

ETIKA BISNIS ISLAMI:
**(Kajian Terhadap Konsep Kredibilitas, Citra Bisnis dan
Manajemen Utang-Piutang Bagi Individu dan Perusahaan)**

Oleh : Abdul Choliq MT

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui etika bisnis yang islami bagi individu dan perusahaan. Tulisan ini mengkaji persoalan yang berkaitan dengan masalah pemahaman terhadap konsep kredibilitas, citra bisnis dan manajemen utang piutang bagi individu dan perusahaan. yang penulis kumpulkan dari berbagai referensi yang ada dan penulis padukan dengan wahyu juga perkataan cendekiawan muslim juga pengamatan terhadap kultur di organisasi dan masyarakat. Hasil analisis data menunjukkan bahwa Suatu rekonstruksi kesadaran baru tentang bisnis. Bisnis baik sebagai aktivitas yang dilakukan oleh individual, organisasi atau perusahaan, bukan semata-mata bersifat duniawi semata. Akan tetapi sebagai aktivitas yang bersifat material sekaligus immaterial. Suatu bisnis bernilai, apabila memenuhi kebutuhan material dan spiritual secara seimbang, tidak mengandung kebatilan, kerusakan dan kezaliman. Akan tetapi mengandung nilai kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggung-jawaban, kebenaran, kebajikan dan kejujuran. Sehingga dengan ketiga prinsip landasan praktek etika bisnis diatas, dapat dijadikan tolok ukur apakah suatu bisnis termasuk ke dalam wilayah yang bertentangan dengan etika bisnis atau tidak, karena sangat erat kaitannya dengan kredibilitas, citra di dalam bisnis, seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah dalam berbisnis sangat memperhatikan kredibilitasnya, hal ini dibuktikan dengan beliau sangat memperhatikan profesionalisme dan kejujuran dalam menjalankan sebuah bisnis yang beretika. Untuk itu sangat diperlukan manajemen utang piutang yang sesuai dengan syariat Islam.

Kata kunci : Kredibilitas, Citra bisnis, Etika bisnis.

A. Pendahuluan

Masih segar dalam ingatan kita, pertengahan tahun 1997, negara kita dilanda krisis moneter. Penyebab utamanya pada mulanya ialah adanya liberalisasi ekonomi Indonesia. Bank boleh berdiri bebas, dengan modal sepuluh milyar saja orang bisa mendirikan bank swasta, orang bisa mendirikan usaha bank. Ekonomi Indonesia tumbuh pesat dengan modal pinjaman atau utang dari luar negeri sehingga kapitalis-kapitalis bermunculan.

Karena terlalu bebasnya pertumbuhan ekonomi Indonesia, maka pihak swasta mengambil utang luar negeri yang luar biasa besarnya, tanpa pengawasan oleh pemerintah disamping utang pemerintah sendiri. Para pengusaha kita menggunakan pinjaman luar negeri ini, tanpa perhitungan. Pinjaman jangka pendek digunakan dalam penanaman modal jangka panjang. Akibatnya pada saat jatuh tempo pengusaha ini tidak mampu membayar. Fenomena aktivitas pengusaha karbitan Indonesia ialah besar pasak daripada tiang, artinya banyak belanja dari penghasilan perusahaannya, banyak show kekayaan, besar konsumsi dari produksi, banyak impor daripada ekspor. Demikian pula perusahaan bank meminjam modal luar negeri dengan bunga rendah 3-4% setahun. Uang ini mereka pinjamkan lagi dengan tingkat bunga 18-20% setahun. Nampaknya ini memang sangat menguntungkan bagi bank. Tapi dengan sedikit goyangan harga dolar, harga rupiah jatuh merosot, maka pengusaha yang mendapat pinjaman luar negeri sangat kewalahan. Utang mereka dalam uang rupiah menjadi berlipat ganda jumlahnya, mereka tidak mampu membayar. Kekeliruan lain yang dibuat oleh bank, ialah mereka meminjamkan sebagian besar modal mereka kepada industri milik orang bank sendiri. Mereka melampaui BMPK (Batas Maksimum Pemberian Kredit) yang diberikan oleh bank kepada group bisnisnya. Akhirnya lengkaplah sudah musibah menimpa mereka. Industri mengalami kehancuran karena harga barang impor menjadi sangat tinggi, diukur dalam rupiah, harga pokok barang

industri menjadi tinggi, harga jual juga tinggi, akhirnya hasil produksi tidak laku. Tambahan pula daya beli masyarakat makin menurun, karena banyak karyawan di PHK (Pemutusan Hubungan Kerja), sebagai akibat ketidakmampuan perusahaan industri menggaji mereka. Semua debitur ini mau ingkar janji (default) tidak mampu membayar utang luar negerinya. Akibatnya nama negara Indonesia jatuh dimata internasional. Country risk negara Indonesia akan meningkat di mata internasional, orang mulai tidak percaya pada pemerintah. Citra ini muncul karena etika bisnis pengusaha karbitan ini, betul-betul sangat rendah, mereka membangun gedung-gedung bertingkat, mobil mewah, pesawat terbang pribadi, dan banyak pos pengeluaran yang tidak produktif.¹

Dalam bidang perbankan, para nasabah mulai tidak percaya. Mereka berusaha menarik tabungannya dari bank. Akibatnya bank kekurangan likuiditas guna membayar kembali dana tabungan nasabah yang ada di bank. Mereka minta bantuan likuiditas pada bank Indonesia. Dengan kebijaksanaan pemerintah, maka diperintahkan agar BI membantu bank-bank yang diserbu oleh nasabahnya, bank ini diberi bantuan yang terkenal dengan BLBI(bantuan Likuiditas Bank Indonesia). Bantuan yang diberikan dengan niat baik dari pemerintah ini disalah gunakan pulaoleh pengusaha perbankan. Mereka menyalah gunakan uang bantuan ini untuk mereka gunakan sendiri atau dilarikan ke luar negeri. Akhirnya muncul lagi krisis penggunaan BLBI. Banyak pengusaha pejabat BI, para birokrat yang diadili dan ada juga yang dipenjara manipulasi penggunaan BLBI tersebut. Krisis moneter yang dihadapi negara kita tidak kunjung selesai, karena para pengusahanya melakukan bisnis yang tidak etis. Semua mereka menuju kehancuran.

