

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Kesadaran umat muslim untuk kembali ke ajaran Qur'an dan hadits, memunculkan pemikiran untuk menggunakan sistem ekonomi yang berdasarkan pada syariah Islam atau disebut sebagai sistem ekonomi Islam. Kesadaran mereka muncul karena ternyata sistem ekonomi yang dijalankan selama ini tidak menyebabkan kondisi ekonomi global semakin membaik. Sistem ekonomi kapitalis telah menumbuhkan budaya persaingan bebas antar sesama pelaku ekonomi, bersikap individualis dan hedonisme yang tinggi, hal tersebut bertolak belakang dengan semangat solidaritas Islam yang menjunjung tinggi pemerataan pendapatan serta pemerataan kesempatan kerja. Kesadaran inilah yang menyebabkan munculnya ekonomi syariah sebagai jawaban atas permasalahan yang dihadapi negara-negara muslim. Apalagi sistem ekonomi Islam jaman Nabi SAW dan para sahabatnya terbukti memunculkan kejayaan Islam.

Munculnya kesadaran untuk menjalankan syariah Islam dalam kehidupan ekonomi muslim berarti harus mengubah pola pikir dari sistem ekonomi kapitalis ke sistem ekonomi syariah termasuk dalam dunia bisnis. Dunia bisnis tidak bisa dilepaskan dari etika bisnis. Banyak hasil penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara etika bisnis dan kesuksesan suatu perusahaan. Pada akhirnya praktek bisnis yang tidak jujur, hanya memikirkan keuntungan maksimal dan merugikan pihak lain akan membawa perusahaan, yang tergolong raksasa

sekalipun akan hancur juga. Etika bisnis sebenarnya bukan fenomena dan kajian yang baru. Sejak abad ke-18 hingga kini, hubungan etika dan bisnis telah banyak diperdebatkan. Bisnis yang melibatkan praktek-praktek kecurangan, penipuan dan lain-lain adalah alasan etika bisnis mendapat perhatian yang intensif hingga menjadi kajian tersendiri. Masalah etika bisnis muncul bila terjadi suatu konflik tanggung jawab kepentingan atau dilema memilih antara yang benar dan yang salah, yang salah dengan yang lebih salah atau mempertimbangkan sesuatu yang lebih kompleks yang diakibatkan oleh aktivitas bisnis (Ernawan, 2007:54)

Perilaku bisnis yang tidak beretika terjadi pada hampir semua negara, misalnya perusahaan Nike membayar upah pekerja yang rendah di berbagai negara berkembang untuk membuat sepatu yang berharga tinggi. Di Indonesia, praktek bisnis yang tidak beretika dicontohkan dengan adanya kasus obat anti nyamuk HIT, di mana PT Megahsari Makmur ketahuan memakai bahan pestisida yang bisa menyebabkan kanker pada manusia di dalam produk barunya, walau zat tersebut sudah dilarang penggunaannya sejak tahun 2004 (Ernawan, 2007:56). Di samping itu, ada juga perusahaan yang melaksanakan etika bisnis dalam praktek bisnisnya. Seperti yang disampaikan Ernawan (2007:56), yang terjadi pada biskuit Arnotts di Australia. Pada suatu saat perusahaan ditelpon oleh seseorang yang hendak memeras perusahaan tersebut dengan mengatakan bahwa salah satu kemasan produknya berisi biskuit yang beracun dan tidak diketahui kecuali oleh si pemereras tersebut. Perusahaan dihadapkan pada dua pilihan yaitu membayar orang yang memeras tersebut untuk menunjukkan produk mana yang beracun, atau menarik seluruh peredaran biskuit tersebut. Namun perusahaan lebih memilih

untuk menanggung kerugian yang besar dengan menarik seluruh produk-produknya dan memusnahkannya. Ternyata hal tersebut menanamkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan. walaupun pada saat itu perusahaan menanggung kerugian yang cukup besar, namun ternyata enam bulan kemudian pendapatan perusahaan naik tiga kali lipat. Contoh kasus yang terjadi di Indonesia terjadi pada kasus Ajinomoto, di mana saat dinyatakan oleh MUI bahwa produknya tidak halal, Ajinomoto menarik semua produknya, dan perusahaan pun menanggung banyak kerugian. Namun dengan mengindahkan himbauan dari MUI dan dengan melakukan pendekatan dengan para ulama, kinerja keuangan yang semula menurun tajam lama kelamaan naik.

Bersama dengan semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam bisnis. Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah diatur dalam pandangan ajaran Agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan). Islam di segala aspek kehidupan termasuk didalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan.

Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai

pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat. Penerapan etika bisnis Islam tersebut juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap kegiatan perekonomian.

Etika bisnis yang diterapkan Arnotts maupun Ajinomoto seperti telah dicontohkan di atas, secara tidak langsung menjadi alat *marketing* baru bila dilakukan secara berkelanjutan. Masyarakat sekarang lebih pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Sekarang, masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melaksanakan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan melaksanakan etika bisnis, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. Dengan menerapkan etika bisnis, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen semakin tinggi. seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat.

Dewasa ini suatu perusahaan dikatakan maju apabila kinerja finansialnya baik, yang dilihat dari tingkat profitabilitas perusahaan tersebut. Dalam etika bisnis Islam, manusia dianjurkan tidak hanya mencari untung sebanyak-banyaknya namun lebih mencari rezeki yang berkah. Tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga mensejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini. *Global Compact Initiative* menyebut pemahaman

ini dengan 3P (*profit, people, planet*), yaitu (Nugroho, 2007 dalam Dahli dan Siregar, 2008).

