

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA OMAR SMART BRAIN (OSB) CORPORATION TANGERANG

Dewy Anita¹, Rustam Alimuddin²

Sekolah Tinggi Agama Islam Binamadani

dewyanita@stai-binamadani.ac.id¹, rustamalimuddin2@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam pada Omar Smart Brain (OSB) Corporation Tangerang. Dalam konteks dunia bisnis, kasus pelanggaran etika bisnis merupakan hal yang biasa dan wajar pada masa kini. Banyak faktor yang mempengaruhi para pebisnis untuk melakukan pelanggaran etika bisnis, antara lain untuk menguasai pasar, memperluas jaringan, serta mendapatkan banyak keuntungan. Di sisi lain, Islam menempatkan etika bisnis Islam pada posisi tertinggi. Islam tidak membiarkan seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan merugikan banyak pihak, seperti konsumen, mitra bisnis, dan masyarakat secara umum. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif lapangan. Pengambilan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menjalankan bisnisnya, Omar Smart Brain (OSB) Corporation Tangerang berusaha menerapkan prinsip-prinsip dan etika bisnis Islam, seperti: tidak melipatgandakan harga dalam jual beli, kejujuran dalam takaran atau timbangan dengan penulisan berat bersih pada keterangan di kemasan produk, memberikan informasi tanpa menutup-nutupi mengenai kelemahan dan kelebihan produk, mencatat segala transaksi keuangan seperti pendapatan dan pengeluaran, memberikan pelayanan yang optimal kepada mitra bisnis dan konsumen, memenuhi kebutuhan *customer*, melakukan komunikasi yang baik kepada konsumen dan mitra bisnisnya, melakukan berbagai macam bentuk inovasi, dan lainnya.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Omar Smart Brain (OSB) Corporation

PENDAHULUAN

Aktifitas bisnis sangat diperlukan karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak mampu memenuhi kebutuhannya sendiri tanpa bantuan orang lain. Dalam konteks Islam, bisnis sendiri merupakan bagian dari kegiatan muamalah yang melibatkan satu pihak dengan pihak lain. Oleh karenanya, kegiatan bisnis tidak terlepas dari hukum-hukum yang juga mengatur masalah muamalah. Hal ini untuk menjaga agar semua kepentingan semua pihak yang terlibat dapat dipenuhi dengan baik, tanpa menimbulkan kerugian atau kemudharatan di salah satu pihak tersebut.

Dalam dunia bisnis, salah satu tantangan terberat yang harus dihadapi adalah munculnya pesaing dalam bisnis yang serupa. Ada lima hal yang harus diperhatikan dalam persaingan bisnis, yaitu: 1. Ancaman masuk pesaing baru (*new competitor*), 2. Ancaman pengganti (*treats substitution*), 3. Daya tawar dari pembeli (*bargaining position of buyer*), 4. Daya tawar dari pemasok, 5. Tingkat persaingan antara pesaing yang ada.¹

Tantangan-tantangan di atas secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap iklim bisnis. Realitas dalam dunia bisnis menunjukkan bahwa sebagian pelaku bisnis mulai mengabaikan prinsip moralitas dalam aktivitas bisnisnya. Bagi sebagian pihak, bisnis merupakan aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan hanya mencari keuntungan semata. Oleh karena itu, cara apapun bisa dilakukan untuk mendapatkan tujuannya.² Berberapa permasalahan umum yang terjadi dalam etika bisnis untuk saat ini, yaitu:

1. Pelanggaran etika bisnis dilakukan oleh pihak-pihak yang mengerti etika bisnis. Dilakukan dengan sengaja karena faktor ingin mengejar keuntungan dan menghindari kewajiban-kewajiban yang selayaknya harus dipatuhi.
2. Keputusan bisnis sering diambil dengan mengesampingkan norma norma atau aturan-aturan yang berlaku, misalnya Undang-undang perlindungan Konsumen. Keputusan bisnis sering mengedepankan materi atau mengejar target perolehan keuntungan jangka pendek semata.
3. Keputusan bisnis sering dibuat secara sepihak tanpa memperhatikan atau bahkan tanpa mengerti ketentuan etik yang disahkan oleh lembaga yang berkompeten seperti Kode Etik Perhimpunan Auditor Internal Indonesia (PAAI), Peraturan Menteri Keuangan Nomor 17/PMK.01/2008/ tentang Jasa Akuntan Publik, Peraturan Badan Pemeriksa Keuangan Nomor 2 Tahun 2007 tentang Kode Etik BPK-RI, Kode Etik Psikologi Indonesia, Kode Etik Advokat Indonesia, dan lain sebagainya.
4. Kontrol dari pihak berwenang dalam menegakkan etika bisnis masih dianggap lemah. Sehingga kondisi ini dimanfaatkan untuk mencapai keuntungan pribadi atau kelompok.³

Pelanggaran etika bisnis bisa terjadi di mana dan kapan saja. Untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya misalnya, banyak perusahaan yang menghalalkan segala cara, seperti curang dalam takaran dan timbangan, menyembunyikan cacat pada barang, menggunakan sumpah dalam meyakinkan pembelinya, mempromosikan barang yang tidak sesuai dengan barang aslinya, dan melakukan persaingan tidak sehat. Hal ini sangat bertentangan dengan etika bisnis khususnya dalam syariat Islam, karena sudah

¹ Veithzal Rivai Zainal, dkk., *Islamic Marketing Management*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 297.

