

ETIKA BISNIS SYARIAH DAN IMPLIKASINYA TERHADAP DISTRIBUSI (Studi Pembacaan atas Manajemen Bisnis HNI HPAI)

Nihayatur Rohmah

Institut Agama Islam – IAI Ngawi
nihayaturrohmah@yahoo.co.id

Abstract: *Etika bisnis adalah suatu bagian subjektif yang harus dimiliki seorang pelaku bisnis. Perdagangan menurut aturan Islam, menjelaskan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan jual beli. Dan diharapkan dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan Islam tersebut, suatu usaha perdagangan dan seorang muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapatkan berkah dari Allah SWT. Dalam kehidupan sosial, etika memainkan peranan yang cukup penting guna membuat pola kehidupan masyarakat yang lebih baik. Agar berjalan tertib, masyarakat butuh norma dan etika. Masalah etika merupakan masalah serius bagi terciptanya kehidupan yang harmonis. Dalam dataran yang lebih luas, permasalahan etika juga menjadi suatu hal yang sangat penting bagi dunia bisnis. Perilaku setiap individu dalam dunia bisnis menjadi salah satu di antara penentu maju mundurnya suatu perjalanan bisnis. PT Herba Penawar Alwahida Indonesia, yang kemudian dikenal sebagai HPAI, merupakan salah satu perusahaan Bisnis Halal Network di Indonesia yang fokus pada produk-produk herbal. Perusahaan HPAI memiliki manajemen bisnis berbasis syariah. Distribusi pemerataan pendapatan dengan penerapan poin, bonus, royalti, promosi yang berbasis syariah dengan sistem ju'alah. Manajemen bisnis HPAI mengatur tentang Pewarisan keagenan secara otomatis akan beralih pada ahli waris telah menunjukkan keadilan distribusi pendapatan sesuai syariah.*

Keywords: *etika, HPAI, Ju'alah.*

PENDAHULUAN

Prinsip dasar perdagangan menurut Islam adalah adanya unsur kebebasan dalam melakukan transaksi tukar-menukar, tetapi kegiatan tersebut tetap disertai dengan harapan diperolehnya keridhaan Allah Swt dan melarang terjadinya pemaksaan. Dalam Al-quran, perdagangan dijelaskan dalam tiga bentuk, yaitu *tijarah* (perdagangan), *bay'* (menjual) dan *Syira'* (membeli). Disamping itu, ada beberapa hal yang terkait dengan perdagangan syariah, yaitu:¹

1. Penjual berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, sehingga konsumen akan merasa telah berbelanja sesuai syariah Islam, dimana konsumen tidak membeli barang sesuai keinginan tetapi menurut kebutuhan.

¹Hariyanto, *Perdagangan Syariah*, Ekonomi Pembangunan FE UNS, 2009, 3.

2. Penjual menjalankan bisnisnya secara jujur yakni kualitas barang yang dijual sesuai dengan harganya, dan pembeli tidak dirangsang untuk membeli barang sebanyak-banyaknya.
3. Hal yang paling baik bukan masalah harga yang diatur sesuai mekanisme pasar, namun status kehalalan barang yang dijual adalah lebih utama. Dengan konsep perdagangan syariah konsumen yang sebagian besar masyarakat awam akan merasa terlindungi dari pembelian barang dengan tidak sengaja yang mengandung unsur haram yang terkandung di dalamnya.
4. Sesungguhnya barang dan komoditi yang dijual haruslah berlaku pada pasar terbuka, sehingga pembeli telah mengetahui keadaan pasar sebelum melakukan pembelian secara besar-besaran. Penjual tidak diperkenankan mengambil keuntungan dari ketidaktahuan pembeli akan keadaan pasar dan harga yang berlaku.

Perdagangan menurut aturan Islam, menjelaskan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan jual beli. Dan diharapkan dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan Islam tersebut, suatu usaha perdagangan dan seorang muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapatkan berkah dari Allah SWT. Etika perdagangan Islam menjamin baik pedagang maupun pembeli, masing-masing akan saling mendapat keuntungan. Adapun etika pedagang muslim tersebut antara lain:

1. Shidiq (Jujur)
2. Amanah (Tanggung jawab)
3. Tidak menipu
4. Menepati janji
5. Murah hati
6. Tidak melupakan akhirat

Sejarah telah mencatat, bahwa dengan berpedoman kepada etika perdagangan Islam sebagaimana tersebut di atas, maka para pedagang Arab Islam waktu dulu mampu mengalami masa kejayaannya, sehingga mereka dapat terkenal di hampir seluruh penjuru dunia.