Dalam hal lain kita perhatikan keadaan seller's market, artinya pasar dikuasai oleh penjual, dimana penjual yang berkuasa,

¹ Buchari Alma. 2003. *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*. Bandung: CV Alfabeta. (hlm 42).

ada nuansa monopoli, maka etika bisnis kurang diperhatikan. Para produsen tidak memperhatikan selera konsumen, dan tidak memberikan servis yang memuaskan. Akibatnya timbul konsumerisme. Untuk mengatasi konsumerisme yang makin membahayakan, maka pemerintah harus turun tangan menyelesaikan masalah ini dengan mengeluarkan berbagai peraturan yang melindungi konsumen dan memaksakan berlakunya etika dalam bisnis.²

Pendapat yang dikemukakan oleh Mahendra Nugroho dalam jurnal *ekonomica* (2012) yang berjudul konsep teori dan tinjauan kasus etika bisnis PT Dirgantara Indonesia (1960-2007) menyatakan bahwa dari kajian yang dilakukan di temukan bahwa telah terjadi pelanggaran etika bisnis dari kebijakan yang dilakukan oleh manajemen PT DI dalam rentang waktu 1995 – 2007. Pelanggaran tersebut diukur dan dibandingkan berdasarkan konsep ideal penerapan etika bisnis secara teoretis. Dari kajian juga ditemukan bahwa moral motive individu pelaku bisnis dapat menjadi motor penggerak penerapan etika dalam suatu organisasi bisnis.

Kredibilitas sering sekali diabaikan oleh pengusaha-pengusaha muda sekarang ini mereka lebih mementingkan untuk bagaimana caranya mendapat keuntungan yang banyak. Mereka sering sekali lupa bahwa kredibilitas sangat erat kaitannya dengan citra perusahaan sehingga bisa meningkatkan penjualan dengan itu otomatis profit perusahaan akan meningkat. Dan kredibilitas juga berpengaruh kepada daya tahan perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam kondisi masyarakat yang mempunyai budaya konsumtif.

Rasulullah sendiri dalam berbisnis sangat memperhatikan kredibilitasnya hal ini dibuktikan dengan beliau sangat

² Buchari Alma. 2003. *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*. Bandung: CV Alfabeta. (hlm 44-45).

memperhatikan profesionalisme dan kejujuran dalam menjalankan sebuah bisnis.

Hal ini perlu diperhatikan oleh pebisnis pada masa sekarang ini. Dan juga beliau telah mencontohkan kepada kita bagaimana cara berbisnis yang tetap relevan dengan kehidupan di zaman sekarang ini.

Tulisan ini akan mengkaji persoalan yang berkaitan dengan masalah tersebut di atas. Maka penulis akan menyusun tulisan yang berjudul “kajian teori terhadap Manajemen Utang, kredibilitas dan citra bisnis individu dan perusahaan dalam etika bisnis terutama dalam konteks yang islami”, yang penulis kumpulkan dari berbagai referensi yang ada dan penulis padukan dengan wahyu juga perkataan cendekiawan muslim juga pengamatan terhadap kultur lembaga pendidikan Islam.

Berdasarkan uraian diatas muncul pertanyaan dalam berbagai bentuk, tentang bagaimana menjaga kredibilitas, bagaimana menjaga citra bisnis, dan bagaimana mengelola manajemen utang piutang dalam Islam.

Adapun tujuan tulisan ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi baik kepada individu atau perusahaan mengenai bagaimana “Mengelola Utang, menjaga kredibilitas, menjaga citra bisnis dan memmanage utang piutang dalam konteks yang islami”.

B. Landasan Teori

1. Etika Bisnis

Etika dapat diartikan sebagai nilai-nilai dan norma-norma moral dalam suatu masyarakat. Disini terkandung arti moral atau moralitas seperti apa yang boleh dilakukan, apa yang tidak boleh dilakukan yang pantas atau tidak, dan sebagainya. (Barten, 2000). Etika sebagai ilmu adalah studi tentang moralitas, merupakan suatu usaha untuk mempelajari moralitas

masyarakat, nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat serta sifat-sifat yang perlu dikembangkan dalam kehidupan.³

Sama halnya dengan norma, etika juga terdiri dari etika umum dan khusus. Etika umum adalah yang menyangkut hal-hal umum yang berlaku dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan etika khusus adalah penerapan prinsip-prinsip dan norma moral dalam bidang-bidang tertentu. Salah satu contoh etika khusus ini adalah etika bisnis

Etika bisnis adalah penerapan etika dalam dunia bisnis, seperti etika terapan pada umumnya, bidang kajian etika bisnis terkategori dalam: level makro, level mikro, level individu, dan level internasional. Pada level makro, etika bisnis mempelajari aspek-aspek moral dari sistem ekonomi secara keseluruhan serta kemungkinan alternatif dan modifikasinya. Pada level mikro, etika bisnis menyelidiki masalah-masalah di bidang organisasi. Yang termasuk di dalam organisasi ini adalah perusahaan, serikat kerja, lembaga konsumen, perhimpunan profesi, lembaga swadaya masyarakat, dan lain sebagainya. Sedangkan pada level individu, fokus dari etika bisnis adalah mempelajari moral individu dalam hubungannya dengan kegiatan ekonomi dan bisnis. Terakhir pada level internasional, etika bisnis mempelajari tindakan-tindakan individu dan perusahaan-perusahaan dalam bisnis internasional.⁴

Kajian Etika Bisnis Secara Teoritis

Secara teoritis isu etika dapat dilihat dari berbagai macam aspek dan sudut pandang yang mampu melihat suatu masalah secara komprehensif. Beberapa peneliti telah memberikan pandangan dan pendapat mengenai konsep dasar etika dan

³ Bartens.2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Jakarta: Kanisius. (hlm 3)

⁴ Gustina, 2008. *Etika Bisnis Suatu kajian Nilai&Moral Dalam Bisnis*. Jurnal Ekonomi&Bisnis, oktober vol.3 no.2.

keterkaitannya dengan penerapan di lingkungan bisnis. Konsep pemahaman etika berlandaskan lima isu umum (Velasquez, Manuel G., 2002). sebagai berikut:⁵

