

Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Praktik Konsinyasi

Agvina Rachmayanti*, Nanik Eprianti

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*r.agvina@gmail.com, nanikeprianti@gmail.com

Abstract. Islamic business ethics is the study of what is good or bad, right or wrong in the world of commerce or business based on the principle of morality. There are 7 axioms of Islamic business ethics, namely Falah, Mashlahat, Unity, Equilibrium, Free Will, Responsibility, Benevolence. In carrying out the practice of consignment, the Divers Collective does not fulfill the 3 axioms of Islamic business ethics, namely the axioms of Equilibrium, Responsibility and Free Will. The problem in this research is formulated as follows: (1) How is the cooperation agreement made by Divers Collective? (2) How do you review Islamic business ethics on consignment practices at Divers Collective? This research uses the type of qualitative research with case study techniques. Interview, Observation and Documentation is a way of collecting data that aims to find out all the information to be analyzed by means of deductive analysis and conclusions drawn. Based on the results of the research that in terms of the agreement, the consignor is in default and is not in accordance with the axiom of Responsibility. In terms of marketing, the consignor has fulfilled the axiom of Benevolence business ethics. Meanwhile, in terms of sales, the consignor has not carried out the axiom of business ethics perfectly, namely regarding Free Will.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Consignment, Axioms.*

Abstrak. Etika bisnis Islam adalah ilmu yang mempelajari tentang apa yang baik atau buruk, benar atau salah dalam dunia perdagangan atau bisnis didasari dengan prinsip moralitas. Ada 7 aksioma etika bisnis Islam, yaitu Falah, Mashlahat, Unity (Persatuan), Equilibrium (Keseimbangan), Free Will (Kehendak Bebas), Responsibility (Tanggung Jawab), Benevolence (Ihsan). Dalam melakukan praktik konsinyasi, pihak Divers Collective tidak memenuhi 3 aksioma etika bisnis Islam yaitu aksioma Equilibrium (Keadilan), Responsibility (Tanggung Jawab) dan Free Will (Kehendak Bebas). Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : (1) Bagaimana perjanjian kerjasama yang dilakukan Divers Collective? (2) Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam pada praktik konsinyasi di Divers Collective? Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan Teknik studi kasus. Wawancara, Observasi dan Dokumentasi merupakan cara pengumpulan data yang bertujuan untuk mengetahui segala informasi untuk dianalisis dengan alat analisis deduktif dan ditarik kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa dari segi perjanjiannya, pihak consignor melakukan wanprestasi dan tidak sesuai dengan aksioma Responsibility (Tanggung jawab). Dalam segi pemasaran, pihak consignor telah memenuhi aksioma etika bisnis Benevolence (Ihsan). Sedangkan dari segi penjualan, pihak consignor belum melakukan aksioma etika bisnis dengan sempurna yaitu mengenai Free Will (Kehendak Bebas).

Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam, Konsinyasi, Aksioma.*

A. Pendahuluan

Hakekat dasar manusia adalah sebagai makhluk sosial dimana manusia tentunya tidak dapat memenuhi kebutuhannya secara individu akan tetapi harus didukung oleh manusia lainnya. Sehingga dalam memenuhi kebutuhan hidup, manusia diharuskan untuk saling berinteraksi, bekerja sama dan tolong menolong termasuk dalam kegiatan praktik ekonomi yang dilakukan di kehidupan sehari-hari seperti sewa-menyewa, penggadaian, jual beli, hutang piutang dan berbagai macam praktik lainnya. Seiring berjalannya waktu, manusia akan semakin berkembang dan maju, persaingan usaha menjadi semakin ketat karena perkembangan ekonomi baik dari sisi produksi, distribusi, penjualan dan konsumsi. Penjualan adalah bentuk interaksi antara penjual dan para pembeli dengan cara menawarkan barang yang diproduksi kepada pembeli.

Menjalankan usaha perniagaan merupakan bagian dari pelaksanaan peran manusia sebagai khalifatullah atau wakil Allah di muka bumi dan berkewajiban untuk memakmurkan bumi dengan jalan beribadah kepadaNya. Islam telah mengajarkan para pengikutnya untuk melakukan aktivitas ekonomi dengan menerapkan prinsip dan tujuan yang mengacu pada syari'ah dan harus terikat dengan hukum syara. Dalam kaitan ekonomi dan agama (Islam), Islam berperan sebagai panduan moral terhadap fungsi produksi, distribusi dan konsumsi.