DISTRIBUSI DALAM ISLAM

Islam mempunyai 2 prinsip utama dalam ekonominya, yaitu; i) prinsip keseimbangan martabat dan persaudaraan, dan ii) pelarangan terhadap pemusatan (*daulah*) kekayaan dan pendapatan. Ia juga mengatakan bahwa yang dibutuhkan oleh suatu negara (dan atau masyarakat) -Islam-adalah menstruktur kebijakan ekonominya melalui, 1) memfungsikan pasar (*market mecanism*), 2) meminimalisir *gap* distribusi (*non-market mecanism*), serta 3) tidak mengingkari adanya perbedaan dalam kapabilitas dan *intellegence* diantara masing-masing individu dalam masyarakatnya.²

² Monzer Kahf, *The Islamic Economy; Analytical Study of The Functioning of The Islamic Economic System*, (Muslim Students Association of US and Canada, Plainfield.IN), 98.

Pada dasarnya Islam memiliki dua sistem distribusi utama,³ yakni: distribusi secara komersial dan mengikuti mekanisme pasar serta sistem distribusi yang bertumpu pada aspek keadilan sosial dan keseimbangan dalam masyarakat. Sistem distribusi pertama dinyatakan berupa *imbalan* bagi pihak-pihak yang terlibat dalam proses ekonomi. Di antaranya meliputi *upah* bagi para eksekutif dan pekerja; *fee* atau biaya sewa tanah serta alat produksi lainnya; *profit* atau keuntungan untuk pihak yang menjalankan usaha atau yang melakukan perdagangan. Demikian juga *profit sharing* untuk modal dana. Dan hal inilah yang biasa disebut distribusi pasca produksi atau sistem distribusi pendapatan dalam masyarakat.

Adapun sistem yang kedua, yang lebih bernuansa sosial kemasyarakatan, dimana Islam menciptakannya untuk memastikan keseimbangan pendapatan diantara masyarakat. Melalui zakat dan shadaqah misalnya, mengingat tidak semua orang mampu terlibat dalam proses ekonomi karena berbagai hal, seperti; yatim piatu atau jompo dan cacat tubuh, Islam memastikan distribusi ekonomi bagi mereka adalah dari harta-harta orang kaya yang disalurkan dalam bentuk zakat dan aspek filantropi Islam lainnya; infak, shadaqah, hibah, hadiyah dan wakaf.

Dalam Islam, konsep “upah” bermula dari bentuk kegiatan mu’amalah yang biasa disebut dengan “*ijarah*”, yang berarti “menyewakan” suatu barang untuk diambil manfaatnya yang didalamnya terdapat ‘ganti’ atas pemanfaatan tersebut. *Ijarah* dalam arti luas bermakna juga suatu akad yang berisi penukaran manfaat sesuatu dengan jalan memberikan ‘imbalan’ dalam jumlah tertentu.⁴

Kahf dalam bukunya “The Islamic Economy” mengatakan bahwa Islam mempunyai 2 prinsip utama dalam ekonominya, yaitu; i) prinsip keseimbangan martabat dan persaudaraan, dan ii) pelarangan terhadap pemusatan (*daulah*) kekayaan dan pendapatan. Ia juga mengatakan bahwa yang dibutuhkan oleh suatu negara (dan atau masyarakat) --Islam-- adalah menstruktur kebijakan ekonominya melalui, 1) memfungsikan pasar (*market mecanism*), 2) meminimalisir *gap* distribusi (*non-market mecanism*), serta 3) tidak mengingkari adanya perbedaan dalam kapabilitas dan *intelligence* diantara masing-masing individu dalam masyarakatnya.⁵

Pada dasarnya Islam memiliki dua sistem distribusi utama, yakni: distribusi secara komersial dan mengikuti mekanisme pasar serta sistem distribusi yang bertumpu pada aspek keadilan sosial dan keseimbangan dalam masyarakat. Sistem distribusi pertama dinyatakan berupa *imbalan* bagi pihak-pihak yang terlibat dalam proses ekonomi. Di antaranya meliputi *upah* bagi para eksekutif dan pekerja; *fee* atau biaya sewa tanah serta alat produksi lainnya; *profit* atau keuntungan untuk pihak yang menjalankan usaha atau yang melakukan perdagangan. Demikian juga *profit sharing* untuk modal dana. Dan hal inilah yang biasa disebut distribusi pasca produksi atau sistem distribusi pendapatan dalam masyarakat.

³ Yuke Rahmawati, Tesis; *Kapabilitas Sistem Distribusi Syari'ah pada Lembaga-Lembaga Filantropi Islam Dalam Perspektif Pembangunan Ekonomi di Indonesia*, Program Studi Ekonomi Islam, (Sekolah Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta 2006), 34.

⁴ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, jilid III, (Beirut: Daar al-Fikr, 1983), 198.

⁵ Monzer Kahf, *The Islamic Economy; Analytical Study of The Functioning of The Islamic Economic System*, (Muslim Students Association of US and Canada, Plainfield.IN), 98.

