

# Studi Etika Bisnis Masyarakat Ambon Dalam Praktik Ekonomi

*by* Sucipto Sucipto

---

**Submission date:** 29-Dec-2022 10:58AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1987209484

**File name:** STUDI\_ETIKA\_BISNIS\_MASYARAKAT\_AMBON\_rev\_1.doc (143K)

**Word count:** 5823

**Character count:** 39952

## Studi Etika Bisnis Masyarakat Ambon Dalam Praktik Ekonomi

Sucipto<sup>1)</sup>, Yahya Reka Wirawan<sup>2)</sup>

Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas Terbuka<sup>1)</sup>, Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas PGRI Madiun<sup>2)</sup>

[yahyareka@unipma.ac.id](mailto:yahyareka@unipma.ac.id)<sup>2)</sup>

### Abstract

*So far, business practices carried out by the community are often forgotten in terms of ethics and behavior, so that they are focused on profit alone, even though ethics in business is very important. Among those who apply it are the Ambonese people who adhere to community norms and rules in business and ethics. This research uses a qualitative approach with the religiosity dimension of Glock and Stark, using the Ambonese community as primary data to explore field facts using data reduction, data display and verification analysis techniques. The results show that there are dimensions of their belief that originate naturally in doing business to know good and bad, and some are through certain education. The dimensions of their experience are materialist and spiritual, the dimensions of their practice are based on a fair, responsible and fair attitude. The consequence dimension is that they are always ready to learn from all the good and bad possibilities in business according to their awareness.*

**Keywords:** *Business Ethics, Religiosity Dimension, Ambonese Society.*

### Abstrak

Praktik bisnis yang dilakukan masyarakat selama ini sering terlupakan dari segi etika dan perilakunya, sehingga terfokus pada keuntungan semata padahal etika dalam bisnis sangat penting. Di antara yang menerapkannya adalah masyarakat Ambon yang memegang kuat norma dan aturan masyarakat dalam berbisnis dan terkait etika. Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan dimensi religiusitas dari Glock dan Stark, menjadikan masyarakat Ambon sebagai data primer untuk menggali fakta-fakta lapangan dengan teknik analisis data reduksi, data display dan verifikasi. Hasilnya menunjukkan bahwa Dimensi keyakinan mereka ada yang berasal secara alami dalam melakukan bisnis untuk mengetahui baik dan buruk, dan ada yang dengan melalui pendidikan tertentu. Dimensi pengalaman mereka bersifat materialis dan spiritualis, dimensi pengamalannya dilandasi sikap wajar, tanggungjawab dan adil, dimensi konsekuensinya adalah selalu siap belajar dari segala kemungkinan baik dan buruk dalam bisnis sesuai kesadaran.

**Kata kunci:** *Etika Bisnis, Dimensi Religiusitas, Masyarakat Ambon.*

## PENDAHULUAN

Etika berarti sikap, cara berfikir, watak, susila atau adat dan karakter. Sedangkan etika secara etimologis berarti ajaran atau ilmu tentang adat kebiasaan yang berkenaan dengan kebiasaan baik atau buruk, yang diterima umum mengenai sikap, perbuatan, kewajiban dan sebagainya.<sup>1</sup>

Etika juga bisa dipahami dengan dua perspektif yaitu praksis dan refleksi. Etika sebagai praksis berarti nilai-nilai dan norma-norma moral sejauh dipraktekkan atau justru tidak dipraktekkan, atau diartikan dengan apa yang dilakukan sejauh sesuai atau tidak sesuai dengan nilai dan norma moral. Sedangkan etika sebagai refleksi adalah pemikiran moral. Etika sebagai refleksi berbicara tentang etika sebagai praksis atau mengambil praksis etis sebagai

<sup>1</sup>Ernawan, *business ethics* (Bandung: Alfabeta, 2007), hal. 1-2.

obyeknya sehingga mampu menyoroti dan menilai baik buruknya perilaku orang.<sup>2</sup>

Etika ini yang senantiasa dipraktekkan oleh manusia, salah satunya ketika berinteraksi dalam dunia perdagangan atau bisnis yang meliputi konsumsi, distribusi dan produksi. Bisnis ini yang harus dipahami bersama secara benar sehingga mampu dilakukannya dengan baik sesuai dengan doktrin-doktrin agama yang telah diajarkan. Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha.<sup>3</sup> Sedangkan beberapa pakar mendefinisikan bisnis dengan berbagai macam redaksi seperti yang dikutip oleh Ismail, diantaranya menurut Skinner (1992) mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.

Oleh sebab itu, dalam aktifitas-aktifitas ekonominya dilakukan berdasarkan etika agar tidak merugikan salah satu pihak dalam bertransaksi atau bisnis. Aktifitas ekonomi tersebut otomatis syarat dengan tuntunan norma-norma kehidupan manusia baik dalam tataran individual maupun kolektivitas sebab keduanya menjadi undang-undang paling utama kehidupan yang meliputi kebahagiaan, ketenangan dan pencapaian cita-cita manusia, fitrah manusia dalam menjalani hidupnya sebagai makhluk ekonom yang harus memenuhi kebutuhannya setiap hari dengan kegiatan-kegiatan ekonomi yang dibutuhkan.<sup>4</sup>

Etika bisnis yang merujuk pada pedoman hidup teremanasi padatatatan aturan masyarakat, praktik bisnis yang berlaku, ada untung-rugi dan

sebagai wujud usaha untuk hidup lebih baik dari sebelumnya.<sup>5</sup>

Demikian itu menjadi dorongan kuat masyarakat secara umum, khususnya masyarakat Ambon yang selama ini dalam praktik bisnisnya mengandung unsur etika bisnis yang secara turun temurun diterapkan berdasarkan pemahaman masing-masing, baik bagi masyarakat yang mampu memahami secara mendalam mengenai etika atau perilaku bisnis yang semestinya, maupun berdasarkan pengetahuan dan pengamalan selama melakukan usaha dan bisnis di tengah-tengah masyarakat, serta siap menerima segala bentuk konsekuensi dari praktik bisnis atau usaha yang masyarakat Ambon lakukan selama ini karena resiko atau konsekuensi bagian dari usaha.

Masyarakat Ambon mempercayai bahwa melakukan praktik ekonomi, khususnya berbisnis atau membuka usaha mampu mengubah kehidupan mereka menjadi lebih baik untuk menggapai kebahagiaan, kebaikan dan kesejahteraan di dunia, bahkan akhirat, namun hal ini tidak dapat berfungsi atau terealisasi tanpa adanya praktik dan perilaku riil dari masyarakat berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi, terutama menerapkan etika dan perilaku baik dalam berekonomi. Kebahagiaan hidup dapat dicapai melalui perilaku hidup yang sesuai aturan, namun kesejahteraan dunia secara umum dapat dilakukan dengan melaksanakan praktik ekonomi dan bisnis yang sesuai nilai-nilai ekonomi.

Etika bisnis yang baik di tengah-tengah masyarakat adalah berusaha untuk menerapkan ketentuan-ketentuan praktik ekonomi serta perilaku yang baik, seperti hubungan mutualisme antar orang yang bertransaksi atau jual-beli. Tentunya perilaku atau etika bisnis yang dimaksud masyarakat Ambon sebenarnya menjadikan parameter sosial-budaya dan adat setempat yang dinilai baik dalam praktik ekonomi menjadi landasannya selama ini. Artinya keberagaman masyarakat Ambon

32

<sup>2</sup> K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Pustaka, 2000), hal. 32-34.

<sup>3</sup> Pusat Bahasa Depdiknas, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hal. 209.

<sup>4</sup> Thabathaba'i, *Al-Qur'an fi Al-Islam*, diterjemahkan oleh A. Malik Madaniy dan Hamim Ilyas, *Mengungkap Rahasia Al-Qur'an* (Bandung: Mizan, 1997), 1-2.