Kegiatan bisnis yang akan membawa kepada pintu rezeki yang diridhai Allah dan merupakan perwujudan dari peran manusia sebagai khalifatullah adalah bisnis yang dijalankan dengan prinsip syariah dari Allah swt. Nilai baik dan buruk, benar dan salah, tanpa terkecuali etis maupun tidak etis harus didasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas islami. Kebenaran, kesalahan, kebaikan dan keburukan manajemen atau organisasi bisnis diputuskan berdasarkan kemaslahatan dalam kerangka menuju keberhasilan (falah). Semua itu berkaitan dengan masalah moral dan etika yang dimana 2 hal tersebut tidak terpisahkan dalam dunia bisnis yang menjadi perekat dalam setiap transaksi bisnis, menjadi aturan yang menjamin keterlaksanaan transaksi yang adil dan saling menguntungkan pihak-pihak yang terlibat.

Etika bisnis adalah seperangkat prinsip dan norma yang harus ditaati para pelaku bisnis dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi agar tercapainya tujuan bisnis yang mashlahat. Menurut Muhammad Saifullah sebagaimana yang dikutip oleh H. Fakhry Zamzam dan Havis Aravik dalam buku Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan, Etika bisnis adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan mana yang baik dan buruk, benar dan salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis.

Etika bisnis Islam merupakan beberapa perilaku etis bisnis yang dilandasi dengan nilai-nilai Syariah dan mengutamakan halal dan haram. Nilai akhlak ialah nilai yang mendukung manusia menjadi pribadi yang sempurna yaitu dengan kejujuran, keadilan, kemerdekaan, kebenaran dan kebahagiaan. Dalam berbagai literatur terutama Al-Qur'an dan Hadits nabi, etika bisnis sudah banyak dijelaskan. Para pelaku bisnis diperlukan untuk berperilaku etis pada segala kegiatan bisnisnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah komponen pokok dalam mencapai bisnis yang sukses di kemudian hari.

Berbisnis yang baik berdasarkan etika adalah memenuhi indikator aksioma. Aksioma ialah turunan dari konsep fundamental nilai moral Islami. Aksioma diartikan sebagai dasar atau asas yang dapat mengembangkan sebuah konsep pemikiran Etika Bisnis Islam. Aksioma tersebut telah dikembangkan dan dikemukakan oleh para sarjana muslim. Dalam menjalankan bisnisnya, Rasulullah SAW menerapkan Aksioma etika bisnis Islam dimana aksioma itu berasal dari Al-Qur'an dan juga Hadits yang dimana aksioma tersebut diharapkan dapat menjadi petunjuk bagi kesadaran moral para pelaku bisnis khususnya yang beragama muslim untuk dapat menetapkan prinsip yang diyakini saat menjalankan kemashalatan bisnisnya. Aksioma tersebut terdiri dari 7 (tujuh), Pertama yaitu Falah berarti tujuan dalam setiap pelaksanaan ekonomi dan bisnis adalah *maqashid asy syari'ah* berupa ketahanan atas iman, ilmu, kehidupan, harta dan kelangsungan keturunan. Kedua, Mashalat yang berarti keputusan seorang pelaku ekonomi dan islam untuk menyeimbangkan tindakan keduanya. Ketiga, *Unity* (Persatuan) berarti menyesuaikan seluruh sudut pandang kehidupan manusia baik dalam perekonomian, sosial dan politik dijadikan suatu hal yang homogen atau sama demi membentuk kesatuan agar etika dan bisnis dapat teratur secara vertikal maupun horizontal. Keempat, *Equilibrium* atau

Keseimbangan berarti berlaku adil dalam melakukan aktivitas ekonomi dan bisnis, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Kelima, *Free Will* (Kehendak Bebas) berarti menjamin adanya kebebasan yang tidak merugikan kepentingan bersama. Keenam, *Responsibility* (Tanggung Jawab) berarti kesediaan pelaku bisnis untuk bertanggung jawab atas dan mempertanggungjawabkan tindakannya. Ketujuh, *Benevolence* (Ihsan) yang berarti Profesionalisme, ihsan dapat mencakup kebaikan bagi orang lain, kebersamaan dalam memikul beban dan tanggung jawab.