² Leli Rosiyana, dkk., "Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis Yang Islami", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 53, No. 1, Desember 2017, h. 197.

³ Irham Fahmi, *Etika Bisnis: Teori, Kasus, dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2017, cet. ke-4, h. 9-10.

melakukan kecurangan dan mengabaikan sikap kejujuran dalam berbisnis. Praktek curang ini bukan saja merugikan masyarakat, tapi perusahaan itu sendiri.

Di dalam aktifitas bisnis terdapat hal yang perlu diperhatikan, yaitu tentang etika bisnis khususnya etika bisnis. Etika merupakan seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk dan bersifat normatif, yang berperan menentukan apa yang boleh dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seseorang.⁴ Islam menempatkan nilai etika pada posisi tertinggi, dimana untuk mencapai kesuksesan dalam berbisnis, setiap pebisnis harus memperhatikan etika bisnis agar terhindar dari praktik-praktik yang bertentangan dengan syariah dan moral baik. Bisnis merupakan sebuah proses dimana terjadinya pertukaran kepentingan sebagai keuntungan tanpa melakukan penekanan yang tidak dihalalkan atau tindakan penipuan terhadap kelompok lain. Perbuatan baik dalam perdagangan ini berarti bahwa tidak boleh ada rasa tidak senang atau perbedaan antara golongan dalam hubungan bisnis.

Omar Smart Brain (OSB) Corporation merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pendidikan dan kesehatan. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa perusahaan ini terus berusaha menerapkan prinsip dan etika bisnis, khususnya etika bisnis Islam, diantaranya tercermin pada mekanisme kemitraan, sistem penentuan harga penjualan produk, pelayanan kepada mitra bisnis dan konsumen, dan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip dan etika bisnis Islam oleh para pelaku bisnis menjadi asset penting bagi suatu perusahaan untuk melangsungkan kegiatan berbisnis. Dengan menerapkan prinsip dan etika bisnis Islam, iklim bisnis akan berjalan di atas asas keadilan, kejujuran, saling menguntungkan, dan terhindar dari saling merugikan atau memudharatkan satu pihak dengan pihak lain yang terlibat di dalamnya.

PEMBAHASAN

Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Secara sederhana dapat dipahami bahwa etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Moralitas di sini, sebagaimana telah dijelaskan yaitu aspek baik atau buruk, terpuji atau tercela, benar atau salah, wajar atau tidak wajar, pantas atau tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja. Kemudian dalam kajian etika bisnis Islam susunan *adjective* di atas ditambah dengan halal dan haram.⁵

Dalam hal ini, etika bisnis Islam merupakan hal yang penting dalam perjalanan sebuah aktifitas bisnis profesional. Sebagaimana dikatakan oleh

⁴ Rafik Isa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, h. 3.

⁵ Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2007, cet. ke-2, h. 15.

Syahata, bahwa etika bisnis Islam mempunyai fungsi substansial yang membekali para pelaku bisnis, yaitu:

- a. Membangun kode etik Islami yang mengatur, mengembangkan dan menancapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini juga menjadi simbol arahan agar melindungi pelaku bisnis dari risiko.
- b. Kode ini dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggungjawab para pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat, dan diatas segalanya adalah tanggungjawab di hadapan Allah swt.
- c. Kode etik ini dipersepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, daripada harus diserahkan kepada pihak peradilan.
- d. Kode etik dapat memberi kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja. Sebuah hal yang dapat membangun persaudaraan (ukhuwah) dan kerja sama antara mereka semua.⁶

Dalam Islam, prinsip-prinsip etika bisnis Islam mengacu pada 4 (empat) sifat dasar kenabian, yakni: *shidiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah*. Penjelasan dari masing-masing sifat dasar tersebut dalam kaitannya dengan dunia bisnis adalah sebagai berikut:

Pertama, Shidiq, yaitu bersikap benar dan jujur dalam setiap ucapan dan tindakan yang dilakukan.⁷ Bagi seorang pelaku bisnis, sifat *shiddiq* harus tertanam dalam jiwanya sehingga dalam berperilaku dan berhubungan dengan pemasok atau produsen, karyawan, mitra bisnis, konsumen, maupun *stakeholder* selalu mengedepankan kebenaran segala informasi yang diketahuinya. Dalam dunia bisnis, sifat *shiddiq* dapat diwujudkan dengan beberapa hal sebagai berikut:

1) Tidak melipatgandakan harga dalam jual beli. Kejujuran sangat relevan dalam hal penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Keuntungan adalah kompensasi dari kesulitan perjalanan, resiko bisnis dan ancaman keselamatan pedagang. Motif berdagang adalah mencari keuntungan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Namun demikian, Islam melarang pengambilan keuntungan yang besar dalam arti melipatgandakan harga dalam jual beli secara tidak wajar. Keuntungan bisnis dalam Islam tidak hanya sekedar keuntungan yang berupa pundi-pundi rupiah, akan tetapi keuntungan yang lebih kekal yakni keuntungan akhirat.⁸ Dalam dunia bisnis haruslah melahirkan suatu *win-win situation*, maksudnya situasi yang saling menguntungkan diantara semua pihak. Semua pelaku bisnis pasti

⁶ Husein Syahata, *Etika*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002, h. 12.