18

<sup>5</sup> Abdullah bin Abdurrahman Al-Bassam, *Taudhih Al-Ahkam min Bulugh Al-Maram*, Juz IV, (Mekah: Maktabah Al-Asadi, 2003), 218.

tidak menjadi permasalahan dalam melakukan bisnis, berekonomi secara umum dan kegiatan sehari-hari sebagai wujud perilaku dan kesalahan setiap individu masyarakat Ambon selama ini.<sup>6</sup>

Namun, etika bisnis yang dapat tersingkap adalah kepercayaan dan penerapan bisnis mereka yang mengutamakan untuk mencari pekerjaan atau berbisnis dalam produk-produk atau barang dagangan yang halal.

Selain itu, indikasi lainnya adalah karakter masyarakat Ambon dalam berbisnis yang menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran, menggunakan cara-cara yang baik dalam berbisnis/bekerja, tidak melakukan perbuatan destruktif dalam bisnis, menyisihkan hasil bisnis untuk kemaslahatan umum.<sup>7</sup>

Nilai-nilai ajaran tersebut jika diimplementasikan dalam kerja/bisnis maka mampu menumbuhkan etos kerja yang meliputi: pertama; niat kuat dalam usaha untuk melakukan kebaikan, karena mempercayai bahwa selama manusia berusaha maka ia akan memperoleh yang diinginkan. Di sisi lain, masyarakat Ambon secara sadar semua yang dilakukannya termasuk dalam berekonomi dan berbisnis dimintai pertanggungjawabannya. Oleh sebab itu, segala niat dan amal yang dilakukan dengan laksanaan etika bisnis tidak lain bertujuan untuk maslahat, baik bagi dirinya sendiri maupun orang lain.<sup>8</sup>

Kedua; kerja keras. Prinsip ini selama ini telah tertanam dan menancap dalam sanubari masyarakat Ambon bahwa siapa yang bekerja keras pasti memperoleh apa yang diinginkan, termasuk dalam melakukan bisnis. Ketiga; memiliki cita-cita tinggi, yaitu menentukan tujuan-tujuan dilakukannya pekerjaan/bisnis untuk mengembangkan dan meningkatkan kreatifitas serta kesejahteraannya sehingga sering diibaratkan “berakit-rakit ke hulu,

berenang-renang ketepian;bersakit-sakit dahulu bersenang-senang kemudian”.<sup>9</sup>

Berkaitan dengan penjelasan diatas, maka unsur bisnis yang dilakukan masyarakat Ambon secara umum sama seperti masyarakat lainnya dengan menggunakan prinsip-prinsip bisnis yang telah mengakar dalam kehidupan mereka. Dengan demikian itu masyarakat Ambon melandasi dirinya melakukan praktek ekonomi dan bisnis untuk tujuan kehidupan dan kebahagiaan dunia, bahkan akhirat, sebab apa yang dilakukannya tidak semata-mata untuk mencari keuntungan materi saja melainkan tujuan mulia dalam memenuhi kebutuhan hidup dan saling melengkapi kehidupan ekonomi dengan masyarakat lain, yaitu melalui aktifitas-aktifitas ekonomi dan bisnis yang baik.<sup>10</sup>

Pemaparan diatas dijadikan sebuah pijakan dalam penelitian yang difokuskan kepada masyarakat Ambon, di daerah Kampung Kisar yang berada di lokasi Kebun Cengkeh dan masih dalam Kecamatan Sirimau pada Kota Ambon. Dalam hal ini terdapat asumsi bahwa tidak menutup kemungkinan masyarakat Ambon sebagai masyarakat yang mempunyai tingkat pemahaman etika atau perilaku yang baik, terutama bisnis agar mampu mengaplikasikan apa yang telah diperoleh dari norma-norma kehidupan mereka, kepercayaan dan pengetahuan selama ini dengan mengaitkannya kepada praktik bisnis yang lebih beretika dari pada melakukan bisnis yang hanya berlandaskan keuntungan semata tanpa mengindahkan perilaku atau etikanya.

Pada kehidupan sehari-hari sebagian besar masyarakat Ambon tersebut melakukan aktifitas ekonomi yang bergerak dibidang perdagangan (usaha), seperti: toko material, toko obat-obatan, menjual makanan, *catering*, menjual sayuran secara keliling, dan lain-lain.

Demikian ini, menjadikan masyarakat Ambon mampu mengembangkan dan meningkatkan pengetahuan ekonomi-bisnisnya

<sup>6</sup> Abid Romanu, et.al., *Malar Kritis Keberagamaan*, (Yogyakarta: IRCiSoD, 2021), 254.

<sup>7</sup> *Ibid.*, hal. 25.

<sup>8</sup> Asy-Syatibi, *Al-Muwafaqat* (Beirut: Dar al-Kutub Al-Ilmiyah, 2004), hal. 417-420.

<sup>9</sup> *Ibid.*, hal. 38-41.

<sup>10</sup> Ali Ahmad As-Salus, *Mausu'ah Al-Qadhaya Al-Fiqhiyyah Al-Mu'ashirah wa Al-Iqtishad Al-Islamiyyah* (Mesir: Maktabah Dar Al-Qur'an, 2002), hal. 28-30.

yang berdampak pada usaha dan pekerjaan masyarakat Ambon menjadi semakin bervariasi, seperti pegawai, guru dan kontraktor.

Berdasarkan penjelasan di atas maka fokus penelitian ini adalah bagaimana perilaku atau etika bisnis masyarakat Ambon dalam melakukan praktik ekonomi. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan menganalisis aktivitas bisnis mereka selama ini untuk mengetahui secara jelas etika bisnis yang harus disingkap untuk menjadi salah satu pendidikan ekonomi yang dapat diterapkan oleh masyarakat luas.

## METODE

Jenis penelitian ini adalah kualitatif yang fokus kepada penelitian terapan (applied research), yaitu jenis penelitian yang dilaksanakan dalam rangka untuk menjawab fenomena, kebutuhan dan memecahkan masalah praktis yaitu perilaku bisnis, sehingga penelitian ini bisa disebut juga sebagai penelitian operasi (operational research) atau penelitian kerja (action research).<sup>11</sup> Namun sifat penelitian ini dapat dikatakan sebagai penelitian pustaka (library research), sebab apa yang didapatkan oleh peneliti di lapangan bertujuan untuk digali dan dieksplorasi berdasarkan norma-norma dan nilai-nilai ekonomi yang berlaku di masyarakat Ambon.

Penelitian ini dilakukan di daerah Kampung Kisar yang berada di lokasi Kebun Cengkeh dan masih dalam Kecamatan Sirimau pada Kota Ambon. Alasannya adalah karena peneliti telah memperoleh informasi mengenai praktik bisnis masyarakat Ambon tersebut selama ini, sehingga membutuhkan penelitian secara mendalam dengan melakukan beberapa wawancara kepada masyarakat setempat untuk memperoleh beberapa data yang valid.

<sup>11</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Cet. 1 (Yogyakarta: UII Press, 2005), hal. 26

Adapun pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan lima konsep multi dimensi religiusitas mengenai keterlibatan seseorang dalam kepercayaan yang dianutnya yang diterapkan oleh Glock dan Stark. Hal ini diterapkan sebab dimensi tersebut memiliki sinergitas kuat dengan perilaku dan etika, dalam hal ini adalah ekonomi-bisnis. Dimensi tersebut meliputi:<sup>12</sup> Pertama pengetahuan (Intellectual Involvement)<sup>13</sup>, yaitu dimensi yang mengandung konsep-konsep dari suatu kepercayaan, baik berhubungan dengan sistem norma dan nilai, keyakinan, mekanisme peribadatan maupun yang lainnya yang bertujuan untuk bagaimana seorang mampu menghayati apa yang diketahui sehingga bisa menciptakan kesadaran individu.

