

ETIKA BISNIS ISLAMPADA ERA DISTRUPSI

Abdillah Mundir

Universias Yudharta Pasuruan
abdillahmundir@yudharta.ac.id

***Abstract:** Business ethics has become something important in this era of increasingly fierce business competition. The number of cases of violations in the business world that have caused adverse impacts on each other, this raises the importance of awareness of business ethics. Doing business in an era of disturbances requires Islamic Business Ethics in order to achieve business benefits without destroying each other. Islam teaches to be honest, trustworthy and fair in doing business and avoid things that are manipulation, dangerous, speculative, monopolistic and hoarding, and usury. Islam provides a boundary or dividing line between what is permissible and what is not permissible, which is right and wrong as well as the halal and haram. These boundaries or lines are known as Islamic business ethics, that is ethics that is in accordance with Islamic values. Business in Islam is basically the same as business in general, it's just that they have to submit to and obey the teachings of the Qur'an, As-Sunnah, Al-Ijma and Qiyas even in the era of intense competition in the era of disruption which tend to be mutually detrimental, killing each other and nullifying each other. By holding on to Islamic Business Ethics the business competition climate in the era of disruption will be healthier to be equally successful without destroying each other in a wild competition.*

***Keywords:** Islamic Business Ethics, the era of disruption*

Abstrak: Etika bisnis menjadi sesuatu yang penting di era persaingan bisnis yang semakin ketat ini. Banyaknya kasus pelanggaran dalam dunia bisnis yang telah menimbulkan dampak buruk saling merugikan, ini memunculkan pentingnya kesadaran etika bisnis. Berbisnis di era distrupsi membutuhkan Etika Bisnis Islam agar dapat mencapai keuntungan bisnis tanpa saling menghancurkan. Islam mengajarkan untuk jujur, amanah dan adil dalam berbisnis dan menghindari dari hal hal manipulasi, membahayakan, spekulatif, monopoli dan penimbunan, dan riba. Islam memberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal

dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika bisnis Islam, yaitu etika yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Bisnis secara Islam pada dasarnya sama dengan bisnis secara umum, hanya saja harus tunduk dan patuh atas dasar ajaran Al-Qur'an, As-Sunnah, Al-Ijma dan Qiyas meskipun pada era persaingan yang begitu ketat dalam era disrupsi yang kecenderungannya saling merugikan, saling mematikan dan saling meniadakan. Dengan Berpegangan pada Etika Bisnis Islam iklim persaingan bisnis di era disrupsi akan lebih sehat untuk sama-sama sukses tanpa saling menghancurkan dalam persaingan yang liar.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, era disrupsi

PENDAHULUAN

Etika merupakan cabang filsafat yang mencari hakikat nilai-nilai baik dan buruk yang berkaitan dengan tindakan seseorang, yang dilakukan dengan penuh kesadaran berdasarkan pertimbangan pemikirannya.¹ Untuk mengetahui definisi dari etika bisnis Islam tentunya kita harus mengetahui terlebih dahulu apa definisi dari etika menurut Islam yang sering kali disebut dengan kata akhlak. Kata "Akhlak" berasal dari bahasa Arab yang sudah di Indonesiakan yang juga diartikan sebagai perangai dan kesopanan, yang mencakup dengan watak, kesopanan, tingkah laku atau tabiat. Di samping istilah akhlak, juga dikenal dengan istilah etika dan moral. Ketiga istilah itu sama-sama menentukan nilai baik dan buruk sikap dan perbuatan manusia. Perbedaannya terletak pada standar masing-masing. Bagi akhlak standarnya adalah Al-quran As-sunnah, bagi etika standarnya adalah pertimbangan akal dan fikiran, dan bagi moral standarnya adalah adat kebiasaan yang umum berlaku di lingkungan masyarakat.² Secara umum etika dapat didefinisikan sebagai satu usaha sistematis, dengan menggunakan akal untuk memaknai individu atau sosial kita, pengalaman moral, dimana dengan cara itu dapat menentukan peran yang akan mengatur tindakan manusia dan nilai yang bermanfaat dalam kehidupan. Kadang kala etika disinonimkan dengan moralitas sebuah tindakan, yang secara moral dianggap benar, disebut

¹Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha* (Bandung, 2013), <https://www.academia.edu>.