- a. **Bribery** adalah tindakan menawarkan, memberi, menerima, dan menerima suatu nilai dengan tujuan untuk mempengaruhi tindakan pejabat (*official*) untuk tidak melakukan kewajiban publik atau legal mereka. Nilai tersebut dapat berupa pembayaran langsung atau barang.
- b. **Coercion** adalah tindakan pemasakan, pembatasan, memaksa dengan kekuatan atau tangan atau ancaman hal tersebut mungkin aktual, langsung, atau positif, dimana kekuatan fisik digunakan untuk memaksa tindakan melawan seseorang, akan atau secara tidak langsung mempengaruhi yang mana satu pihak dibatasi oleh penundukan yang lain dan dibatasi kebebasannya.
- c. **Deception** adalah tindakan memanipulasi orang atau perusahaan dengan menyesatkannya. Dengan kata lain, *deception* adalah kegiatan menipu, sengaja menyesatkan dengan tindakan atau perkataan yang tidak benar, mengetahui dan melakukan membuat pernyataan yang salah atau representasi, mengekspresikan atau menyatakan secara tidak langsung, menyingung fakta yang ada saat ini atau yang lalu.
- d. **Theft** secara harafiah theft berarti mencuri. Konsep theft adalah mengambil atau mengklaim sesuatu yang bukan milik menjadi milik pribadi atau golongan.
- e. **Unfair discrimination** adalah perlakuan yang tidak adil atau tidak normal atau hak yang tidak normal pada seseorang karena ras, umur, jenis kelamin, kebangsaan atau agama, kegagalan memperlakukan orang secara sama ketika

⁵ Velasquez, Manuel G. 2002. *Business Ethics: Concepts and Chases*. Prentice Hall. (hlm 4).

tidak ada perbedaan yang beralasan dapat ditemukan antara menolong dan tidak menolong.

Prinsip-Prinsip Etika

Prinsip dasar etika meliputi empat aspek utama yang terdiri dari egoism, utilitarianism, kant dan deontology (Velasquesz, Manuel G., 2002). Secara singkat ke lima prinsip tersebut di jabarkan sebagai berikut:⁶

- a. *Egoism*. Merupakan standar yang mengacu pada kepentingan diri sendiri. Keputusan berdasarkan egoism dibuat untuk memberikan konsekuensi paling bear pada pihak yang dipentingkan dengan mengabaikan kepentingan pihak lain. Tindakan mementingkan diri sendiri tersebut dapat berupa jangka pendek dan jangka panjang.
- b. *Utilitarianism*. Berdasarkan prinsip ini keputusan adalah etis jika memberikan benefit paling besar daripada keputusan alternatif yang lain. Perbedaan egoism dan utilitarianism adalah egoism berfokus pada kepentingan diri sendiri dari individual, perusahaan, komunitas, dan lain-lain, tetapi utilitarianism berfokus pada kepentingan sendiri dari seluruh stakeholder.
- c. *Kant dan Deontology*. Pada konsep utilitarianism kehilangan tuntutan dari teori karena gagal untuk menilai karakteristik tindakan moral, motif moral. Menurut pandangan Kant, manusia mempunyai kehendak untuk melakukan tindakan apa yang diinginkan. Yang membedakan manusia dengan binatang adalah kemampuan untuk memilih antar arti alternatif atau cara untuk mencapai tujuan yang diinginkan, dan kebebasan

⁶ Velasquesz, Manuel G. 2002. *Business Ethics: Concepts and Chases*. Prentice Hall. (hlm 41).

menentukan tujuan atau kehendak dan bertindak dengan motif yang lebih tinggi.

2. Etika Bisnis dalam Syariah

Bisnis islami ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun di batasi dalam cara memperolehnya dan pendaayagunaannya karena aturan haram dan halal (QS.2:188 , 4:29).

Etika bisnis dalam islam menuntut pelaku usaha untuk menepati janji, tepat waktu, mengakui kekurangan dan kelemahan (tidak di tutup-tutupi), selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa serta tidak menipu dan berbohong. Etika bisnis syariah adalah seperangkat prinsip moral yang membedakan yang benar dariapa yang salah, maka dalam islam banyak padanan kata yang dekat dengan makna tersebut : khuluq, khoir, birra, adl, haq dan takwa. Dengan mengacu pada term tersebut maka kajian tentang etika bisnis dalam islam berakar pada sumber utama yaitu Al quran dan al-hadits. Beberapa dasar etika bisnis syariah adanya prinsip tauhid, prinsip keadilan, prinsip kehendak, dan prinsip pertanggungjawaban. Atau seperti yang dikemukakan oleh Muhammad dan Lukman Fauroni (2002) yaitu prinsip kejujuran, keadilan, barang atau produk yang dijual haruslah halal, tidak ada unsur penipuan.⁷

Seperti yang dikemukakan oleh Haris Hidayatullah (2013), bahwa Kesimpulannya Bisnis dalam al-Qur'an disebut sebagai aktivitas yang bersifat material sekaligus immaterial. Suatu bisnis bernilai, apabila memenuhi kebutuhan material dan spiritual secara seimbang, tidak mengandung kebatilan,

⁷ Muhammad dan R.Lukman Faurani. 2002. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah.

kerusakan dan kezaliman. Akan tetapi mengandung nilai kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggung-jawaban, kebenaran, kebajikan dan kejujuran.

3. Kredibilitas

Secara umum kredibilitas berarti kemampuan seorang atau sebuah organisasi untuk membuat masyarakat umum menaruh kepercayaan kepada orang atau organisasi tersebut. Banyak pendapat yang berkaitan tentang konsep kredibilitas perusahaan. Keller (1998) sebagai seberapa jauh konsumen percaya bahwa suatu perusahaan bisa merancang dan menghadirkan produk serta jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Walaupun kurang dijabarkan secara spesifik, Keller juga secara konsisten juga memasukkan kredibilitas perusahaan sebagai bagian atau determinan dari reputasi perusahaan.