Kedua, keyakinan (Ideological Involvement)<sup>14</sup>, yaitu dimensi yang mengandung beberapa keyakinan seorang mengenai eksistensi Tuhannya. Kepercayaan kepada Tuhan ini dimaksudkan untuk menselarasakan dirinya dalam kehidupannya, sehingga menciptakan seseorang yang taat kepada doktrin-doktrin yang dianut di lingkungannya selama ini. Dimensi keyakinan dalam etika bisnis ini dapat disejajarkan dengan keyakinan yang dianut masyarakat selama ini untuk melakukan praktik ekonomi. Artinya praktik bisnis pada penelitian ini bisa disejajarkan dengan ketaatan dan kepatuhannya menjalannya aktifitas-aktifitas bisnis yang diyakini selama ini benar sesuai norma-norma yang berlaku.<sup>15</sup>

Ketiga, Pengalaman (Experiential Involvement), yaitu dimensi ini merupakan sebagai bentuk reaksi atau respon seseorang

<sup>12</sup> Stark dan Glock, *Patterns of Religious Commitment* (London: University of California, 1970), hal. 57, 81, 108, 125, 141.

<sup>13</sup> Stark, *Act of Faith: Explaining the Human Side of Religion* (London: University of California, 2000), hal. 14-18.

<sup>14</sup> *Ibid.*, hal. 74-18.

<sup>15</sup> Fauzan, *Pengaruh religiusitas terhadap etika berbisnis* (jurnal JMK, vol. 15 no. 1, 2013), hal. 4.

mengenai apa yang dirasakan, dilakukan dan dampak dari perlakuan dan perilaku yang dilakukan individu bagi dirinya maupun komunitas. Respon ini tercermin pada diri seseorang berupa bagaimana mempraktikkan bisnis, apa yang telah terjadi padanya selama menjalankan bisnis, dan perilaku atau etika yang diterapkan selama berbisnis.

Keempat, pengamalan (Ritual Involvement), yaitu dimensi berupa aplikasi konkrit dari dimensi-dimensi sebelumnya sebab pengamalan adalah suatu bentuk nyata yang menjadi salah satu tolak ukur yang disandarkan kepada manusia sebagai bentuk pengabdian, sehingga komitmen seseorang dalam praktik bisnis yang benar dan beretika dapat terlihat melalui dimensi ini.

Kelima, dimensi kosekuensi agama (Consequential Involvement), yaitu dimensi ini mengacu kepada analisa dan identifikasi dampak/konsekuensi dari keyakinan keagamaan, pengalaman, praktek dan pengetahuan orang beragama dari waktu ke waktu.<sup>16</sup> kosekuensi agama sebagai pengukur dalam tindakan-tindakan atau perilaku ekonomi masyarakat seperti halal dan haram, pahala dan beretika atau tidak dan lainnya, yaitu hubungan manusia dengan manusia serta dampaknya, manusia dengan lingkungannya dan manusia dengan Tuhannya serta dampaknya.

Untuk melengkapi pendekatan tersebut, maka data primer diperoleh dari hasil wawancara dan pengamatan di lapangan mengenai praktik bisnis mereka dan data sekundernya diperoleh dari informan di luar masyarakat Ambon. Kemudian pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara, dokumentasi, observasi dan penelitian pustaka. Sedangkan teknik analisa data menggunakan tiga langkah secara berurutan, yaitu data reduksi, data display, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan.

20

<sup>16</sup> Roland Roberston, (edisi terjemah), *Agama: Dalam Analisa dan Interpretasi Sosiologis* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1993), hal. 291.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Dimensi Pengetahuan (Intellectual Involvement) Masyarakat Ambon

Dimensi ini diharapkan dapat menungkapkan secara mendalam mengenai pengetahuan yang dimiliki masyarakat Ambon selama ini mengenai bisnis atau usaha-usaha perekonomian yang dilakukan. Pada prinsipnya masyarakat tersebut menerapkan bisnis yang dilakukan berdasarkan pengetahuan mereka selama ini, baik dari komunitas mereka dalam menyelenggarakan dan mengikuti beberapa pendidikan secara formal, informal maupun pengetahuan mendasar sebagaimana yang dipahami oleh masyarakat awam.

Namun jika ditelusuri secara mendalam, masyarakat Ambon ini dapat diklasifikasi pengetahuannya <sup>17</sup> kait perilaku dan etika bisnis yang dilakukan. Hal ini dapat dipahami bahwa apa yang menjadi perilaku atau etika mereka merupakan buah atau hasil dari pengetahuan mereka selama ini dalam melakukan bisnis. Oleh karena itu, klasifikasi pengetahuan ini terbagi menjadi dua, yaitu masyarakat awam masalah bisnis atau jual beli, sehingga pengetahuan yang dimiliki hanya sebatas yang mereka ketahui untuk dilakukan dan masyarakat terpelajar atau yang benar-benar mengetahui bagaimana tata aturan ekonomi dan berbisnis menurut ilmu ekonomi semestinya dengan landasan hidup mereka dalam memegang teguh kemaslahatan dan kebaikan bersama.

Pertama, masyarakat berpengetahuan awam atau standar mengenai bisnis. Masyarakat Ambon yang termasuk dalam kategori ini perilaku bisnis yang diterapkan adalah berdasarkan naluri alami dan pengamatan mereka terhadap usaha-usaha dan jual beli di lingkungannya selama ini. Mereka berusaha menerapkan bisnis dengan menggunakan naluri alaminya dan pemahaman secara umum selama menjalankan usaha atau bisnisnya, sehingga tidak ada pengetahuan secara mendalam bagaimana berbisnis atau memiliki usaha yang

harus diperlakukan semaksimal mungkin sesuai ilmu pendidikan ekonomi yang ada.

Hal tersebut mengindikasikan bahwa usaha dan bisnis yang dilakukan selama tanggungjawab atau memiliki amanah, jujur dan tidak melakukan kecurangan serta semisalnya, maka mereka menganggap hal tersebut sudah cukup. Tentunya tidak melepaskan adanya ketentuan bisnis yang tidak merugikan salah satu pihak dan menjunjung tinggi bagaimana memperlakukan partner bisnisnya dengan sebaik mungkin, agar apa yang diusahakan atau bisnisnya menjadi lebih baik..

Meskipun demikian, pemahaman dan pengetahuan yang dangkal tersebut dapat 5 enjerumuskan mereka ke dalam praktik bisnis yang tidak sesuai dengan prinsip dan etika bisnis yang mapan. Hal ini dapat dibuktikan dari beberapa perilaku masyarakat Ambon yang masih awam pengeta33an melakukan perilaku ekonomi dan bisnis yang tidak sesuai norma-norma yang berlaku di masyarakat serta ketentuan praktik ekonomi yang ada, sebagai berikut:

10  
Pertama, perilaku konsumsi. Konsumsi merupakan suatu bentuk perilaku yang fundamental dalam kehidupan sehari-hari manusia. Dalam ilmu ekonomi konsumsi diartikan sebagai setiap perilaku seseorang dalam menggunakan barang dan jasa yang digunakan untuk memenu11 kebutuhan hidup sehari-hari. Dalam moral konsumsi, seorang muslim harus memperhatikan seluruh prinsip moral konsumsi tersebut yang meliputi kebersihan, kesederhanaan, keadilan, kemurahan hati dan moralitas. Sedangkan dalam objek konsumsi harus memperhatikan beberapa hal seperti barang yang dikonsumsi, barang-barang yang penting dan pasti harus dikonsumsi, sederhana. Etika dalam perilaku konsumsi ini setidaknya objek konsumsi yang diterapkan harus halal dan tidak merugikan kedua belah pihak yang bertransaksi.

