



ETIKA BISNIS ISLAM DAN KELANGSUNGAN USAHA AQIQAH SERVICE CENTRE (ASC) DI GRESIK

Misbahul Khoir; Moh. Ah. Subhan. ZA

Universitas Islam Lamongan

e-mail: misbah.coy@gmail.com

***Abstract:** The idea of this research comes from the experience of researchers who, since married two years ago, is faced with a family environment that grows up and carries on their lives for generations through Aqiqah businesses service. The Aqiqah Service Center (ASC) is the first and oldest aqiqah service center in Gresik because it has been more than 50 years and has contributed to the formation of an Islamic generation by serving, assisting, and facilitating the intentions of Muslim parents in the city of students in Gresik and its surroundings in making goats goat for their children. The research will answer two questions: (1) What is the difference between Islamic business ethics and non-Islamic business ethics, and (2) How is the urgency of Islamic business ethics in the business continuity of the Aqiqah Service Center (ASC) in Gresik? This study is a qualitative-descriptive study with the aim of understanding the phenomena experienced by the subject of research including behavior, perception, motivation, and action holistically by utilizing various scientific methods. Data collection methods include; observation, in-depth interview or focus group discussion, and documentation. Data analysis techniques include: processing and preparing data for analysis, reading the entire data, analyzing in more detail by coding data, considering detailed instructions that can help the coding process, giving descriptions that will be presented in the report, interpreting and interpreting data. The result of research shows that The difference between islamic business ethics and conventional is in terms of; sources, motives, paradigms, foundations and basic foundations. The business of the ASC (Aqiqah Service Center) UD. H. M. Arba'i in Gresik, besides looking for qīmah mādiyyah (material value), but also must be able to obtain and give two other orientations, namely qīmah khuluqiyah and qīmah ruḥiyyah. Qīmah khuluqiyah is a noble moral value which becomes a necessity that arises in business activities, so as to create an Islamic fraternity, between business managers and employees, as well as between sellers and buyers. Qīmah ruḥiyyah means, the business act is intended to get closer to Allah SWT. In other words, when carrying out a business activity, it must be accompanied by an awareness of the relationship with God. This is what is meant, that every Muslim act is worship. Charity worship is material, while awareness of the relationship with God when doing business is called the spirit.*

Keywords: Islamic business ethics, Aqiqah Service Centre

Pendahuluan

Gagasan penelitian ini berangkat dari pengalaman peneliti yang sejak menikah dua tahun silam dihadapkan pada lingkungan keluarga yang tumbuh dan melangsungkan hidup mereka secara turun temurun melalui usaha jasa Aqiqah dan jual beli kambing. Usaha Aqiqah Service Centre (ASC) merupakan suatu pusat pelayanan aqiqah yang pertama dan tertua di Gresik karena sudah hampir berumur 50 tahun lebih dan telah turut andil dalam pembentukan

generasi islami dengan melayani, membantu, dan memfasilitasi niat para orang tua muslim di kota santri Gresik dan sekitarnya dalam mengaqiqahkan anak-anak mereka.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kecenderungan menurunnya jumlah angka aqiqah dari tahun ke tahun di UD. H. M. Arba'i yang lebih dikenal dengan Aqiqah Service Centre (ASC) tersebut. Dugaan sementara adalah banyaknya orang tua sekarang tidak lagi mengedepankan untuk aqiqah anak-anak mereka, adanya pesaing-pesaing bisnis aqiqah baru yang bermunculan, dan para penjual kambing/domba yang hanya berorientasi pada keuntungan semata tanpa memperjelas kesyariahnya, misalnya pada syarat sahnya hewan aqiqah serta bisnis online tidak sesuai antara contoh dengan kambing yang semestinya sehingga bisa jauh lebih murah.

Oleh karena itu, perlu adanya penelusuran lebih jauh tentang etika bisnis Islam dan bagaimana perbedaannya dengan bisnis non-islami serta urgensinya dalam bisnis usaha Aqiqah Service Centre (ASC) supaya tetap beraturan dan semakin profesional di mata pesaing dan konsumen.

Penelitian ini diharapkan memiliki kontribusi yang penting, baik dari sisi teoritis maupun praktis. Dari sisi teoritis, penelitian ini bisa memperkaya wawasan terkait ketahanan usaha yang dibungkus dengan budaya Islam dan tradisi lokal. Hal ini mengingat banyak sekali pengembangan usaha yang keluar dari akar budaya Islam. Dari sisi praktisnya, penelitian ini bisa dijadikan sebagai proyek percontohan bagi masyarakat desa lain bagaimana menerapkan, mengembangkan, dan mempertahankan usaha yang berbasis budaya Islam dan tradisi lokal. Di samping sebagai percontohan, penelitian ini bisa dijadikan rekomendasi kebijakan mengenai program pengembangan usaha kerajinan tangan masyarakat desa bersamaan dengan menjaga kelestarian budaya Islam dan tradisi lokal setempat.

Berangkat dari latar belakang di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan terkait urgensi etika bisnis Islam dalam kelangsungan bisnis usaha Aqiqah Service Centre (ASC) di Gresik.

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.¹

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri. Sumber data primer adalah observasi dan wawancara dengan pemilik usaha *Aqiqah Service Centre* (ASC), sebagai informan kunci dengan menggunakan teknik *snowball sampling*. Sedangkan sumber data sekunder berupa informasi dari sumber lain yang dianggap memiliki keterkaitan dengan tema tersebut, seperti koran, majalah, dokumen, dan lainnya.

Metode pengumpulan data dengan menggunakan tiga metode pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara mendalam (*In-depth Interview*) atau FGD (*Focus Group Discussion*), dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini melibatkan usaha memaknai data

¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2010), 6.

berupa teks atau gambar. Peneliti akan menggunakan langkah-langkah analisis data yang ditawarkan oleh Creswell. Langkah tersebut bisa dijelaskan melalui tahapan berikut:²

1. Mengelola dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan transkrip wawancara, mengetik data lapangan, mengumpulkan dokumen, atau memilah-memilih dan menyusun data tersebut ke dalam jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.
2. Membaca keseluruhan data. Langkah ini ingin membangun *general sense* atas informasi yang diperoleh dan merefleksikan maknanya secara keseluruhan.
3. Menganalisis lebih detail dengan meng*coding* data. *Coding* merupakan proses mengolah informasi menjadi segmen-segmen tulisan sebelum memaknainya.
4. Mempertimbangkan petunjuk-petunjuk detail yang dapat membantu proses *coding*
5. Deskripsi yang akan disajikan dalam laporan
6. Interpretasi dan memaknai data

Selain itu, penulis menggunakan pendekatan fenomenologi. Fenomenologi yang paling sering digunakan adalah pendekatan penelitian yang berfokus pada konsep, peristiwa, atau pengalaman hidup manusia. Beberapa studi penelitian kualitatif mengambil pendekatan fenomenologis ketika tujuannya untuk menemukan kesadaran intim dan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana manusia mengalami sesuatu. Hal ini untuk mengungkapkan apa yang terjadi melalui pikiran dan apa yang terasa seperti fenomena tersebut terjadi.³

