

ETIKA & KONSEP MANAJEMEN BISNIS ISLAM

Iwan Aprianto, S.Pd.I., M.Pd. | M. Andriyansyah, S.E.I., M.E. |
Muhammad Qodri, S.Ei., M.Si. | Mashudi Hariyanto, S.H.I., M.E.



**ETIKA & KONSEP
MANAJEMEN BISNIS ISLAM**

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

ETIKA & KONSEP MANAJEMEN BISNIS ISLAM

*Iwan Aprianto, S.Pd.I., M.Pd.
M. Andriyansyah, S.E.I., M.E.
Muhammad Qodri, S.E.I., M.Si.
Mashudi Hariyanto, S.H.I., M.E.*

Editor :
Dr. Ansori, S.Pd.I, M.Pd.I.



ETIKA & KONSEP MANAJEMEN BISNIS ISLAM

Iwan Aprianto, dkk.

Editor :
Ansori

Desain Cover :
Dwi Novidiantoko

Sumber :
www.freepik.com

Tata Letak :
Gofur Dyah Ayu

Proofreader :
Avinda Yuda Wati

Ukuran :
viii, 164 hlm, Uk: 15.5x23 cm

ISBN :
978-623-02-1545-2

ISBN Elektronis :
978-623-02-1557-5

Cetakan Pertama :
September 2020

Hak Cipta 2020, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2020 by Deepublish Publisher
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT DEEPUBLISH
(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)**
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman
Jl.Kalurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581
Telp/Faks: (0274) 4533427
Website: www.deepublish.co.id
www.penerbitdeepublish.com
E-mail: cs@deepublish.co.id

KATA PENGANTAR

Seraya Mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT berkat rahmat serta hidayah yang diberikan Allah SWT sehingga naskah ini dapat dirampungkan oleh tim sesuai dengan waktu yang telah disepakati. Kemudian sholawat serta salam senantiasa kita bacakan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW dengan lafaz اللهم صل على سيدنا محمد و على آل سيدنا محمد semoga senantiasa terarah pada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa serta membimbing umatnya dari alam jahiliyah pada tauhid, menuju umat yang mendapat hidayah serta Nur dari Allah SWT.

Naskah ini disusun oleh tim dosen tetap di lingkungan Institut Agama Islam (IAI) Nusantara Batanghari dengan penulis BAB I dan BAB II oleh Iwan Aprianto, S.Pd.I., M.Pd. BAB III sampai dengan BAB V oleh M. Andriyansyah, SE,I. ME. BAB VI sampai dengan IX oleh Muhammad Qodri, S.Ei., M.Si BAB X sampai dengan XII oleh Mashudi Hariyanto, S.HI., ME.

Naskah dengan judul Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam merupakan tema pokok yang mengkaji tentang bagaimana etika dalam menjalankan bisnis Islam serta konsep dan manajemen bisnis yang tidak keluar dari syariat Islam. Rasulullah SAW merupakan suri tauladan bagi kita dari segala aspek, dan diantaranya adalah aspek dalam berbisnis, sebagaimana beliau memberikan contoh yang konkret dalam sifat-sifat Rasulullah SAW tersebut, seperti: Shiddiq, Amanah, Tabligh dan Fathonah. Dengan kita mengimplementasikan sifat-sifat Rasulullah SAW tersebut dalam aspek berbisnis Insyaallah akan sejahtera, bahagia, sukses dan selamat dunia akhirat dalam menjalankan bisnis tersebut.