Prinsip dalam etika dan perilaku konsumsi yang telah diterapkan oleh masyarakat Ambon

dapat diperhatikan selama ini mereka berusaha untuk memperhatikan kebersihan dalam berdagang atau berbisnis, moralitas tinggi selama bertransaksi dan tidak mengedepankan keuntungan bersama atau hubungan mutualisme dalam berbisnis.

Pada kehidupan sehari-hari sebagian besar masyarakat Ambon tersebut melakukan aktifitas ekonomi yang bergerak dibidang perdagangan (usaha), seperti: toko material, toko obat-obatan, menjual makanan, catering, menjual sayuran secara keliling, dan lain-lain. Walaupun tidak sedikit masyarakat Ambon merupakan pendatang, namun kedatangan mereka seolah menjadi masalah bagi masyarakat Ambon termotivasi untuk melakukan upaya-upaya ekonomi yang menguntungnya, sehingga secara pekerjaan menjadi variatif, seperti pegawai, guru dan kontraktor.

Apa yang diketahui oleh mereka dalam menjalankan usaha sebenarnya merujuk pada penggunaan prinsip-prinsip bisnis yang beretika, bermartabat dan sesuai prinsip ekonomi yang baik tidak membentuk kapitalisme di tengah-tengah masyarakat. Dengan demikian itu, mereka berusaha untuk mencapai keuntungan di dunia dengan landasan pengetahuan seadanya yang mereka dapatkan untuk menjalankan usaha dan bisnis sesuai apa yang mereka pahami, walaupun tidak menutup kemungkinan terjadinya beberapa praktik bisnis25an usaha yang dilandasi atas pengetahuan mana yang baik dan mana yang buruk yang selama ini mereka anut.

Secara umum, masyarakat Ambon dalam kategori ini berupaya semaksimal mungkin melandasi dirinya melakukan praktik ekonomi dan bisnis untuk tujuan kehidupan dan kebahagiaan dunia dan mampu menopang segala kebutuhan mereka selama ini tanpa harus merugikan orang lain dalam berekonomi, berdagang atau melakukan usaha-usaha ekonomi secara umum, sebab tidak hanya mencari keuntungan materi belaka namun bagaimana apa yang dilakukan dalam berbisnis

mampu mewujudkan kemasalahatan bagi dirinya, keluarga dan di tengah-tengah masyarakat secara umum.<sup>17</sup>

Kedua, masyarakat Ambon yang memiliki pengetahuan lebih baik, bahkan sebagian berpengetahuan luas dalam bisnis dan ekonomi secara umum. Masyarakat yang termasuk dalam kategori ini tentunya melakukan segala bentuk bisnis dan usaha sehari-harinya berdasarkan pengetahuan ekonomi secara umum yang selama ini mereka ketahui dengan baik. Pengetahuan mereka tidak lain sebagian dari hasil pengalaman mereka atau tidak sedikit dari mereka telah mendalami ilmu-ilmu terapan ekonomi, baik secara formal maupun informal.

Artinya, dimensi pengetahuan kategori ini melandasi apa yang ia lakukan dengan ilmu pengetahuan dan tidak hanya sekedar pengetahuan natural yang diperoleh dari lingkungan sehari-hari saja. Salah satu pengetahuan yang mereka dapatkan adalah bagaimana mereka mampu bersaing dan bangkit seiring berjalannya waktu dalam memahami persaingan ekononmi yang semakin menjadi-jadi dan sulit dibendung.

Pengetahuan tersebut menyadarkan masyarakat Ambon, terutama yang terpelajar secara formal dan informal untuk memahami bahwa usaha dan bisnis harus dilakukan dalam 1) untuk kesabaran, kerja keras, beretika, kooperatif, menepati janji, ulet, pandai membaca peluang 1) kreatif dan kompetitif. Sehingga mereka mengelola hidup, waktu dan menetapkan target serta tujuan yang telah ditetapkan.<sup>18</sup> Sebab tujuan hidup, yang termasuk didalamnya yaitu bisnis dan melakukan aktifitas ekonomi, adalah untuk kelangsungan hidup agar bahagia dan terbebas dari segala bentuk

permasalahan ekonomi yang sering terjadi di tengah-tengah kehidupan bermasyarakat.

Singkatnya, masyarakat Ambon kedua ini melakukan usaha dan bisnis sehari-harinya secara hati-hati agar apa yang telah dirintisnya mulai dari dasar dapat berkembang dengan baik, tidak hanya menerapkan ilmu-ilmu ekonomi dalam jual beli saja, namun bagaimana sebuah etika dan perilaku dapat menjadi daya tarik untuk eksistensi dan kelangsungan ekonomi mereka. Mereka tidak menjadikan untung dalam bisnis semata-mata tujuannya, melainkan mencari rizki berkah dan manfaat melalui usaha dan bisnisnya juga menjadi pertimbangan utama.

### **Dimensi Keyakinan (Ideological Involvement) Masyarakat Ambon**

Keyakinan masyarakat Ambon selama ini dilandasi atas keyakinan apa yang dinilai masyarakat baik maka baik dan apa yang dinilai buruk maka harus dihindari, termasuk dalam melakukan aktivitas ekonomi seperti bisnis. Meskipun demikian keyakinan mereka secara umum memang sama, yaitu berusaha untuk mengaplikasikan apa yang dipahami tersebut baik dari pendidikan ekonomi yang diperoleh maupun apa yang dipahami selama ini berada di tengah-tengah masyarakat dalam berekonomi.

Di sisi lain, mereka berkeyakinan penghasilan yang diperoleh dalam berbisnis tidak lepas dari usaha-usaha atau proses yang dilakukan secara maksimal. Praktik bisnis mereka dipahami sebagai bagian dari hidup yang harus dijalani dan tujuan utamanya adalah memenuhi kebutuhan hidup dan sebagai manusia sosial yang saling membutuhkan dalam berbagai aspek, termasuk ekonomi.

Selain itu, mereka terinspirasi dari berbagai pelaku bisnis yang sukses yang mereka ketahui masing-masing, bahwa bisnis tidaklah semata-mata mencari keuntungan pribadi, namun bisnis dapat menjadi baik jika tidak mengindahkan perilaku atau etika baik dalam berbisnis sehingga mampu membentuk keyakinan orang

<sup>17</sup> Ali Ahmad As-Salus, *Mausu'ah Al-Qadhaya Al-Fiqhiyyah Al-Mu'ashirah wa Al-Iqtishad Al-Islamiyyah* (M1) sir: Maktabah Dar Al-Qur'an, 2002), hal. 28-30.

<sup>18</sup> Kalis Purwanto, *Mengelola Hati Menggapai Bisnis yang Selalu Untung* (Yogyakarta: Penerbit Andi, tanpa tahun), hal.1-10, 85.

lain bahwa berbisnis dengannya tidaklah bermasalah, bahkan menguntungkan.

Demikian itu, bagi mereka melakukan aktivitas ekonomi mendorong masyarakat Ambon melakukan usaha atau bisnis sebagai salah satu anugerah yang diberikan kepada masing-masing individu. Jika diklasifikasi, maka keyakinan masyarakat Ambon dalam praktik bisnis dan terkait dengan ekonomi setiap harinya sebagai berikut:

Pertama, mereka yang meyakini bahwa berkembang dan tidaknya bisnis, atau ramai dan tidaknya usaha yang dilakukan semata-mata dilandasi atas usaha maksimal mereka dalam berbisnis. Masyarakat tipe ini memang orientasi mereka lebih mengunggulkan sisi materi sebagai tujuan hidup untuk memperoleh keuntungan sebanyak mungkin dari usaha atau bisnis yang dilakukan selama ini, meskipun mereka juga mempercayai kehidupan dunia sebagai bekal untuk akhirat.