Adapun sistem yang kedua, yang lebih bernuansa sosial kemasyarakatan, dimana Islam menciptakannya untuk memastikan keseimbangan pendapatan diantara masyarakat. Melalui zakat dan shadaqah misalnya, mengingat tidak semua orang mampu terlibat dalam proses ekonomi karena berbagai hal, seperti; yatim piatu atau jompo dan cacat tubuh, Islam memastikan distribusi ekonomi bagi mereka adalah dari harta-harta orang kaya yang disalurkan dalam bentuk zakat dan aspek filantropi Islam lainnya; infak, shadaqah, hibah, hadiah dan wakaf.

Para pemikir ekonomi Islam juga memberikan gambaran tentang distribusi dalam Islam ini, seperti Sayyid Tahir mengatakan bahwa terdapat beberapa perintah (*injunction*) distribusi dalam Islam, yaitu; 1) distribusi tidak selalu berhubungan dengan proses produksi tetapi lebih ditujukan untuk memperkuat proses redistribusi, seperti *nafaqah wājibah* dan *khums* dari *ghanimah*, 2) redistribusi wajib tahunan, seperti zakat, 3) redistribusi antar-generasi, seperti hukum waris, 4) redistribusi yang didasarkan pada kepentingan publik (*public interest*), seperti permasalahan yang dipecahkan melalui *masalah mursalah* dan *istihsān*, 5) redistribusi sukarela, seperti *nafaqah sukarela (infaq)*, hak tetangga, dan *waqf*.⁶

Selain *waqf*, sistem distribusi Islam lainnya dari aspek harta kekayaan adalah *warisan*.⁷ Dengan warisan, Islam hendak memastikan bahwa aset dan kekuatan ekonomi tidak boleh terpusat pada seseorang saja betapapun kayanya dia. Jika si bapak meninggal maka anak, istri, ibu, bapak, kakek, dan kerabat lainnya akan kebagian peninggalannya. Sistem distribusinya pun sudah diatur secara sistematis dan kompleks dalam disiplin ilmu *faraidh*, yang tiada taranya dalam agama atau sistem ekonomi lain. Untuk memastikan keseimbangan famili non-famili Islam juga melengkapinya dengan wasiat yang boleh diberikan kepada non famili dengan catatan tidak lebih dari 1/3. Ini pun untuk memproteksi kepentingan ahli waris juga. Semua aspek diatas memiliki *benang merah* atau implikasi terhadap distribusi pendapatan suatu masyarakat. Dengan melihat sejauhmana *gap* atau kesenjangan ekonomi dalam masyarakat tersebut dapat diatasi.

ETIKA BISNIS PEMASARAN DALAM ISLAM

Akhlaq merupakan bentuk tunggal dari “*khuluq*” didefinisikan sebagai kondisi kejiwaan seseorang yang bisa mendorong munculnya sikap atau perilakunya memerlukan pemikiran dan refleksi yang mendalam sebelumnya. Jadi, akhlaq lebih merupakan internalisasi nilai dan ajaran keagamaan yang kemudian mewujudkan pada tindakan yang mudah (tanpa pemikiran yang mendalam), jauh daripaksaan pihak lain, dan perbuatan yang sifatnya semu. Akhlaq bukanlah perbuatan yang spontan, akan tetapi merupakan buah dari pembiasaan, latihan, refleksi dan penalaran yang kemudian menginternalisasi dalam diri seseorang sehingga menimbulkan perbuatan yang mudah.

Secara substansial, akhlaq sepadan dengan istilah “budi pekerti”, yakni perilaku manusia yang didasari oleh kesadaran berbuat baik, didorong oleh kesadaran hati dan

⁶ IDB, *Lesson in Islamic Economics Islamic*, Reasech & Institute Training, vol 2, 1st edition, (seminar proceeding no 41, 1998), 426.

⁷ YUKE RAHMAWATI, TESIS; *Kapabilitas sistem distribusi syari'ah Pada lembaga-lembaga filantropi islam dalam perspektif Pembangunan ekonomi di Indonesia*, (Jakarta: Program Studi Ekonomi Islam Sekolah Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah, 2006), 38.

pertimbangan akal. Perbuatan dan perilaku yang bisa disebut akhlaq adalah perbuatan yang sudah tertanam kuat dalam sanubar seseorang, tidak adanya paksaan dan dorongan dari luar, bukan perbuatan main-main dan semu belaka dan perbuatan tersebut dilakukan dengan mudah tanpa pemikiran yang mendalam. Kemudian yang menjadi pertanyaan adalah apakah parameter yang digunakan akhlaq dalam menilai perilaku manusia? Secara normatif parameter tersebut adalah agama (wahyu), karena akhlaq pada dasarnya adalah ajaran dan doktrin moralitas. Hal ini untuk membedakan dengan filsafat moral (etika) yang sumbernya adalah akal dan penalaran manusia. Akan tetapi pilah yang bersifat diametral tentang parameter dalam penilaian perilaku antara akhlaq dan etika ini perlu mendapatkan klarifikasi lebih lanjut. Parameter penilaian terhadap baik dan buruknya perilaku manusia dalam ilmu akhlaq pada dasarnya juga melibatkan peran nalar selain wahyu. Baik wahyu maupun nalar adalah potensi yang diberikan kepada manusia oleh sumber yang satu yaitu Tuhan. Karenanya keduanya tidak mungkin bertentangan, sehingga ilmu akhlaq dan filsafat moral (etika) juga tidak saling bertentangan, sebaliknya saling mengisi.⁸