Menurut Moleong, ada beberapa ciri-ciri pokok fenomenologis yang dilakukan oleh peneliti fenomenologis yaitu (a) mengacu kepada kenyataan, dalam hal ini kesadaran tentang sesuatu benda secara jelas; (b) memahami arti suatu peristiwa dan kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi-situasi tertentu; dan (c) memulai dengan diam.⁴

Para fenomenologis berasumsi bahwa kesadaran bukanlah dibentuk karena kebetulan oleh sesuatu hal yang lain daripada dirinya sendiri. Demikian juga dengan kehidupan sehari-hari, seseorang tidak ada kontrol terhadap kesadaran terstruktur. Analisis fenomenologis berusaha mencari untuk menguraikan ciri-ciri dunianya, seperti apa aturan-aturan yang terorganisasikan, dan apa yang tidak dan dengan aturan apa objek dan kejadian itu berkaitan. Aturan-aturan ini bukanlah sebenarnya ciri-ciri yang berdiri sendiri, namun terbentuk oleh kebermaknaan dan nilai-nilai dalam kesadaran yang kita alami sebagai hal yang berdiri sendiri dari kita.

Pengertian Etika Bisnis

Etika berasal dari bahasa Yunani "*ethos*" yang berarti adat kebiasaan yang merupakan bagian dari filsafat. Menurut Webster Dictionary, etika ialah ilmu tentang tingkah laku manusia, prinsip-prinsip yang disistematisasi tentang tindakan moral yang benar.⁵ Banyak istilah lain yang senada dengan etika, yaitu akhlak, moral, etiket, nilai, dan sebagainya. Hamzah Ya'kub, sebagaimana dikutip Muhammad, mengatakan bahwa akhlak berasal dari bahasa Arab yang diartikan sama dengan budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat. Akhlak adalah ilmu yang menentukan batas antara baik dan buruk, antara yang terpuji dan

² John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 274-278.

³ Johnny Saldana. *Fundamentals of Qualitative Research* (New York: Oxford University Press, 2011), 7.

⁴ Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 6.

⁵ Buchari Alma, dkk, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, t.th.), 204.

tercela, tentang perkataan atau perbuatan manusia lahir dan batin.⁶ Moral merupakan aturan dan nilai kemanusiaan (*human conduct and value*), seperti sikap, perilaku dan nilai. Etiket adalah tata karma atau sopan santun yang dianut oleh suatu masyarakat dalam kehidupannya. Nilai adalah penetapan harga sesuatu sehingga sesuatu itu memiliki nilai yang terukur.⁷ Sedangkan bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi).⁸ Skinner mengatakan bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.⁹

Jadi etika bisnis adalah refleksi kritis dan rasional dari perilaku bisnis dengan memperhatikan moralitas dan norma untuk mencapai tujuan. Etika bisnis kadang-kadang disebut pula etika manajemen, yakni penerapan standar moral ke dalam kegiatan bisnis. Faktor utama atas kecenderungan berhembusnya kepedulian melaksanakan etika bisnis adalah perilaku perusahaan dan para pengusahanya yang terus menerus melakukan pelanggaran dalam kegiatan bisnis. Etika baik atau akhlak mulia itu tidak didapat dan terbentuk dengan sendirinya, tetapi ada faktor-faktor lain seperti yang dikemukakan oleh ahli etika bisnis Islam dari Amerika, Rafiq Issa Beekun¹⁰ yang mengungkapkan bahwa perilaku etika individu dapat dipengaruhi oleh 3 faktor, yaitu faktor interpretasi terhadap hukum, faktor organisasional dan faktor individu dan situasi. Hal-hal yang termasuk ke dalam bidang sensitif dalam etika bisnis yaitu¹¹ dasar kebenaran dan kejujuran; hubungan saling percaya sesama rekan bisnis; adil dalam hubungan dengan pelanggan; etika dan tanggung jawab karyawan dalam melaksanakan pekerjaan; bertanggungjawab dalam menggunakan sumber daya dan aset perusahaan; keamanan dan kualitas produk; keamanan dan kesehatan di tempat kerja; perilaku suap menyuap; pelestarian lingkungan; penghematan dalam penggunaan biaya dan tidak ada *mark up* atau pemborosan; dan praktek dalam penjualan, promosi, dan pemasaran pada umumnya.

Pengertian Etika Bisnis Islam

Zakat produktif adalah pendayagunaan secara produktif yang pemahamannya lebih kepada bagaimana cara atau metode menyampaikan dana zakat kepada sasaran dalam pengertian yang lebih luas, sesuai dengan ruh dan tujuan syariah.¹²

Pengertian etika bisnis Islam menurut Yusuf Qardhawi meliputi tiga bidang, yaitu:

1. Bidang produksi, seorang hendaknya bekerja pada bidang yang dihallowkan, tidak melampaui hal yang dihallowkan oleh Allah juga memelihara sumber daya agar tetap terjaga keberlangsungannya.
2. Bidang konsumsi, seorang muslim harus membelanjakan harta pada hal-hal yang baik, tidak bakhik serta tidak kikir. Seorang muslim juga hendaknya hidup sederhana dan menghindari kemubaziran.

⁶ Ibid., 203.

⁷ Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004), 37.

⁸ Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah* (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2003), 35.

⁹ Yusanto dan Wijayakusuma, *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 73.

¹⁰ Rafiq Issa Beekun, *Islamic Business Ethics* (Virginia: IRTI, 1997), 3.

¹¹ Buchari Alma, dkk, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta), 202.

¹² Asrifin An Nakhrawie, *Sucikan Hati dan Bertambah Kaya Bersama Zakat* (Jakarta: Delta Prima Press, 2011), 163.

3. Bidang distribusi, mendistribusikan hasil produksi hendaknya seorang muslim melandaskan kegiatannya pada nilai kebebasan yang dibingkai dalam nilai keadilan. Mewujudkan bisnis yang beretika berarti menjalankan suatu usaha atau pekerjaan yang dapat menghasilkan keuntungan sesuai dengan hukum yang telah ditetapkan oleh agama Islam.

Upaya tersebut dapat dilakukan dengan dua cara.¹³ *Pertama*, melakukan suatu rekonstruksi kesadaran baru tentang bisnis. *Kedua*, diperlukan suatu cara pandang baru dalam melakukan kajian-kajian keilmuan tentang bisnis dan ekonomi yang lebih berpijak pada paradigma pendekatan normatif sekaligus empirik induktif yang mengedepankan penggalian dan pengembangan nilai-nilai, agar dapat mengatasi perubahan dan pergeseran zaman yang semakin cepat.

Islam telah mensyariatkan etika yang rapi dalam aktivitas bisnis. Etika bisnis akan membuat masing-masing pihak merasa nyaman dan tenang, bukan saling mencurigai. Etika bisnis dalam Islam telah dituangkan dalam hukum bisnis Islam yang biasa disebut dengan *mu'āmalah*. Aktivitas ekonomi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia mempunyai aturan-aturan tertentu, sebut saja aturan dalam hal jual beli (*ba'iy*), berinvestasi (*mudārabah*), kerjasama bisnis (*mushārahah*), menggunakan jaminan (*rahn*), pengalihan utang (*hiwālah*) dan masih banyak jenis transaksi lainnya.