²Ibid.

tindakan yang etis. Moralitas pada profesi tertentu seringkali disebut dengan kode etik. Dalam dunia bisnis Etika berbisnis juga didefinisikan sebagai moralitas bisnis. Dalam kehidupan sehari-hari moralitas dianggap sebagai suatu tindakan normatif yang tercermin dalam tingkah laku kita. Etika normatif akan menyuplai dan menilai sistem moral yang dianggap masuk akal. Sistem moral tersebut memberi tataaturan yang mengatur perilaku individu dengan mendefinisikan tindakan-tindakan yang benar dan salah.³ Etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. Etik adalah kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak. Etik juga merupakan nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat. Etik berfungsi untuk pembangunan nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat dalam proses pembangunan.⁴

Etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang yang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain.⁵ Dalam makna yang lain etika merupakan konsep nilai baik, buruk, benar, salah, serta prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan suatu tindakan tertentu.

ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Etika bisnis merupakan seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus berkomitmen dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi dengan etika yang baik agar tujuan bisnisnya tercapai tanpa merugikan pihak lain. Etika bisnis juga dapat diartikan pemikiran tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis yaitu tentang perbuatan baik, buruk terpuji, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas, dari perilaku seseorang dalam bekerja atau berbisnis.⁶

³Taha Jabir Al-Alwani, *Bisnis Islam* (Yogyakarta: AK Group, 2005).

⁴“Kamus Besar Bahasa Indonesia,” <https://kbbi.web.id/etik>.

⁵Agus Arijanto, “Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis: Cara Cerdas Dalam Memahami Konsep Dan Faktor-Faktor Etika Bisnis Dengan Beberapa Contoh Praktis,” *Rajawali Pers*, 2011.

⁶Halifah, “ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN PADA BUTIK MOSHAICT SURABAYA” (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2015), <http://digilib.uinsby.ac.id/4113/>.

Etika bisnis menjadi sesuatu yang penting di era persaingan bisnis yang semakin ketat ini. Banyaknya kasus pelanggaran dalam dunia bisnis yang telah menimbulkan dampak buruk saling merugikan, ini memunculkan pentingnya kesadaran etika bisnis. Sebagaimana tujuan dari bisnis adalah keuntungan atau profit, maka sering sekali pelaku bisnis mengabaikan norma atau etika untuk mencapai tujuan tersebut. Pentingnya etika bisnis dapat dianalogikan dengan fondasi dan pilar sebuah bangunan yang memainkan peran vital untuk berdirinya bangunan secara kokoh. Tidak akan ada sebuah bangunan tanpa fondasi dan pilar, sepertihalnya tidak akan ada bisnis yang kokoh dan berkelanjutan tanpa etika dengan sentuhan kejujuran dan integritas.

Islam adalah aturan integral yang mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, dan menjadi penuntun untuk semua aktivitas manusia termasuk kegiatan ekonomi dan bisnis. Konsep bisnis dalam Islam melibatkan konsep kekayaan, pendapatan dan barang material yang merupakan milik Tuhan, dan manusia hanya miliknya. Sebagai konsekuensinya, setiap muslim memiliki tanggung jawab untuk mendirikan keadilan di masyarakat.⁷ Islam tidak membiarkan begitu saja pemeluknya bekerja sesuka hati untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Islam memberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Prilaku dalam aktivitas bisnis atau usaha juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka ruang lingkup bisnis.⁸

Dalam Islam Etika atau yang lebih sering disebut sebagai akhlak merupakan salah satu elemen dasar Islam selain aqidah dan syariah. Rasulullah Saw dalam kehidupannya juga menjadi sebuah tauladan dalam penerapan etika, termasuk dalam keseharian beliau sebagai seorang entrepreneur. Dalam berbisnis nabi Muhammad selalu memperhatikan

⁷Anindya Aryu Inayati, "Pemikiran Ekonomi M. Umer Chapra," *Profetika, Jurnal Studi Islam* 14, no. 2 (2013): 164–176.