Dalam kehidupan sosial, etika memainkan peranan yang cukup penting guna membuat pola kehidupan masyarakat yang lebih baik. Agar berjalan tertib, masyarakat butuh norma dan etika. Masalah etika merupakan masalah serius bagi terciptanya kehidupan yang harmonis. Dalam dataran yang lebih luas, permasalahan etika juga menjadi suatu hal yang sangat penting bagi dunia bisnis. Perilaku setiap individu dalam dunia bisnis menjadi salah satu di antara penentu maju mundurnya suatu perjalanan bisnis.

Islam mengatur semua kegiatan ekonomi, termasuk pemasaran. Di sini sekali lagi, semua individu bertanggung jawab kepada Allah untuk semua kegiatan termasuk kehidupan kerja mereka. Etika pemasaran dalam Islam berbeda dengan etika pemasaran sekuler;

- Berdasarkan prinsip-prinsip etika pemasaran yang terdapat dalam Qur'an yang bersifat mutlak.
- Nilai maksimalisasi harus untuk kepentingan masyarakat, dan tidak untuk memaksimalkan keuntungan.

Dengan demikian etika pemasaran Islam diatur oleh dua pilar moral; diserahkan kepada tatanan moral Allah, dan empati dengan kasih sayang kepada sesama ciptaan Tuhan, yang berarti berpantang dari tindakan berbahaya dan praktik yang tidak etis. Berkenaan dengan produksi barang dan penjualan di pasar, ini harus memperhatikan kode etis dari awal sampai akhir. Nilai barang untuk masyarakat dan dampak sosial mereka terus diteliti dan dievaluasi. Tujuan utama dari produksi adalah untuk memastikan pasokan barang untuk memenuhi kebutuhan individu dan manfaat sebagai masyarakat secara keseluruhan. Di banyak negara di dunia praktek penetapan harga dirancang untuk mengeksploitasi psikologi manusia dan harga eceran yang sengaja mengatur tinggi sehingga diskon dapat ditawarkan. Jadi pembeli disesatkan dengan berpikir bahwa mereka telah mendapatkan tawaran yang murah. Hukum Islam melarang praktek ini dan melarang perubahan harga yang tidak mencerminkan

⁸ Nihayatur Rohmah, *Relasi Antara Tindakan Korupsi Dengan Etika Dan Akhlaq*, (Jurnal Al Mabsut Vol. 8 No.2 April 2014), 1.

perubahan dalam kualitas produk dan / atau kuantitas, serta sengaja menipu pembeli untuk keuntungan pribadi.

Pemasaran berkaitan erat dengan promosi dan Islam sangat menjunjung tinggi nilai sebuah kejujuran. Promosi dengan menampilkan kepribadian perempuan yang identik dengan seksual dan klaim berlebihan juga dilarang Islam. Selain itu norma-norma etika Islam melarang membebani konsumen akhir dengan harga yang lebih tinggi atau penundaan terkait dengan distribusi. Etika pemasaran Islam menetapkan bahwa tujuan utama dari saluran distribusi adalah untuk menciptakan nilai dan meningkatkan layanan yang diberikan kepada pelanggan dengan memberikan produk secara etis.

Rice dan Al-Mossawi (2002)⁹ menawarkan beberapa pedoman penting untuk pemasaran di dunia Islam:

- a) Pesan Promosi harus memperhatikan etika gender, umumnya menargetkan konsumen laki-laki dan menerapkan pendekatan yang lebih halus untuk konsumen wanita.
- b) Pesan yang disampaikan dalam promosi seharusnya tidak membesar-besarkan, menyesatkan atau menipu; melainkan harus bersifat informatif.
- c) Penggunaan kata-kata religius dan frase dalam pesan promosi umumnya memiliki efek menenangkan.
- d) Promosi pada umumnya dan iklan pada khususnya harus menghindari publikasi negatif, baik disengaja dan tidak disengaja.

Pesan Promosi harus menekankan kerendahan hati, kesederhanaan dan jauh dari gaya hidup hedonis.

HPAI BUSINESS CENTER

Profil HPAI

PT Herba Penawar Alwahida Indonesia, yang kemudian dikenal sebagai HPAI, merupakan salah satu perusahaan Bisnis Halal Network di Indonesia yang fokus pada produk-produk herbal. HPAI, sesuai dengan akta pendirian Perusahaan, secara resmi didirikan pada tanggal 19 Maret 2012. HPAI dibangun dari perjuangan panjang yang bertujuan menjayakan produk-produk halal dan berkualitas berazaskan *Thibbunnabawi*, serta dalam rangka membumikan, memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi Islam di Indonesia melalui entrepreneurship.