Demikian juga perbuatan yang dilarang dalam bisnis, seperti praktik riba, penipuan, ketidakjelasan (*gharār*), *maysīr* dan juga monopoli (*ihtikār*). Jika seorang pedagang menjelaskan harga pokok sebuah sepatu dengan harga tertentu dan mengambil keuntungan dengan bilangan tertentu dengan mempertimbangkan biaya transportasi, sewa tempat dan seterusnya, maka tidaklah mungkin pembeli merasa keberatan dengan harga yang ditawarkan.

Dengan demikian, tidak terjadi spekulasi antara penjual dengan pembeli dalam tawar menawar, lebih dari itu terjadi hubungan persaudaraan antara penjual dan pembeli, sebab keduanya saling membutuhkan dan merasa terbantu. Bukan sebaliknya, terjadi kecurigaan dan bahkan tak jarang penipuan dalam rangka mencari keuntungan dan kesempatan.¹⁴

Aktivitas bisnis haruslah berorientasi dengan ibadah, semua jenis transaksi dalam bisnis hendaklah didasari oleh prinsip-prinsip yang menjadi dasar dan patokan. Salah satu prinsip bisnis Islam adalah prinsip *ilāhiyyah* (prinsip ketuhanan). Prinsip ini sangat penting dalam mewarnai perilaku pelaku bisnis. Dalam Islam, semua aktivitas termasuk bisnis yang dilakukan bukan hanya pada dimensi duniawi yang berarti berkaitan dengan untung rugi saja.

Namun, lebih dari itu, hubungan bisnis dalam Islam adalah manifestasi dari ibadah kepada Allah. Sudah menjadi ketentuan umum di masyarakat, jika tidak bisa menipu atau bermain kotor akan tersingkir dari dunia bisnis. Paradigma seperti ini tampaknya sudah menjadi kesepakatan masyarakat kita. Memang harus diakui karena bisnis berkaitan dengan uang maka peluang dan godaan untuk melakukan penipuan dan kebohongan sangat terbuka lebar. Dalam hal ini, telah terjadi pemilahan orientasi seorang pedagang dengan membedakan antara kehidupan dunia dengan akhirat. Kehidupan dunia harus dikejar dengan cara-cara keduniaan, sedangkan kehidupan akhirat diperoleh dengan aktivitas ibadah dalam arti sempit, misalnya shalat, puasa, zakat, dan haji.

¹³ Rafiq Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, 33.

¹⁴ *Ibid.*, 12-13.

Padahal, Islam tidak memandang aktivitas bisnis hanya dalam tataran kehidupan dunia, sebab semua aktivitas dapat bernilai ibadah jika dilandasi dengan aturan-aturan yang telah disyariatkan Allah. Dalam dimensi inilah konsep keseimbangan kehidupan manusia terjadi, yakni menempatkan aktivitas keduniaan dan keakhiratan dalam satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Etika bisnis adalah tuntutan yang harus dilaksanakan oleh pelaku bisnis dalam menegakkan konsep keseimbangan ekonomi. Jika saja pengambilan keuntungan berlipat-lipat adalah sebuah kesepakatan pelaku ekonomi, bukankah hal ini menjadikan *supply-demand* tidak seimbang, pasar bisa terdistorsi dan seterusnya.

Sistem Etika Bisnis Islam

Pada hakekatnya Islam sebagai suatu agama besar telah mengajarkan konsep-konsep unggul lebih dulu dari non-Islam, akan tetapi para penganjur dan para pengikutnya kurang memperhatikan dan tidak melaksanakan ajaran-ajaran Islam sebagaimana mestinya.¹⁵

Berikut ini sejumlah parameter kunci sistem etika bisnis Islam, yaitu:¹⁶

1. Berbagai tindakan ataupun keputusan disebut etis bergantung pada niat individu yang melakukannya.
2. Niat baik yang diikuti tindakan yang baik akan dihitung sebagai ibadah. Niat yang halal tidak dapat mengubah tindakan yang haram menjadi halal
3. Islam memberikan kebebasan kepada individu untuk percaya dan bertindak berdasarkan apapun keinginannya, namun tidak dalam hal tanggung jawab dan keadilan.
4. Percaya kepada Allah memberi individu kebebasan sepenuhnya dari hal apapun atau siapapun kecuali Allah.
5. Keputusan yang menguntungkan kelompok mayoritas maupun minoritas tidak secara langsung berarti bersifat etis dalam dirinya karena etika bukanlah permainan mengenai jumlah.
6. Islam mempergunakan pendekatan terbuka terhadap etika, bukan sebagai sistem yang tertutup dan berorientasi diri sendiri.
7. Keputusan etis harus didasarkan pada pembacaan secara bersama-sama antara al-Quran dan alam semesta
8. Islam mendorong umat manusia untuk melaksanakan *tazkiyyah* melalui partisipasi aktif dalam kehidupan ini.

Lima konsep yang membentuk sistem etika bisnis Islam adalah:¹⁷

1. Keesaan (*unity*), berhubungan dengan konsep tauhid berbagai aspek dalam kehidupan manusia, yakni politik, ekonomi, sosial, dan keagamaan membentuk satu kesatuan homogen yang bersifat konsisten dari dalam dan integrasi dengan alam semesta secara luas. Ini merupakan dimensi vertikal Islam.
2. Keseimbangan (*equilibrium*), berhubungan dengan konsep keesaan di mana keseimbangan di antara berbagai kehidupan manusia seperti yang disebutkan di atas untuk menciptakan aturan sosial yang terbaik. Rasa keseimbangan ini diperoleh melalui tujuan yang sadar. Ini merupakan dimensi horizontal Islam.

¹⁵ Ibid., 204.

¹⁶ Rafiq Issa Beekun. *Islamic Business Ethics*, 35.

¹⁷ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, 53-54.

3. Kehendak bebas (*free will*), yaitu kemampuan manusia untuk bertindak tanpa tekanan eksternal dalam ukuran ciptaan Allah dan sebagai khalifah Allah di muka bumi.
4. Tanggung jawab (*responsibility*), yaitu keharusan manusia untuk diperhitungkan semua tindakannya.
5. Kebajikan (*benevolence*) atau suatu tindakan yang memberi keuntungan bagi orang lain tanpa ada suatu kewajiban tertentu.

Konsep Dasar Etika Bisnis Islam

Sejumlah pilar mendasar (fundamental) dalam keterkaitannya dengan pengembangan sistem nilai dari etika bisnis Islam yang dikembangkan dari upaya reinterpretasi al-Quran dan Sunnah. Konsep-konsep berikut diarahkan untuk lebih mengangkat nilai-nilai moral yang berkaitan dengan pencegahan atas tindakan eksploitatif, pembungaan, spekulasi, perjudian, dan pemborosan yang telah dirumuskan oleh para ahli adalah:¹⁸

1. Konsep kepemilikan dan kekayaan

Secara etimologis kepemilikan seseorang akan materi berarti penguasaan terhadap sesuatu atau benda sedangkan secara terminologi berarti spesialisasi seseorang terhadap suatu benda yang memungkinkannya untuk melakukan tindakan hukum atas benda tersebut sesuai dengan keinginannya, selama tidak ada halangan *syara'* atau selama orang lain tidak terhalangi untuk melakukan tindakan hukum atas benda tersebut. Aplikasi etika dan konsep kepemilikan dan kekayaan pribadi dalam Islam bermuara pada pemahaman bahwasanya sang pemilik hakiki dan absolut hanyalah Allah, sedangkan manusia hanya diberi hak kepemilikan terbatas, yaitu sebagai pihak yang diberi wewenang untuk memanfaatkan.