⁷ Rusydie Anwar, *25 Rahasia Bisnis Laris Manis ala Rasulullah*, Bantul: Araska, 2020, h. 75.

⁸ Veithzal Rivai Zainal, dkk., *Islamic Marketing Management ...*, h. 128.

ingin memperoleh keuntungan, begitu juga pembeli ingin memperoleh barang dan jasa yang memuaskan.⁹

2) Jujur dalam takaran. Salah satu cermin kejujuran dalam bisnis adalah menyempurnakan takaran dan timbangan. Tindakan tersebut yang jarang diperhatikan oleh para pelaku bisnis, terlebih ketika dagangannya ramai oleh pembeli. Ketika menimbang meskipun kurang 1 gr belum dikatakan takaran yang sempurna. Hal itu sama artinya dengan merampas hak pembeli dan termasuk memakan harta orang lain dengan jalan yang batil. Dalam surat al-Isra'/17: 35 telah ditegaskan tentang keharusan melakukan timbangan dan takaran yang benar. Hal ini memberi penegasan bahwasanya hal mendasar yang digunakan untuk membangun dan mengembangkan bisnis yang beretika adalah dengan menyempurnakan segala transaksi yang berkaitan dengan media takaran dan timbangan.¹⁰

3) Mengakui kelemahan serta kelebihan produk. Islam mengajarkan agar seorang pebisnis selalu menghidupkan mata hati untuk berlaku jujur, yakni dengan cara berterus terang untuk mengakui kelemahan produk dan menghindari menggunakan sumpah palsu untuk meyakinkan pembeli bahwa produk yang dijualnya memiliki kualitas yang bagus.¹¹

Kedua, Amanah yakni bersikap jujur, dapat dipercaya, atau bermakna memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan kepadanya. Sifat *amanah* dalam dunia bisnis dapat diwujudkan dalam beberapa hal, diantaranya:

1) Akuntabilitas. Suatu organisasi bisnis sangat memerlukan laporan keuangan untuk mengetahui tingkat keuntungan atau kerugian serta posisi asset, hutang dan modal yang dimilikinya. Dalam membuat laporan keuangan pelaku bisnis harus ingat bahwa pertanggungjawaban yang sebenarnya adalah tanggung jawab kepada Allah atas apa yang telah dilakukannya. Karena pada dasarnya keuntungan yang diperoleh bukan seamata-mata milik sendiri, akan tetapi ada hak orang lain, misalnya fakir miskin, anak yatim dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam suatu organisasi bisnis. Akuntabilitas juga sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada beberapa pihak, yaitu: manajer, investor, kreditur, instansi pemerintah, dan zakat (Laporan keuangan dijadikan dasar untuk mengetahui seberapa besar zakat yang harus dikeluarkan).¹²

2) Memberikan pelayanan yang optimal. Pelayanan yang baik sangat dibutuhkan bagi perkembangan suatu perusahaan. Pelayanan yang diberikan oleh pelaku bisnis dapat berupa keramahan, senyum kepada pelanggan dan

⁹ A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis: Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius, 1998, h. 79.

¹⁰ Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002, h. 21.

¹¹ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006, h. 124.

¹² Haryono Jusup, *Dasar-Dasar Akuntansi*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 2005, h. 6-7.

berbicara dengan kata-kata yang sopan. Islam melarang para pelaku bisnis untuk merekrut karyawan perempuan yang berpakaian seksi bahkan sampai menampakkan auratnya dengan tujuan agar menarik minat pembeli. Organisasi bisnis yang baik tidak hanya sekedar memberikan pelayanan ketika konsumen melakukan pembelian, akan tetapi layanan setelah konsumen melakukan pembelian juga harus dilaksanakan. Layanan tersebut dapat berupa pemberian garansi atas barang yang telah dijualnya, menerima retur barang yang rusak dan sejenisnya.¹³

3) Menepati janji. Sifat *amanah* sangat relevan dalam hal pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak bisnis. Seorang pebisnis harus selalu menepati janjinya baik kepada pembeli, pemasok, rekan kerja, *stakeholder*, dan tentunya menepati janji kepada Allah dalam bentuk melaksanakan semua perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Pelaku bisnis yang tidak bisa memenuhi janjinya dapat dikatakan sebagai golongan orang yang munafiq. Terlebih di era informasi yang terbuka dan cepat seperti sekarang ini mengingkari janji dalam dunia bisnis sama halnya dengan menggali kubur bagi bisnisnya sendiri. Karena dalam waktu singkat para rekan bisnis akan mencari mitra kerja yang dapat dipercaya.¹⁴

Ketiga, Tabligh yakni menyampaikan atau komunikatif. Komunikasi yang digunakan oleh pelaku bisnis yaitu dengan tutur kata yang sopan, bijaksana dan tepat sasaran (*bil hikmah*) kepada pelanggannya maupun mitra bisnisnya. lebih dari itu, pelaku bisnis harus mampu berargumentasi, berdialog, dan memiliki ide-ide.¹⁵ Seorang pebisnis Islami harus mampu menerapkan sifat *tabligh* paling tidak dalam beberapa hal berikut:

