

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi yang memegang peranan penting dalam memenuhi berbagai kebutuhan umat manusia. Bisnis dapat menjadi motor penggerak yang mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat. Bisnis merupakan pertukaran barang atau jasa yang dapat saling menguntungkan dan saling memberikan keuntungan. Bisnis dilakukan akibat adanya ketergantungan antar individu. Perdagangan juga dapat dipahami sebagai kegiatan bisnis yang terpisah, yang memperoleh, menciptakan dan menghasilkan nilai dengan mengatur produksi suatu barang dan jasa, sehingga kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi dan dapat memperoleh sebuah keuntungan melalui kegiatan jual beli.

Kegiatan jual beli merupakan kegiatan/aktivitas tukar menukar barang atau properti kepemilikan secara permanen. Islam menghalalkan perdagangan atau perniagaan atau jual beli. Namun tentu dengan menggunakan tata cara khusus, ada aturan main yang mengatur bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha dibidang perdagangan. Salah satu pola bisnis yang saat ini sedang marak dan berkembang adalah dalam bidang pengobatan atau produk herbal. Berbagi usaha yang semakin tumbuh khususnya yang bergerak dalam bidang pengobatan atau produk herbal beberapa tahun ini telah meningkatkan banyak permintaan di kalangan masyarakat. Indonesia merupakan salah satu negara dengan mayoritas penduduk menganut agama Islam terbesar. Agama Islam memerintahkan kepada

umat muslim untuk bekerja keras mencari rezeki dengan cara yang halal dan thoyyib guna mencukupi kebutuhan hidup dirinya dengan keluarganya. Agama Islam memberikan kebebasan kepada setiap individu muslim untuk memilih jenis usaha atau pekerjaan atau profesi yang sesuai dengan keahlian dan bakat masing-masing individu, baik yang berat, kasar, dan sulit sekalipun.

Agama Islam sangat berpengaruh terhadap kultur masyarakat Indonesia sejak awal terbentuk hingga yang saat ini berkembang. Konsumen muslim Indonesia merupakan target pangsa pasar dan sumber yang besar. Secara global populasi umat muslim sangat besar dan akan terus bertambah setiap tahunnya. Demikian pula permintaan produk dan jasa. Generasi umat muslim yang baru mempunyai paradigma, yakni percaya bahwa keimanan dan modernitas harus bergandengan tangan dan juga percaya bahwa seorang muslim harus bangga dengan identitas yang melekat pada diri seorang muslim, serta mengkonsumsi barang dan makanan halal adalah bagian dari identitas. Islam menuntut bagi pemeluknya untuk senantiasa mengkonsumsi produk-produk *halal dan thoyyib* (baik), sebagai mana yang telah di sebutkan dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 88 :

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya : “*dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadanya*”.

Ayat tersebut menerangkan kepada manusia agar memakan makanan yang halal dan thoyyib (baik). Hal tersebut membuat produsen berusaha untuk dapat menciptakan produk-produk yang halal untuk dapat dikonsumsi oleh umat muslim.

Seiring berkembangnya zaman, tercipta satu produk halal yang berbasis syariah dengan system pemasaran berbasis MLM Syariah yang dikenal dengan nama produk Halal Network International-Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HNI-HPAI). HPAI ialah suatu perusahaan bisnis Halal Network di Indonesia yang fokus terhadap produk-produk halal dan herbal. HPAI didirikan secara resmi pada 19 Maret 2012. Tujuan didirikan PT HPAI untuk menjayakan produk-produk halal dan berkualitas berazaskan *Thibbunnabawi* serta dalam rangka membumikan kemajuan, dan mengaktualisasikan ekonomi Islam di Indonesia melalui *enterpeneurship*.