Konsekuensi etika dari hak kepemilikan kekayaan dalam Islam mencerminkan beberapa hal pemberlakuan hak kepemilikan individu pada satu benda tidak menutupi sepenuhnya akan adanya hak yang sama bagi orang lain. Negara mempunyai otoritas kepemilikan atas individu yang tidak bertanggung jawab terhadap hak miliknya, dalam hak kepemilikan berlaku sistematis konsep *takāful* atau jaminan sosial antar sesama muslim atau antar manusia secara umum, hak milik umum dapat menjadi hak milik pribadi (konsep usaha dan niatan), konsep hak kepemilikan dapat meringankan sejumlah konsekuensi hukum syariah, konsep kongsi dalam hak yang melahirkan keuntungan materi harus merujuk kepada sistem bagi hasil, dan ada hak kepemilikan orang lain dalam hak kepemilikan harta (konsep zakat).

2. Konsep distribusi kekayaan

Konsep dasar kapitalis dalam permasalahan distribusi adalah kepemilikan pribadi. Oleh karena itu, permasalahan yang timbul adalah adanya perbedaan mencolok pada kepemilikan, pendapatan, dan harta pusaka peninggalan leluhurnya masing-masing. Islam menawarkan instrumen yang sangat beragam untuk optimalisasi proses distribusi *income*. Dan konsep yang ditawarkan ada yang menuntut bantuan otoritas dari negara dan ada pula yang memang sangat bergantung kepada konsep karitatif personal dan sosial muslim. Instrumen tersebut antara lain *ghanimah*, *kharaj*, *jizyah*, *rikāz*, *ḍawā'i*, *'ushr*, dan zakat fitrah.

¹⁸ Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2006), 104-170.

3. Konsep kerja dan bisnis

Paradigma yang dikembangkan dalam konsep ini mengarah kepada pengertian kebaikan yang meliputi materinya itu sendiri, cara memperolehnya, dan cara pemanfaatannya.

4. Konsep halal haram

Dalam al-Quran aturan halal dan haram kontrak bisnis diatur secara umum:

يا أيها الذين آمنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل إلا أن تكون تجارة عن تراض منكم ولا تقتلوا أنفسكم إن الله كان بكم رحيماً¹⁹

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu.”

Perbedaan Bisnis Syariah dengan Bisnis Konvensional

Menurut Mustafa E. Nasution sebagaimana dikutip oleh Neni Sri Imaniyati, secara garis besar perbedaan antara ekonomi syariah dan ekonomi konvensional terdapat pada asumsi dasar dan latar belakang filosofis. Asumsi dasar ekonomi konvensional adalah rasio manusia. Para ekonom mengemukakan manusia berusaha mencapai kepuasan sebesar-besarnya atas dasar *resources* tertentu atau bagaimana mencapai profit tertentu dengan ongkos sekecil-kecilnya. Dalam ekonomi Islam bukan hanya rasio yang dikembangkan melainkan rasio al-Quran dan Hadits yang berdasar pada tauhid, *rubūbiyyah*, *khilāfah*, dan *ma'ād* (ada kehidupan sesudah kehidupan di dunia).

Kelebihan Bisnis Syariah Dibanding Bisnis Konvensional

Konsep bisnis islami memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan konsep bisnis konvensional (kapitalis dan sosialis). Bisnis syariah merupakan implementasi dari aturan syariat Allah. Sebenarnya bentuk bisnis syariah tidak jauh beda dengan bisnis pada umumnya, yaitu upaya memproduksi/mengusahakan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen. Namun aspek syariah inilah yang membedakannya dengan bisnis pada umumnya, juga menjalankan syariah dan perintah Allah dalam hal bermuamalah. Untuk membedakan antara bisnis syariah dan yang bukan, maka kita dapat mengetahuinya dengan ciri dan karakter dari bisnis syariah yang memiliki keunikan dan ciri tersendiri.

Ciri-Ciri Bisnis Syariah

1. Selalu berpijak pada nilai-nilai rohaniyah. Nilai rohaniyah adalah kesadaran setiap manusia akan eksistensinya sebagai ciptaan Allah yang harus selalu berhubungan dengan-Nya dalam wujud ketaatan. Ada tiga aspek yang paling tidak nilai rohaniyah ini harus terwujud, yaitu pada aspek konsep, sistem yang diberlakukan, dan pelaku (personel).

¹⁹ al-Quran, 4: 29.

2. Memiliki pemahaman terhadap bisnis yang halal dan haram. Pelaku bisnis dituntut mengetahui benar fakta-fakta terhadap praktik bisnis yang benar dan yang salah. Di samping itu, juga harus paham dasar-dasar *naş* yang dijadikan hukumnya.
3. Benar secara *syar'i* dalam implementasi. Intinya pada masalah ini adalah ada kesesuaian antara teori dan praktik, antara apa yang telah dipahami dan diterapkan. Sehingga pertimbangannya tidak semata-mata untung dan rugi secara material.
4. Berorientasi pada hasil dunia dan akhirat. Bisnis tentu dilakukan untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya berupa harta, dan ini dibenarkan dalam Islam. Karena bisnis memang untuk mendapatkan keuntungan materi (*qīmah mādiyyah*). Dalam konteks ini hasil diperoleh, dimiliki dan dirasakan, memang berupa harta. Namun seorang muslim yang saleh tentu bukan hanya itu yang jadi orientasi hidupnya. Namun lebih dari itu, yaitu kebahagiaan abadi di akhirat. Oleh karenanya, untuk mendapatkannya dia harus menjadikan bisnis yang dikerjakannya itu sebagai ladang ibadah dan menjadi pahala di hadapan Allah. Hal itu terwujud jika bisnis atau apapun yang kita lakukan selalu mendasarkan pada aturan-Nya, yaitu syariat Islam.

Jika semua hal di atas dimiliki oleh seorang pengusaha muslim, niscaya dia akan mampu memadukan antara realitas bisnis duniawi dengan ukhrawi, sehingga memberikan manfaat bagi kehidupannya di dunia dan di akhirat.

Karakteristik Bisnis Syariah

Menurut Yusanto dan Widjayakusuma, sebagaimana yang dikutip oleh Nana Herdiana Abdurrahman, bahwa karakteristik bisnis syariah adalah tidak memberi hadiah/komisi dalam lobi bisnis (uang, wanita, dan lain-lain; tidak makan riba; tidak wanprestasi/ingkar janji; *input*, proses, *output* bebas dari barang dan jasa haram; tidak suap; tidak menipu; tidak korupsi; dan tidak zalim.