1) Komunikasi bisnis. Dalam menjalankan bisnis, seseorang harus mampu berkomunikasi dengan baik dan sopan agar tidak menyakiti hati mitra bisnis maupun pembeli. Komunikasi bisnis adalah proses penyampaian dan pertukaran informasi bisnis baik antar individu maupun kelompok dengan menggunakan bahasa yang lazim digunakan.¹⁶

2) Mampu menyampaikan visi misi. Setiap organisasi bisnis pasti mempunyai impian dan cita-cita yang ingin dicapai tanpa memandang apakah itu organisasi yang sudah besar atau hanya pebisnis biasa yang baru merintis usahanya. Impian tersebut tidak mungkin dapat tercapai apabila suatu organisasi bisnis tidak memiliki visi dan misi yang jelas.

Visi adalah suatu pernyataan ringkas mengenai citacita yang ingin dicapai organisasi di masa depan. Untuk mewujudkan visi tersebut maka perusahaan melakukan pengembangan misi yang akan dijalankan dalam setiap aktivitas perusahaan. Misi adalah penetapan tujuan dan sasaran perusahaan

¹³ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 107.

¹⁴ A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya ...*, h. 78.

¹⁵ Rusydie Anwar, *25 Rahasia Bisnis Laris Manis ala Rasulullah ...*, h. 83.

¹⁶ Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, Jakarta: Erlangga, 2011, h. 5.

yang mencakup kegiatan jangka panjang maupun jangka pendek yang akan dilakukan dalam upaya mencapai visi yang telah ditetapkan.¹⁷ Dalam menetapkan misi harus selaras dengan upaya pencapaian visi. Misi juga harus dapat menggambarkan rencana-rencana serta strategi-strategi yang digunakan untuk mencapai visi. Perumusan visi dan misi tidak boleh bertentangan dengan etika bisnis Islam, maksudnya dalam perumusan strategi-strategi tidak disertai dengan unsur-unsur kecurangan dan manipulasi dengan tujuan agar visi perusahaan cepat terealisasi.

3) Menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis (silaturahmi). Menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis merupakan hal yang penting bagi kelangsungan bisnis. Dalam dunia bisnis terdapat istilah *relationship marketing*. Konsep ini memandang bahwa pada awal barang dipasarkan, semua anggota masyarakat adalah calon pembeli yang potensial. Diantara calon pembeli tersebut pasti ada yang memutuskan untuk melakukan pembelian dan ada pula yang tidak memutuskan untuk membeli. Konsumen yang melakukan pembelian harus dilayani dengan baik sehingga merasa puas dan melakukan pembelian ulang hingga akhirnya menjadi pelanggan tetap. Pelanggan tetap tersebut akan dengan sendirinya membantu mempromosikan dan mengajak keluarga, saudara, teman, dan orang lain untuk ikut mengkonsumsi dan menjadi pelanggan tetap.¹⁸

Keempat, Fathanah yakni cerdas, intelektual dan memiliki pengetahuan yang luas.¹⁹ Sifat *fathanah* dapat dikatakan sebagai strategi khusus untuk menghadapi ketatnya persaingan di dunia bisnis. Dengan kecerdasan yang dimiliki, seorang pebisnis harus mampu memprediksi situasi persaingan dimasa yang akan datang seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Sifat *fathanah* di dunia bisnis dapat wujudkan dengan hal-hal berikut:

1) Kecerdasan spiritual. Sebagai seorang pebisnis muslim menjalankan bisnis merupakan ibadah yang harus dimulai dengan niat yang suci serta didasarkan pada nilai ketakwaan dan keimanan. Dengan bertaqwa akan melahirkan para pelaku bisnis yang memiliki kepribadian taat beragama, selalu berbuat baik dan tidak pernah mau melakukan perbuatan tercela dalam aktifitas bisnisnya. Implikasi dari kecerdasan spiritual tersebut akan menciptakan kemajuan bisnis, mensejahterakan keluarga, bangsa dan negara.²⁰

2) Profesional. Profesional merupakan kapasitas untuk menjalankan suatu usaha dengan ukuran dan kualitas terbaik, serta dengan menggunakan

¹⁷ Moeheriono, *Perencanaan, Aplikasi dan Pengembangan Indikator Kinerja Utama (IKU) Bisnis dan Publik*, Jakarta: Rajawali Press, 2012, h. 2.

¹⁸ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Penuntun Perkuliahan Bagi Mahasiswa, Pencerahan Bagi Pedagang, Pengembangan Marketing Syariah Bagi Pengusaha*, Bandung: Alfabeta, 2009, h. 306.

¹⁹ Rusydie Anwar, *25 Rahasia Bisnis Laris Manis ala Rasulullah ...*, h. 73.

