukur berdasarkan enam parameter kemajuan bisnis, yaitu aspek pemasaran manajemen dan SDM, hukum sosial, dampak lingkungan dan keuangan (Syafi'i Antonio. 2001: 46).

Salah satunya melalui bekerja, dan salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis. Islam mewajibkan setiap muslim khususnya yang memiliki tanggungan, untuk “bekerja”. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia mencari nafkah, Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rezeki (Abdul Ghofur Noor. 2012 : 13).

Pengertian Etika Bisnis Menurut Muslich (2004: 9) yaitu guna mengatur pengolahan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas baik secara universal maupun ekonomi atau sosial. Penerapan norma dan moralitas itu bermaksud untuk menunjang tujuan dari kegiatan bisnis tersebut. Penerapan Etika Bisnis menurut Ekonomi Syariah yaitu tanggung jawab sosial pada perusahaan yang dilakukan dengan sungguh-sungguh akan memudahkan perusahaan dalam menjalankan visi dan misinya. Melalui etika bisnis dan tanggung jawab sosial akan membentuk citra positif perusahaan di mata masyarakat yang lebih luas. Menjadi pengusaha atau pembisnis tidak hanya mampu sekedar memproduksi produk dan memasarkannya ke masyarakat, pasar dengan seluas luasnya. Keahlian dalam memproduksi atau memasarkan tidak cukup untuk mewujudkan kesuksesan bisnis yang sebenarnya. Para pengusaha, para pembisnis perlu memperhatikan etika bisnis untuk meraih kesuksesan yang baik.

Etika Bisnis menurut Syariah perkembangan ekonomi syariah di Indonesia boleh dikatakan perkembangan yang cukup pesat. Hal ini ditandai banyak berdirinya lembaga keuangan yang secara konsep maupun operasionalnya menggunakan prinsip-prinsip syariah. Beberapa kalangan membuat penilaian bahwa dari segi sosialisasi sistem ekonomi syariah kepada masyarakat relatif masih terbatas. Padahal sosialisasi syariah kepada masyarakat merupakan aspek penunjang dalam strategi pemberdayaan ekonomi syariah di Indonesia. (Prajha, 2004: 25)

Adapun sistem syariah mengutamakan aspek hukum dan etika yakni adanya keharusan menerapkan prinsip-prinsip hukum dan etika bisnis yang Islami, antara lain prinsip ibadah (*Al-tauhid*), toleransi (*Al-tasamuh*), persamaan (*Al-musawat*), kebebasan (*Al-hurriyat*), keadilan (*Al-adl*), tolong-menolong (*Al-ta'wun*). Prinsip-prinsip tersebut merupakan pijakan dasar dalam sistem ekonomi syariah, sedangkan etika bisnis mengatur aspek hukum kepemilikan, pengelolaan dan pendistribusian harta, yakni menolak monopoli, eksploitasi dan diskriminasi serta menuntut keseimbangan antara hak dan kewajiban. Berbisnis dengan model syariah Islam mengenal syariah sebagai *God's Law* atau *Islamic Law*, yang mengatur persoalan ibadah dan muamalah. Landasan syariah adalah kebijaksanaan dan kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat. Kesejahteraan ini terletak pada keadilan, kasih sayang, dan kebijaksanaan. Sementara apapun yang bergeser dari keadilan, menjadi ketidakadilan, kasih sayang menjadi penindasan, kesejahteraan menjadi kesengsaraan, dan kebijaksanaan menjadi kebodohan, tidak ada sangkut pautnya dengan syariah. Tujuan syariah yang paling benar adalah memajukan kesejahteraan manusia yang terletak pada jaminan atas keyakinan, intelektual,

harta dan masa depannya. Adapun dalam islam ada hal-hal yang dilarang diperjualbelikan dalam bentuk bisnis, karena islam diatur oleh syariat didasarkan pada ketentual Allah SWT, yang sumber utamanya adalah Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah SAW (Ardi, 2015: 51-54).

Adapun manfaat bagi perusahaan ketika menerapkan etika bisnis adalah perusahaan semakin akuntabel dan dipercaya di mata konsumen. Perusahaan dapat memaksimalkan keuntungan yang mereka peroleh. Manfaat dari etika bisnis akan menunjukkan perubahan memiliki kejujuran dan tidak akan membohongi pelanggan. Kepercayaan pelanggan pada perusahaan pun menjadi semakin meningkat karena perusahaan dinilai sangat loyal dalam melakukan bisnis dengan pelanggan. Etika bisnis sangat penting bagi perusahaan dalam jangka pendek, perusahaan dengan etika yang baik akan mendapatkan nilai dan pandangan positif sehingga lebih dianggap terpercaya. Selain itu, Berbisnis dengan menggunakan etika akan menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dan karyawan, perusahaan dan konsumen, serta perusahaan dengan perusahaan lain.

Dampak apabila etika bisnis tidak di terapkan dalam lingkungan bisnis, tanpa etika dalam berbisnis, persaingan antar perusahaan dapat menjadi tidak sehat, konsumen menderita, terjadi pencemaran lingkungan yang dapat menimbulkan praktek monopoli perdagangan. Etika dan moralitas tidak boleh diabaikan dalam dunia bisnis karena perusahaan yang memegang teguh etika bisnis dan nilai moral dalam menjalankan usahanya yang akan menciptakan konsumen yang loyal. Loyalitas inilah yang timbul karena adanya trust dari

konsumen bahwa perusahaan tidak akan melakukan kecurangan atau hal negatif yang bisa merugikan para konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, dijelaskan bahwa etika bisnis adalah sebuah metode dalam mengatur proses bisnis yang dijalankan berdasarkan kaedah syariah islam. Etika bisnis sangat penting disebabkan berbisnis dengan tanpa menggunakan etika akan memunculkan beberapa masalah seperti persaingan yang tidak sehat, pencemaran lingkungan, praktik monopoli atau bentuk negatif yang lain. Maka dari peneliti mengangkat tema penelitian tentang etika bisnis yang ada pada UD. Jamaluddin dengan tujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis menurut hukum ekonomi syariah pada usaha tersebut dengan judul penelitian **PENERAPAN ETIKA BISNIS SYARIAH PADA UD MEBEL JAMALUDDIN DI KABUPATEN JEMBER.**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah di paparkan di atas, maka fokus penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana penerapan etika bisnis menurut syariah pada UD. Mebel Jamaluddin di Kabupaten Jember ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti, yaitu :

1. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis menurut syariah pada UD. Mebel Jamaluddin di Kabupaten Jember.

1.4 Definisi Istilah

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah di paparkan di atas, maka definisi istilah dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Etika Bisnis Syariah

Menurut (Ananda, 2012), etika bisnis syariah merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis dalam suatu perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai penerapan atau ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama dalam bangku pendidikan, khususnya dalam pengambilan keputusan atau kebijakan, terutama dalam bidang penerapan etika bisnis.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat sebagai dasar didalam menjalankan kebijaksanaan serta mencapai tujuan perusahaan.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini berguna sebagai bahan literatur serta sebagai pelengkap bahan pustaka.

4. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan perbandingan didalam membahas permasalahan yang sama.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi fokus peneliti, yaitu bagaimana penerapan etika bisnis menurut syariah pada UD. Mebel Jamaluddin dan penerapan etika bisnis syariah dalam sebuah persaingan pada UD. Mebel Jamaluddin di Kabupaten Jember.