Gambaran Umum Usaha Aqiqah Service Centre (ASC)

Usaha ASC (Aqiqah Service Centre) merupakan suatu usaha keluarga, pusat pelayanan aqiqah yang turut andil dalam pembentukan generasi islami dengan melayani, membantu serta memfasilitasi niat para orang tua muslim di Gresik dan sekitarnya dalam mengaqiqahkan kambing untuk anak-anak mereka. Usaha ASC merupakan usaha turun temurun dari orang tua H. M. Mahfud (alm) yaitu, ayahnya yang bernama H. M. Arba'i kemudian turun ke anak laki-laki satu-satunya. Meskipun H. M. Mahfud sudah meninggal tetapi usahanya masih ada. Usaha ASC berdiri sejak tahun 1987 dan masih eksis hingga sekarang diteruskan oleh Nur Kholidah yang dulu merupakan istri dari H. M. Mahfud (alm). Jadi Nur Kholidah merupakan menantu dari H. M. Arba'i (alm) dan sekarang menikah lagi dengan Misbahul Khoir.

Dapat dikatakan bahwa usaha UD. H. Arba'i yang berupa jasa aqiqah (ASC) diteruskan oleh menantunya dan dibantu oleh saudara-saudaranya H. M. Mahfud (alm), seperti Ika dan Siti serta H. Jaroha yang merupakan adik kandung dari Abdul Kahfi Rozi, yaitu suami dari Siti Aminah saudaranya H. M. Mahfud. Jasa dan layanan ASC ini memiliki nilai-nilai

(*values*), yaitu sebagai mitra yang terbaik bagi pelanggan dengan menawarkan solusi bagi masyarakat kota akan layanan ibadah aqiqah yang bersifat praktis.²⁰

Dengan terus memperbaiki produk dan kualitas yang ditawarkan, lambat laun usaha ini terus berkembang. Usaha ASC melakukan terobosan dengan bekerja sama dengan catering di berbagai tempat. Kerjasama dengan catering telah mendapat respons positif dari masyarakat, sehingga kini setiap bulan untuk mencukupi pesanan pelanggan membutuhkan sekitar 20 ekor kambing. Persediaan kambing itu didapat dari peternakan milik saudara sendiri yang termasuk dalam pengembangan usaha ASC dan jual beli kambing kurban.

Usaha ASC ini sudah berpengalaman melayani puluhan pelanggan. Melayani menyiapkan kambing yang sudah disembelih menjadi daging mentah ataupun matang. Usaha ASC menjamin pilihan hewan, proses penyembelihan, dan proses memasak yang memenuhi syarat sahnya aqiqah. ASC juga menyediakan hewan mentah atau sudah diolah menjadi masakan sate, gule, krengsengan, dan lain-lain dengan cara diantar ke tempat pemesan, kalau dekat rumahnya, tanpa dipungut biaya pengiriman (*gratis*). Akan tetapi biasanya yang mempunyai hajat aqiqah mengambilnya secara langsung di tempat pemasakan atau penyembelihan. Kualitas dan rasa masakan terjamin karena dikelola dan dimasak oleh juru masak yang berpengalaman.²¹

Hingga saat ini, unit usaha aqiqah masih tetap eksis dan semakin profesional di mata pesaing ataupun konsumen dan pelanggan (*customer*).²² Kelebihan produk unit usaha Aqiqah Service Centre (ASC) terletak pada penjaminan kualitas produk olahannya. Unit usaha ini menjanjikan banyak kelebihan di antaranya adalah halal, dapat memilih kambing dan melihat langsung kambing itu pada saat pemesanan ataupun proses penyembelihan berlangsung, bisa dibuktikan dengan foto saat proses penyembelihan dan pengukuran bagi yang meminta gambarnya karena pemesannya berhalangan (tidak bisa datang karena jaraknya jauh), dijamin memenuhi syarat sahnya hewan aqiqah, menyediakan hewan mentah atau sudah diolah menjadi masakan, kualitas dan rasa masakan terjamin karena dikelola dan dimasak oleh juru masak yang berpengalaman, dibantu mendistribusikan ke panti asuhan, pondok, pesantren, yayasan sosial, pemesanan sampai siap saji berupa kotak, dan diantar sampai tujuan (*gratis* untuk wilayah Gresik).

Di samping kelebihan, ada juga kelemahan produk unit usaha Aqiqah Service Centre (ASC). Di antara kelemahan dari unit usaha aqiqah ini, yaitu tidak adanya sistem manajemen khusus, seperti daftar rekapan pelanggan setiap bulannya atau setiap tahunnya.

Akad pada Aqiqah Service Centre

Akad yang dipakai dalam usaha Aqiqah Service Centre adalah (1) Akad jual beli kambing; (2) Akad jual beli masakan; dan (3) Akad jual beli kotakan (jika pakai). Hasil wawancara dengan pengelola usaha Aqiqah Service Centre (ASC) terdapat beberapa prosedur yang dijalankan oleh pihak ASC dalam melakukan praktik pembelian atau pemesanan dengan pelanggan adalah melayani kedatangan pelanggan dan memberikan tawaran beberapa produk yang ada di sana beserta pilihan harga dengan spesifikasi hasil olahan atau porsi setiap paket

²⁰ Nur Kholidah, *Wawancara*, Gresik, 18 Februari 2019.

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.*

yang akan didapatkan.

Setelah pelanggan tersebut menentukan pilihannya, maka dari situlah akad *murābahah* dan *salam* dilakukan. Pelanggan datang ke Aqiqah Service Centre (ASC) berniat untuk membeli kambing aqiqah. Selanjutnya pengelola menanyakan untuk aqiqah anak laki-laki atau perempuan. Yang laki-laki satu atau dua ekor kambing dan anak perempuan satu ekor kambing. Kemudian pengelola menawarkan kepada pelanggan untuk dimasak di tempat pengelola atau dimasak di rumah pelanggan. Pengelola sepenuhnya menyerahkan keputusan kepada pelanggan.

Kemudian setelah menerima pemesanan paket aqiqah dari pelanggan, pihak pengelola melakukan pembelian atau pemesanan kambing kepada *supplier* tertentu paling lambat 2 hari sebelum penyembelihan. Kemudian nama anak yang diaqiqahi, nama orang tua, dan tanggal pelaksanaan penyembelihan diberitahukan kepada pihak pengelola ASC yang kemudian menginformasikan kepada pemasok kambing mengenai hal-hal yang berkaitan dengan yang sedang diaqiqahi serta menetapkan tanggal pengiriman, paket yang dipesan, dan jumlah kambingnya.

Berikutnya, setelah informasi tersebut diterima oleh pemasok, maka pengelola menginformasikan kesediaan pada penyembelih. Penyembelih diminta untuk memilah atau membedakan kambing yang dikelola untuk tiap paket. Kemudian penyembelih diminta untuk menyembelih kambing sesuai dengan nama anak yang diaqiqahi sesuai paket kambingnya. Misalkan dalam sehari bersamaan ada lebih dari 5 ekor kambing yang dimasak, maka pengelola bisa partner dengan katering yang bekerjasama dengan ASC, seperti katering AA, Mira, dan Randu Agung. Jenis masakannya bisa dipesan berdasarkan permintaan, misalkan rasa pedas atau kurang asam. Karena di ASC dibatasi hanya 5 ekor kambing yang dimasak. Jika ada kelebihan maka diserahkan ke katering yang lainnya.