²⁰ Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin: Antasari Press, 2011, h. 38.

standar saat ini yang dikenal dengan istilah STP (*segmentation, targeting and positioning*). *Segmentation* ditunjukkan dengan mengenali pasar-pasar yang akan dituju. *Positioning* ditunjukkan dengan merek dirinya yang selalu berlaku jujur sebagai pondasi utama dalam aktivitas dagang. Sementara *targeting* dibuktikan dengan tercapainya keuntungan perusahaan yang dikelola.²¹

3) Kemampuan untuk melakukan inovasi. Mengingat persaingan di dunia bisnis semakin ketat, suatu organisasi bisnis dituntut untuk selalu berinovasi. Inovasi adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang memiliki manfaat bagi orang lain dengan menggunakan keahlian dan kemampuan akalnya.²² Dalam dunia bisnis, hal mendasar yang perlu dilakukan adanya inovasi adalah terkait produk (barang yang diperdagangkan). Agar dapat memenangkan persaingan, produk harus memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh produk lain yang sejenis. Kriteria produk yang unggul adalah produk yang memenuhi standar etika bisnis Islam, yaitu produk yang diperjualbelikan harus halal, memiliki manfaat, dibutuhkan oleh konsumen serta memiliki resiko yang rendah.

Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Omar Smart Brain (OSB) Corporation

Omar Smart Brain (OSB) Corporation berdiri berawal dari vitamin otak OSB (Omar Smart Brain) yang launching pada tanggal 11 Maret 2014. Dari vitamin otak OSB ini lahirlah sebuah perusahaan dalam bentuk *Commanditaire Vennootschap* (CV) yang bernama Omar Smart Brain (OSB) Corporation yang berdiri pada tahun 2016. Omar Smart Brain (OSB) Corporation merupakan suatu bentuk badan usaha berupa persekutuan yang didirikan oleh dua orang atau lebih dimana sebagian para anggotanya memiliki tanggung jawab yang tak terbatas dan sebagian anggota lainnya memiliki tanggung jawab yang terbatas. Perusahaan ini terdaftar dalam bentuk *Commanditaire Vennootschap* (CV) dengan komisaris Ardi Gunawan dan direktur Khairul Iman. Selain itu perusahaan juga sudah memiliki surat izin usaha perdagangan (SIUP) Mikro dengan nomor: 503/000101-BP2T/30-08/MK/V/2016. dan sertifikat hak merek dengan nomor pendaftaran: IDM000608888 dengan merek OSB.²³

Omar Smart Brain (OSB) Corporation sudah berusia 6 tahun dan akan terus berumbuh. Saat ini sudah bertumbuh di lima pilar, yaitu: Pilar pertama di bidang herbal, pilar kedua di bidang pendidikan, pilar ketiga di bidang makanan dan minuman, pilar keempat di bidang *collection* seperti baju, dan pilar kelima di bidang skincare. Selain itu, Omar Smart Brain (OSB) Corporation telah berhasil mengembangkan jaringan mitra bisnisnya hampir ke seluruh Indonesia. Bahkan tersebar ke luar negeri seperti Hongkong, Thailand, Malaysia, Brunei, Singapore,

²¹ Muhammad Abdul Jawwad, *Menjadi Manajer Sukses*, Jakarta: Gema Insani, 2004, h. 8.

²² Muhammad Abdul Jawwad, *Menjadi Manajer Sukses ...*, h. 8.

²³ Wawancara dengan Founder Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Ardi Gunawan, Tangerang, pada tanggal 12 Agustus 2021.

India, Arab, Paris, Turkey, dan lainnya. Para mitra bisnis Omar Smart Brain (OSB) Corporation ini merupakan mitra-mitra yang membantu perusahaan dalam menjual produk herbal yang dimiliki perusahaan. Mitra bisnis tersebut dibagi menjadi 4 tingkatan kemitraan, yaitu: stokis, distributor, agen, dan reseller.

Dalam dua tahun terakhir ini Omar Smart Brain (OSB) Corporation telah mengembangkan sayapnya dalam bidang pendidikan. Selain memberikan pelatihan menghafal cepat dengan otak kanan di sekolah-sekolah, Omar Smart Brain (OSB) Corporation juga memberikan pelatihan-pelatihan dalam bidang bisnis, dan kajian-kajian islami dalam bentuk *online* dan *offline*. Selain itu, Omar Smart Brain (OSB) Corporation juga telah membuat sebuah Yayasan yang bernama Yayasan Darut Tahsin. Di bawah naungan yayasan ini ada TPQ OSB Darut Tahsin, Pesantren OSB Darut Tahsin, dan Kampus OSB Darut Tahsin (Darut Tahsin Institute).

Hadirnya persaingan di dunia bisnis yang semakin padat dan bebas membuat beberapa pebisnis rela melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan etika maupun norma bisnis yang ada. Etika yang terkadang tidak sesuai adalah pembuatan produk yang tidak halal, tidak higienis, tidak layak konsumsi, dan harga yang terlalu mahal dengan kualitas produk yang tidak sesuai.

Kondisi persaingan ini tidak menyurutkan niat dan semangat founder Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Ardi Gunawan, untuk tetap menjalankan bisnisnya agar sesuai etika bisnis Islam. Adapun etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Omar Smart Brain (OSB) Corporation bermula pada perwujudan 4 (empat) sifat kenabian, yakni: *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah*.

