

*Research Article*

# Amalan Etika Perniagaan Islam dalam kalangan Usahawan Islam: Kajian Kes di Syarikat Noor Arfa Holdings Sdn. Bhd

<sup>1</sup>Rossidi Usop<sup>1\*</sup>, Fakhrul Anwar Zainol<sup>1</sup>, Nadhirah Nordin<sup>2</sup> Noradilah Abdul Wahab<sup>2</sup> , Wan Hamid Masud<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakulti Ekonomi dan Sains Pengurusan, Universiti Sultan Zainal Abidin (UniZA) Kampus Gong Badak, 21300 Kuala Terengganu, Terengganu, Malaysia.

<sup>2</sup>Fakulti Kontemporari Islam, Universiti Sultan Zainal Abidin (UniZA) Kampus Gong Badak, 21300 Kuala Terengganu, Terengganu, Malaysia.

\*Corresponding author: rossi\_sidi@yahoo.com

Received: 28 February 2019; Accepted: 30 March 2019; Published: 24 June 2019

**ABSTRAK.** Keusahawanan adalah sebahagian daripada sistem dan perniagaan ekonomi Islam. Islam menggesa para pengikutnya untuk sentiasa berusaha menjadi usahawan yang kreatif dan inovatif. Objektif kajian ini adalah mengkaji pengamalan perniagaan etika Islam di kalangan usahawan Islam khususnya di negeri Terengganu. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui kajian kes yang dijalankan ke atas usahawan Islam iaitu Syarikat Noor Arfa Holdings Sdn. Bhd untuk berkongsi amalan mereka dalam perniagaan etika Islam ideal. Penemuan kajian ini menunjukkan bahawa Syarikat Noor Arfa Holdings Sdn. Bhd mempunyai sistem etika yang merupakan gabungan pelbagai elemen termasuk iman dan ketuhanan. Pematuhan dan amalan nilai-nilai ini menjadikan mereka berbeza daripada usahawan lain.

**Kata kunci:** Usahawan Islam, Keusahawanan, Etika, Etika Perniagaan Islam

## Pendahuluan

Etika merupakan sesuatu yang sangat penting dalam kehidupan, berikutan etika memberi panduan serta sebagai pengawal tingkah laku seseorang usahawan (Norita Deraman et al., 2010:26). Menurut (Nor Aishah, 2013:364-366) konsep etika dalam perniagaan telah diperkenalkan sejak tahun 1970-an dengan perbincangannya boleh dilihat dari pelbagai perspektif yang melibatkan elemen pekerja, syarikat dan masyarakat. Etika juga boleh diertikan sebagai satu set prinsip-prinsip moral yang dapat membezakan apa yang zahirnya betul dan apa yang zahirnya salah (Beekun, 1998:2). Secara ringkasnya, berdasarkan pendapat Abuznaid (2009:280) etika perniagaan Islam merujuk kepada ditakrifkan sebagai kod prinsip-prinsip moral yang telah ditetapkan oleh sumber ilmu Islam yang utama iaitu al-Quran dan Sunnah.

Perbincangan etika dalam Islam cukup diberi perhatian secara mendalam, Islam memberikan garis panduan secara khusus dalam melahirkan seorang usahawan mukmin yang beretika seperti perbuatan baik ditunjukkan oleh Nabi Muhammad SAW serta para sahabat (Tunggak & Salamon, 2011:57). Menurut Mohd Nizho Abdul Rahman & Mohd Shukri Hanapi (2008:1) peranan terpenting etika perniagaan dalam Islam adalah untuk memastikan setiap manusia yang berkecimpung dalam bidang perniagaan itu mengelakkan diri dari segala sifat terkeji (*mazmumah*) dan menghiasinya dengan sifat-sifat yang terpuji (*mahmudah*), sekali gus bersifat menjamin kemaslahatan manusia dengan memelihara dari segala unsur yang boleh mencetuskan pergaduhan, perbalahan, pertikaian, penindasan dan rasa ketidakpuasan dalam urusan perniagaan. Justeru, asas sumber etika Islam berakar umbi kan epistemologi ilmu Islam yang berpandukan al-Quran dan al-Hadis yang dengan mudah mampu merasionalkan akhlak (Barjoyai Bardai, 2000:8). Akhirnya, agama Islam memberi penekanan kepada etika di dalam keusahawanan supaya umat Islam menjadi usahawan yang lebih berdaya saing dalam suasana perniagaan yang sihat (Tunggak & Salamon, 2011:76). Allah SWT berfirman yang bermaksud:

*Hai orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama mu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka di antara kamu (Al-Nisa, 4:29).*

Oleh yang demikian, kajian ini secara umumnya ingin cuba memahami persoalan adakah usahawan Melayu mengamalkan etika perniagaan Islam yang ideal dalam kegiatan perniagaan mereka?