Setelah kambing disembelih, selanjutnya dikuliti, dipotong-potong, dan dipisahkan antara daging dan tulangnya serta organ kambing bagian dalam. Daging dan tulang kambing ditimbang dan dipilah sesuai kambing milik anak yang diaqiqahi. Kemudian bagian daging, tulang dan organ dalam kambing tersebut dikirim ke dapur yang merupakan spesialis masak kambing. ASC telah dipercaya pelanggan. Harga masakan mulai Rp. 750.000,- dengan menu krengseng dan gule hingga Rp. 850.000,- dengan menu sate dan gule. Untuk paket kecil dari satu kambing, bisa dibuat untuk 50 porsi dengan menu krengseng dan gule atau sate dan gule.

Kemudian dilakukan pengecekan bumbu, sambal, dan kelengkapan lain yang akan diberikan kepada pemesan. Mengirimkan produk paket aqiqah yang telah siap kepada pembeli dan dilakukan serah terima barang tersebut sambil dipersilahkan pemesan untuk melakukan percobaan rasa untuk menerima saran atau masukan. Kemudian pembeli harus memberikan pembayaran terakhir atau pelunasan. Untuk daging yang masih ada seperti kepala, jeroan, dan lain-lain bisa diberikan pada yang punya hajat atau jika yang punya hajat mengikhlasakannya untuk memberikan, maka daging tersebut bisa dimakan orang-orang yang ada di sekitar usaha ASC atau karyawan.²³

²³ Ibid.

Etika Bisnis Islam dalam Usaha ASC

Perbedaan bisnis syariah dengan bisnis konvensional. Menurut landasan teori yang penulis ketahui bahwa etika bisnis Islam dan konvensional memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Dari hasil wawancara yang penulis lakukan, usaha Aqiqah Service Centre (ASC) telah menerapkan etika bisnis Islam dalam usahanya yaitu:

1. Menolak monopoli

Dalam hal ini, pemilik ASC membeli kambing ketika ada pemesanan. Jadi, ASC tidak menimbun daging atau kambing yang semula harganya rendah kemudian dijual kembali dengan harga tinggi. Jadi, pihak pengelola menolak monopoli, artinya tidak mempunyai kekuasaan untuk menaikkan harga barang dan mengendalikan suplai barang sesuka hatinya yang pada akhirnya akan menyengsarakan pembeli atau masyarakat.

2. Menolak eksploitasi

Hewan kambing yang didapat merupakan hasil dari pembelian, bukan dari hasil curian atau mengambil dari hutan atau milik tetangga yang dipelihara. Kambing yang dipakai biasanya dibeli di pasar Kliwon atau pasar Paciran. Bisa juga dari peternakan saudaranya, yaitu H. Jaroha.

3. Menolak diskriminasi

Pengelola tidak membedakan atau tidak pernah menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada semua pembeli. Misalnya, jika pelanggan yang dekat dikasih harga yang murah dan memanfaatkan ketika ada pelanggan yang jauh, yaitu dikasih harga lebih mahal dari harga jual biasanya. Ini semua tidak berlaku di usaha ASC.

4. Menuntut keseimbangan antara hak dan kewajiban

Pembeli bebas memilih kambing yang mau dibeli, ketika pembeli membeli daging atau kambing pembeli menyerahkan uang kepada si penjual si penjual menyediakan daging atau kambing dengan mutu yang bagus dan menyerahkan kambing sesuai dengan harga yang dibayarkan. Artinya penjual tidak melakukan kecurangan dengan mengurangi jumlah, ukuran dan timbangan pada barang yang telah dibeli konsumen. Tidak pernah memaksa pembeli atau pelanggan atau masyarakat untuk membeli atau menggunakan produk jasa ASC. Selalu memenuhi barang pesanan pembeli sesuai kesepakatan.

5. Terhindar dari usaha tidak sehat

Tidak menjelekkkan usaha aqiqah lainnya. Membiarkan orang lain usaha dagang dengan produk yang sama dan bersaing secara sehat. Barang yang ditawarkan selalu memperhatikan aspek kesehatan bagi masyarakat. Barang yang ditawarkan selalu dalam kondisi baik, tidak cacat/rusak. Jika ada kecacatan maka pihak ASC selalu memberikan keterangan yang jelas. Selalu memberikan kualitas produk yang terbaik bagi konsumen.

Dari hasil observasi dan wawancara, perbedaan tersebut akan semakin terlihat dengan jelas jika cakupan sudut pandang yang diambil lebih banyak. Artinya dalam menjelaskan perbedaan tersebut tidak pada satu aspek, melainkan banyak aspek. Perbedaan-perbedaan antara bisnis Islam dengan konvensional tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel
Perbedaan antara Bisnis Islam dan Konvensional

No	Aspek	Islam	Konvensional
1	Asas	Lebih dipercaya masyarakat karena transparan dalam segi transaksi dan prosesnya.	Kurang transparan dalam transaksi dan prosesnya.
2	Motivasi	Dunia dan akhirat	Dunia
3	Orientasi	Tidak hanya materi saja yang didapat tetapi juga kemanfaatan	Mencari laba sebanyak-banyaknya
4	Etos Kerja	Bagaimana bisnis yang dijalankan tersebut bisa bernilai ibadah	Yang penting dapat keuntungan
5	Sikap Mental	Maju dan produktif, konsekuensi keimanan dan manifestasi kemusliman	Maju dan produktif, sekaligus konsumtif, konsekuensi aktualisasi diri
6	Amanah	Jujur dan bertanggung jawab dalam segala kegiatan jual beli, masakan, dan penyaluran aqiqah.	Menghalalkan segala cara
7	Modal	Halal	Halal dan atau haram
8	SDM	Sesuai dengan akad kerjanya	Sesuai akad kerjanya atau sesuai keinginan pemilik modal
9	Sumber daya	Halal	Halal dan atau haram
10	Manajemen sinergik	Motto usaha terkait erat dengan misi penciptaan manusia di dunia	Visi dan misi organisasi ditetapkan berdasarkan pada misi kepentingan material belaka
11	Manajemen operasi	Jaminan halal bagi setiap proses penyembelihan dan masakan, mengedepankan produktifitas dalam koridor syariah	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masuk, proses dan keluaran, mengedepankan produktifitas dalam koridor manaat
12	Manajemen Keuangan	Transaksi menggunakan akad yang sah menurut fikih	Transaksi yang penting laku
13	Manajemen Pemasaran	Pemasaran dalam koridor jaminan halal	Pemasaran menghalalkan segala cara

14	Manajemen SDM	Bertanggung jawab pada diri sendiri, orang lain, dan Allah.	Diri sendiri dan majikan
----	---------------	---	--------------------------