⁸Fitri Amalia, "ETIKA BISNIS ISLAM: KONSEP DAN IMPLEMENTASI PADA PELAKU USAHA KECIL," *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics* 6, no. 1 (2014), <https://www.academia.edu/>.

kejujuran, keramah-tamahan, menerapkan prinsip bisnis Islami dalam bentuk nilai-nilai shiddiq, amanah, tabligh, dan fathonah, serta nilai moral dan keadilan.

Karakteristik etika bisnis Islami antara lain mencakup beberapa hal antara lain memperhatikan tingkah laku dari konsekuensi serius untuk kesejahteraan manusia, dan bersikap adil sesuai hukum secara konsisten serta konsekuensi pada prinsip-prinsip kebenaran, keadaban dan bermartabat. Bisnis tidak hanya bertujuan untuk profit saja, namun perlu mempertimbangkan nilai-nilai manusiawi dan tidak akan mengorbankan hidup banyak orang, sehingga masyarakat pun berkepentingan agar bisnis dilaksanakan secara etis untuk kepentingan semua pihak. Bisnis dilakukan diantara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya, sehingga membutuhkan etika sebagai pedoman dan orientasi bagi pengambilan keputusan, kegiatan dan tindak tunduk manusia dalam berhubungan bisnis satu dengan yang lainnya. Bisnis saat ini dilakukan dalam persaingan yang sangat ketat, maka dalam persaingan bisnis tersebut orang yang bersaing dengan tetap memperhatikan norma-norma etis pada iklim yang semakin profesional justru akan menang.

JUJUR, AMANAH DAN ADIL DALAM BERBISNIS

Secara sederhana jujur dapat diartikan sebagai berkata benar. Jujur terhadap diri sendiri, makhluk lain dan sang pencipta. Tanpa kejujuran semua hubungan termasuk hubungan bisnis tidak akan berjalan langgeng. Dalam prinsip berbisnis interaksi yang memberikan keuntungan sedikit tetapi sering dan berulang dengan pelanggan yang setia karena menggunakan cara yang jujur, akan lebih baik dari pada untung besar tetapi hanya sekali dengan cara menipu.

1. Jujur. Jujur merupakan motivator yang abadi dalam budi pekertidalam perilaku seorang pembisnis muslim. Karena sebagai salahsatu sarana untuk memperbaiki amalnya dan sarana untuk berbuat kebaikan dan beramal sholeh.
2. Amanah. Islam mewajibkan, dalam berbisnis harus mempunyai sikap amanah terhadap dirinya sendiri juga terhadap orang lain dan tidak boleh berkhianat terhadap orang yang memberikan amanah. Karena amanah merupakan tanggung jawab yang besar yang lebih berat sebagai seorang pebisnis.

3. Adil. Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis dan melarang berbuat curang. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah keadilan. Bersikap adil dalam transaksi jual beli berdampak baik kepada hasil jualannya karena konsumen akan merasakan kenyamanan dan tidak ada yang di lebihkan serta dirugikan

PARADIGMA ISLAM DALAM BERBISNIS

Terintegrasinya etika Islam dalam bisnis telah menciptakan suatu paradigma bisnis dalam sistem etika bisnis Islam. Paradigma bisnis dalam sistem etika bisnis Islam. Paradigma bisnis adalah gugusan pikir atau cara pandang tertentu yang dijadikan sebagai landasan bisnis baik sebagai aktifiats maupun entitas. Paradigma bisnis Islam di bangun dan dilandasi oleh faktor-faktor berikut:⁹

1. Kesatuan. Konsep kesatuan disini adalah kesatuan sebagaimana dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim, baik dalam ekonomi, politik, sosial, maupun agama. Tauhid hanya dianggap sebagai keyakinan Tuhan hanya satu. Tetapi tauhid adalah sistem yang harus dijalankan dalam mengelola kehidupan ini.
2. Keseimbangan. Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain harus di tempatkan sebagaimana mestinya sesuai dengan aturan Syariah Islam. Karena orang yang adil lebih dekat dengan ketakwaan. Bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diutamakan oleh para pembisnis muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan dalam berbisnis yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan.
3. Berkehendak bebas. Hal yang terkait dengan kemampuan manusia untuk bertindak tanpa paksaan dari luar. Kehendak bebas juga tidak terlepas dari posisi manusia sebagai KhalifatuAllah di muka bumi. Manusia di beri kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya dengan tanpa mengabaikan kenyataan sepenuhnya dan dituntun oleh hukum yang telah di ciptakan oleh Allah swt. Kemudian dia diberi kemampuan untuk berfikir dan membuat keputusan untuk memilih apa jalan hidup yang