Jambi, 07 Juli 2020
Pengantar

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II ETIKA BISNIS ISLAM	4
A. Definisi Etika Bisnis Islam	4
B. Fungsi Etika Bisnis Islam	7
C. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	12
BAB III KONSEP DASAR BISNIS ISLAM.....	15
A. Pengertian Bisnis dalam Islam	16
B. Konsep Dasar Bisnis Islam	21
BAB IV KODE ETIK BISNIS ISLAM.....	36
A. Pengertian Kode Etik Bisnis Secara Umum.....	36
B. Kode Etik Bisnis Islam	38
BAB V KONSEP KEBIJAKAN DALAM ETIKA BISNIS ISLAM.....	43
A. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Secara Umum.....	43
B. Aktivitas Etika Bisnis Islam.....	44
BAB VI KONSEP MANAJEMEN BISNIS ISLAM.....	52
A. Pengertian Manajemen Syariah.....	53
B. Konsep Manajemen dalam Islam	54
C. Perbedaan Antara Manajemen Konvensional dan Syariah	57
D. Nilai-nilai Manajemen Syariah dalam Perusahaan.....	60
BAB VII PRINSIP-PRINSIP MANAJEMEN BISNIS ISLAM.....	65
A. Tauhid.....	70
B. Ibadah	73

C.	Amanah dan Tanggung Jawab	75
D.	Hikmah	79
E.	Adil	81
F.	Ihsan.....	89
G.	Tolong-Menolong.....	91
H.	<i>Halaalan Thayyiban</i>	95
I.	Musyawarah	97
BAB VIII PROSES MANAJEMEN BISNIS ISLAM.....		101
A.	Perencanaan (<i>Planning</i>).....	101
B.	Pengorganisasian (<i>Organizing</i>).....	102
C.	Pengarahan (<i>Actuating</i>).....	102
D.	Pengawasan (<i>Controlling</i>).....	103
BAB IX TUJUAN BISNIS ISLAM		104
A.	Memperoleh keuntungan.....	107
B.	Membuka peluang pekerjaan	107
C.	Manfaat ekonomi.....	108
D.	Tersedia sarana dan prasarana	108
E.	Membuka isolasi wilayah.....	108
F.	Meningkatkan persatuan dan membantu pemerataan pembangunan	108
BAB X PERBEDAAN KONSEP BISNIS ISLAM & BISNIS NON-ISLAM		111
A.	Pengertian Bisnis	111
B.	Konsep Bisnis Islam	113
C.	Perbedaan Bisnis Islam & Non-Islam.....	118
BAB XI PRODUKSI DAN PROMOSI DALAM BISNIS ISLAM.....		123
A.	Produksi dalam Bisnis Islam	123
B.	Promosi dalam Bisnis Islam.....	133
BAB XII KOMUNIKASI PEMASARAN BISNIS ISLAM		138
A.	Pengertian Pemasaran	138

B.	Konsep Dasar Komunikasi Pemasaran Syariah	140
C.	Karakteristik Komunikasi Pemasaran Syariah	143
D.	Strategi Komunikasi Pemasaran Syariah	146
DAFTAR PUSTAKA		150
PROFIL PENULIS		157
PROFIL EDITOR.....		162

BAB I

PENDAHULUAN

Seiring dengan majunya perkembangan ekonomi dan bisnis Islam, banyak terjadi permasalahan pelanggaran khususnya di bidang etika bisnis Islam, karena etika ini menyangkut kepada nilai-nilai moral “*akhlak*”. Maka dari itu sangat dibutuhkan langkah-langkah yang cepat dan tepat untuk mengatur kembali etika dalam bisnis Islam sesuai dengan ajaran Islam. Untuk mengembalikan marwah etika dalam berbisnis tentunya tidak terlepas dari konsep serta manajemen yang berjalan dengan baik pada saat menjalankan bisnis Islam.