Pengamatan awal yang dilakukan peneliti sendiri dengan menyimpan produk dari *brand* peneliti di salah satu *Consignment Store* di Bandung dimana toko tersebut menerapkan sistem titip-jual atau dengan cara pemilik barang memberikan stok produk yang disepakati untuk dijual dan dipasarkan oleh toko konsinyasi tersebut. Namun pada salah satu *consignment store* di Bandung yaitu Divers Collective terdapat transaksi bisnis yang belum memenuhi kriteria aksioma pada Etika Bisnis Islam pada bagian tanggung jawab terhadap yang telah disepakati di awal perjanjian.

Pada permasalahan ini terdapat kesalahan pada perjanjian dimana dalam salah satu isi dari perjanjian mengenai hak dan kewajiban pihak pertama atau *consignee* yang seharusnya berkewajiban mengirim data *stock* setiap bulannya tetapi yang peneliti alami pihak pertama hanya mengirimkan data penjualan tanpa disertai data *stock*. Adapula dalam hal perpanjangan kontrak, dimana pihak pertama tidak memberikan tanda tangan saat persetujuan kontrak sebelum perjanjian kontrak tersebut diberikan kepada pihak kedua atau *consignor*. Hal ini menunjukkan ketidaksesuaian perjanjian yang telah disepakati dan tidak sesuai dengan Etika Bisnis Islam yang baik dan benar dan melarang poin aksioma keenam yaitu *Responsibility* atau mengenai Tanggung Jawab, didukung oleh Q.S Al-Maidah ayat 1 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya :

“Wahai Orang-orang beriman! Penuhilah janji-janji”

Dari ayat diatas terlihat bahwa Ketika kita berjanji kepada Allah maupun kepada manusia maka tunaikanlah. Begitu pula berkaitan dengan akad mu'amalah. Seseorang yang beriman perlu memperhatikan janji-janji atau akad-akad yang disepakati, karena konsekuensi sebagai orang beriman adalah menyempurnakan janji dan menjalankan hal tersebut dengan sebaik-baiknya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: (1) Bagaimana perjanjian kerja sama yang dilakukan Divers Collective? (2) Bagaimana tinjauan Etika Bisnis Islam pada praktik konsinyasi di Divers Collective?. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Mengetahui Praktik Perjanjian Kerjasama konsinyasi yang dilakukan Divers Collective.
2. Mengetahui Tinjauan etika bisnis Islam pada praktik konsinyasi yang dilakukan Divers Collective.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan Teknik studi kasus yang digunakan untuk mengetahui secara mendalam tentang suatu fenomena atau permasalahan yang akan diteliti. Wawancara, Observasi dan Dokumentasi merupakan cara pengumpulan data yang bertujuan untuk mengetahui segala informasi untuk dianalisis menggunakan dua cara yaitu perama reduksi data yaitu dengan cara memfilter informasi penting hasil penelitian yang ada di lapangan berdasarkan kebutuhan saja juga tidak mencantumkan hal yang tidak penting diluar penelitian. Kedua, Penyajian data dilakukan dengan cara mendeskripsikan data yang telah direduksi secara jelas dan utuh ke dalam bentuk teks naratif tentang praktik yang dilakukan dan sesuai dengan etika bisnis islam atau tidak agar dapat ditarik kesimpulan. Jika proses penyajian data diyakini sudah mencapai tujuan penelitian, maka langkah analisis data yang terakhir, yakni penarikan serta pengujian kesimpulan yang dilakukan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Perjanjian Konsinyasi di Divers Collective

Perjanjian kerjasama atau kontrak yang dilakukan Divers Collective terdapat 2 tahap yaitu tahap penawaran dan tahap penerimaan. Pada Tahap Penawaran, pihak *consignee* atau pemilik toko yang terlebih dahulu menghubungi pihak *brand* melalui sosial media atau *online* dan menawarkan Kerjasama konsinyasi dengan cara mengirimkan proposal bisnis atau kerjasamanya dalam bentuk PDF berisi hal-hal yaitu : 1) Profil Usaha; 2) Visi dan Misi; 3) Maksud dan Tujuan; 4) Konsep Usaha; 5) Lokasi Usaha; 6) Target Pasar; 7) Strategi Pemasaran; 8) Keuntungan; 9) Bentuk Kerjasama. Proposal Kerjasama tersebut yang akan menjadi acuan dan pertimbangan *brand* untuk menitipkan barang atau produknya di Toko tersebut lalu dijual sesuai dengan perjanjian kontrak yang nantinya akan disetujui kedua pihak pada tahap penerimaan atau penyetujuan kerjasama *konsinyasi*.