Adapun visi dari PT HPAI adalah Menjadi Referensi Utama Produk Halal Berkualitas. Sedangkan misi dari HPAI adalah Menjadi perusahaan jaringan pemasaran papan atas kebanggaan Ummat Menjadi wadah perjuangan penyediaan Produk Halal bagi ummat Islam Menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim yang dapat dibanggakan, baik sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun produsen.

HPAI memiliki Dewan Syariah yang senantiasa proaktif mengawasi, mengevaluasi dan memberi masukan serta nasihat untuk menjaga bisnis Halal Network HPAI tetap berada dalam koridor Syariah Islam. HPAI memiliki sertifikat DSN (Dewan Syariah Nasional)-MUI Pusat sebagai bentuk legal formal pengesahan bahwa bisnis Halal Network HPAI telah memenuhi prinsip-prinsip Syariah Islam. HPAI menjual produk-produk yang dijamin

⁹ Marin, Marinov, *Marketing in the emerging markets of Islamic countries*, (Great Britain: PALGRAVE MACMILLAN, 1948), 10.

100% halal karena semua produk HPAI diawasi langsung oleh orang-orang yang memiliki kompetensi dan kepehaman tentang kehalalan produk. HPAI memiliki *success plan* yang adil dan menguntungkan sesuai syariah. HPAI hanya memproduksi, menyediakan, memasarkan dan mendistribusikan produk-produk yang berkualitas berdasarkan azas alamiah, ilmiah dan llahiyah. Semangat keislaman menjadi spirit dan nilai-nilai akhlaq serta azas dalam bekerja dan berniaga.

Peraturan Keagenan HPAI

Dalam Peraturan keagenan disebutkan bahwa HPAI adalah perusahaan yang bergerak di bidang usaha perdagangan produk, dimana system atau cara pemasarannya dilakukan melalui kegiatan penjualan langsung melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan mitra usaha (*direct selling*) dengan konsep Halal Network.

Yang dimaksud dengan Halal Network adalah jaringan usaha halal dalam upaya menyediakan, memasarkan, dan mengkampanyekan produk Halalan Thayyiban dalam rangka mewujudkan seluas-luasnya pasar produk halalan thayyiban yang dilakukan secara bersama-sama para pihak yang tergabung dalam HPAI sesuai syariat Islam. HPAI memiliki sejumlah Bussiness Centre (BC) dan Agenstock dalam jalur pendistribusian produk yang tersebar di hampir seluruh provinsi Indonesia bahkan di beberapa Negara dan jumlah agen HPAI yang terus tumbuh berkembang. HPAI menggunakan basis online (Web base) service, aplikasi penjualan di Agenstock dan Bussiness centre (BC) sudah 100% online.

Disebutkan dalam pasal 9 peraturan keagenan tentang pewarisan keagenan bahwa;

1. Jika seorang agen meninggal dunia maka keagenannya otomatis beralih kepada ahli warisnya mengikuti hukum ahli waris secara syariah Islam. Bukti kematian agen HPAI secara administrative ditandai dengan surat kematian dan daftar ahli waris harus mendapatkan persetujuan dari Manajemen HPAI. Dalam hal ini HPAI akan berupaya semaksimal mungkin agar semua ahli waris mendapatkan hak dan bagiannya sesuai aturan yang berlaku. Adapun status nomor ID HPAI dan nama agen HPAI yang meninggal tetap berlaku., dengan nama agen HPAI ditambahkan Almarhum (Alm) atau Almarhumah (ALMH) di belakang namanya.
2. APabila terjadi sengketa oleh pihak lain perihal pewarisan ini maka HPAI akan mengikuti keputusan akhir dari pengadilan. Selama dalam proses penyelesaian sengketa, keagenan dapat diambil alih sementara oleh HPAI sampai mendapat keputusan hukum yang tetap.

Apabila penerima ahli waris juga meninggal dunia, maka HPAI akan menunjuk ahli waris terdekat sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia atau berdasarkan hasil musyawarah para ahli waris yang ada dan hal ini akan dibuat di hadapan Notaris.

Prinsip Manajemen Bisnis HPAI

Prinsip-prinsip usaha dari HPAI adalah tindakan yang bertanggung jawab dengan integritas yang baik, berdasarkan norma syariah Islam, patuh dengan hukum dan peraturan yang berlaku serta mneghormati norma-norma yang secara universal berlaku dan dipahami secara umumoleh masyarakat dunia. Agen perusahaan yang selanjutnya disebut Agen sebagai salah satu pelaku bisnis Halal Network yang berpengaruh terhadap

reputasi perusahaan harus dilengkapi dengan peraturan Keagenan untuk menghindari benturan kepentingan, penyalahgunaan wewenang dan penyalahgunaan informasi.