⁹Lukman Fauoni, *ETIKA BISNIS DALAM AL-QUR'AN* (Pustaka Pesantren, 2006).

diinginkan dan yang paling penting untuk bertindak berdasarkan aturan apa yang dipilih. Seperti halnya dalam bermuamalah, kebebasan dalam menciptakan mekanisme pasar memang diharuskan dalam Islam dengan tidak ada penzaliman, maysir gharar dan riba. Dengan demikian, kebebasan berhubungan erat dengan kesatuan dan keseimbangan.

4. Bertanggung jawab. Dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah swt) dan sisi horizontalnya kepada sesama manusia. Seorang muslim harus meyakini bahwa Allah selalu mengamati perilakunya dan akan harus dipertanggungjawabkan semua tingkah lakunya kepada Allah di hari akhirat nanti. Sisi horizontalnya kepada manusia atau kepada konsumen. Tanggung jawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan.
5. Benar, bijak dan jujur. Kebenaran adalah nilai yang dijadikan dasar dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar. Bijak adalah sikap yang baik dan yang merupakan tindakan memberi keuntungan bagi orang lain. Sedangkan kejujuran adalah sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan.
6. Toleran dan ramah. Dalam Islam berbisnis tidak sekedar memperoleh keuntungan materi semata, tetapi juga menjalin hubungan harmonis yang pada gilirannya menguntungkan kedua belah pihak, karena kedua belah pihak harus mengedepankan toleransi. Ramah merupakan sifat terpuji yang dianjurkan oleh agama Islam untuk siapa saja dan kepada siapa saja. Dengan bersikap ramah, maka banyak orang yang merasa nyaman dan dengan ramah banyak pula orang yang senang. Karena ramah merupakan bentuk aplikasi dari kerendahan hati seseorang. Bentuk-bentuk toleransi dan keramah-tamahan yaitu tidak mengambil keuntungan yang melampaui batas kewajaran dan bersedia menerima kembali barang yang dijual jika pembeli merasa tidak puas. Oleh karena itu dengan bersikap ramah dan toleran dalam transaksi dapat membuat konsumen merasa aman dan nyaman saat bertransaksi.
7. Keterbukaan dan kebebasan. Kesiediaan pelaku bisnis untuk menerima pendapat orang lain yang lebih benar serta menghidupkan potensi dan inisiatif yang kreatif dan positif. Tidaklah cukup hanya bersikap terbuka,

seorang pembisnis haruslah menjalin kerjasama dalam membagi beban dan memikul tanggung jawab tanpa ada diskriminasi diantara pelaku bisnis.

ERA DISRUPSI TEKNOLOGI

Seperti yang sudah kita tahu revolusi industri 4.0 telah mendorong inovasi-inovasi teknologi yang memberikan dampak disrupsi atau perubahan fundamental terhadap kehidupan masyarakat. Perubahan-perubahan tak terduga menjadi fenomena yang akan sering muncul pada era revolusi industri 4.0 ini. Kita menyaksikan pertarungan antara taksi konvensional melawan pesaing taksi online atau ojek pangkalan menghadapi persaingan ojek online. Publik tidak pernah menduga sebelumnya bahwa ojek ataupun taksi yang populer dimanfaatkan masyarakat untuk kepentingan mobilitas manusia berhasil ditingkatkan kemanafaatannya dengan sistem aplikasi berbasis internet. Dampaknya, publik menjadi lebih mudah untuk mendapatkan layanan transportasi dan bahkan dengan harga yang sangat murah. Yang lebih tidak terduga, layanan ojek online tidak sebatas sebagai alat transportasi alternatif tetapi juga merambah hingga bisnis layanan antar online. Dengan kata lain, teknologi online telah membawa perubahan yang besar terhadap peradaban manusia untuk menjadi lebih mudah dan murah.