Setelah tahap penawaran tersebut ada yang diterima dan adajuga yang tidak diterima oleh pihak pemilik barang atau *brand*. Jika pihak *brand* tidak tertarik dengan proposal yang diberikan pihak Divers Collective maka kerjasama tersebut tidak akan dilanjutkan. Sebaliknya, jika pihak *brand* tertarik dengan proposal kerjasama yang diberikan maka, pihak *consignee* melanjutkan kerjasamanya dengan mengirimkan Perjanjian atau Kontrak kerjasama yang berisi pasal-pasal mengenai hak dan kewajiban pihak pertama dan kedua, biaya konsinyasi, jangka waktu dan lain-lain.

Etika Bisnis Islam pada Praktik Konsinyasi Divers Collective

Pada praktik konsinyasi di Divers Collective terbagi menjadi 3 hal yaitu Perjanjian Kerjasama, Penjualan dan terakhir Pemasaran. Dari sudut pandang etika bisnis ada 7 indikator aksioma yakni Falah, Mashlahat, *Unity* (Persatuan), *Equilibrium* (Keseimbangan), *Free Will* (Kehendak Bebas), *Responsibility* (Tanggung Jawab), *Benevolence* (Ihsan) yang dimana indikator tersebut dapat menjadi acuan untuk mengetahui apakah praktik konsinyasi yang dilakukan oleh Divers Collective telah sesuai dengan etika dan telah memenuhi aksioma atautkah praktik konsinyasi tersebut secara tidak langsung merugikan atau tidak memenuhi aksioma etika dalam berbisnis.

Pertama, pada indikator Falah, Konsep falah dalam aktivitas ekonomi ini berkaitan dengan maqashid asy-syari'ah yaitu berupa terjaganya keimanan, ilmu, kehidupan, harta dan kelangsungan hidup keturunan. Dalam praktik *konsinyasi*, Divers Collective telah melakukan hal yang seharusnya dilakukan, namun ada sebagian hal yang dimana konsep falah ini belum terpenuhi yaitu mengenai moral yang dapat mengurangi keimanan. Maka dari itu penulis menyimpulkan bahwa toko Divers Collective belum memiliki konsep Falah dengan sempurna karena belum memenuhi aksioma Etika Bisnis Islam.

Kedua, Jika dilihat dari indikator mashlahat, Konsep Mashalat berarti kebermanfaatan yang artinya menarik kemanfaatan dan menolak kemudharatan. Mashlahat juga berarti pemeliharaan kemashlahatan untuk menyatakan suatu manfaat. Dalam penjualannya, Divers Collective telah memaparkan manfaat-manfaat yang akan didapat dari praktik *konsinyasi* ini sebagaimana yang telah peneliti paparkan di poin A pada bab IV ini yaitu berupa perluasan jangkauan pasar. Dimana jika semakin luas pasar penjualan, maka semakin besar pula penghasilan yang akan dicapai. Dalam praktiknya Divers Collective telah memenuhi apa yang telah disetujui pada proposal bisnis yaitu mengenai manfaat *konsinyasi* di Divers Collective. Hal ini sesuai dengan aksioma mashlahat yakni menyatakan suatu manfaat dari kegiatan berbisnis.