Peraturan keagenan ini ditunjukkan agar setiap Agen selalu bertindak dengan etis, konsisten dan penuh integritas sesuai dengan prinsip perusahaan dalam membangun kepercayaan dari masyarakat. Selain itu, kepatuhan Agen terhadap syariah Islam, hukum dan peraturan yang berlaku serta rasa hormat terhadap tradisi dan budaya Indonesia mencerminkan bahwa praktik penjualan akurat, lengkap, berimbang dan memenuhi setika standar. Dengan demikian Peraturan Keagenan wajib dipatuhi oleh setiap Agen dalam menjalankan profesinya.

Dalam pelaksanaan bisnisnya, HPAI memiliki Komisi Disiplin dan Etika (KODE) yakni komisioner yang keanggotaannya terdiri dari perwakilan Agen (*CELLS/ Cooperation of Executive Loyal Leaders* = Perhimpunan Kesatuan & Kerjasama Para Leader Swetia & Agen HPAI) dan Manajemen HPAI yang bertugas mengawasi dan menegakkan disiplin peraturan keagenan HPAI. KODE HPAI di bawah pembinaan Dewan Syariah dan Dewan Direksi HPAI.

HPAI menerapkan prinsip berbisnis terkait dengan kode etik pemasaran produk;

- a. Harga Konsumen adalah harga produk HPAI untuk non Agen HPAI yang ditetapkan oleh perusahaan dan merupakan harga resmi produk yang dipublikasikan di semua media perusahaan.
- b. Bonus adalah reward pembagian keuntungan yang diberikan kepada Agen HPAI dengan cara pembelian pribadi atau target penjualan produk dalam satu bulan berdasarkan akad Syariah al-Ju'alah (akad bonus bersyarat).
- c. Royalti menjadi bagian dari program HPAI yakni pembagian keuntungan dari HPAI kepada para agen HPAI yang diambil dari Omset Poin Intenasional dan dibagikan sesuai ketentuan yang berlaku, berdasarkan akad syariah Jua'alah (akad bonus bersyarat).
- d. Target Prestasi (TP) adalah target prestasi yang didasarkan atas pembelian Agen HPAI berdasarkan pada konsep Syariah Islam yaitu Akad Jualah (Akad Bonus bersyarat; Bonus atau Royalti diberikan jika syaratnya terpenuhi).
- e. POIN yaitu istilah yang digunakan untuk satuan nilai yang diberikan kepada setiap produk yang digunakan untuk menentukan peringkat atau posisi, promosi dan royalty serta jumlah besaran bonus.
- f. Promo Marketing adalah hak otoritas penuh manajemen HPAI. Agen HPAI dilarang membuat promos marketing yang bersifat massif tanpa persetujuan Manajemen HPAI.

Tidak ada target yang dibebankan dengan menjadi Agen HPAI, yang ada adalah keuntungan setiap aktif belanja produk HPAI dan mengembangkan Bisnis HPAI.

ANALISIS MANAJEMEN BISNIS HPAI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Islam tidak menganjurkan adanya pemerataan pendapatan. Sebaliknya, mengakui perbedaan antara pendapatan dan kekayaan individu yang berhubungan dengan perbedaan antara bakat mereka, penghasilandan jumlah usaha mereka dimasukkan prestasi dalam bekerja. Menjadi kaya adalah bukan dosa dan menjadi miskin tidak memberikan lisensi eksklusif surga karena surga juga terbuka untuk orang kaya. Maka

pertanyaan itu seharusnya dikembalikan pada tiap individu, mengapa ia lemah (tidak mau bekerja keras?) dan sebaliknya bagaimana ia menggunakan kekayaannya yang memungkinkan seseorang bisa masuk surga?. Pengakuan pendapatan dan kekayaan perbedaan antara individu telah dinyatakan dalam Al-Qur "an dalam berbagai ayat. Di antaranya Qs. Ar-Ra'd; 26

مَتَّعٌ إِلَّا آخِرَةً فِي الدُّنْيَا وَالْحَيَاةِ وَمَا لِدُنْيَا بِالْحَيَاةِ وَفَرِحُوا وَيَقْدِرُ شَاءَ لِمَنْ الرِّزْقَ يَبْسُطُ اللَّهُ

“Allah meluaskan rezki dan menyempitkannya bagi siapa yang Dia kehendaki. mereka bergembira dengan kehidupan di dunia, Padahal kehidupan dunia itu (dibanding dengan) kehidupan akhirat, hanyalah kesenangan (yang sedikit).”