Disrupsi tidak hanya bermakna fenomena perubahan hari ini tetapi juga mencerminkan makna fenomena perubahan hari esok.¹⁰ Era disrupsi telah mengganggu atau merusak pasar-pasar yang telah ada sebelumnya tetapi juga mendorong pengembangan produk atau layanan yang tidak dilayani oleh pasar sebelumnya sekaligus menciptakan konsumen yang beragam dan berdampak terhadap harga yang semakin murah. Dengan demikian era disrupsi akan terus melahirkan perubahan-perubahan yang signifikan untuk merespon tuntutan dan kebutuhan konsumen di masa yang akan datang.

Perubahan di era disrupsi pada hakikatnya tidak hanya berada pada perubahan cara atau strategi tetapi juga pada aspek fundamental bisnis. Domain era disrupsi merambah dari mulai struktur biaya, budaya hingga pada ideologi industri. Implikasinya, pengelolaan bisnis tidak lagi berpusat pada kepemilikan individual, tetapi menjadi pembagian peran atau kolaborasi atau gotong royong. Di dalam dunia perguruan tinggi, fenomena disrupsi ini

¹⁰Rhenald Kasali, *The Great Shifting* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2018).

dapat kita lihat dari berkembangnya riset-riset kolaborasi antar peneliti dari berbagai disiplin ilmu dan perguruan tinggi. Riset tidak lagi berorientasi pada penyelesaian masalah (problem solving) tetapi didorong untuk menemukan potensi masalah maupun potensi nilai ekonomi yang dapat membantu masyarakat untuk mengantisipasi berbagai masalah sosial ekonomi dan politik di masa depan.¹¹

PELUANG BISNIS DI ERA DISRUPSI

Revolusi industri 4.0 membuka peluang yang luas bagi siapapun untuk maju dan sukses. Teknologi informasi yang semakin mudah terakses hingga ke seluruh pelosok menyebabkan semua orang dapat terhubung didalam sebuah jejaring media sosial. Banjir informasi menjadi realitas yang ditemukan di era revolusi industri saat ini. Informasi yang sangat melimpah ini menyediakan manfaat yang besar untuk pengembangan ilmu pengetahuan maupun bisnis dan ekonomi. Era informasi kedalam lima karakteristik, yaitu Kekayaan, Teknosfer, Infosfer, Sosiosfer, dan Psikosfer.¹² Karakteristik informasi sebagai kekayaan menunjukkan bahwa informasi yang diterima dan dikuasai seseorang dapat dimanfaatkan untuk sarana akumulasi kekayaan atau sumber komersialisasi. Dalam konteks ini, pebisnis dapat mempromosikan hasil produksinya kepada publik melalui jejaring media sosial untuk mendapatkan tanggapan atau respon sehingga dapat dijadikan ukuran untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas produknya. Telah banyak kisah sukses pengusaha-pengusaha muda dalam menjalankan bisnis mereka dengan memanfaatkan teknologi informasi khususnya media sosial. Kunci kesuksesan mereka adalah menjual produk inovatif, menjaga kualitas dan kepercayaan konsumen, dan tentu saja kreatif.

Karakteristik informasi yang kedua adalah pola lingkungan teknologi. Masyarakat di era revolusi industri 4.0 memiliki ketergantungan yang sangat besar dalam menggunakan teknologi informasi. Manusia sudah sangat tergantung terhadap teknologi. Pertama, rata-rata hampir setiap enam setengah menit seseorang mengecek ponselnya. Bahkan dalam waktu 16 jam saat orang beraktivitas, mereka melakukan 150 kali per hari untuk memeriksa ponsel mereka. Kedua, satu dari empat orang mengakui durasi onlinenya lebih banyak daripada durasi tidurnya dalam setiap harinya. Ketiga, 1.500

¹¹Ibid.