Pertama, Shiddiq. Sikap jujur yang diterapkan oleh Omar Smart Brain (OSB) Corporation dalam menjalankan bisnisnya meliputi hal-hal berikut: 1) Tidak melipatgandakan harga dalam jual beli. Harga jual produk merupakan jumlah dari biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan ditambah dengan keuntungan. Dalam menentukan harga jual produk melalui persentase yaitu keuntungan maksimal 50% dari harga konsumen, dan keuntungan tersebut dibagi-bagi kepada mitra bisnis, seperti stokis, distributor, agen, dan reseller. Mitra bisnis akan mendapatkan keuntungan dari penjualan berdasarkan level (tingkat) kemitraannya, semakin tinggi level kemitraannya maka semakin besar keuntungan yang didapatkan dari penjualan, begitu juga berlaku sebaliknya. Hal ini karena perusahaan telah menentukan modal atau harga beli produk ke perusahaan untuk setiap level mitra bisnis. Namun untuk harga jual produk ke konsumen (*end user*), perusahaan menetapkan harga yang sama untuk semua level kemitraan. Perusahaan juga tidak pernah menimbun barang kemudian dijual dengan harga yang mahal. Karena perusahaan menggunakan sistem *FIFO* (*first in, first out*) yakni barang yang pertama masuk, dikeluarkan lebih dahulu.²⁴

²⁴ Wawancara dengan Founder Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Ardi Gunawan, Tangerang, pada tanggal 12 Agustus 2021.

2) Jujur dalam takaran. Omar Smart Brain (OSB) Corporation Tangerang menerapkan kejujuran dalam takaran atau timbangan dengan penulisan berat bersih pada keterangan di kemasan produk. Seperti yang diungkapkan oleh Diki Hartono selaku CFO Omar Smart Brain (OSB) Corporation yang mengatakan bahwa untuk masalah berat pasti selalu sama dengan keterangan di kemasan. Karena semua produk diproduksi dengan teknologi dan sudah distandarisasikan oleh pabrik.²⁵

Hal yang sama juga disampaikan oleh Andika Ferdiansyah selaku admin Omar Smart Brain (OSB) Corporation Tangerang bahwa untuk menetapkan ukuran atau takaran prodak sudah diukur atau ditentukan dari pabriknya. Dan kami selalu menimbang barang ketika ada yang mau beli produk dan menginfokan beratnya kepada konsumen dengan benar dan jujur, agar konsumen mengetahui berat dari produk tersebut dan ongkos kirimnya jika harus dikirim via ekspedisi.²⁶

3) Mengakui kelemahan serta kelebihan produk. Perusahaan selalu memberikan informasi produk apa adanya tanpa menutup-nutupi mengenai kelemahan dan kelebihan produk Omar Smart Brain (OSB) Corporation yang dijualnya serta mengutamakan kebenaran informasi dari produk tersebut.²⁷ Hal ini diperkuat dengan perkataan mitra bisnis, Ummu Aftar, yang mengatakan bahwa Omar Smart Brain (OSB) Corporation menginformasikan bagus dan jeleknya atau kelebihan dan kelemahan produk kepada mitra bisnis dan konsumen.⁸

Informasi tersebut biasanya tentang masa kadaluwarsa produk. Jika masa kadaluwarsa sudah dekat, maka perusahaan akan sampaikan kepada konsumen. Dan jika ada kekurangan seperti produk tidak boleh dikonsumsi oleh ibu hamil atau anak di bawah umur satu tahun, maka perusahaan akan menjelaskan kelemahan atau kekurangan produk tersebut kepada konsumen. Begitu juga kalau ada kecacatan pada produk, jika kecacatan tersebut terjadi pada waktu pengiriman bisa ditukar kembali dengan barang yang sama dan berkualitas baik.²⁸

Kedua, Amanah. Sikap bertanggung jawab dan dapat dipercaya yang diterapkan oleh Omar Smart Brain (OSB) Corporation Tangerang meliputi hal-hal berikut: 1) Akuntabilitas. Dalam menjalankan bisnis suatu organisasi sangat

²⁵ Wawancara dengan CFO Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Diki Hartono, Tangerang, pada tanggal 21 September 2021.

²⁶ Wawancara dengan Admin Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Andika Ferdiansyah, pada tanggal 22 Oktober 2021.

²⁷ Wawancara dengan Admin Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Muhamad Irfan, Tangerang, pada tanggal 22 Oktober 2021.

⁸ Wawancara dengan Mitra Bisnis (Stokis) Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Ummu Aftar, pada tanggal 24 Oktober 2021.

²⁸ Wawancara dengan Admin Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Hasan, pada tanggal 22 Oktober 2021.

membutuhkan laporan keuangan yang bertujuan untuk mengetahui apakah organisasi yang dijalankan mengalami keuntungan atau kerugian serta untuk mengetahui posisi *asset* atau modal dan hutang yang dimilikinya. Hasil dari proses akuntansi disebut dengan laporan keuangan. Akuntansi merupakan proses pencatatan, penggolongan, pelaporan, merangkum dan menganalisa data keuangan dari bisnis yang dilakukan dalam suatu organisasi bisnis.