Hafizah dalam Fakhry & Havis Aravik menjelaskan kegiatan bisnis adalah kegiatan yang menyangkut manusia, berhubungan dengan manusia yang mempunyai perasaan. Ini berarti norma atau nilai yang berlaku baik atau dianggap baik di masyarakat, mau tidak mau juga harus dibawa ikut dalam kegiatan dan kehidupan bisnis seseorang.¹ Lebih lanjut Huda dalam Fakhry & Havis Aravik mengungkapkan konsep etika bisnis Islam. Sebagai sebuah ajaran hidup yang lengkap, Islam memberikan petunjuk atas semua aktivitas manusia termasuk ekonomi. Tujuan ekonomi Islam tidak terlepas dari tujuan diturunkannya syariat Islam adalah untuk mencapai *falah* (kesejahteraan/keselamatan) baik di dunia maupun di akhirat.²

Kegiatan bisnis merupakan dorongan dalam diri seseorang untuk mencapai kesejahteraan, untuk mencapai itu semua dibutuhkan konsep dan manajemen, manajemen merupakan sebuah konseptual yang di jalankan manusia dengan cara melakukan perencanaan sampai kepada pengawasan

¹ Fakhry & Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020), Hal 1-3

² *Ibid*, Hal 7-8

BAB II

ETIKA BISNIS ISLAM

A. Definisi Etika Bisnis Islam

Bisnis merupakan suatu kegiatan atau bentuk usaha yang dilakukan oleh makhluk ciptaan Allah SWT yang paling sempurna “*manusia*” untuk mencari rezeki, namun dalam penerapan bisnis Islam hendaknya tidak melupakan etika pada saat menjalankan bisnis yang ditekuni. Toko dalam etika bisnis Islam ini seperti nabi Muhammad SAW. Etika dalam penerapan bisnis adalah sebuah konsep bidang ilmu yang terkadang dilupakan oleh pelaku bisnis itu sendiri. Karena etika merupakan sebuah perwujudan nilai-nilai moral yang tertanam dalam diri seseorang pada saat menjalankan bisnis.

Irham Fahmi menjelaskan bahwa. Etika bisnis merupakan suatu bidang ilmu ekonomi yang terkadang dilupakan banyak orang, padahal melalui etika bisnis inilah seseorang dapat memahami suatu bisnis persaingan yang sulit sekalipun, bagaimana bersikap manis, menjaga sopan santun, berpakaian yang baik sampai bertutur kata, semua itu ada “*meaning*”nya.⁸ Artinya etika merupakan sebuah aturan dalam menjalankan bisnis, mulai dari aturan bersikap manis sampai kepada bertutur kata dalam melayani konsumen, hal ini yang menjadi perhatian khusus bagi pelaku pebisnis.

Jika mengkaji definisi dari etika itu sendiri banyak pendapat para ahli yang mendefinisikan tentang etika, berikut beberapa definisi etika menurut para ahli:

Etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti “adat istiadat” atau kebiasaan. Dalam pengertian ini etika

⁸ Irham Fahmi, *Etika Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), Hal 3

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Cv Diponegoro. Departemen Agama RI, 2000.
- Anonim. 2000. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV Diponegoro. Departemen Agama RI.
- A.Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntunan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius, 2000
- Abd. Haris, *Etika HAMKA Konstruksi Etik Berbasis Rasional-Religius*" Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, 210
- Adityangga, Krisnha. 2006. *Membumikan Ekonomi Islam; Diskursus Pengembangan Ekonomi Berbasis Syariah* Yogyakarta: Pilar Media.
- Adiwarman. 2002. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Perss.
- Afzalurrahman. 1997. *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*. Jakarta: Yayasan Swarna Bhumy.
- Al Arif, Nur Rianto. 2010. Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta.
- Al-Asal, Ahmad Muhammad dan Fathi Ahmad Karim. *Al-Nizham Al-Iqtishadi fi Al-Islam Mabadi'uhu Wa ahdafuhu*. Dar Fikr
- Al-Fanjary, Muhammad Syauqi. 1994. *Al-Wajiz Fi Al-Iqtisod Al-Islamiy*. Cairo: Daar Al-Suruq.
- Ali, Zainuddin. 2012. *Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Al-Idarah*. Vol. 1. No. 1. Januari-Juni 2017.
- Alimin, Muhammad. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, Buchari & Donni Juni Priansa. 2009. *Management Bisnis Syariah*. Bandung; Alfabeta.
- _____. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Edisi Revisi. Bandung: Afabeta.
- Alma, Buchari, dkk. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta

- Al-Mahalli, Imam Jalaluddin & Imam Jalaluddin As-Suyuthi. 2011. *Terjemahan Tafsir Jalalain Birikut Asbaabun Nuzuul Jilid 1*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Anorag, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis*. PT Rhineka Cipta. Jakarta.
- Anto, M.B. Hendrie. 2003. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Antonio, Syafi'I. 2003. *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Tazkia Cendikia.
- Assauri, Sofjan. *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: Rajawali Press.
- Badroen, Faisal, dkk. 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: UIN Jakarta Press.
- _____. 2015. *Etika Bisnis dalam Islam*. Cet. IV. Jakarta: Prenada Media Group.
- Bakhri, Amirul. Tantangan Pendidikan Agama Islam di Madrasah. *Jurnal Madaniyah Edisi VIII*. Januari 2015. ISSN 2086-3462.
- Baqi, Fu'ad Abdul. 1981. *Mu'jamal-Mufahrasy*. Kairo: Darul Fikr.
- Basri. 2005. *Bisnis Pengantar*. Ed. Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Beekum, Rafik Issa. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. 1997. *Islamic Business Ethics*. Virginia: The International Institute Of Islamic Thought.
- Budiarto, Kustoro. 2009. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Chalil, Zaki Fuad. 2009. *Pemerataan Distribusi Kekeyaan dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga.
- Choudhury, Masudul Alam. 2011. *Islamic Economic And Finance*. USA: Emerald Grup.
- Dadan Ramdhani dkk, *Ekonomi Islam Akuntansi dan Perbankan Syariah (Filosofis dan Praktis di Indonesia dan Dunia)*, Jawa Tengah, CV Markumi, 2019
- Dian Wijiyanto, *Pengantar Manajemen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012
- Didin Hafidhuddin, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2008

ETIKA & KONSEP MANAJEMEN BISNIS ISLAM

Alhamdulillah, penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT. sehingga penulis dapat menyelesaikan naskah yang berjudul *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Naskah ini dibagi menjadi dua belas bab, yaitu *pertama*, pendahuluan; *kedua*, etika bisnis Islam; *ketiga*, konsep dasar bisnis Islam; *keempat*, kode etik bisnis Islam; *kelima*, konsep kebijakan dalam etika bisnis Islam; *keenam*, konsep manajemen bisnis Islam; *ketujuh*, prinsip-prinsip manajemen bisnis Islam; *kedelapan*, proses manajemen bisnis Islam; *kesembilan*, tujuan bisnis Islam; *kesepuluh*, perbedaan konsep bisnis Islam & konsep bisnis non-Islam; *kesebelas*, produksi dan promosi dalam bisnis Islam; *keduabelas*, komunikasi pemasaran bisnis Islam. Kehadiran buku ini merupakan bagian dari sumbangsih pemikiran penulis untuk mengkaji/membahas tentang Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam karena bisnis merupakan usaha dan kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan. Hal ini yang menjadi perhatian pokok bersama dalam upaya untuk meningkatkan tata cara berbisnis yang sesuai dengan syariat Islam dan memahami konsep manajemen bisnis Islam. Rasulullah SAW. sebagai suri teladan bagi kita dalam mengonsep, memanajemen, dan menerapkan etika bisnis Islam di tengah-tengah kehidupan berbangsa dan bermasyarakat.



Penerbit Deepublish (CV BUDI UTAMA)
Jl. Rajawali, Gang Elang 6 No.3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman
Jl. Kalirwang Km 9,3 Yogyakarta 55581
Telp/Fax : (0274) 4533427
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)
✉ cs@deepublish.co.id Ⓛ @penerbitbuku_deepublish
Ⓕ Penerbit Deepublish Ⓛ www.penerbitbukudeepublish.com

Kategori : Manajemen

ISBN 978-623-02-1557-5 (PDF)

9 786230 215575