Singkatnya, kerja keras menjadi tumpuan utama bagi mereka selama ini, sebab mereka memiliki cita-cita tinggi, yaitu menentukan tujuan-tujuan dilakukannya pekerjaan/bisnis untuk mengembangkan dan meningkatkan kreatifitas serta kesejahteraan sehingga sering diibaratkan “berakit-rakit ke hulu, berenang-renang ketepian; bersakit-sakit dahulu bersenang-senang kemudian”.<sup>19</sup>

Kedua, mereka yang meyakini bahwa usaha dan bisnis hanya sebagai wasilah atau media untuk memperoleh rizki, namun ketetapan berapa pendapatan yang diperoleh sudah ditentukan oleh Tuhan berdasarkan keyakinan masing-masing, sehingga mereka tetap melakukan usaha-usaha ekonomi dan bisnis dengan bekerja keras namun beriringan dengan cara-cara non materi lainnya.

Masyarakat Ambon yang termasuk dalam kategori ini masih memiliki kecenderungan kerja keras atau upaya-upaya bisnis dan

ekonomi menjadi tumpuan utama untuk melakukan bisnis dan menghasilkan untung yang diinginkan. Hal ini menjadi salah satu wujud nilai-nilai ekonomi dan bisnis yang tidak lepas dari keyakinan yang selama ini dianut terkait ekonomi.

Ketiga, masyarakat yang tetap berbisnis, namun ia niatkan mencari tujuan tertentu yang tidak sebatas keuntungan. Masyarakat tipe ini terbagi menjadi dua, yaitu: mereka yang terjebak dalam usaha atau bisnis yang bersifat rutin sehingga terkesan stagnan tanpa memperdulikan unsur-unsur ekonomi dan pendidikan ekonomi yang berupaya untuk mengembangkan dan meningkatkan usaha dan bisnisnya, dan masyarakat yang tetap melakukan usaha maksimal meskipun hal itu tidak mempengaruhi niat mereka tersebut. Niat inilah yang hanya diketahui oleh masing-masing individu namun dapat dipahami melalui gerak-gerik atau indikasi praktik bisnis yang dilakukan selama ini.

Tipe masyarakat ini secara umum menyadarkan masing-masing individu untuk menetapkan tujuan masing-masing dalam berbisnis atau berekonomi, sehingga etikanya pun akan mengikutinya sebagai cerminan dalam tujuan tersebut. Oleh sebab itu, segala niat dan usaha-usaha ekonomi-bisnis dilakukan oleh seseorang berdasarkan tujuan tertentu dan maslahat.<sup>20</sup> Keyakinan kuat dalam melakukan bisnis mampu menghasilkan tindakan kuat untuk melakukan upaya-upaya yang terbaik, sehingga berbagai macam rintangan yang dihadapi pun dapat diselesaikan sebaik mungkin.<sup>21</sup>

Jika diamati secara sekilas dalam masyarakat Ambon tersebut, terlihat sekali bahwa tipe masyarakat kedua dan ketiga sangat sulit diidentifikasi jika tidak dapat melakukan pendekatan persuasif kepada mereka. Dengan

<sup>19</sup>*Ibid.*, hal. 38-41.

<sup>20</sup> Asy-Syatibi, *Al-Muwafaqat* (Beirut: Dar al-Kutub Al-Ilmiyah, 2004), 417-420.

<sup>21</sup> Yayan Hendayana dan Nandang, *Bisnis itu Indah*, (Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari, 2018), 50.

kata lain, sebagian masyarakat Ambon meskipun menjalankan usaha dan bisnis dalam aktivitas sehari-harinya, namun mereka seolah-olah menutup diri dari orang lain yang tidak dikenal atau sekumunitas dengan mereka, meskipun rata-rata dari mereka sangatlah terbuka dalam permasalahan bisnis dan ekonomi.

### **Dimensi Pengalaman (Experiential Involvement) Masyarakat Salafi Ambon**

Setiap masyarakat Ambon memiliki pengalaman berbeda-beda dalam mempraktikkan usaha dan bisnis mereka selama ini. Namun jika ditelusuri secara mendalam dan sebagai orang yang beragama dan menjadikan bisnis serta aktivitas ekonomi sebagai tumpuan hidupnya, maka etika dan perilaku juga diberlakukan dalam menerapkannya, sehingga memiliki pengalaman masing-masing yang dapat diidentifikasi sebagai pengetahuan yang perlu dikembangkan atau hal-hal yang perlu diperhatikan selama ini.

Oleh sebab itu, tingkat religiusitas seseorang mempengaruhi perilakunya dalam kehidupan termasuk perilaku berbisnis karena manusia diberikan empat hidayah yaitu tabiat/karakteristik dan fitra, intuitif, indera dan perasaan, akal dan agama. Sedangkan hidayah agama adalah sebagai pengontrol dari hidayah yang lainnya. Seluruh hidayah inilah yang mendorong manusia untuk melakukan aktivitas ekonomi secara luas dan maksimal, sebab apa yang menyimpannya dalam dunia bisnis memberikan pengalaman bagi pelaku bisnis untuk tumbuh lebih baik atau menyerah dalam berbisnis.

Tentunya perilaku bisnis yang selama ini berkembang di tengah-tengah masyarakat Ambon tidak lepas dari pengalaman mereka dalam kehidupan dan berbisnis. Setidaknya pengalaman tersebut dapat dianalisa dan diketahui dengan adanya kesamaan persepsi dan ide bagi seluruh masyarakat Ambon disetiap waktu dan tempat tentang ukuran tingkah laku baik dan buruk sejauh mana dapat dicapai dan

diketahui menurut akal pikiran manusia,<sup>22</sup> maka akan terjadi beberapa interpretasi yang berbeda-beda sesuai standar dan normatif masing-masing sehingga membuka peluang bagi pelaku ekonomi/bisnis untuk mengikuti keinginannya tanpa ada kontrol dari agama dan mampu mengesampingkan kebutuhan ekonomi orang lain seperti pada sistem ekonomi kapitalis. Sedangkan di dalam berbisnis jika diamati cara mendalam membutuhkan perilaku/ etika yang mengajarkan kebaikan dan keburukan berdasarkan ajaran-ajaran yang dipahami oleh masyarakat Ambon selama ini.

Berdasarkan realita di lapangan, perilaku masyarakat Ambon dalam dimensi pengalaman bersifat materialis dan spiritual. Pertama, pengalaman bersifat material sebagaimana umumnya pelaku bisnis lainnya mereka menyadari resiko dalam berbisnis yang harus dihadapi antara untung dan rugi. Namun perbedaan signifikan mereka dengan masyarakat lainnya adalah kepercayaan kuat mereka bahwa segala sesuatu yang dialaminya menuntut adanya hikmah dan upaya maksimal sebagai motivasi untuk bangkit dari segala kemungkinan buruk yang dialami.

Sebaliknya, bagi masyarakat yang mengalami keuntungan dalam pengalaman bisnisnya, mereka menerapkan etika yang baik, seperti memberikan kemaslahatan kepada masyarakat lain untuk menyisihkan sebagian hartanya guna membantu sesama warga di sekitarnya. Perilaku ini memang mereka pahami sebagai amal kebaikan yang mampu menjadikan usaha dan bisnis mereka berkah serta bergerak positif.

Pengalaman bersifat materialis ini cenderung menggunakan prinsip bebas berkehendak, dalam hal ini bukan berarti bebas dalam arti sebebas-bebasnya, melainkan manusia sebagai pemegang kendali ekonomi dan bisnis atau pelakunya mampu mengelola dirinya untuk hidup dan sebagai pemimpin di

<sup>22</sup> An-Nabhani, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*, (Jakarta: Risalah Gusti, 1996), 52.

muka bumi, sehingga diharapkan mampu mengolah, memproduksi dan mengonsumsi seluruh sumber daya alam yang ada disekitarnya untuk menumbuh kembangkan kreativitasan dan inovasinya.