Wawancara dengan Diki Hartono selaku CFO Omar Smart Brain (OSB) Corporation mengatakan bahwa perusahaan selalu mencatat segala transaksi keuangan seperti pendapatan dan pengeluaran. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui berapa jumlah keuntungan maupun kerugian yang diterimanya dalam jangka waktu tertentu.²⁹

2) Memberikan pelayanan yang optimal. Omar Smart Brain (OSB) Corporation selalu memberikan pelayanan yang optimal kepada mitra bisnis dan konsumen. Seperti bersikap ramah-tamah dan berbicara sopan dengan mitra bisnis dan konsumen. Sebagaimana yang dikatakan oleh Hasan selaku admin Omar Smart Brain (OSB) Corporation bahwa sebagai admin harus melayani dengan baik segala kebutuhan *customer*, seperti melayani dengan baik, ramah, dan sopan.³⁰ Hal ini juga dibuktikan oleh hasil wawancara dengan mitra bisnis dan konsumen bahwasannya Omar Smart Brain (OSB) Corporation melayani dengan sepenuh hati, kesabaran, sopan, dan ramah.³¹ Dan selalu memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan maupun mitra bisnisnya.³²

3) Menepati janji. Omar Smart Brain (OSB) Corporation selalu memenuhi kebutuhan *customer* dan menepati janjinya, terutama kepada pembeli yang memesan produk kepadanya.³³ Dengan menerapkan sifat menepati janji akan mendatangkan kepercayaan *customer* dan kepercayaan merupakan modal utama yang harus dimiliki. Perusahaan selalu memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan kesepakatan. Jikapun ada kesalahan biasanya terjadi karena adanya miss-komunikasi antara admin dan bagian gudang, seperti pesanan empat botol dikirim tiga botol atau sebaliknya.³⁴

Ketiga, Tabligh. Sikap komunikatif dan argumentatif yang diterapkan pada Omar Smart Brain (OSB) Corporation meliputi hal-hal sebagai berikut: 1) Komunikasi bisnis. Komunikasi bisnis yang ada pada Omar Smart Brain (OSB)

²⁹ Wawancara dengan CFO Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Diki Hartono, Tangerang, pada tanggal 22 September 2021.

³⁰ Wawancara dengan Admin Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Hasan, pada tanggal 22 Oktober 2021.

³¹ Wawancara dengan Mitra Bisnis (Stokis) Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Ummu Afar, pada tanggal 24 Oktober 2021.

³² Wawancara dengan Mitra Bisnis (Stokis) Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Fitri Novianti, pada tanggal 25 Oktober 2021.

³³ Wawancara dengan Admin Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Kurniawan, pada tanggal 22 Oktober 2021.

³⁴ Wawancara dengan Admin Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Hasan, pada tanggal 22 Oktober 2021.

Corporation adalah melakukan interaksi atau komunikasi kepada konsumen dan mitra bisnisnya menggunakan bahasa yang sopan, halus, ramah, dan selalu berterima kasih, serta mengedepankan sopan santun.³⁵

2) Mampu menyampaikan visi misi. Omar Smart Brain (OSB) Corporation telah memiliki visi dan misi yang jelas dan terarah. Visi yang dimiliki adalah menjadi perusahaan yang terbaik memberikan peluang bisnis bagi masyarakat Indonesia, menyehatkan dan mencerdaskan dunia, dan menggapai peradaban baru dan mencerdaskan bangsa. Dan misinya, yaitu: a) menghadirkan produk-produk herbal dan edukasi di setiap rumah; b) Membina para mitra mencapai kehidupan yang lebih baik dan berkualitas.³⁶

Untuk mencapai visi Omar Smart Brain (OSB) Corporation tetap memperhatikan kaidah-kaidah dan aturan Islam atau tidak menghalalkan segala cara yang bertujuan untuk keuntungan Omar Smart Brain (OSB) Corporation. Hal tersebut dapat dilihat dari kerja keras yang diiringi dengan berdoa kepada Allah Swt. Di samping itu Omar Smart Brain (OSB) Corporation selalu melakukan inovasi-inovasi baik dari segi produk maupun pelayanan kepada konsumen dan mitra bisnis.

3) Menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis (silaturahmi). Omar Smart Brain (OSB) Corporation selalu menjaga hubungan baik dengan para mitra bisnis dan konsumen. Berbagai macam cara yang mereka gunakan mulai dari selalu mengajak berkomunikasi, maju dan tumbuh bersama, dan memberikan bimbingan dan materi-materi seputar bisnis dan kehidupan sehari-hari, serta memberikan *reward* kepada mitra bisnis yang berprestasi. Untuk menjangkau seluruh mitra bisnis dan konsumennya yang ada di berbagai daerah, Omar Smart Brain (OSB) Corporation mengoptimalkan penggunaan media *online* untuk silaturahmi seperti zoom, dan lainnya.

Keempat, Fathanah. Kecerdasan yang ditunjukkan oleh Omar Smart Brain (OSB) Corporation Tangerang meliputi hal-hal berikut: 1) Kecerdasan spiritual. Kecerdasan spiritual yang diterapkan adalah menjalankan shalat wajib. Apabila waktu shalat Dzuhur dan Ashar tiba maka perusahaan mewajibkan karyawan untuk berhenti beraktifitas dan menunaikan shalat berjamaah di masjid. Selain itu, melakukan shalat Dhuha dan tahsin bacaan al-Qur'an bersama-sama di pagi hari sebelum bekerja, tilawah al-Qur'an di siang hari, dan membaca al-Qur'an dengan artinya di sore hari sebelum pulang.³⁷

2) Profesional. Profesional merupakan kapasitas untuk menjalankan suatu usaha dengan ukuran dan kualitas terbaik. Bentuk profesional yang dilakukan oleh Omar Smart Brain (OSB) Corporation yaitu memiliki segmen

³⁵ Wawancara dengan Admin Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Hasan, pada tanggal 22 Oktober 2021.