Perbincangan akan memberikan tumpuan khusus berkenaan hasil penganalisan pelaksanaan etika perniagaan Islam di syarikat Noor Arfa. Berdasarkan maklumat yang dikumpulkan melalui beberapa siri sesi temu bual, perbincangan menjurus kepada kerangka pelaksanaan etika perniagaan Islam dalam empat fungsi perniagaan iaitu (1) pengeluaran, (2) penggunaan, (3) urus niaga dan (4) pendedaran.

## Dapatan Kajian

### *Etika Dalam Pengeluaran*

Hasil analisis menunjukkan sebagai usahawan batik Muslim, syarikat amat menitikberatkan aspek kualiti terhadap produk keluarannya. Kesungguhan serta komitmen syarikat dalam merealisasikan usaha pengeluaran yang berkualiti tinggi tersebut ternyata benar apabila syarikat hanya menggunakan material yang bermutu tinggi sahaja tanpa kompromi. Dalam soal ini IN1 menyatakan seperti berikut:

*"...sebenarnya daripada awal lagi, apa bila kita hendak cakap tentang kualiti kita (syarikat) start daripada A dah. Maksudnya bahan mentah itu sendiri berkualiti dah"*

Sehubungan dengan itu, syarikat sentiasa konsisten dalam melaksana dan mengamalkan elemen-elemen Islam dalam pengeluaran setiap produk mereka, sekali gus memastikan produk yang dihasilkan mengikut lunas syariah Islam. Sebagai tanda kebenaran, menurut IN1, sebelum ini syarikat pernah mengeluarkan produk sutera asli kepada kaum lelaki, walau bagaimanapun setelah mengetahui hukum hakam larangan sutera asli kepada kaum lelaki, syarikat telah mengambil keputusan untuk menghentikan pengeluarannya serta merta. Manakala, bagi kaum hawa syarikat hanya mengeluarkan produk yang memenuhi ciri-ciri Islam dengan mengutamakan produk yang menutupi aurat. Dalam soal ini IN1 menyatakan seperti berikut:

*"...bila bercakap soal Islamik ini saya sentuh tentang sutera, sebab sutera ini haram bagi lelaki. Kita pun berhenti terus pengeluaran sutera asli untuk orang lelaki"*

Walau bagaimanapun bagi menggantikan penghasilan kemeja sutera asli lelaki yang dihentikan penghasilannya, syarikat telah menghasilkan baju khusus kepada kaum lelaki yang mematuhi kehendak hukum syarak atau "patuh syariah". Penjelasan lanjut sebagaimana kenyataan tersebut:

*"Jadi sekarang ini apa yang kita buat, kita buat satu kain khas dan kita buat batik atas kain itu dan kita dah start jual. Jadi, kain itu patuh syariah dan setakat ini hanya ada di tempat kita"*

### **Etika Dalam Penggunaan**

Perbincangan dalam soal penggunaan akan mengambil kira dua perbincangan. Pertama, perbincangan tentang penggunaan harta untuk dibelanjakan pada perkara-perkara yang baik (tayyibat). Kedua, perbincangan soal menentang sifat kemewahan dan sikap berlebih-lebihan. Ditanya tentang tanggungjawab syarikat dalam sarana mewujudkan kemaslahatan awam, IN1 berkata, sedekah mempunyai kuasa yang amat mengagumkan. Oleh itu, sudah menjadi amalan syarikat menyediakan bajet bagi tujuan sedekah sama ada dalam bentuk kewangan dan juga barangan keperluan kepada yang memerlukan. Komitmen syarikat adalah seperti berikut:

*"...sebenarnya pendapatan kita ini sememangnya sudah ada hak orang lain, dalam Islam kita dah belajar. Jadi apa yang kita dapat 2.5 peratus memang confirm dah zakat dan kita pun kena allocate sebahagian untuk sedekah, kita memberi sebab kuasa sedekah"*