Menurut Goldsmith et.al (2000) kredibilitas adalah tingkat kepercayaan konsumen kepada sebuah sumber dalam memberikan informasi terhadap konsumen. Hasil penelitian ini membagi kredibilitas sumber menjadi dua jenis, yaitu kredibilitas bintang iklan dan kredibilitas perusahaan. Disimpulkan bahwa ada dampak yang signifikan dari kedua jenis kredibilitas tersebut pada sikap terhadap iklan, sikap terhadap merek, dan keputusan membeli. Konsep kredibilitas berbeda dengan konsep kepercayaan dimana. Kredibilitas adalah kemampuan untuk membuat orang lain percaya. Sedangkan kepercayaan adalah sesuatu yang bersifat subjektif maupun objektif tergantung kepada individu yang mempercayainya.

Faktor – Faktor Penentu Kredibilitas

Faktor yang menentukan kredibilitas seorang atau sebuah organisasi diantaranya adalah keahlian dan kejujuran. Dimana keahlian merupakan batasan atau indikasi dari kemampuan

yang tinggi dalam mengelola atau menjalankan sesuatu. Hal ini tentu akan sangat diperhatikan oleh masyarakat/partner bisnis kita. Dan hal lain yang tidak boleh dilupakan adalah kejujuran. Dimana kejujuran sangat berperan penting bagi kontinuitas sebuah kerjasama, konsumen maupun partner bisnis pasti akan sangat nyaman dan senang apabila bekerjasama dengan orang yang jujur. Sehingga dua hal ini tidak boleh dipisahkan satu sama lainnya untuk membangun kredibilitas sebuah perusahaan. Sebagai rincian dan pendukung dari penjelasan tersebut berikut ini merupakan pendapat dari salah seorang ahli mengenai faktor penentu kredibilitas.

Kredibilitas sebuah perusahaan bergantung pada tiga faktor (Kotler dan Keller, 2006), yaitu:⁸

1. Keahlian perusahaan (*corporate expertise*) yaitu sejauhmana perusahaan terlihat mampu membuat dan menjual produk atau melakukan layanan.
2. Kepercayaan perusahaan (*corporate trustworthiness*) yaitu sejauhmana perusahaan tampak termotivasi untuk menjadi jujur, bergantung dan peka terhadap kebutuhan pelanggan.
3. Daya tarik perusahaan (*corporate attractiveness*) yaitu sejauhmana perusahaan terlihat disukai, menarik, bergengsi, dinamik, dan lain-lain.

4. Konsep-Konsep Mengenai Kredibilitas, Kualitas Dan Citra Bisnis

Menurut Alma Buchari (2003), Kredibilitas bisnis secara umum dapat diartikan sebagai kepercayaan masyarakat terhadap bisnis, baik yang menyangkut terhadap personil yang mengelola bisnis tersebut, ataupun terhadap kegiatan usaha bisnis itu sendiri. Kredibilitas ini berpangkal pada kualitas personil beserta segala aspek bisnis seperti masalah keuangan,

⁸ Kotler Philip. 2000. *Marketing Management*. India: Prentice Hall. (hlm 91).

pemasaran, kelancaran produksi, dan sebagainya. Kemudian citra bisnis yaitu pandangan masyarakat terhadap organisasi bisnis secara total sangat dipengaruhi oleh masalah kredibilitas dan kualitas bisnis ini. Diperolehnya citra yang baik terhadap bisnis merupakan langkah utama menuju sukses suatu usaha di masyarakat.⁹

Istilah citra ini digunakan dalam berbagai konteks seperti citra terhadap orang, lembaga, perusahaan, merek dan sebagainya. Di dalam ajaran Islam, kita diperintahkan agar selalu berperilaku jujur, menepati janji, sebab janji-janji tersebut nantinya akan diminta pertanggungjawabannya oleh Allah SWT. Dengan selalu jujur dan menepati janji saja, citra pribadi seorang akan meningkat, apalagi ditambah dengan kualitas atribut lainnya baik berbentuk materi ataupun non materi. Citra dalam bahasa Inggris "image" adalah sejumlah kepercayaan, ide atau nilai dari seseorang terhadap suatu objek, merupakan konstruksi mental seseorang yang diperolehnya dari hasil pergaulan atau pengalaman seseorang, atau merupakan interpretasi, reaksi, persepsi atau perasaan dari seseorang terhadap apa saja yang berhubungan dengannya.

Kredibilitas suatu bisnis dapat dilihat dari segi internal dan eksternal suatu usaha. Apakah usaha itu telah secara efisien menggunakan segala sumber-sumber yang tersedia. Dan apakah produk yang dihasilkan sudah mencapai sasaran yang dikehendaki oleh masyarakat yang terbukti laku dan terjadinya pembelian ulang oleh anggota masyarakat. Sedangkan kualitas perusahaan terlihat di dalam segala segi keterhubungan perusahaan dengan dunia luar sehingga perusahaan mendapat image bonafid, likuid, solvabel, dan solid, sehingga dengan demikian kontinuitas perusahaan lebih terjamin.

⁹ Buchari Alma. 2003. *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*. Bandung: CV Alfabeta. (hlm 157).

Jika dilihat kualitas dari suatu produk yang dihasilkan perusahaan, ini berarti melihat sampai dimana produk itu dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Artinya seberapa besar manfaat barang tersebut dalam memenuhi selera konsumen. Kualitas dalam arti sempit dalam dunia perusahaan tertuju kepada berbagai elemen, seperti mutu kerja, mutu layanan, mutu informasi dan pada umumnya ini berkaitan dengan mutu kepuasan konsumen.

Oleh karena itu peran pimpinan sangat menentukan terhadap mutu produknya, karena erat hubungannya dengan mutu kebijakan serta mutu keputusan yang dibuatnya. Di dalam perusahaan walaupun ragam gaya kepemimpinan telah dimiliki, namun untuk mencapai sukses, program pengendalian mutu sangat diperlukan. Dalam hal manajemen mutu ada tiga hal yang perlu dilakukan yaitu:¹⁰

- a. Pemeliharaan (*maintenance*)
- b. Pengembangan (*development*)
- c. Terobosan (*breakthrough*)

Yang terakhir terobosan akan dapat mengangkat mutu ke jenjang yang lebih tinggi, dan inilah yang dilakukan oleh jepang dalam manajemen mutu mererka yaitu KAIZEN yang berarti *unending improvement* yaitu perbaikan yang terus menerus dalam segala hal, baik yang menyangkut pribadi, keluarga, kantor, pabrik, dan sebagainya. Usaha perbaikan ini dilakukan dengan mencari terobosan-terobosan tanpa henti-hentinya guna perbaikan, baik dalam bentuk *blacward quality* ataupun *forward quality*.