Kedua, pengalaman yang bersifat spiritual. Maksud pengalaman ini adalah baik dan buruknya usaha dan bisnis yang dijalani perlu disokong dari faktor spiritual. Mereka memiliki pengalaman bahwa apapun yang terjadi dalam usahanya sudah ditentukan oleh Tuhan, termasuk rizki yang dibagikan melalui usaha dan bisnisnya tidak lepas dari ketentuan. Mereka meskipun juga harus melakukan proses dan upaya-upaya bisnis. Pemahaman yang dilandasi pengalaman spiritual inilah yang menunjukkan adanya prinsip keadilan dalam bisnis berdasarkan syariat Islam ini.

Hal ini dapat dipahami bahwa prinsip keadilan dalam berperilaku dan beretika bisnis sebagai pengontrol dimensi horizontal manusia dengan manusia dan lingkungannya untuk menciptakan keharmonisan dan keseimbangan. Ketentuan ini tak lain, membuktikan bahwa masyarakat Ambon berupaya melakukan bisnisnya dilandasi pada aktifitas-aktifitas ekonomi dan bisnis yang mengacu kepada keseimbangan materi dan rohani, keseimbangan maslahat individu dan maslahat masyarakat setempat.<sup>23</sup>

### **Dimensi Pengamalan (Ritual Involvement) Masyarakat Salafi Ambon**

Sebagai warga yang taat memegang etika, norma dan perilaku baik, masyarakat Ambon tidak lepas dari prinsip-prinsip berekonomi yang sesuai tiga hal tersebut, meskipun sebagian mereka hanya bermodal pemahaman secara natural dari mulut ke mulut atau praktik sehari-hari, bahkan sebagian yang lain tidak memahami bahwa yang dilakukan melanggar aturan bisnis-ekonomi. Pengamalan ini dapat

diklasifikasikan menjadi beberapa perilaku bisnis sebagai berikut:

Pertama, perilaku distribusi ekonomi sebagai rangkaian dalam melakukan bisnis atau usaha masyarakat Ambon. Rata-rata masyarakat melakukan distribusi sewajarnya pebisnis atau pengusaha lainnya dengan mengirimkan barang sesuai yang disifati atau dipesan oleh pembelinya. Namun sebagian yang lain mendistribusikan atau menjual sesuatu yang tidak semestinya, yaitu dengan menjadikan uang sebagai barang komoditas dengan melakukan praktik rentenir sehingga merugikan masyarakat lainnya.

Sebagian masyarakat menyadari perilaku rentenir tersebut memang telah berlaku di tengah-tengah masyarakat, namun sebagian besar menyayangkan perilaku tersebut padahal masyarakat sekitar memahami hal tersebut bersinggungan dengan merugikan orang lain yang dilarang oleh norma-norma adat, masyarakat maupun pemahaman awam masyarakat. Namun secara menyeluruh perilaku distribusi terlihat dari bagaimana masyarakat Ambon mampu menggunakan hasil bumi, perdagangan, perairan dan usaha mandiri dengan sebaik mungkin tanpa harus menciderai konsumen atau pihak lainnya.

Dimensi pengalaman bisnis ini setidaknya dapat mengubah pola pikir atau *mindset* masyarakat Ambon untuk mengembangkan dan meningkatkan potensi diri dalam berbisnis. Terlihat bahwa bisnis mereka tidak hanya dilakukan secara konvensional, baik dalam produksi, distribusi maupun lainnya, melainkan dengan memanfaatkan dunia digital dan praktik bisnis non konvensional lainnya.<sup>24</sup> Singkatnya, pengalaman memberikan nilai sangat berarti bagi mereka dalam membaca segala bentuk peluang yang ada selama ini, seperti terkait distribusi.

<sup>23</sup> Ali Ahmad As-Salus, *Mausu'ah Al-Qadhaya Al-Fiqhiyyah Al-Mu'ashirah wa Al-Iqtishad Al-Islamiyyah* (Mesir: Maktabah Dar Al-Qur'an, 2002), hal. 28-30.

<sup>24</sup> Anton Wardaya, et.al., *Strategic Management of Digital Era* (Surabaya: Artha Karya Pusaka, 2020), 76.

Memang pengamalan distribusi terkait erat dengan bagaimana suatu usaha ekonomi dijalankan oleh produsen dan konsumen, sehingga setiap barang atau produk dapat tersalurkan dengan baik sesuai komitmen dan akad jual beli atau bisnis yang dijalankan.<sup>25</sup> Hal ini memang secara rata-rata pendistribusian barang atau produk yang dimiliki oleh masyarakat Ambon benar-benar menggunakan prinsip tanggungjawab, adil dan jujur, bahkan tanpa mengurangi timbangan atau ukuran yang telah disepakati selama ini.

Mereka lebih berkomitmen bahwa apa yang dilakukan dinilai tidak menyalahi aturan dan kebiasaan masyarakat Ambon untuk senantiasa siap menerima apa adanya dan berlaku jujur dalam setiap transaksi, termasuk mendistribusikan barang atau produk. Hal ini dapat dilihat dari perilaku mereka dalam bertransaksi berupa komitmen dan tanggungjawab mereka dalam distribusi dari segi waktu dan tempat.

Setiap produk atau transaksi yang melibatkan waktu dalam distribusi maka mereka berusaha untuk menepati waktunya, karena mereka menilai hal tersebut sebagai kepercayaan dan pelayanan yang terbaik agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk atau barang yang dijualnya lagi.

Sedangkan dari segi tempat, tentunya seluruh pengiriman barang baik dalam bentuk pertanian dan lainnya sebab secara ekonomi saat tahun 1998 sejak munculnya kerusakan, penduduk Ambon banyak beralih ke sektor pertanian dan pada tahun 2001 kontribusi yang besar membangun perekonomian Ambon yaitu dari sektor perdagangan, hotel dan restoran. Terlebih objek penelitian ini tidak lepas dari hasil bumi dan perairannya yang memberikan dampak ekonomi besar bagi masyarakat Salafi jika distribusinya dilakukan secara lancar dan tepat waktu serta tempatnya.

Kedua, praktek *illegal fishing*, sebagai kota yang berdekatan dengan pantai maka hal itu sudah biasa dilakukan, namun dalam *legal fishing* berhubungan erat dengan penguasa sehingga harus mematuhi dan masyarakat Ambon dalam hal ini dituntut mematuhi penguasa. *Illegal fishing* ini mampu membawa dampak kelabilan ekosistem sehingga dalam perilaku ekonomi islam bertentangan dengan konsep keseimbangan (*equilibrium*) serta melalui pendekatan kepercayaan agama pun bertentangan sebab bisa dikaitkan dengan pencurian yang bertolak belakang dengan prinsip ekonomi-bisnis dan etika.

Hasil dari praktik tersebut tidak hanya digunakan untuk konsumsi pribadi, melainkan sebagian digunakan untuk jual beli. Hal inilah yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat Ambon- yang saat ini tidak hanya di dominasi oleh pendatang- telah berubah untuk berani melanggar tata aturan pemerintah agar tidak terjadinya kelabilan ekosistem.

Meskipun demikian, praktik tersebut secara umum tidak dibenarkan oleh masyarakat Ambon, karena bagi mereka cepat atau lambat perilaku usaha yang dilakukan tersebut akan merugikan ekonomi masyarakat sekitar. Tentunya saat ini belum bisa dirasakan dampaknya, namun seiring dengan berjalannya waktu pengamalan tersebut jelas bagian dari merusak di lautan yang dilakukan oleh tangan-tangan manusia yang tidak bertanggungjawab.