Menurut Harahap (2011:102) ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur etika bisnis Islam, salah satunya ialah: etika manajemen, etika produksi, etika pemasaran, dan etika lingkungan. Apabila keempat aspek tersebut dilaksanakan secara tepat dapat menciptakan lingkungan perusahaan yang kondusif, yang menyebabkan kinerja karyawan menjadi baik. Dimana kinerja karyawan menjadi salah satu faktor meningkatnya produktivitas karyawan yang berdampak pada produk yang dihasilkan. Sehingga dapat dikatakan bahwa, dengan menerapkan etika bisnis Islam secara tepat, tingkat profitabilitas perusahaan dapat meningkat.

Di sini penulis tertarik untuk meneliti salah satu industri pengolahan susu yang berada di kota Batu, yaitu Rumah Yoghurt yang beralamat di Jl. Raya Junrejo No. 1 kota Batu. Rumah Yoghurt termasuk dalam usaha kecil dan menengah karena memiliki kurang lebih 30 karyawan tetap. Berdiri pada tahun 2001 yang awalnya hanya industri rumah tangga dengan karyawan hanya 5 orang, hingga kini telah memiliki tempat usaha sendiri dan mampu membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Rumah Yoghurt merupakan perusahaan berkembang, untuk itu dibutuhkan pengembangan yang tepat melalui perbaikan kinerja yang mampu meningkatkan daya saing dan pangsa pasar, dan juga sesuai dengan karakteristik perusahaan dengan segala keterbatasannya. Pada kegiatan usaha dan operasional Rumah Yoghurt kental akan prinsip-prinsip syariah yang menjadi karakteristik etika bisnis Islam, seperti prinsip keterbukaan antar sesama

karyawan, prinsip memberikan manfaat tidak hanya untuk internal perusahaan namun juga lingkungan eksternal perusahaan. Etika bisnis Islam yang dijadikan landasan dalam kegiatan usaha dan operasional Rumah Yoghurt dirumuskan dalam pedoman perusahaan. Dimana dalam hal ini pedoman perusahaan terdiri atas tiga aspek, yaitu: etika manajemen, etika pemasaran, dan etika lingkungan.

Rumusan pedoman perusahaan berfungsi sebagai acuan perusahaan dalam menjalankan setiap tindakan bisnisnya agar sesuai dengan syariat dan tujuan yang dimiliki perusahaan. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk meneliti apakah Rumah Yoghurt sudah menerapkan pedoman perusahaan dengan baik dan maksimal. Sehingga yang menjadi subjek penelitian adalah seluruh karyawan yang terlibat aktif dalam kegiatan usaha dan operasional Rumah Yoghurt. Maka salah satu instrumen pengumpulan data pada penelitian ialah penyebaran kuisisioner internal perusahaan untuk mengetahui perspektif karyawan mengenai kinerja perusahaan yang berpedoman pada etika bisnis Islam kaitannya dengan tingkat profitabilitas perusahaan.

Penelitian mengacu pada penelitian Fitri Amalia yang meneliti tentang penerapan etika bisnis Islam bagi pelaku usaha industri kreatif pada Kampoeng Kreatif di Jakarta. Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa baik pengusaha maupun karyawan telah menerapkan etika bisnis Islam yang meliputi empat aspek yaitu: prinsip, manajemen, marketing/ iklan, dan produk/harga. Penelitian juga mengacu pada penelitian Rimba Kusumadilaga yang meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Peneliti

mengemukakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan. CSR berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dikarenakan dewasa ini perusahaan dikatakan baik apabila memiliki kinerja finansial, lingkungan, dan sosial yang baik.

Perbedaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu terdapat pada perbedaan indikator variabel yang digunakan, yaitu menggunakan aspek etika bisnis Islam dengan indikator yang digunakan adalah etika manajemen, etika pemasaran, dan etika lingkungan. Perbedaan juga nampak pada dimunculkannya kaitan antara penerapan etika bisnis Islam dengan pertumbuhan tingkat profitabilitas perusahaan dan penggunaan perspektif karyawan dalam menilai hubungan antar kedua unsur tersebut. Sehingga tujuan dilakukannya penelitian ialah menguji apakah etika bisnis Islam mempengaruhi tingkat profitabilitas berdasarkan pada perspektif karyawan. Maka judul penelitian ini adalah ***“Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan.”***

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah praktik kegiatan usaha dan operasional Rumah Yoghurt yang berlandaskan pada etika bisnis Islam?

2. Bagaimanakah pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap tingkat profitabilitas pada periode berjalan menurut perspektif karyawan Rumah Yoghurt?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada uraian rumusan masalah, maka tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui praktik kegiatan usaha dan operasional Rumah Yoghurt yang berlandaskan pada etika bisnis Islam.
2. Untuk mengetahui pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap tingkat profitabilitas periode berjalan berdasarkan perspektif karyawan Rumah Yoghurt.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat/ kegunaan antara lain:

1. Bagi Praktisi

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu sarana dalam mengambil keputusan terkait dengan kebijakan-kebijakan perusahaan.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai referensi lebih lanjut dalam rangka menganalisis pengaruh implementasi aspek etika bisnis Islam terhadap pertumbuhan ekonomi perusahaan.