Blacward quality berarti salah satu tindakan strategis yang mengacu kepada perbaikan produk (*product development*), agar lebih sempurna, lebih murah, lebih canggih, ataupun lebih mahal dan sebagainya. Sedangkan *forward quality* berarti

¹⁰ Linde Klebe Trevina, A. Nelson. 1995. *Managing Busines Ethics*. John Wiley&Sons Inc. (hlm 10).

perbaikan mutu yang diarahkan kepada perbaikan penguasaan pasar, agar dapat mencapai target dan market yang diharapkan dengan menggunakan segala strategi dan taktik marketing.

5. Unsur-Unsur Kualitas dan Kontinuitas Perusahaan

Ketahanan sebuah perusahaan bisa diketahui dari beberapa unsur. Tanpa unsur-unsur tersebut sebuah perusahaan mungkin tidak akan bertahan lama.

Menurut Alma Bukhari (2003), Untuk menjaga kelangsungan hidup dan juga memperlihatkan kualitas perusahaan maka pimpinan harus menjaga unsur-unsur berikut:¹¹

1. Soliditas
2. Likuiditas
3. Solvabilitas
4. Credietwaardigheid (*credit standing*)
5. Rentabilitas

Soliditas

Soliditas disini diartikan sebagai suatu kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat terhadap perusahaan. Ada tiga macam soliditas, yaitu soliditas moral, finansial, dan komersial.

Soliditas Moral

Soliditas moral berarti kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat, sehubungan dengan moral dari pimpinan atau moral perusahaan itu sendiri. Apakah tidak ada keraguan atau cacat pimpinan yang mengeloa perusahaan tersebut. Moral menyangkut kebiasaan, pergaulan, hobby, perilaku dan sebagainya dari pimpinan yang tampak disinyalir oleh masyarakat. Faktor moral ini akan

¹¹ Buchari Alma. 2003. *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*. Bandung: CV Alfabeta. (hlm 159).

mempengaruhi maju mundurnya atau terancamnya dana yang diinvestasi dalam perusahaan.

Pada saat mengajukan permohonan kredit bank biasanya diminta nama dan riwayat hidup dari perusahaan. Jadi untuk memperoleh kepercayaan bank, terutama dalam permohonan kredit, diadakan penilaian yang mencakup tiga hal:

- a. Unsur pribadi, dari para pimpinan perusahaan
- b. Unsur yuridis, menyangkut status perusahaan, dan surat-surat izin lainnya
- c. Unsur materi, menyangkut segi-segi jaminan keselamatan kredit

Soliditas Finansial

Ini dimaksudkan kepercayaan dalam bidang keuangan yang ditanam (diinvestasi) dalam perusahaan, apakah mempunyai resiko tinggi atau resiko rendah. Misalnya mana yang lebih tinggi resikonya menggunakan uang dalam bidang pertanian, pengangkutan atau di bank. Semua investasi ini tentu mempunyai resiko, misalnya bidang pertanian diancam resiko gagal panen, muncul serangan hama, adanya bencana alam yang berada di luar kekuasaan manusia. Usaha transportasi juga mempunyai resiko yaitu sering terjadi kecelakaan, pencurian, kebakaran dan sebagainya. Oleh sebab itu, dari segi soliditas finansial, maka investasi uang pada bank akan memiliki resiko lebih kecil dibandingkan dengan bidang pertanian dan transportasi namun ini tidak berarti semua akan diinvestasi di perbankan, karena banyak pula pengusaha yang memiliki skill dan bergerak dalam bidang transportasi dan bidang pertanian. Sebagaimana Allah SWT telah mengatur rezeki manusia dan kepandaian manusia dalam mengelola suatu usaha pun tidaklah sama.

Soliditas Komersial

Soliditas komersial ini paling penting dalam dunia bisnis. Ini berarti kemampuan perusahaan dalam menepati janji-janji dagang. Bila seorang pengusaha sering meleset janji, apalagi tidak ditepati sama sekali, maka tunggu sajalah kehancuran tersebut. Sering pula janji ini dipakai sebagai alat menipu sesama rekan. Memang orang bisa menipu, tetapi hanya akan dapat menipu satu atau dua kali, setelah itu orang tidak akan dapat ditipu lagi. Oleh sebab itu diperlukan sikap kehati-hatian dalam kegiatan bisnis. Menurut ajaran Islam, masalah janji ini seperti yang dinyatakan dalam surat Al-Maidah ayat 1: Hai orang-orang yang beriman penuhilah janji itu. Demikian pula dalam surat An-Nahl ayat 91: tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji, dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpahmu itu sesudah kamu nyatakan, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksi atas sumpahmu itu.¹²

Likuiditas

Likuiditas berasal dari kata “likuid” yang berarti cair, pengertian likuiditas ini menurut Suparmoko, M (1997), mencakup:

1. Likuiditas badan usaha, ialah kemampuan badan usaha melunasi utang-utangnya yang jatuh tempo.
2. Likuiditas perusahaan, ini berarti kemampuan perusahaan untuk melakukan pengeluaran atau menyediakan alat-alat lancar tepat pada waktunya, guna kelangsungan proses produksinya. Jadi harus tersedia alat likuid yang cukup pada saat membeli bahan baku, membayar upah kerja untuk proses produksi. Alat-alat

¹² Al-Qur'anulkarim.

likuid yang dimaksudkan di sini ialah uang yang tersedia di kas, bank, piutang yang segera ditagih.

3. Likuiditas suatu aktiva, yaitu kemampuan suatu aktiva atau asset untuk dijadikan uang tunai pada waktu tertentu.

Aktiva dalam bentuk mobil adalah lebih likuid dibandingkan dengan sawah di pedesaan. Karena mobil akan lebih cepat dapat terjual, dijadikan uang tunai dibandingkan dengan sawah, karena orang yang akan membeli sawah sangat sedikit peminatnya.

Mengenai penjagaan likuiditas ini sangat tergantung pula pada sumber daya manusia, yang mampu mengantisipasi keadaan perusahaan terhadap gejolak masa yang akan datang.