Etika Bisnis Islam dan Tujuan Mencari Keuntungan

Selain itu, tujuan bisnis syariah adalah untuk mengembangkan harta dan memperoleh keuntungan dengan jalan yang halal dan diridai oleh Allah. Dari hasil wawancara peneliti, ada banyak alasan dari tujuan bisnis usaha ASC untuk mencari keuntungan, yaitu karena adanya dorongan untuk mencari nafkah. Karena pertumbuhan aset atau kenaikan penghasilan tidak seimbang dengan perkembangan keluarga, termasuk di antaranya jumlah anak yang harus dibiayai pendidikannya. Karena nilai aset kita akan tergerus oleh inflasi, yaitu penurunan mata uang yang ditandai salah satunya dengan kenaikan harga barang dan kebutuhan sehari-hari. Selain inflasi gaya hidup juga akan mempengaruhi nilai aset. Karena diri kita tidak selamanya sehat dan muda, sehingga saat kita akan pensiun berproduksi, untuk itu dibutuhkan sejumlah dana agar kita bisa menutupi biaya hidup di hari tua nanti.

Tujuan bisnis usaha di ASC tidak selalu mencari keuntungan (*qīmah mādiyyah* atau nilai materi), tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan manfaat non-materi, baik bagi pengelola bisnis sendiri maupun pada pelanggan atau lingkungan yang lebih luas, seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.

Dalam usaha ASC tidak hanya nilai materi (*qīmah mādiyyah*) saja yang dikerjar tetapi juga *qīmah khuluqiyah* dan *ruḥiyyah*. *Qīmah khuluqiyah* adalah nilai-nilai akhlak mulia yang menjadi suatu kemestian yang muncul pada kegiatan bisnis, sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang islami, baik antara pengelola dengan karyawan, maupun antara penjual dengan pembeli, bukan hanya sekedar hubungan fungsional maupun profesional semata. *Qīmah ruḥiyyah* berarti perbuatan itu dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah. Dengan kata lain, ketika melakukan suatu aktivitas bisnis, maka harus disertai dengan kesadaran hubungan dengan Allah. Inilah yang dimaksud dengan setiap perbuatan muslim adalah ibadah.

Faktor keberkahan atau upaya menggapai rida Allah, merupakan puncak kebahagiaan hidup muslim. Para pengelola bisnis harus mematok orientasi keberkahan ini menjadi visi bisnisnya, agar senantiasa dalam kegiatan bisnis selalu berada dalam kendali syariat dan diraihnya keridaan Allah.

Dari hasil observasi dalam usaha ASC, pembeli atau pelanggan bisa langsung datang ke tempat ASC, kemudian di sana bisa melihat langsung kambing yang akan dibeli dengan harga yang telah ditentukan oleh pihak usaha ASC. Di sana akan terjadi kesepakatan, yang dimulai dari pernyataan pemesan yang telah memilih produk paket yang telah ditawarkan oleh usaha ASC. Yaitu kesepakatan harga, paket, jumlah, porsi dan waktu penyerahan barang yang dikelola, yakni paket aqiqah. Kesepakatan itu terjadi atas dasar suka sama suka atau saling rida. Praktik yang terjadi di awal bahwasanya pelanggan dan pengelola usaha aqiqah melakukan akad transaksi dengan kesepakatan bersama. Kemudian klarifikasi mengenai jumlah dan kualitasnya. Misalnya pihak pengelola membeli kambing dipasar 1 ekor dengan harga Rp. 1.450.000,- kemudian pihak pengelola menjualnya lagi kepada pelanggan dengan harga Rp. 1.500.000,-. Pihak pengelola memberitahu kepada pelanggan mengenai harga awal

kambing tersebut, yaitu Rp. 1.450.000,-. Dan pihak ASC menjelaskan spesifikasi dengan menyebutkan rincian harga tiap paket beserta jumlah porsi tusuk yang akan didapatkan, seperti Rp. 1.500.000,- untuk 50 orang dengan menu krengseng dan gule atau sate 50 tusuk dan gule. Rp. 2.000.000,- untuk 100 orang dengan menu krengseng dan gule atau sate 100 tusuk dan gule. Rp. 2.500.000,- untuk 120 orang dengan menu krengseng dan gule atau sate 200 tusuk dan gule.

Ketika sudah ada kesepakatan, maka pihak pengelola dan pembeli melakukan akad jual beli, yaitu dengan akad *murābahah* dan *salam*. Akad *murābahah* yaitu dengan mengambil keuntungan tersebut yang telah disepakati pihak terkait. Dan akad *salam* yaitu pembeli dapat membeli kambing dan masakan dengan cara memesan langsung pada pihak ASC ketika telah disepakati harga maka pelanggan akan membayarnya secara tunai atau DP minimal 50% dari harga produk aqiqah atau langsung lunas seketika itu.

Hal tersebut memberikan keringanan bagi mereka yang belum mampu membayar lunas di awal akad, bahkan pihak ASC memberikan harga yang sama tanpa meminta harga tambahan untuk hal tersebut. Kemudian setelah masakan telah selesai, maka si pelanggan akan membayar keseluruhan uang pembelian. Daging yang lebih maka akan diberikan pada pelanggan yang mempunyai hajat aqiqah. Ketika terjadi pembatalan atau penundaan pemesanan dari pembeli, maka pembeli harus memberitahukan dua hari sebelum penyerahan paket yang disepakati. Pihak ASC akan mengembalikan uang tersebut tanpa adanya pemotongan.

Urgensi Etika Bisnis Islam terhadap Kelangsungan Usaha Aqiqah Service Centre (ASC)

Etika dalam Islam merupakan ajaran Allah yang diwahyukan kepada Rasulullah SAW, baik dalam al-Quran maupun Sunnah. Watak manusia yang ingin cenderung mendahulukan keinginan daripada kebutuhannya. Seandainya bisnis ini tidak menggunakan etika, maka akan menabrak etika Islam.

Hasil observasi ditemukan keserasian antara landasan teori dengan praktek etika bisnis yang diterapkan oleh usaha Aqiqah Service Centre (ASC) di Gresik. Itu terbukti dari adanya kesetiaan dari pembeli dan menjadi langganan tetap setiap ingin mengaqiqahkan anggota keluarganya. Mereka cenderung kembali pesan di usaha aqiqah tersebut. Oleh karena itu, dalam realitas kurangnya kesadaran manusia dalam memilih produk halal sebagai akibat dari watak dasar atau perilaku manusia yang cenderung amoral, pada akhirnya akan melahirkan persaingan yang tidak sehat dan semakin keras dalam dunia global.

Dari pengamatan tersebut bahwa kurangnya kesadaran manusia dalam memilih produk, yaitu asalkan produk itu murah dan mengabaikan produk itu halal atau tidak, boleh dipakai/dikonsumsi, cara perolehannya halal atau menghalalkan segala cara, boleh atau tidak dalam ajaran Islam. Maka dari itu etika diperlukan dalam dunia bisnis, agar mereka memahami dan menyadari mana wilayah yang sah dilakukan, dan mana pula yang tidak boleh dilanggar dalam melakukan usaha.