Produk HPAI mendapat sertifikat halal dari MUI pada tanggal 27 Juli 2016 dengan No. SK 002.36.01/DSN-MUI/IV/2015(MUI, 2020), yang memberikan jaminan kebaikan produk. Bahan baku yang digunakan untuk produk HPAI tentunya dari bahan yang halal dan sesuai dengan syariat islam. Penjualan produk HNI-HPAI di Indonesia dimulai sejak tahun 2012 dengan cara pemasaran *door to door* dan awalnya HNI-HPAI hanya menjual dua produk dan kemudian berkembang menjadi 80 item hingga saat ini penjualan produk HNI-HPAI sudah tersebar di berbagai daerah melalui agen dan dan business center HPAI di Indonesia, hal tersebut membuktikan bahwa, produk HPAI akan menjadi *brand* produk herbal berlabel halal yang mendapatkan tempat eksklusif di hati para konsumen. Hal ini juga menjadikan HNI-HPAI sebagai sarana untuk perbaikan kesejahteraan anggota dan masyarakat. PT. HNI-HPAI pernah mendapatkan prestasi sebagai “*The Best Trusted Multi Lever Company Of The Year*” pada tanggal 11 November 2016 (HNI-HPAI, n.d.).

Dalam operasional pemasaran, ada beberapa agen yang didirikan untuk memaksimalkan penjualan produk HPAI. Agenstok HPAI merupakan jalur distribusi dari produk-produk HPAI. Menurut buku Panduan Sukses HPAI (2019), rangkaian jalur distribusi tersebut dari yang terkecil yakni Stokis Center (Sc), Distribution Center (DC), Agency Center (AC), hingga rangkaian yang terbesar Business Center (BC), yang tersebar di 28 provinsi di Indonesia dan hampir seluruh dunia.

Tabel 1.1
Data Jumlah BC HPAI di Indonesia 2019

No	Nama Wilayah	Jumlah BC
1	Nanggroe Aceh Darussalam	14
2	Kepulauan Riau	8
3	Riau	16
4	Sumatera Utara	18
5	Sumatera Barat	18
6	Sumatera Selatan	13
7	Bangka Belitung	8
8	Bengkulu	5
9	Jambi	2
10	Lampung	6
11	Banten	7
12	Jakarta	10
13	Jawa Barat	72
14	Jawa Tengah	25
15	Jawa Timur	27
16	Yogyakarta	8
17	Kalimantan Timur	5
18	Kalimantan Barat	14

No	Nama Wilayah	Jumlah BC
19	Kalimantan Selatan	7
20	Kalimantan Tengah	3
21	Sulawesi Selatan	10
22	Sulawesi Tengah	3
23	Sulawesi Utara	1
24	Sulawesi Tenggara	2
25	Gorontalo	3
26	Maluku	2
27	Maluku Utara	2
28	Nusa Tenggara Barat	4
Jumlah		295

Sumber: Buku Panduan Sukses HNI HPAI 2019

Di Provinsi Jambi terdapat tiga *Business Center* (BC), namun *Business Center* (BC) 1 sudah tidak beroperasi lagi. *Business Center* (BC) Jambi 2 berdiri pada Februari 2014, sedangkan *Business Center* (BC) Jambi 3 berdiri pada November 2019 (Wawancara, Idrus, 2020).

Berdasarkan observasi awal, peneliti menemukan kenyataan yang berbeda dengan teori yang ada, yaitu pada saat agen HPAI di Kota Jambi melakukan transaksi jual beli masih terdapat perilaku kecurangan atau ketidak jujuran yang dilakukan oleh agen HPAI, seperti masih ada agen yang menjual produk HPAI di bawah harga resmi kepada konsumen demi menarik pelanggan. Kedua, masih ada agen yang melakukan transaksi bukan dalam bentuk tunai (kredit), melainkan menjual dengan harga yang tidak wajar yaitu lebih tinggi dari harga resmi. Ketiga, masih adanya perilaku tidak jujur antar agen, seperti mengurangi sebagian atau seluruh hak agen lain, misalnya agen 1 tidak memasukkan poin penjualan agen 2

yang bergabung dengannya, pihak agen 1 mengambil poin agen 2 dengan alasan penjualan agen 2 merupakan testimony atau belum laku dipasaran, sedangkan setiap produk HPAI yang dijual memiliki poin. Poin tersebut didapatkan oleh pihak agen dan nantinya akan digunakan sebagai evaluasi penjualan untuk agen HPAI agar dapat dihitung dan bonus diberikan kepada agen HPAI.

Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, etika dan bisnis menjadi dua hal penting yang tidak dapat diabaikan. Dengan memiliki etika dan nilai bisnis, menjalankan bisnis tidak hanya akan menghasilkan manfaat yang besar, tetapi juga akan membawa manfaat seperti memperoleh kepercayaan, citra positif, dan keberlangsungan usaha itu sendiri. Ekonomi (bisnis) dan akhlak (etika) bagaikan dua sisi mata uang yang tidak pernah terpisahkan. Sama halnya dengan ilmu dan akhlak. Karena realitas moral dalam kehidupan masyarakat yang terjernih lewat studi kritis adalah wilayah etika. Sebab dalam agama Islam, ketinggian nilai etika tidak saja secara teoritis yang bersifat abstrak namun juga bersikap aplikatif dengan basic Al-Qur'an dan Hadits yang dijadikan sebagai bahan acuan dalam aktivitas bisnis.

Menurut Azizah (2020), di dalam kaitannya dengan paradigma Islam tentang etika bisnis, maka landasan filosofis yang harus dibangun dalam pribadi seorang muslim adalah adanya konsepsi hubungan manusia dengan manusia juga manusia dengan lingkungannya, serta hubungan manusia dengan Tuhannya. Dan etika bisnis Islam merupakan etika bisnis yang mengedepankan nilai-nilai Al-Qur'an, dan hadits. Landasan yang menjadi pedoman atau acuan dalam etika bisnis

yang dicontohkan Rasulullah SAW, yaitu Shiddiq (Jujur), Amanah (Dapat dipercaya), Fathonah (Cerdas), Tabligh (Ramah dan Komunikatif).

Menurut Harahap (2011), etika adalah cabang filsafat yang mempelajari baik buruknya perilaku manusia. Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis. Etika juga dekat dengan nilai. Nilai adalah perasaan yang benar dan salah, serta diuji kebenarannya. Sedangkan bisnis tidak terlepas dari aktivitas produksi, penjualan, pembelian, dan pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Aktivitas dalam bisnis pada umumnya punya tujuan menghasilkan keuntungan kelangsungan hidup serta mengumpulkan modal bagi pelaksanaan kegiatan si pelaku bisnis itu sendiri .

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahmawati (2019), menyatakan bahwa seluruh agen HPAI sudah melaksanakan implementasi etika bisnis islam dengan baik berdasarkan kode etik dan standar pelayanan yang telah ditentukan. Penelitian yang dilakukan Shabiran (2017), menyatakan bahwa etika bisnis pedagang belum sesuai dengan prinsip etika bisnis pedagang belum sesuai dengan prinsip etika bisnis yang diajarkan Rasulullah.

Berdasarkan permasalahan diatas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM HPAI DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PADA PRODUK HALAL NETWORK INTERNASIONAL-HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA DI KOTA JAMBI”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik narasumber HNI-HPAI Kota Jambi?
2. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam PT HNI-HPAI dalam transaksi jual beli di Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui karakteristik narasumber HNI-HPAI Kota Jambi
2. Untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli HNI-HPAI di Kota Jambi

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini merupakan penerapan ilmu yang diperoleh selama kuliah juga dapat menambah pengalaman, pengetahuan serta wawasan khususnya yang berkaitan dengan ekonomi syariah terutama dalam dunia bisnis. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian dibidang yang sama bagi peneliti selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi PT HNI-HPAI Kota Jambi. Terkait dengan implementasi etika bisnis Islam di kantor PT Herba Penawar Al Wahida Indonesia Kota Jambi