Jadi masalah likuiditas ini adalah masalah bonafiditas atau kredibilitas atau masalah kepercayaan seseorang karena orang itu mampu membayar utang-utangnya. Jika utang tidak terbayar atau seringkali minta pengunduran waktu pelunasannya, hal ini akan menyebabkan turunnya harga diri orang yang berutang dan merosotnya kredibilitas atau bonafiditasnya.

Solvabilitas

Adalah kemampuan suatu perusahaan untuk dapat membayar semua utang-utangnya jika pada saat itu perusahaan dibubarkan. Karena solvabilitas berhubungan dengan kemungkinan dibubarkannya perusahaan, maka penilaian dari aktiva yang dimiliki perusahaan harus didasarkan atas dasar nilai jualnya:

Ratio Solvabilitas dihitung dengan rumus:

$$\text{Solvabilitas} = \frac{\text{nilai jual aktiva}}{\text{Jumlah seluruh utang}} \times 100\%$$

Jika rasionya lebih besar dari 100% maka perusahaan dianggap solvabel artinya dapat membayar semua utangnya jika pada saat itu perusahaan dilikuidasi (dibubarkan).

Credietwaardigheid

Credietwaardigheid artinya kemampuan perusahaan untuk memperoleh kredit karena dipercaya. Jika soliditas, likuiditas dan solvabilitas baik, maka credietwaardigheid-nya akan baik. Ketiga unsur ini saling membantu.

Selanjutnya dapat dikemukakan empat macam variasi hubungan antara likuiditas, solvabilitas sebagai berikut:

1. Perusahaan yang likuid dan solvabel. Ini merupakan suatu keadaan yang ideal, yang terbaik bagi perusahaan dan juga untuk credietwaardigheid. Perusahaan ini lancar membayar utang-utangnya yang jatuh tempo, dan juga memiliki assets (harta) yang cukup guna menjamin utang-utang tersebut.
2. Perusahaan yang likuid tetapi tidak solvabel. Perusahaan ini bisa berjalan terus karena dapat membayar utang-utang jangka pendeknya yang sudah jatuh tempo, mungkin dengan cara gali lobang tutup lobang, tetapi akan mengalami kesukaran manakala perusahaan tidak sanggup membayar utang jangka panjang karena perusahaan aktivasinya lebih kecil dibandingkan dengan utang.
3. Perusahaan yang tidak likuid tapi solvabel. Perusahaan ini mempunyai aktiva yang besar, tetapi sangat kekurangan alat likuid. Akibatnya perusahaan seringkali minta penangguhan pembayaran utang. Ini mencerminkan manajemen kas yang kurang baik, yang mungkin disebabkan utang jangka pendek diinvestasikan pada proyek-proyek berjangka lama. Akibatnya pada saat utang harus dibayar, tidak tersedia uang kas yang cukup.
4. Perusahaan yang tidak likuid dan tidak solvabel.

Perusahaan ini merupakan perusahaan yang terburuk kondisinya, dan harus direorganisasi. Perusahaan ini tidak mampu membayar utang dan tidak memiliki assets yang cukup guna menjamin utang tersebut.

Rentabilitas

Rentabilitas berarti perbandingan antara hasil dan modal yang mendatangkan hasil tersebut. Rentabilitas ini akan dapat ditingkatkan dengan mempertinggi tingkat efisiensi dalam perusahaan yang dapat dilakukan oleh sumber daya manusia yang kreatif dan profesional. Efisiensi dipertinggi di segala bagian, berarti produktivitas meningkat.

Dengan demikian BCR (Benefit Cost Ratio) yaitu perbandingan antara keuntungan dengan biaya akan tinggi atau lebih besar dari satu. Mencari laba bukan dengan cara menaikkan harga, atau memasang harga tinggi kepada pembeli yang tidak mengetahui harga. Praktek semacam ini akan merugikan nama baik perusahaan, karena bagaimanapun juga lama kelamaan konsumen yang pernah membeli, akhirnya akan mengetahui juga bahwa harga yang diberikan kepadanya adalah mahal. Biarlah harga persatuan barang murah, tetapi volume penjualan tinggi. Dengan demikian rentabilitas perusahaan akan tinggi.¹³

6. Manajemen Utang Piutang Dalam Islam

Dalam agama islam utang dikenal dengan sebutan *dayn* terambil dari kata *دين*, *دين*, *دين*, *دين* yaitu mengutang, memberi pinjaman, berutang atau meminjam, sedangkan utang piutang disebut dengan *mudayanah*. Berbarengan dengan itu, kata *dana* juga digunakan untuk arti menjadi rendah, hina (*dzalla*), menundukkan, merendahkan, melayani, membalas,

¹³ Ashari, Darsono. 2005. *Pedoman Praktis Memahami laporan Keuangan*. Yogyakarta: Andi Offset. (hlm.74-77).

memperbudak dan durhaka; di samping juga memiliki makna: berbuat baik, menjadi mulia, dan taat.¹⁴

Hutang piutang adalah memberikan atau membantu orang lain dalam keadaan mendesak. Dalam hukum kaidahnya hutang piutang dibagi menjadi beberapa macam, diantaranya yaitu:¹⁵

1. Hutang menjadi wajib apabila seseorang dalam keadaan sangat mendesak yang berhubungan dengan nyawa seseorang.

Contohnya: seorang ibu butuh biaya untuk anaknya dirumah sakit yang harus dioperasi dengan membutuhkan banyak biaya sedangkan orang tuanya tidak mampu untuk membiayai anak dan kalau tidak segera dioperasi maka nyawa anaknya terancam, maka ibu tersebut wajib untuk meminjam uang dan yang dihutangi wajib memberikan hutang.

2. Hutang menjadi sunnah apabila seseorang membutuhkan uang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang mendesak.

Contohnya: ketika seorang pelajar lupa membawa ongkos dari rumah maka sunnah untuk meminjam uang/hutang dan yang dihutangi sunnah hukumnya.

3. Hutang menjadi mubah atau boleh apabila seseorang membutuhkan untuk melengkapi kekurangan kebutuhannya.

Contohnya: seseorang ingin membuka usaha sedangkan orang tersebut tidak mempunyai modal, maka mubah untuk meminjam/hutang dan yang dihutangi mubah memberikan hutang.

¹⁴ Tanjung Hendri. 2014. *Manajemen Syariah dalam praktik 9 Nabi dan rasul*. Jakarta: PT. Gramedia. (hlm 103-106).