¹²Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013).

responden di Inggris menghabiskan waktunya dengan bermedia sosial selama 62 juta jam per hari. Keempat, perempuan lebih sering berselancar di facebook daripada laki-laki. Kelima, tingkat kecanduan terhadap media sosial seperti twitter dan facebook lebih tinggi daripada merokok.¹³

Fakta ini merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk memasarkan produknya dengan menggunakan pasar virtual di media sosial. Saat ini toko online begitu populer di kalangan masyarakat. Pasar konvensional menjadi sedikit redup, disamping ongkos pembangunan toko atau sewa gedung mahal, pasar konvensional makin sulit dijangkau karena kepadatan lalu lintas dan mahalnya biaya transportasi. Pasar konvensional memiliki keterbatasan daya jangkau pemasaran. Sedangkan pasar online memiliki daya jangkau sangat luas. Daya jangkau teknologi informasi tidak hanya berskala lokal tetapi memiliki daya jangkau skala global. Melalui internet, akses informasi dapat dijangkau hingga ke berbagai penjuru dunia. Fakta ini menjadi peluang bagi para wirausahawan muda untuk mempromosikan produk-produk kreatifnya hingga ke berbagai belahan dunia. Meskipun skala bisnis UMKM terbilang kecil, tetapi produk-produknya dapat bersaing dengan pebisnis besar dan produknya dapat dinikmati oleh pasar regional bahkan internasional berkat dukungan teknologi internet.

TANTANGAN BISNIS DI ERA DISRUPSI

Revolusi industri 4.0 tidak hanya menyediakan peluang, tetapi juga tantangan bagi generasi milineal. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai pemicu revolusi indutri juga diikuti dengan implikasi lain seperti potensi bertambahnya pengangguran, kompetisi manusia vs mesin, dan tuntutan kompetensi yang semakin ketat. Dalam lima tahun mendatang akan menghapus 35 persen jenis pekerjaan. Dan bahkan pada 10 tahun yang akan datang jenis pekerjaan yang akan hilang bertambah menjadi 75 persen. Hal ini disebabkan pekerjaan yang diperankan oleh manusia setahap demi setahap digantikan dengan teknologi digitalisasi program. Dampaknya, proses produksi menjadi lebih cepat dikerjakan dan lebih mudah didistribusikan secara masif dengan keterlibatan manusia yang minim. Di Amerika Serikat, misalnya, dengan berkembangnya sistem online perbankan telah

¹³“8 Fakta Ketergantungan Pada Teknologi,” *BeritaSatu*, last modified 2014, <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/232713-8-fakta-ketergantungan-pada-teknologi.html>.

memudahkan proses transaksi layanan perbankan. Akibatnya, 48.000 teller bank harus menghadapi pemutusan hubungan kerja karena alasan efisiensi.¹⁴ Bahkan menurut survey McKinsey, sebuah korporasi konsultan manajemen multinasional, di Indonesia sebanyak 52,6 juta lapangan pekerjaan berpotensi digantikan dengan sistem digital. Dengan kata lain, 52 persen angkatan kerja atau merepresentasikan 52,6 juta orang akan kehilangan pekerjaan. Namun demikian, bidang pekerjaan yang berkaitan dengan keahlian Komputer, Matematika, Arsitektur dan Teknik akan semakin banyak dibutuhkan. Bidang-bidang keahlian ini diproyeksikan sesuai dengan tuntutan pekerjaan yang mengandalkan teknologi digital.¹⁵

BERUBAHNYA TATANAN BISNIS DI ERA DISRUPSI

Disrupsi tidak hanya sekedar perubahan, tetapi perubahan besar yang mengubah tatanan. Ada dua karakteristik penting dari disrupsi. Pertama, perubahan itu sangat mendasar terkait dengan model bisnis. Perusahaan pemimpin pasar sebenarnya terus menerus melakukan inovasi, tetapi inovasi itu lebih ditujukan untuk mempertahankan pertumbuhan dan pasar. Sebaliknya perusahaan-perusahaan baru menawarkan sebuah model bisnis baru yang berbeda dengan sebelumnya. Perusahaan perhotelan tiap tahun melakukan inovasi dengan meremajakan kamar, memperkaya menu restoran hingga layanan yang lebih baik. Tetapi perusahaan aplikasi bernama Airbnb, menawarkan model bisnis yang baru, yakni mempertemukan orang yang mempunyai kamar yang tidak terpakai dengan konsumen yang membutuhkan kamar. Kedua, disrupsi selalu bermula pada pasar tingkat bawah dengan menawarkan harga yang jauh lebih murah. Karena awalnya melayani pasar bawah, perusahaan ini tidak terdeteksi oleh pemimpin pasar yang lebih memfokuskan pada pasar tingkat atas. Lambat laun ketika perusahaan ini punya pondasi pasar yang kuat, kualitas makin diperbaiki dan kemudian mengarah pada pasar atas. Di titik inilah teori disrupsi kemudian memprediksi perusahaan pemimpin pasar akan kalah.¹⁶