Ketiga, Lalu indikator *unity* atau persatuan, Konsep *Unity* ini yang menetapkan batasan yang menyeru manusia kepada kebenaran, kebaikan guna memberikan manfaat dan dapat mencegah terjadinya penipuan, kecurangan dan hal-hal yang dapat mendedikasikan hak-hak personal di dalam aktivitas berbisnis. Pada praktik pemasaran *konsinyasi* di Divers Collective, pemilik toko atau *consignee* terlebih dahulu menawarkan atau bernegosiasi kepada pihak pemilik barang terkait strategi pemasaran yang akan dilakukan pihak toko yang kemungkinan pihak pemilik barang akan setuju maupun tidak setuju. Salah satu strategi yang digunakan Divers Collective pada pemasaran nya yaitu mengadakan diskon produk secara berkala. Pihak toko selalu bernegosiasi dengan para pihak *brand* terkait diskon yang ingin mereka berikan kepada konsumen. Diskon yang diberikan kepada konsumen ditetapkan oleh kedua belah pihak

agar pihak *consignor* tidak merasa keberatan saat laporan penjualan atau *sales report* hasil penjualannya berkurang karena adanya diskon yang tidak disepakati. Dengan demikian, dalam bernegosiasi terkait pemasaran mengandung makna adanya pembicaraan yang terkait dengan hak untuk menolak pemasaran tersebut yang tidak akan memberatkan pihak kedua atau pemilik barang. Maka disini tampak bahwa gambaran diatas merupakan wujud pelaksanaan aksioma yaitu *unity* dimana salah satu pihak tidak ada yang dikorbankan dari pihak lainnya.

Keempat, Jika dilihat dari indikator *Equilibrium* atau Keseimbangan ini paling sedikitnya ada 4 yaitu sama, seimbang, perhatian dan pemberian terhadap hak-hak individu dan adil. Pada praktik konsinyasi di Divers Collective terdapat ketidak seimbangan hak antara *brand* satu dengan *brand* lainnya dimana Dalam perjanjian kerjasama, Peneliti mendapatkan data hasil survey 6 dari 7 *brand* yaitu pada *brand* mendapatkan proposal kerjasama tersebut sebelum melakukan perjanjian atau kontrak kerjasama. Sedangkan salah satu *brand* menyatakan bahwa mereka tidak diberikan proposal kerjasama terlebih dahulu. Padahal dalam sebuah kerjasama para pihak berarti sama atau seimbang yang setiap individu mempunyai kesempatan dan hak yang sama. Hal ini tidak diharapkan terjadi karena melanggar aksioma *Equilibrium* yakni masing-masing pihak *brand* mendapatkan kesempatan untuk melihat proposal bisnis terlebih dahulu agar dapat menjadi pertimbangan dalam melakukan kerjasama. Hal ini tidak diharapkan terjadi karena melanggar aksioma *Equilibrium* yakni masing-masing pihak *brand* mendapatkan kesempatan untuk melihat proposal bisnis terlebih dahulu agar dapat menjadi pertimbangan dalam melakukan kerjasama. Islam sangat mengajurkan untuk berlaku adil dalam berbisnis sebagaimana firman Allah SWT pada Q.S An-Nahl ayat 90 yang berbunyi :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي

Artinya :

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan”

Kelima, Konsep Free Will merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, Kebebasan yang baik adalah kebebasan yang tidak merugikan kepentingan bersama. Kebebasan ini harus terjalin keseimbangan antara 2 kepentingan yaitu kepentingan individu dan kepentingan Bersama atau kolektif. Sebagaimana yang telah kita ketahui bahwa dalam praktik *konsinyasi* terdapat penjualan dimana penjualan yang dilakukan adalah pemilik barang berkewajiban menyimpan barangnya di toko yang nantinya akan di jual atau dipasarkan oleh pihak *consignee* sesuai kesepakatan pada saat perjanjian. Setiap bulan mereka akan mengirimkan laporan penjualan. Pelaporan hasil penjualan dan bagi hasil dikirimkan selalu tepat waktu dan sesuai perjanjian oleh pihak pemilik toko. Meskipun secara faktual Divers Collective telah melakukan kewajibannya, namun tetap saja dalam transaksinya pihak *consignee* tidak melakukan validasi terlebih dahulu kepada pihak pemilik barang terkait laporan penjualannya yang akan memungkinkan terjadinya kesalahan. Dengan demikian, dalam penjualan ada unsur yang harus diperhatikan terkait kehendak bebas.