¹⁵ JHI. 2011. *Etika Islam dalam Manajemen keuangan*. Tulungagung, Vol 9, No2.

4. Hutang menjadi haram apabila seseorang meminjam/hutang untuk hal negative.

Contohnya: seseorang meminjam/hutang untuk membeli air miras atau hal yang negative lainnya, maka haram hukumnya bagi orang yang memberikan hutang dengan catatan orang tersebut mengetahui untuk membeli air miras.

Dalam hutang sendiri ada 4 rukun yang harus dipenuhi agar syah secara syariat Islam.

Diantaranya;

1. Adanya penghutang atau orang yang berhutang
2. Adanya pemberi hutang
3. Adanya barang yang dihutangkan atau dipinjamkan
4. Adanya ijab qobul

Di dalam Islam sendiri telah dicontohkan dan diatur adab tentang perihal hutang piutang. Diantaranya adalah:

1. Tidak diperkenankan adanya tambahan dalam pengembalian hutang (riba) yang diperbolehkan adalah pemberian hadiah atau ucapan terimakasih dari penghutang kepada pemberi hutang dan hal ini tidak dicantumkan atau diatur dalam akad atau perjanjian.
2. Memberikan tenggang waktu atau tempo kepada penghutang untuk mengembalikan hutang hal ini untuk memudahkan penghutang.
3. Bagi orang yang berhutang agar berusaha untuk segera melunasi hutangnya dan tidak menunda-nunda pembayaran hutangnya
4. Bagui penghutang yang menunda-nunda pembayaran hutang padahal ia mampu untuk membayarnya boleh diberikan peringatan.

5. Bagi yang memberi hutang hendaknya diniatkan untuk membantu sesama, dan untuk mencari ridho Allah S.W.T.

Dalam pergaulan hidup sehari-hari jarang kita jumpai orang tidak berutang. Nampaknya utang ini sudah melekat pada kehidupan manusia di zaman modern ini. Banyak produsen ataupun pedagang yang menawarkan barangnya secara kredit, baik barang mewah maupun barang keperluan dapur. Banyak orang yang pro dan banyak pula yang kontra membeli barang secara kredit, begitu pula pro kontra mengambil utang. Bagi orang yang suka berutang, haruslah berhati-hati dan membuat perencanaan, baik dalam mencicil utangnya. Jangan sampai tak mampu mencicil utang, dan menunda pembayaran utang dengan janji-janji saja. Janji yang seringkali mungkir, utang yang tak terlunasi, akan membuat seseorang terhimpit beban berat, dan selalu merasa berada di bawah tekanan orang lain dan harga dirinya akan turun, dia merasa hina. Hal ini juga diriwayatkan dalam sebuah Hadist yang berbunyi:

“Utang adalah bendera Allah di bumi. Apabila Allah berkehendak untuk menghinakan seseorang, diletakkannya utang di pundak orang itu.” (HR. Hakim).

Di dalam mengelola perusahaan sendiri diperbolehkan untuk berhutang kepada debitur maupun bank. Dalam hal ini berhutang untuk penambahan modal dalam rangka pengembangan usaha atau untuk menstabilkan kondisi perusahaan dikala sedang ambruk atau koleps. Asalkan mampu untuk membayar hutang tersebut di kemudian hari.

Demikian beratnya tanggungan sebuah utang, yang jika tidak dilakukan manajemen utang secara baik, maka akan menimbulkan malapetaka bagi yang berutang. Hendaknya jika berutang, apakah sudah ada harapan penghasilan yang akan diterima. Apakah datangnya penghasilan itu tidak akan

meleset? Apakah pengambilan utang itu memang perlu sekali, mendesak atau masih dapat ditunda? Dengan demikian semua faktor harus dipertimbangkan, sehingga beban hidup dapat tidak terlalu berat, “tidak besar pasak daripada tiang” dan cicilan utang dapat berjalan lancar. Hal ini tidak saja menimpa individu akan tetapi juga dapat menimpa perusahaan, atau bahkan sebuah negara sekalipun dapat bangkrut karena utang.

Dalam kegiatan bisnis, orang tidak bisa terlepas dari kegiatan utang-piutang. Karena kegiatan ini melekat dengan kegiatan bisnis itu sendiri. Dalam usaha bisnis orang biasa membeli barang dan pembayaran di belakang secara tunai, ataupun dibayar dengan surat berharga berupa cek, atau giro bilyet mundur. Cek atau giro bilyet mundur ini dapat 1,2,3 bulan atau lebih, tergantung pada perjanjian antara penjual dan pembeli. Namun bagi seorang individu, keinginan berutang timbul karena beberapa sebab, diantaranya:

1. Memang sangat diperlukan, misalnya untuk menutupi keperluan hidup, karena penghasilan tidak cukup.
2. Karena keperluan mendadak, sedang dana tabungan tidak ada, seperti untuk keperluan pengobatan, biaya sekolah anak, kontrak rumah dan sebagainya.
3. Keinginan menikmati kehidupan melampaui batas kemampuannya, dengan kata lain besar pasak daripada tiang.
4. Karena pola hidup yang salah, dan menggunakan uang yang tidak semestinya seperti berjudi, mabuk dan perbuatan amoral lainnya.

Kebiasaan berutang yang tidak masuk akal dan tidak baik ini dapat dihindarkan dengan mengajak orang tersebut mendalami dan melaksanakan ajaran Islam secara baik dan benar. Sedangkan orang berutang dengan alasan yang dapat dibenarkan, maka hendaklah membuat perencanaan dalam rangka manajemen utang yang baik. Dalam Al-Quranulkarim,

kita tidak dilarang berutang, bahkan disuruh untuk membuat administrasi utang yang baik dengan menggunakan para saksi, memakai jaminan, dan ditulis secara baik oleh seorang khatib (penulis) yang jujur. Bahkan apa yang akan ditulis itu harus didiktekan oleh pihak yang berutang, agar ia mampu melaksanakan janji yang akan ditulis oleh penulis tersebut.