¹⁴“Revolusi Industri, 75% Jenis Pekerjaan Akan Hilang,” *SindoNews*, 2017, <https://ekbis.sindonews.com/read/1183599/34/revolusi-industri-75-jenis-pekerjaan-akan-hilang-1488169341>.

¹⁵Akmal, *Lebih Dekat Dengan Industri 4.0* (Yogyakarta: Deepublish, 2019).

¹⁶Amal Ihsan Hadian, “AirBnB Mulai Mengancam Bisnis Hotel Di Indonesia,” *KataData*, 2017, <https://katadata.co.id/berita/2017/10/12/airbnb-mulai-mengancam-bisnis-hotel-di-indonesia>.

Pada awalnya, bisnis online mengambil pasar bawah, lebih mengandalkan harga murah sementara kualitas nomor kesekian. Ini membuat kehadiran mereka kurang diperhatikan oleh department store konvensional. Seiring waktu, kualitas e-commerce terus membaik, dan perlahan bergerak masuk ke pasar atas. Sistem reputasi penjual merupakan bukti bagaimana e-commerce bergerak dari pasar bawah mengarah ke pasar atas dengan kualitas lebih baik. Disrupsi lain juga terjadi pada dunia media dengan kehadiran media online. Seperti diprediksikan oleh teori disrupsi, media online pada awalnya mengambil pasar bawah dengan menawarkan kecepatan dan akses gratis untuk membaca media. Kualitas tidak menjadi perhatian utama. Karena kualitasnya yang buruk kehadiran media online pada awalnya tidak mendapat perhatian dari media konvensional yang percaya bahwa publik masih memilih media konvensional. Media online tidak dianggap sebagai pesaing, dan pada titik ini proses disrupsi dimulai. Ketika media online telah punya pijakan kuat, mereka sedikit demi sedikit akan memperbaiki kualitas, dan seperti prediksi teori disrupsi, akan mengarah ke atas untuk kemudian berhadapan dengan media konvensional. Disrupsi digital membawa konsekuensi pada cara dan pendekatan baru dalam persaingan bisnis.

KESIMPULAN

Tujuan bisnis adalah mencari keuntungan dan akan melakukan apa saja untuk memaksimalkan keuntungan. Karena tuntutan itu, pelaku bisnis berisiko terjebak ke dalam prinsip mencapai tujuan dengan menghalalkan segala cara. Ilustrasi itu menunjukkan etika bisnis bisa berubah menjadi strategi kebijakan demi kepentingan perusahaan. Perusahaan termotivasi untuk menjaga standar etika dan membangun reputasi dari pada terseret ke persaingan liar. Etika bisnis dikaitkan dengan aturan permainan atau praktik yang bertanggungjawab dalam lingkup bisnis. Pelaku bisnis memperhitungkan perilaku yang sesuai dengan jabatan ataupun profesi dari pada sekedar mengandalkan keuntungan bisnis belaka.

Perusahaan mempunyai kesempatan untuk mendapatkan untung besar dengan menipu dalam bernegosiasi dengan partner bisnis. Pendekatan yang menekankan keuntungan segera akan jeli memanfaatkan situasi yang secara ekonomis paling menguntungkan. Meski menipu akan memberi imbalan keuntungan, tetapi pertimbangan jangka panjang cenderung memilih jujur karena masalah reputasi dan merek perusahaan dalam persaingan pasar yang sangat ketat. Etika bisnis seharusnya jangan dipahami

sebagai faktor penghalang untuk mencari keuntungan. Etika bisnis dengan memperhitungkan norma moral, pelayanan yang baik dan kepentingan pelanggan, ternyata justru menjamin keberlangsungan loyalitas pelanggan dan membawa keuntungan terus menerus dalam memenangkan persaingan bisnis.