Walau bagaimanapun dalam soal perbelanjaan harta, syarikat lebih banyak menumpukan kepada penganjuran program-program agama untuk tujuan pendidikan (sedekah ilmu). Mengulas lebih lanjut, menurut IN1, terdapat beberapa cara syarikat menyebarkan ilmu yang bermanfaat

diberikan kepada kakitangan bahkan masyarakat sekitar. Pertama, menyasarkan warga pencen khususnya penduduk di sekitar Chendering untuk hadir setiap pagi khamis bagi mengikuti kelas agama di surau atau juga dikenali sebagai rumah orang mengaji. Kedua, pada waktu malam pula diadakan program mengaji Al-Quran kepada kaki tangan berserta anak-anak warga syarikat. Ketiga, mengadakan program usrah sebulan sekali kepada semua masyarakat tempatan. Keempat, program qiamullail setahun sekali sebagai pendedahan dan didikan kepada kaki tangan syarikat supaya dapat belajar bangun malam untuk beribadah. Aspek penggunaan dalam Islam adalah sebagaimana pernyataan IN1 berikut:

*"Jadi kebanyakan kita lebih kepada sumbangan sedekah berbentuk ilmu. Boleh di katakan syarikat membangunkan orang dan itu matlamat kita dengan sentiasa memberi didikan"*

Tambah IN1, walau pun syarikat menumpukan kepada menyediakan sarana kemaslahatan awam dalam bentuk sedekah ilmu. Fokus utama syarikat berbuat demikian adalah untuk mencapai sasaran membantu meningkatkan ekonomi masyarakat Melayu Islam dengan menyediakan peluang pekerjaan, bimbingan agama dan kemahiran. Konsep ini selaras dengan prinsip syarikat untuk memberi nilai tambah kepada masyarakat dalam membentuk kemandirian hidup sendiri "survival". Dalam konteks ini, IN1 menegaskan seperti berikut:

*"...matlamat syarikat adalah dari segi pengambilan pekerja dengan niat untuk menolong keluarga dia. Sebab itu, hendak sumbang duit memang kurang tetapi kita ambil ramai orang dengan memberi pekerjaan, gaji, bimbingan agama, beri kemahiran, kita lebih suka begitu"*

Manakala dari sudut perbincangan kemewahan didapati kemampuan syarikat untuk terus bertahan di dalam industri sekian lama adalah berpunca daripada menolak kehidupan yang bermewah-mewah dan sentiasa beranggapan bahawa harta kekayaan yang dimiliki seharusnya disumbangkan kepada masyarakat berikutan harta yang dimiliki mempunyai hak yang wajib dilunaskan. Penjelasan IN1 sebagaimana berikut:

*"Punca kita mampu bertahan adalah kerana kita tidak bermewah, kita hidup tidak bermewah"*

### **Etika Dalam Urus niaga**

Dari sudut transaksi urus niaga, syarikat amat mengutamakan etika dan akhlak dalam soal tersebut. Secara umumnya terdapat dua perkara keutamaan yang dititikberatkan oleh syarikat dalam menjaga kepentingan etika jual beli. Pertama, mengamalkan lafaz akad jual beli semasa berlangsungnya transaksi. Kedua, syarikat mempunyai polisi pemulangan barangan yang dibeli atau ditempah berikutan kecacatan atau kerosakan dalam masa tujuh hari bekerja. Tambah informan, pengamalan polisi tersebut adalah demi menjaga kemaslahatan dalam proses jual beli supaya wujud reda-meredai antara pihak penjual dan pembeli. Dalam konteks ini, IN1 menegaskan seperti berikut:

*"...kita pun juga mengamalkan pemulangan barangan contohnya dalam masa 7 hari boleh tukar semula barang yang dibeli kalau ada kecacatan"*

### **Etika Dalam Pengedaran**

Sememangnya aspek pengedaran berlandaskan Islam merupakan nadi bagi perniagaan syarikat dengan penekanan terhadap unsur-unsur pengiklanan yang berlandaskan Islam. Pengamalan pengiklanan secara Islam melalui pernyataan IN1 berikut:

*"Jadi dari segi pemasaran ini ialah mungkin dari segi pengiklanan tidak ambil riba, ada juga perniagaan hari ini bayar secara bulanan tetapi ambil riba"*

Walau bagaimanapun, pada hemat IN1 tidak semua etika pemasaran secara Islam mampu dilaksanakan oleh syarikat contohnya berkaitan pelantikan model untuk mengayakan produk berikutan pemilihan model-model tersebut bergantung sepenuhnya kepada agen yang dilantik. Namun, dari sudut lain syarikat mencuba sedaya upaya untuk mengelakkannya sedaya mampu. Pernyataan IN1 sebagaimana berikut:

*"...kita cuba, sebagai contoh kita bayar agen untuk menguruskan model, tetapi bila agen ambil gambar tengok tidak pakai tudung contohnya begitu"*