Teknologi yang semakin canggih di satu sisi dapat mendatangkan nilai positif yang semakin mempermudah dan mempercepat pemenuhan kebutuhan hidup manusia, namun di sisi lain dampak negatifnya pasti akan terjadi. Oleh karena itu, untuk meninggalkan aspek negatifnya, nilai etika menjadi penting.

Dari hasil wawancara, usaha ASC merupakan suatu usaha keluarga di bidang jasa dan layanan untuk membantu dan memfasilitasi niat para orang tua muslim untuk mengaqiqahi anak-anaknya. Usaha yang bernilai ibadah ini menyiapkan kambing kurang lebih 20 ekor setiap bulannya juga menyiapkan kambing yang sudah disembelih menjadi daging mentah ataupun matang.

Banyak dari masyarakat Gresik dan sekitarnya mempercayai usaha aqiqah ini karena termotivasi dari *pertama*, kebutuhan halal dan harga murah. Aqiqah merupakan kebutuhan setiap muslim, dan setiap muslim itu membutuhkan produk yang halal, karena diwajibkan kepada kaum muslim untuk memakan atau mengkonsumsi produk halal.

Pada unit usaha ASC kambing atau domba yang dipakai dibeli dari pasar Kliwon kemudian ditenak sendiri di rumah. Di unit usaha ASC selalu mengedepankan syariat Islam, yaitu mulai cara memilih kambing atau domba yang bagus dan memenuhi syarat aqiqah (cukup umur dan tidak cacat). Membeli kambing dengan uang yang halal atau tidak dari hasil curian, menipu atau gharar. Kambing yang disembelih dibacakan bismillah oleh penyembelih dan orang yang menyembelih harus Islam, sholatnya genap lima waktu, karena kalau tidak memenuhi syarat penyembelihan maka tidak sah hukum aqiqah tersebut. Penyembelihan dilakukan secara bergantian, artinya jika kambingnya ada dua atau lebih yang disembelih harus ditempatkan pada tempat yang tersembunyi atau jauh dari kambing lainnya supaya tidak kelihatan. Kemudian setelah proses penyembelihan daging, tulang, kulit dan jeroan dipisahkan dan pada proses pengulitan tidak boleh sobek. Setelah itu daging yang sudah melalui proses penyembelihan kemudian dicuci sampai bersih, kemudian daging dimasak sesuai dengan menu dan porsi yang dipesan oleh pelanggan. Karena misalnya daging yang masih ada kemudian tidak dikembalikan pada pembeli atau pemilik maka daging aqiqah tidak utuh (aqiqahnya tidak sah).

Harga merupakan salah satu strategi pemasaran. Harga juga merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi minat konsumen terhadap barang kebutuhan. Harga bagi konsumen adalah biaya untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan.

Penerapan harga dalam usaha ASC di Gresik lebih menjangkau menengah ke bawah untuk konsumen yang berkebutuhan aqiqah, sebab harga aqiqah yang mahal menjadikan penghambat di kalangan masyarakat kalangan bawah. Usaha ASC di Gresik memberikan solusi alternatif untuk melaksanakan aqiqah menurut syariat agama Islam dengan harga yang terjangkau di kalangan masyarakat Gresik dan sekitarnya.

Kedua, keinginan praktis dan efisien. Banyak dari masyarakat Gresik menginginkan sesuatu yang mudah, keinginan tersebut merupakan hal yang timbul dari diri manusia, di antara salah satunya kemudahan yang diberikan oleh usaha ASC di Gresik adalah kemudahan hidangan dalam penyajian makanan sehingga konsumen tidak memasak atau mengolah untuk aqiqah tersebut dan langsung menikmati hidangan aqiqah siap saji tersebut. Kemudian tentang kualitas dan rasa masakan terjamin karena dikelola dan dimasak oleh juru masak yang berpengalaman.

Penyaluran aqiqah juga menjadikan konsumen memilih usaha ASC di Gresik sebagai tempat beraqiqah. Membeli sekaligus beramal menjadikan hal yang jarang dimiliki oleh sebuah perusahaan khususnya perusahaan jasa layanan aqiqah, biasanya perusahaan kebanyakan umumnya langsung diserahkan kepada konsumen yang memesan aqiqah untuk disalurkan

sendiri. Usaha ASC di Gresik biasanya menyalurkan pesanan aqiqah konsumen langsung kepada pondok, anak yatim, fakir dan miskin dan lain-lain.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *pertama*, dalam pandangan Islam, penerapan etika islami atau akhlak yang mulia dalam kehidupan bisnis akan mendatangkan banyak manfaat, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Adapun perbedaannya secara substansial terletak pada sumber, motif, paradigma, landasan dan pondasi dasar. Pengabaian etika bisnis akan membawa kerugian tidak saja buat masyarakat, tetapi juga bagi pengelola usaha. Para pengusaha yang tidak memperhatikan etika bisnis akan menghancurkan nama mereka sendiri.

Kedua. Usaha ASC di Gresik ini tidak hanya mencari *qimah mādiyyah* (nilai materil), tetapi juga harus mencapai *qimah khuluqiyah* dan *qimah ruḥiyyah*. *Qimah khuluqiyah* ialah nilai akhlak mulia yang menjadi suatu kemestian yang muncul pada kegiatan bisnis, sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang islami, baik antara pengelola usaha dengan karyawan, maupun antara penjual dengan pembeli. *Qimah ruḥiyyah* berarti perbuatan usaha itu dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah. Dengan kata lain, ketika melakukan suatu aktivitas bisnis, maka harus disertai dengan kesadaran hubungan dengan Allah.

Daftar Rujukan

- Alma, Buchari dkk. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, t.th.
- An Nakhrawie, Asrifin. *Sucikan Hati dan Bertambah Kaya Bersama Zakat*. Jakarta: Delta Prima Press, 2011.
- Badroen, Faisal, dkk. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: UIN Jakarta Press, 2006.
- Barton, Novianto dan Jubile Enterprise. *How To Win Customers in Competitive Market*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2005.
- Beekun, Rafiq Issa. *Islamic Business Ethics*. Virginia: The International Institute of Islamic Thought, 1997.
- Chafidh, M. Afnan dan A. Ma'ruf Asrori. *Tradisi Islami Panduan Prosesi Kelahiran-Perkawinan-Kematian*. Surabaya: Khalista, 2006.
- Creswell, John W. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Koentjaraningrat. *Kebudayaan, Mentalitas, dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1993.
- Kuntowijoyo. *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*. Bandung: PT. Mizan Pustaka, 1991.
- _____. *Muslim Tanpa Masjid, Essai-Essai Agama, Budaya, dan Politik dalam Bingkai Strukturalisme Transendental*. Bandung: Mizan, 2001.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2010.
- Muhammad. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004.
- _____. *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2003.
- Naja, Hasanuddin Rahman Daeng. *Membangun Micro Banking*. Yogyakarta: Pustaka Widyatama, 2004.

Susilo, Sri dkk. *Strategi Bertahan Industri Kecil*. Surabaya: Universitas Surabaya, 2001.
Yusanto dan Wijayakusuma. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.