Pengamalan yang salah oleh sebagian masyarakat Ambon tersebut mengindikasikan bahwa seluruh kegiatan ekonomi baik berupa bisnis atau lainnya harus tunduk dan patuh kepada aturan dan norma yang berlaku, bahkan aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah setempat untuk menciptakan keamanan, kenyamanan dan keseimbangan dalam berekonomi dan berbisnis.

Ketiga, perilaku produksi. Pada prinsipnya perilaku yang dilakukan oleh mereka tidak mengetahui istilah untuk memperkaya diri secara atau kapitalis. Namun seluruh transaksi

<sup>25</sup> Nanang Tegar, *Panduan Lengkap Manajemen Distribusi*, (Bantul: Anak Hebat Indonesia, 2019), 2.

dan perilaku dalam produksi mengarah ke tiga nilai prinsip, yaitu: proporsional atau keseimbangan (equilibrium) yang berarti tidak pelit dan tidak mensia-siakan atau boros), keadilan (Justice) dan kepemilikan (ownership).<sup>26</sup> Dengan demikian, kualitas produk harus murni 'halal' dan bermanfaat atau sesuai kebutuhan, sesuai dengan ekspektasi pelanggan, kebersihan dan kebolehan produk dan proses pembuatan barang mentah menjadi barang jadi.<sup>27</sup>

Sebagai contoh prinsip tanggungjawab dan keadilan yang selama ini dipraktikkan dalam perilaku produksi dan transaksi. Tanggungjawab ini meliputi kepada tanggungjawab terhadap pelaksanaan pekerjaannya dan terhadap hasilnya yang berarti bahwa pelaku bisnis yang profesional tidak hanya diharapkan melainkan terdapat dalam dirinya tuntutan yang menuntut dirinya sendiri untuk bekerja sebaik mungkin berdasarkan standar di atas rata-rata dengan hasil maksimum dan mutu yang terbaik sehingga dia bertanggungjawab untuk menjalankan pekerjaannya sebaik mungkin dan dengan hasil yang memuaskan. Kemudian pelaku bisnis bertanggungjawab kepada efek atau dampak profesinya terhadap kehidupan dan kepentingan orang lain, khususnya kepentingan orang yang dilayaninya. Hal ini membawa berpotensi kepada kerugian yang disengaja maupun tidak disengaja, oleh sebab itu dia harus bertanggungjawab atas hal tersebut.

Kemudian prinsip keadilan menuntut orang yang profesional dalam berbisnis dan berdagang untuk melakukan profesinya agar tidak merugikan hak dan kepentingan pihak tertentu, khususnya orang yang dilayani dalam lingkup profesinya. Dalam menjalankan prinsip ini maka pelaku bisnis atau orang yang profesional tidak boleh melakukan tindak diskriminasi terhadap

siapa pun, termasuk kepada orang yang mungkin tidak membayar jasa profesionalnya. Oleh sebab itu, prinsip siapa yang datang awal dia yang mendapatkan pelayanan pertama adalah salah satu bentuk perwujudan dari prinsip keadilan dalam arti seluas-luasnya. Diantara praktek bisnis dalam prinsip ini adalah tidak melakukan kecurangan dalam takaran atau timbangan, menentukan harga berdasarkan pada mekanisme pasar normal.

### Dimensi Konsekuensi (Consequential Involvement) Masyarakat Ambon

Adapun dimensi ini sebagai pamungkas dari dimensi lainnya sebagai manusia yang beragama (*homo divinan*). Tentunya konsekuensi yang harus mereka terima saat ini adalah menjauhi unsur-unsur yang dilarang atau dinilai tidak baik dalam berbisnis, seperti praktik curang, culas, monopoli dan lainnya.

Dimensi tersebut dapat dilihat dari prinsip integritas moral yang selama ini mereka jalani dalam berbisnis. Prinsip yang secara alami terpatri dalam diri masyarakat Ambon ini merupakan prinsip yang siapa pun melakukannya merupakan orang yang memiliki integritas pribadi atau moral yang tinggi. Komitmen dalam menjalankan praktik bisnis dan usaha berdasarkan pemahaman bisnis-ekonomi, meskipun sebagian sepemahamannya tinggi sesuai dengan ruang lingkup dan ranah usaha yang dijalaninya selama ini.

Tidak hanya mengenai moral dan kewajiban yang harus dilakukan selama menjalankan usaha atau bisnis bagi mereka, etika dalam bisnis secara implisit telah mereka jalani selama ini, yaitu baik dan buruknya perilaku dan perbuatan manusia didasarkan atas ajaran-ajaran atau pengetahuan yang selama ini mereka pahami dan yakini, baik dalam ajaran masing-masing agama maupun secara umum.

<sup>26</sup> *Ibid.*, hal. 352.

<sup>27</sup> Azam Ataei, *Effect of the Islamic Values on Economical Activities and Behaviour: From Production to Marketing* (Jurnal: Reef Resources Assessment and Management Technical Paper, Vol. 40, 2014), hal. 515.

<sup>28</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani, 1997), hal. 58.

Dimensi konsekuensi dalam etika bisnis ini mengindikasikan bahwa segala sesuatu bentuk bisnis yang dijalani masyarakat Ambon besar kemungkinan menciptakan dampak atau konsekuensi bagi pelakunya. Namun konsekuensi ini dapat ditelusuri menjadi sebuah pengetahuan yang dapat diimplementasikan, termasuk menciptakan etika atau perilaku-perilaku tertentu yang lebih baik.

## PENUTUP

### Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi pengetahuan masyarakat Ambon terbagi menjadi beberapa hal, yaitu pengetahuan awam atau standar masyarakat mengenai praktik bisnis, masyarakat yang memiliki pengetahuan lebih baik daripada kelompok pertama dalam berbisnis karena mereka terkadang mempelajari bagaimana melakukan usaha ekonomi dari komunitas ilmu pengetahuan atau membaca, dan masyarakat yang benar-benar memiliki pengetahuan secara luas mengenai praktik bisnis dan usaha ekonomi sesuai prinsip-prinsip ekonomi-bisnis dan etika.

Adapun dalam Dimensi keyakinan mereka terbagi menjadi tiga yaitu, keyakinan murni bahwa bisnis dapat berjalan dilandasi semata-mata usaha maksimal, masyarakat yang meyakini usaha hanya sebagai media untuk membangkitkan dan mengembangkan bisnis dalam memperoleh rizki karena ketetapan pastinya berasal dari Tuhan, dan masyarakat yang berbisnis dengan tujuan tertentu namun tidak sebatas pada keuntungan.

Dimensi pengalaman mereka dilandasi atas pengalaman natural, pendidikan dan usaha mereka. Namun secara umum pengalaman tersebut bersifat materialis dan spirituali. Dari segi materialis mereka memandang bahwa

bisnis tidak hanya memberikan kemanfaatan atau maslahat bagi individu atau lainnya saja, melainkan mengandung segenap risiko yang harus dihadapi secara materi. Sedangkan dari segi spiritual menjadikan ketetapan Tuhan sebagai hal utama meskipun tidak melepaskan usaha-usaha lahir dan batin dalam melaksanakan bisnis atau usahanya selama ini.

Dimensi pengamalan mencakup pada perilaku distribusi yang dilakukan rata-rata secara wajar, bertanggungjawab, dan adil. Adanya *illegal fishing* yang sebenarnya masyarakat memahami hal tersebut merusak ekosistem laut dan harus dihindarkan, meskipun praktiknya digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dari hasilnya, bahkan tidak sedikit untuk diperdagangkan. Selanjutnya pengamalan dalam perilaku produksi yang menerapkan nilai prinsip proporsional, tidak mensia-siakan barang yang, keadilan dalam melakukan bisnis dan kepemilikan yang sempurna bagi setiap individu untuk menjalankan bisnisnya.