Kemudian QS. Al- Baqarah; 212

نَبْرِزُّقُوا وَاللَّهُ الْقِيَمَةَ يَوْمَ فَوْقَهُمْ أَتَقْوُوا وَالَّذِينَ ءَامَنُوا الَّذِينَ مِنْ وَيَسْخَرُونَ الدُّنْيَا الْحَيَاةِ كَفَرُوا وَالَّذِينَ زِين

حِسَابٍ بغيرِ شَاءَ م

“Kehidupan dunia dijadikan indah dalam pandangan orang-orang kafir, dan mereka memandang hina orang-orang yang beriman. Padahal orang-orang yang bertakwa itu lebih mulia daripada mereka di hari kiamat. dan Allah memberi rezki kepada orang-orang yang dikehendaki-Nya tanpa batas.”

Menurut hemat penulis apa yang telah diatur dalam Islam mengenai distribusi pendapatan dalam berbisnis telah termanifestasi dalam manajemen berbisnis di lingkungan HPAI. Perusahaan telah menerapkan sejumlah peraturan berbisnis dengan memberikan apresiasi kepada para agen yang telah berusaha bekerja keras mengejar target prestasi berupa poin yang dicapai. Adanya peraturan tentang poin, bonus, target prestasi dan juga royalti telah membuktikan bahwa HPAI berkomitmen untuk memberikan penghargaan kepada para agen yang telah menunjukkan prestasi kinerjanya. Prinsip royalti yang ditawarkan oleh manajemen HPAI berbasis akad *ju'alah* (bonus bersyarat). Adapun yang dimaksud dengan *Ju'alah* adalah nama sebuah upah atas pekerjaan yang dilakukan oleh seseorang. Akad ini merupakan sebuah kesanggupan seseorang untuk memberikan upah yang diketahui atas sayembara tertentu baik berupa pekerjaan yang bisa dibatasi (*ma'lum*) atau tidak (*majhul*) kepada orang yang ditentukan atau tidak. Adapun shighat dalam akad *ju'alah* adalah sebuah pernyataan pihak *ja'il* yang menunjukkan perizinan melakukan sayembara dengan upah tertentu.

Implementasi akad *Jualah* dikatakan sah ketika memenuhi syarat dan rukun, yakni akad sayembara yang disyaratkan harus berupa sesuatu yang memiliki nilai materi, diketahui secara nominal dan mampu diserahterimakan, sebab *Ju'alah* adalah *iwadl* sebagaimana *ujrah* (upah) dalam akad *ijarah*. Konsekuensi dari akad *jualah* adalah kedua belah pihak berhak membatalkan sayembara sewaktu-waktu secara sepihak. Akan tetapi apabila pembatalan dari *ja'il* dilakukan setelah *ma'jul lah* bekerja maka menurut sebagian *qaul* pihak *ma'jul lah* berhak mendapatkan ganti rugi. Dan sebaliknya jika pekerjaan tersebut belum dilakukan maka tidak berhak mendapatkan upah atau ganti rugi.¹⁰

¹⁰Tim Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqih Muamalah*, (Kediri; Lirboyo Press, 2013), 303.

Penerapan sistem royalti dengan akad *ju'alah* yang diterapkan dalam manajemen bisnis HPAI telah dinyatakan dalam peraturan umum manajemen bisnis HPAI dan bonus akan dibagikan sesuai dengan ketentuan berlaku ketika para Agen telah memenuhi syarat yang telah ditetapkan dan keberlakuan peraturan ini tetap berlaku sepanjang perusahaan masih berdiri.

Peraturan mengenai pewarisan keagenan yang tertuang dalam pasal 9 menunjukkan manajemen HPAI yang berusaha menerapkan konsep distribusi pendapatan berimbang yang sesuai syariah. Disebutkan bahwa jika seorang agen meninggal dunia maka keagenannya dengan segala hak dan kewajiban yang melekat pada diri agen secara otomatis beralih pada ahli waris. Dengan warisan, Islam hendak memastikan bahwa aset dan kekuatan ekonomi tidak boleh terpusat pada seseorang saja betapapun kayanya dia. Jika si bapak meninggal maka anak, istri, ibu, bapak, kakek, dan kerabat lainnya akan kebagian peninggalannya. Sistem distribusinya pun sudah diatur secara sistematis dan kompleks dalam disiplin ilmu faraidh, yang tiada taranya dalam agama atau sistem ekonomi lain. Untuk memastikan keseimbangan famili non-famili Islam juga melengkapinya dengan wasiat yang boleh diberikan kepada non famili dengan catatan tidak lebih dari 1/3. Ini pun untuk memproteksi kepentingan ahli waris juga. Semua aspek diatas memiliki *benang merah* atau implikasi terhadap distribusi pendapatan suatu masyarakat. Dengan melihat sejauhmana *gap* atau kesenjangan ekonomi dalam masyarakat tersebut dapat diatasi.

Dengan adanya system pewarisan keagenan ini menunjukkan bahwa manajemen HPAI telah melakukan perlindungan dan penghormatan kepada Agen perusahaan. Perlindungan dan penghormatan tersebut adalah untuk mencegah penguasaan dengan cara yang tidak sah dari orang/pihak lain. Hak milik pribadi ini sudah menjadi bagian dari sistem Islam yang telah disyari'atkan Allah.