## Perbincangan dan Penutup

Dari sesi temu bual yang dilakukan, didapati hasil daripada pelaksanaan etika perniagaan Islam di syarikat Noor Arfa menjadikannya berbeza dengan lain-lain usahawan terutamanya usahawan bukan Islam. Dikatakan sedemikian kerana, etika perniagaan Islam yang diamalkan dengan ikhlas dan jujur akan menghasilkan takwa serta akhlak mulia. Hasilnya, perkara-perkara yang dilarang oleh Islam iaitu membelakangi nilai dan akhlak dalam agama dalam mencapai matlamat perniagaan seperti penipuan, ketidakadilan, penindasan, monopoli, mengambil riba dan penganiayaan terhadap pelanggan dapat dielakkan. Justeru, ekonomi umat Islam dapat berkembang dan wujud semangat bekerjasama dan saling membantu dalam kehidupan masyarakat demi mencapai keredaan Allah s.w.t.

Ringkasan daripada apa-apa yang telah dibicarakan, menurut Beekun (1998:44) di dalam Islam untuk menghasilkan suasana kerja yang beretika di dalam sesebuah organisasi perlu dimulai dengan kedudukan etika individu sebagai pekerja, hasilnya barulah melahirkan sebuah firma yang beretika. Kerana itu, kepekaan usahawan terhadap isu-isu dan prinsip etika perlu dipertahankan dari masa ke masa demi memastikan ia terus seiring dengan perkembangan syarikat (Ab Aziz Yusof, 2003:262). Dari sesi temu bual yang dilakukan, dapat rumuskan komitmen dari Noor Arfa untuk memajukan diri sendiri dengan sanggup mencari dan mengamalkan nilai dan akhlak di dalam empat fungsi perniagaan. Sebagai usahawan Muslim ideal pengamalan sikap ikhlas, jujur dan yakin dengan janji Allah SWT dapat mencapai matlamat melaksanakan etika perniagaan yang ditetapkan oleh Islam bagi mencapai takwa seterusnya melahirkan kesempurnaan akhlak. Oleh itu, seseorang peniaga sewajarnya mengetahui dan memahami etika perniagaan Islam secara mendalam sebelum berkecimpung dalam bidang perniagaan supaya kegiatan perniagaan yang dilakukan menjadi ibadah yang membawa kejayaan di dunia dan akhirat.

Justeru, hasil analisis dapat di simpulkan bahawa pengamalan etika perniagaan Islam sememangnya signifikan dan memberi impak terhadap daya saing perusahaan kecil dan sederhana (PKS). Menurut IN1, dengan pengamalan etika perniagaan Islam Allah akan menambahkan rezeki kepada pengamal nya.

## Rujukan

1. Ab Aziz Yusof. (2003). *Prinsip Keusahawanan* (Pertama). Prentice Hall.
2. Abuznaid, S. A. (2009). Business ethics in Islam: the glaring gap in practice. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(4), 278–288. <https://doi.org/10.1108/17538390911006340>
3. Barjoyai Bardai. (2000). Ciri-ciri keusahawanan yang dinamik di dalam Islam. *Seminar Kebangsaan "Sistem Ekonomi Islam,"* 1–15.
4. Beekun, R. I. (1998). *Etika Perniagaan Islam*. (Zainab Abd.Kadir, Ed.) (Siri Pemba). The International Institute of Islamic Thought, Malaysia.
5. Kalthom, A., & Ismail Ahmad, M. (2010). Compliance to Islamic marketing practices among businesses in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 1(3), 286–297. <https://doi.org/10.1108/17590831011082446>
6. Mohd Nizho Abdul Rahman, & Mohd Shukri Hanapi. (2008). Etika Perniagaan dari Perspektif Satu Tinjauan. *Seminar Keusahawanan Islam II Peringkat Kebangsaan, Anjuran JAKIM Dan Universiti Malaya*, 1–28.
7. Mohd Rosli Mohammad, & Rosman Mahmood. (2014). Perkembangan Global, Daya Saing dan Usahawan Melayu. In M. R. M. Yaacob, Mohd Rafi (Ed.), *Usahawan Kecil Melayu isu dan Penyelesaian* (Pertama, pp. 2–38). Universiti Malaysia Kelantan.
8. Nor Aishah, B. (2013). *Pendidikan Keusahawanan* (Cetakan Pe). Universiti Kebangsaan Malaysia.
9. Norita Deraman, Armanurah Mohamad, Habshah Bakar, Norashidah Hashim, & Ooi Yeng Keat. (2010). *Keusahawanan Teori dan Praktis* (Kedua). McGraw-Hill Education.
- Tunggak, B., & Salamon, H. (2011). *Budaya Usahawan Berjaya* (Cetakan Pe). Universiti Teknologi Malaysia.