Dimensi konsekuensi menunjukkan kesadaran masyarakat Ambon bahwa segala bentuk upaya dan usaha serta praktik bisnis berdampak kepada pelakunya, baik bersifat positif maupun negatif. Oleh sebab itu, etika atau moral menjadi penyeimbang agar bisnis atau praktik ekonomi secara umum dapat terhindar dari konsekuensi buruk.

### Saran

Sebaiknya pisau analisis dimensi yang disebutkan difokuskan dalam pendidikan ekonomi tertentu untuk membentuk karakter ekonomi dan bisnis yang lebih baik. Sedangkan hasil penelitian ini masih memiliki kekurangan untuk diperbaiki karena ruang lingkup yang

masih terkesan sempit, yaitu masyarakat Ambon padahal praktik etika bisnis dapat diterapkan dalam seluruh aspek ekonomi.

## 16 DAFTAR PUSTAKA

- Al-Bassam, Abdullah bin Abdurrahman. (2003). *Taudhih Al-Ahkam min Bulugh Al-Maram*. Mekah: Maktabah Al-Asadi, 2003.
- 23 An-Nabhani. (1996). *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*. Jakarta: Risalah Gusti.
- 3 As-Salus, Ali Ahmad. (2022). *Mausu'ah Al-Qadhaya Al-Fiqhiyyah Al-Mu'ashirah wa Al-Iqtishad Al-Islamiyyah*. Mesir: Maktabah Dar Al-Qur'an.
- 1 Asy-Syatibi. (2004). *Al-Muwafaqat*. Beirut: Dar al-Kutub Al-Ilmiyah.
- Ataei, Azam. Effect of the Islamic Values on Economical Activities and Behaviour: From Production to Marketing, *Jurnal: Reef Resources Assessment and Management Techincal Paper*, Vol. 40, 2014), 515.
- 31 Bertens, K. (2000). *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius, 2000.
- Ernawan. (2007). *Business Ethics*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- 7 Fauzan (2013). Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Berbisnis. *Jurnal JMK*, vol. 15 no. 1.,
- Hendayana, Yayan dan Nandang. (2018). *Bisnis itu Indah*. Bandung: Mangu Makmur Tanjung Lestari.
- 21 Ismail, Muhammad dan Muhammad Karebet. (2022). *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- 1 Purwanto, Kalis. *Mengelola Hati Menggapai Bisnis yang Selalu Untung*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- 5 Pusat Bahasa Depdiknas. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- 22 Qardhawi, Yusuf. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Roberston, Roland. (1993). (edisi terjemah), *Agama: Dalam Analisa dan Interpretasi Sosiologis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Romanu, Abid, et.al. (2021). *Malar Kritis Keberagamaan*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Stark dan Glock. (1970). *Patterns of Religious Commitment*. London: University of California.
- 12 Stark. (2000). *Act of Faith: Explaiinig the Human Side of Religion*. London: Univers of California.
- Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Cet.1. Yogyakarta: UII Press.
- Tegar, Nanang. (2019). *Panduan Lengkap Manajemen Distribusi*. Bantul: Anak Hebat Indonesia.
- 7 Thabathaba'I. (1997). *Al-Qur'an fi Al-Islam*, diterjemahkan oleh A. Malik Madaniy dan Hamim Ilyas, *Mengungkap Rahasia Al-Qur'an*. Bandung: Mizan.
- Wardaya, Anton, et.al. (2020). *Strategic Management of Digital Era*. Surabaya: Artha Karya Pusaka.

# Studi Etika Bisnis Masyarakat Ambon Dalam Praktik Ekonomi

## ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

|   |                                                                                                   |     |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1 | <a href="http://jurnal.iainkediri.ac.id">jurnal.iainkediri.ac.id</a><br>Internet Source           | 5%  |
| 2 | <a href="http://ejournal.kopertais4.or.id">ejournal.kopertais4.or.id</a><br>Internet Source       | 2%  |
| 3 | <a href="http://jurnal.iainambon.ac.id">jurnal.iainambon.ac.id</a><br>Internet Source             | 1%  |
| 4 | <a href="http://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a><br>Internet Source                               | 1%  |
| 5 | <a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a><br>Internet Source   | 1%  |
| 6 | <a href="http://rianejonlpio.blogspot.com">rianejonlpio.blogspot.com</a><br>Internet Source       | 1%  |
| 7 | <a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a><br>Internet Source | <1% |
| 8 | <a href="http://repository.umy.ac.id">repository.umy.ac.id</a><br>Internet Source                 | <1% |
| 9 | <a href="http://123dok.com">123dok.com</a><br>Internet Source                                     | <1% |

|    |                                                                          |      |
|----|--------------------------------------------------------------------------|------|
| 10 | Submitted to Universitas Islam Negeri<br>Sumatera Utara<br>Student Paper | <1 % |
| 11 | idr.uin-antasari.ac.id<br>Internet Source                                | <1 % |
| 12 | www.rsd.fju.edu.tw<br>Internet Source                                    | <1 % |
| 13 | core.ac.uk<br>Internet Source                                            | <1 % |
| 14 | repository.iainkudus.ac.id<br>Internet Source                            | <1 % |
| 15 | dspace.uii.ac.id<br>Internet Source                                      | <1 % |
| 16 | etheses.uin-malang.ac.id<br>Internet Source                              | <1 % |
| 17 | eprints.umm.ac.id<br>Internet Source                                     | <1 % |
| 18 | jurnal.staialhidayahbogor.ac.id<br>Internet Source                       | <1 % |
| 19 | repository.uinjkt.ac.id<br>Internet Source                               | <1 % |
| 20 | mafiadoc.com<br>Internet Source                                          | <1 % |
| 21 | e-journal.iainpekalongan.ac.id                                           |      |

Internet Source

<1 %

22

[journal.feb.unmul.ac.id](http://journal.feb.unmul.ac.id)

Internet Source

<1 %

23

[old.iainbukittinggi.ac.id](http://old.iainbukittinggi.ac.id)

Internet Source

<1 %

24

[etd.repository.ugm.ac.id](http://etd.repository.ugm.ac.id)

Internet Source

<1 %

25

[justtxtme.blogspot.com](http://justtxtme.blogspot.com)

Internet Source

<1 %

26

[repo.iain-tulungagung.ac.id](http://repo.iain-tulungagung.ac.id)

Internet Source

<1 %

27

[repo.iainbatusangkar.ac.id](http://repo.iainbatusangkar.ac.id)

Internet Source

<1 %

28

[archive.org](http://archive.org)

Internet Source

<1 %

29

[inawater.org](http://inawater.org)

Internet Source

<1 %

30

[jurnalmahasiswa.unesa.ac.id](http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id)

Internet Source

<1 %

31

[repository.ar-raniry.ac.id](http://repository.ar-raniry.ac.id)

Internet Source

<1 %

32

[retnowIndr.wordpress.com](http://retnowIndr.wordpress.com)

Internet Source

<1 %

|    |                                                 |      |
|----|-------------------------------------------------|------|
| 33 | suciblue.wordpress.com<br>Internet Source       | <1 % |
| 34 | junipurn.blogspot.com<br>Internet Source        | <1 % |
| 35 | jurnal.instika.ac.id<br>Internet Source         | <1 % |
| 36 | kuliahtantan.blogspot.com<br>Internet Source    | <1 % |
| 37 | melonrasaduren.wordpress.com<br>Internet Source | <1 % |
| 38 | repository.uin-suska.ac.id<br>Internet Source   | <1 % |
| 39 | riani-fajrin.blogspot.com<br>Internet Source    | <1 % |

Exclude quotes      On

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      Off