Islam membatasi kepemilikan ini tidak dengan cara-cara yang salah (*ghasab*), tetapi dengan menggunakan mekanisme tertentu, seperti :

- a. Membatasi pemilikan dari segi perolehan dan pengembangan hak milik, tidak dengan *ghasab* (merampas) hak milik orang lain.
- b. Menentukan mekanisme pengelolaannya. Seperti pada transaksi-transaksi yang dihalalkan.
- c. Menyerahkan kekayaan yang sudah menjadi milik negara/masyarakat, seperti harta wakaf.
- d. Men-supply orang-orang yang memiliki keterbatasan faktor produksi, sehingga bisa memenuhi kebutuhannya sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang ada.

Dalam menetapkan hak kepemilikan pribadi/individu ini hukum syara' juga telah menentukannya dengan lima sebab, yaitu 3 : a) dengan *bekerja atau usaha*, dalam hal ini Islam hanya memberikan garis-garis pokok yang harus dipenuhi, yakni: dengan bentuk halal, tidak menimbulkan *madharat* kepada orang lain. b) dari *warisan* dan *washiyat*, sesuai dengan ketentuan al-qur'an. c) atas kebutuhan untuk menyambung hidup, seperti *hutang piutang* dan *pinjaman*. d) pemberian negara kepada rakyat, dan e) melalui *hibah* atau hadiah (termasuk mahar/mas kawin).

Dalam pandangan ekonomi Islam, sistem distribusi merupakan bagian kegiatan ekonomi yang mempunyai pengaruh kuat terhadap pemerataan kesejahteraan

masyarakat. Sistem distribusi menurut Islam adalah aturan yang tidak dapat dipisahkan dari ketentuan maqashid syar'i.

SIMPULAN

Implementasi akad *Jualah* dikatakan sah ketika memenuhi syarat dan rukun, yakni akad sayembara yang disyaratkan harus berupa sesuatu yang memiliki nilai materi, diketahui secara nominal dan mampu diserahkan, sebab *Ju'alah* adalah *iwadl* sebagaimana *ujrah* (upah) dalam akad *ijarah*. Konsekuensi dari akad *jualah* adalah kedua belah pihak berhak membatalkan sayembara sewaktu-waktu secara sepihak. Akan tetapi apabila pembatalan dari *ja'il* dilakukan setelah *ma'jul lah* bekerja maka menurut sebagian *qaul* pihak *ma'jul lah* berhak mendapatkan ganti rugi. Dan sebaliknya jika pekerjaan tersebut belum dilakukan maka tidak berhak mendapatkan upah atau ganti rugi.¹¹

Etika promosi yang diterapkan dalam bisnis HPAI pun telah diatur sedemikian rupa agar tidak menyalahi etika promosi dan distribusi dalam Islam. Terdapat adanya peraturan atas pelanggaran dan sanksi yang tertuang dalam BAB V manajemen bisnis HPAI, di antaranya adalah pelarangan untuk membuat promosi marketing yang bersifat massif tanpa persetujuan manajemen HPAI, adanya pelarangan untuk manipulasi penjualan, melakukan promosi dengan harga yang tidak wajar baik harga yang lebih tinggi atau rendah. Hal itu semuanya menunjukkan komitmen dari manajemen HPAI agar menjalankan bisnis sesuai dengan etika promosi dan distribusi yang selaras dengan Islam, menjunjung tinggi kejujuran dan menerapkan sanksi bagi yang melakukan pelanggaran. □

¹¹ Tim Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqih Muamalah*, (Kediri; Lirboyo Press, 2013), 303.



DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Johan, 2008, *Dialektika Etika Islam dan Etika Barat dalam Dunia Bisnis*, dalam Jurnal Millah VIII, No. 1 Agustus 2008.
- Hariyanto, 2009, *Perdagangan Syariah, Ekonomi Pembangunan*, Solo, FE UNS.
- IDB, 1998, *Lesson in Islamic Economics Islamic*, Reasech & Institute Training, vol 2, 1st edition, seminar proceeding no 41.
- Kahf, Monzer. *The Islamic Economy; Analytical Study of The Functioning of The Islamic Economic System*, Muslim Students Association of US and Canada, Plainfield.IN
- Marinov, Marin, 1948, *Marketing in the emerging markets of Islamic countries*, (Great Britain: PALGRAVE MACMILLAN.
- Rahmawati, Yuke, 2006, Tesis; *Kapabilitas Sistem Distribusi Syari'ah pada Lembaga-Lembaga Filantropi Islam Dalam Perspektif Pembangunan Ekonomi di Indonesia*, Program Studi Ekonomi Islam Sekolah Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rohmah, Nihayatur ,*Relasi Antara Tindakan Korupsi Dengan Etika Dan Akhlaq*