Strategi bersaing bisnis dalam pandangan syariah dibolehkan dengan kriteria bersaing secara baik. Secara alami, Etika bisnis Islam ternyata dapat meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya. Dari penjelasan di atas, jelaslah terlihat bahwa konsep persaingan yang beretika bisnis Islam adalah sebuah konsep persaingan yang menganjurkan para pebisnis untuk bersaing secara positif dengan memberikan kontribusi yang baik dari bisnisnya bukan untuk menjatuhkan pebisnis lainnya dan menganjurkan pebisnis untuk tidak merugikan pebisnis lainnya. Selain itu, etika bisnis Islam juga memberikan konsep untuk tidak melakukan persaingan dalam hal mendapatkan kekayaan sebanyak-banyaknya tanpa menghiraukan nilai-nilai Islami. Oleh karena itu, penting sekali bagi pebisnis muslim untuk memahami konsep persaingan yang dianjurkan dalam Islam agar tidak terjatuh persaingan yang tidak sehat dan tidak Islami.

Bisnis secara Islam pada dasarnya sama dengan bisnis secara umum, hanya saja harus tunduk dan patuh atas dasar ajaran Al-Qur'an, As-Sunnah, Al-Ijmad dan Qiyas (Ijtihad) serta memperhatikan batasan-batasan yang tertuang dalam sumber-sumber tersebut. Ada beberapa ayat di dalam Al-Qur'an yang berbicara mengenai bisnis, diantaranya: Al-Baqarah (282); An-Nisaa (29); At-Taubah (24); An-Nur (37); Fatir (29); As-Shaff (10) dan Al-Jum'ah (11). Islam memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk melakukan usaha (bisnis), namun dalam Islam ada beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang harus ditaati ketika seorang muslim akan dan sedang menjalankan usaha. Dan dalam bertransaksi secara syariah, ada beberapa prinsip yang harus dipegang, yakni: saling ridha, bebas manipulasi, aman atau tidak membahayakan, tidak spekulatif, tidak ada monopoli dan penimbunan, bebas riba, dan halalan thayyiban.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Arijanto. "Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis: Cara Cerdas Dalam Memahami Konsep Dan Faktor-Faktor Etika Bisnis Dengan Beberapa Contoh Praktis." *Rajawali Pers*, 2011.
- Akmal. *Lebih Dekat Dengan Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Al-Alwani, Taha Jabir. *Bisnis Islam*. Yogyakarta: AK Group, 2005.
- Amal Ihsan Hadian. "AirBnB Mulai Mengancam Bisnis Hotel Di Indonesia." *KataData*, 2017. <https://katadata.co.id/berita/2017/10/12/airbnb-mulai-mengancam-bisnis-hotel-di-indonesia>.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*. Bandung, 2013. <https://www.academia.edu>.
- Fauroni, Lukman. *Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an*. Pustaka Pesantren, 2006.
- Fitri Amalia. "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil." *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics* 6, no. 1 (2014). <https://www.academia.edu/>.
- Halifah. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran Pada Butik Moshaiet Surabaya." Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2015. <http://digilib.uinsby.ac.id/4113/>.
- Inayati, Anindya Aryu. "Pemikiran Ekonomi M. Umer Chapra." *Profetika, Jurnal Studi Islam* 14, no. 2 (2013): 164–176.
- Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Rhenald Kasali. *The Great Shifting*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- "8 Fakta Ketergantungan Pada Teknologi." *BeritaSatu*. Last modified 2014. <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/232713-8-fakta-ketergantungan-pada-teknologi.html>.
- "Kamus Besar Bahasa Indonesia." <https://kbbi.web.id/etik>.
- "Revolusi Industri, 75% Jenis Pekerjaan Akan Hilang." *SindoNews*, 2017. <https://ekbis.sindonews.com/read/1183599/34/revolusi-industri-75-jenis-pekerjaan-akan-hilang-1488169341>.