Janganlah sekali-kali pihak yang berutang (debitur) mengharapkan belas kasihan dari yang mengutangkan (kreditur). Karena pihak kreditur, tidak dibenarkan menagih secara paksa pihak debitur agar segera membayar utangnya, akan tetapi berilah kesempatan leluasa sampai pihak debitur memiliki kemampuan membayar. Malahan akan lebih baik utang itu dihibahkan saja kepada yang berutang, tentu hal ini kurang baik diharap-harap oleh debitur. Hal ini diriwayatkan dalam hadist Thabrani:

“Semulia-mulianya mukmin, ialah orang yang longgar dalam penjualan, longgar dalam pembelian, longgar dalam pembayaran utang dan longgar dalam penagihan piutangnya”. (HR. Thabrani).

Perkataan longgar di atas maksudnya ialah tidak memaksakan kehendaknya, ingin menang sendiri, akan tetapi semuanya dilakukan dengan penuh persahabatan, kekeluargaan dan ikhlas, baik sebagai orang berutang ataupun yang punya piutang.

Dengan berutang ataupun berpiutang kita dapat membuat pahala. Apabila berutang maka usahakan melunasi utang sebelum waktunya, dan lebihkanlah pembayarannya dari jumlah uang yang diutang. Itulah yang lebih baik bagimu. Jika berutang barang, maka bayarlah dengan barang yang lebih baik, ini sudah dicontohkan oleh Rasulullah. Demikian pula bagi yang berpiutang. Niatkan pada saat memberi pinjaman, kita ikut membantu meringankan beban sesama, ikut mengatasi kesulitan orang, atau meningkatkan kesejahteraan orang lain,

bukan untuk menyengsarakan orang. Dinyatakan oleh hadist HR Muslim:

“Barangsiapa yang melepaskan kesusahan seorang Mukmin dari kesusahan-kesusahan dunia, niscaya Allah akan melepaskan kesusahannya di hari qiamat.” (HR. Muslim).

Tentu saja dalam hal ini bagaimana niat dari yang memberi pinjaman. Karena sudah diketahui, setiap amalan itu tergantung pada niatnya, betul-betul ikhlas atautkah ada harapan lain dibalik pinjaman itu.

C. Kesimpulan

Suatu rekonstruksi kesadaran baru tentang bisnis. Bisnis baik sebagai aktivitas yang dilakukan oleh individual, organisasi atau perusahaan, bukan semata-mata bersifat duniawi semata. Akan tetapi sebagai aktivitas yang bersifat material sekaligus immaterial. Suatu bisnis bernilai, apabila memenuhi kebutuhan material dan spiritual secara seimbang, tidak mengandung kebatilan, kerusakan dan kezaliman. Akan tetapi mengandung nilai kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggung-jawaban, kebenaran, kebajikan dan kejujuran. Sehingga dengan ketiga prinsip landasan praktek mal bisnis diatas, dapat dijadikan tolok ukur apakah suatu bisnis termasuk ke dalam wilayah yang bertentangan dengan etika bisnis atau tidak. Hal ini tidak saja menimpa individu akan tetapi juga dapat menimpa perusahaan, atau bahkan sebuah negara sekalipun dapat bangkrut karena utang.

Di dalam mengelola perusahaan sendiri diperbolehkan untuk berhutang kepada debitur maupun bank. Dalam hal ini berhutang untuk penambahan modal dalam rangka pengembangan usaha atau untuk menstabilkan kondisi perusahaan dikala sedang ambruk atau koleps. Asalkan mampu untuk membayar hutang tersebut di kemudian hari, dengan memperhatikan beberapa unsur seperti

Soliditas, Likuiditas, Solvabilitas, Credietwaardigheid (credit standing) dan Rentabilitas.

Manajemen utang piutang sangat erat hubungannya dengan konsep kredibilitas, dengan citra dari sebuah usaha atau perusahaan dimana kredibilitas sebuah perusahaan sangat berpengaruh pada citra perusahaan tersebut dimata umum. Dan hal tersebut sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan atau memperbaiki citra mereka dimata umum agar bisa mendapatkan profit dan income yang besar. Dimana citra perusahaan juga berpengaruh kepada marketing atau penjualan perusahaan, juga sangat berpengaruh dalam mendatangkan seorang partner bisnis, dan penambahan modal melalui peminjaman atau hutang. Sebuah perusahaan yang kredibel tentu akan mendapat citra yang baik dimata umum, begitupun juga sebaliknya sebuah perusahaan yang tidak kredibel akan sulit mendapat kepercayaan dari publik dan berpengaruh buruk terhadap citra perusahaan tersebut.

Kebiasaan berutang yang tidak masuk akal dan tidak baik ini dapat dihindarkan dengan mengajak orang tersebut mendalami dan melaksanakan ajaran Islam secara baik dan benar.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'anulkarim.
- Ahmad, Mustaq. 2001. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al Kautsar.
- Abu Sinn. 2006. *Manajemen Syariah Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Ashari, Darsono. 2005. *Pedoman Praktis Memahami laporan Keuangan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Adi Nugroho. 2012. *Konsep Teori & Tinjauan Kasus Etika Bisnis*. Vol. 8 No. 1.
- Bartens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Jakarta: Kanisius.
- Beekun, Rafiq Issa. 1997. *Islamic Business Ethict*. Virginia: International Institute of Islamic Thought.
- Buchari Alma. 2003. *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*. Bandung: CV Alfabeta.
- Gustina. 2008. *Etika Bisnis Kajian Nilai & Moral*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.3. No.2.
- JHI. 2011. *Etika Islam dalam Manajemen Keuangan*. Tulungagung.
- Kotler Philip. 2000. *Marketing Management*. India: Prentice Hall.
- Keraf, A. Sonny. 1998. *Etika Bisnis*. Jakarta,: Kanisius.
- Linda Klebe, A. Nelson. 1995. *Managing Busines Ethics*. John Wiley & Sons. Inc.
- Mahendra Nugroho. 2012. *Jurnal ekonomica*. Yogyakarta: Volume 8, Nomor 1.
- Muhammad, Fauzi. 2001. *Visi Al Quran Tentang Etika & Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah.
- Rahardjo, Dawam. 1990. *Etika Ekonomi dan Manajemen*, Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Tandi Aspada, Sofi'i, Azizah. 2014. *Muhammad SAW sebagai Pelaku Bisnis*. www. Etikabisnis.com.
- Velaquesz, Manuel G. 2002. *Busines Ethics: Concepts and Chases*, Fith edition. Prenticee Hall.