³⁶ Wawancara dengan Founder Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Ardi Gunawan, pada tanggal 12 Agustus 2021.

³⁷ Wawancara dengan Founder Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Ardi Gunawan, pada tanggal 12 Agustus 2021.

pasar tertentu serta target yang harus dipenuhi dalam bisnisnya. Di samping itu, Omar Smart Brain (OSB) Corporation sangat pandai dalam mencermati setiap perubahan trend yang ada di masyarakat. Omar Smart Brain (OSB) Corporation juga selalu tanggap terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta memanfaatkan teknologi tersebut untuk hal-hal yang positif yaitu dengan mengaplikasikannya dalam bisnis yang dijalankan.

3) Kemampuan untuk melakukan inovasi. Omar Smart Brain (OSB) Corporation selalu melakukan berbagai macam bentuk inovasi diantaranya memperbanyak produk herbal dan menciptakan produk baru, seperti mengeluarkan produk baru di masa pandemi Covid-19 untuk meningkatkan *imunitas* yang terbuat dari bahan pilihan dan alami, yaitu produk *Nutrimune*. Inovasi Omar Smart Brain (OSB) Corporation terhadap produk terbarunya tidak termasuk produk yang dilarang syariat Islam dan membahayakan konsumen, seperti memproduksi barang haram atau menggunkan bahan pengawet. Hal ini karena semua produk Omar Smart Brain (OSB) Corporation terbuat dari bahan alami yang halal dan sudah memiliki sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan sertifikasi layak konsumsi dari BPOM.³⁸

KESIMPULAN

Omar Smart Brain (OSB) Corporation berdiri berawal dari vitamin otak OSB (Omar Smart Brain) yang launching pada tanggal 11 Maret 2014. Dari vitamin otak OSB ini lahirlah sebuah perusahaan dalam bentuk *Commanditaire Vennootschap* (CV) yang bernama Omar Smart Brain (OSB) Corporation yang berdiri pada tahun 2016. Penerapan etika bisnis Islam pada Omar Smart Brain (OSB) Corporation Tangerang apabila ditinjau dari ekonomi syariah mengacu pada prinsip-prinsip sebagai berikut: 1) Sifat *shiddiq* yang merupakan implementasi dari prinsip keseimbangan/keadilan dan kejujuran; 2) Sifat *amanah* yang merupakan penjabaran dari prinsip pertanggungjawaban dan akuntabilitas dalam sistem keuangan; 3) Sifat *tabligh* sebagai perwujudan dari prinsip *ihsan* (memperlakukan orang lain sama seperti diri sendiri diperlakukan baik); dan 4) Sifat *fathanah* yang merupakan penjabaran dari prinsip ketauhidan dan kehendak bebas dalam berkarya (berinovasi).

³⁸ Wawancara dengan Admin Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Kurniawan, pada tanggal 22 Oktober 2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf, *Wirausaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Penuntun Perkuliahan Bagi Mahasiswa, Pencerahan Bagi Pedagang, Pengembangan Marketing Syariah Bagi Pengusaha*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Anwar, Rusydie, *25 Rahasia Bisnis Laris Manis ala Rasulullah*, Bantul: Araska, 2020.
- Arifin, Johan, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Badroen, Faisal, dkk., *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2007.
- Beekum, Rafik Isa, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Fahmi, Irham, *Etika Bisnis: Teori, Kasus, dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Jawwad, Muhammad Abdul, *Menjadi Manajer Sukses*, Jakarta: Gema Insani, 2004.
- Jusup, Haryono, *Dasar-Dasar Akuntansi*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 2005.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006.
- Keraf, A. Sonny, *Etika Bisnis: Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius, 1998.
- Moehersono, *Perencanaan, Aplikasi dan Pengembangan Indikator Kinerja Utama (IKU) Bisnis dan Publik*, Jakarta: Rajawali Press, 2012.
- Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.
- Purwanto, Djoko, *Komunikasi Bisnis*, Jakarta: Erlangga, 2011.
- Rosiyana, Leli, dkk., "Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis Yang Islami", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 53, No. 1, Desember 2017.
- Syahata, Husein, *Etika*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Zainal, Veithzal Rivai, dkk., *Islamic Marketing Management*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Wawancara dengan Founder Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Ardi Gunawan, Tangerang, pada tanggal 12 Agustus 2021.
- Wawancara dengan CFO Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Diki Hartono, Tangerang, pada tanggal 22 Oktober 2021.

Wawancara dengan Admin Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Andika Ferdiansyah, pada tanggal 22 Oktober 2021.

Wawancara dengan Admin Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Muhamad Irfan, Tangerang, pada tanggal 22 Oktober 2021.

Wawancara dengan Mitra Bisnis (Stokis) Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Ummu AUFAR, pada tanggal 24 Oktober 2021.

Wawancara dengan Admin Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Hasan, pada tanggal 22 Oktober 2021.

Wawancara dengan Mitra Bisnis (Stokis) Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Fitri Novianti, pada tanggal 25 Oktober 2021.

Wawancara dengan Admin Omar Smart Brain (OSB) Corporation, Kurniawan, pada tanggal 22 Oktober 2021.