Keenam indikator *Responsibility*, Konsep tanggung jawab ini berhubungan dengan kehendak bebas dimana memiliki arti penetapan batasan bebas dan tidak bebas dalam berperilaku dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya maka dari itu bagi pelaku bisnis muslim yang percaya bahwa kehendak bebas yang mutlak ialah Allah SWT, maka pelaku bisnis tersebut harus menyempurnakan janji atau akad yang dibuatnya. Sebagaimana dalam Al-Qur'an Surat Al-Maidah ayat 1 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya :

“ Wahai orang-orang beriman! Penuhilah janji-janji”

Namun, pada praktiknya peneliti dapat katakan bahwa pemilik toko atau *consignee* telah melakukan tindakan wanprestasi yaitu suatu tindakan atau perbuatan yang menyimpang dan tidak sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Dengan kata lain, pemilik toko telah melakukan pelanggaran pada isi perjanjian kerjasama. Pelanggaran tersebut dalam bentuk laporan stock *brand* yang ada pada toko tidak diberikan setiap bulannya yang tercantum pada perjanjian tentang Hak dan Kewajiban pihak pertama. Lalu Penelitian kedua, yaitu terkait dengan tanda tangan perjanjian Kerjasama *konsinyasi* dimana para pihak wajib menandatangani

perjanjian tersebut sebagai syarat sah suatu perjanjian namun pada di 3 bulan pertama, pihak *consignee* melakukan tanda tangan dan seiring berjalannya waktu setiap 3 bulan masa kontrak tersebut habis dan akan diperpanjang, pihak *consignee* tidak pernah memberikan tanda tangannya yang seharusnya dilakukan secara *online* menggunakan tanda tangan virtual. Yang terjadi, perjanjian tersebut hanya ditanda tangani oleh salah satu pihak saja yaitu pihak *consignor* atau pemilik *brand*. Melihat dari perjanjian yang dilakukan Divers Collective, terlihat jika pihak toko tidak memenuhi aksioma *Responsibility* atau Tanggung jawab dimana seharusnya pihak toko memberikan laporan stock dan menandatangani suatu perjanjian.

Ketujuh, indikator *Benevolence* atau ihsan berarti sebuah perilaku yang memberikan keuntungan kepada orang lain artinya melakukan perilaku baik yang akan mendatangkan kemashlahatan dan kemanfaatan bagi orang lain, tanpa terikat oleh suatu kewajiban atau keharusan yang dilakukan orang lain dalam melakukan suatu hal. Pada pemasaran yang dilakukan Divers Collective, pihak toko berkewajiban memasarkan produk dari berbagai *brand* dimana terkadang pihak toko bekerjasama dalam memasarkan produknya dengan *brand* maupun pihak toko mengupayakan strategi promosi yang memberikan manfaat bagi pemilik barang yaitu pihak toko sering kali mengadakan promo dan event dalam memasarkan produknya agar produk dari *brand* itu sendiri dapat terjual dan meningkatkan *brand awareness* bagi pihak pemilik barang tanpa dipungut biaya apapun atau dalam artian lain segala promo atau diskon yang diberikan adalah bentuk sukarela pihak toko dalam memasarkan produk *konsinyasi* tanpa mengurangi jumlah harga dari produk yang terjual tersebut.

Dari sudut pandang etika bisnis Islam, perilaku tersebut dapat dikatakan sesuai dengan aplikasi pada aksioma *Benevolence* atau Ihsan, dimana pihak *consignor* melaksanakan perbuatan baik yang bisa memberikan kebaikan dan manfaat kepada orang lain. Disini pihak *consignor* atau pemilik toko mengadakan *event* atau promo tanpa campur tangan pihak pemilik barang dalam artian promo tersebut ditanggung oleh pihak *consignor* dan barang pun terjual yang akan memberikan manfaat bagi pemilik barang.

D. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada skripsi ini, maka peneliti dapat simpulkan bahwa

1. Perjanjian kerjasama yang dilakukan Divers Collective terdapat 2 tahap yaitu tahap penawaran berupa proposal bisnis yang dimana proposal bisnis tersebut menjadi acuan dan pertimbangan *brand* untuk menitipkan barang atau produknya di Toko tersebut lalu dijual sesuai dengan perjanjian kontrak yang nantinya akan disetujui kedua pihak pada tahap penerimaan atau penyetujuan kerjasama *konsinyasi*.
2. Pada praktik Konsinyasi di Divers Collective terbagi menjadi 3 hal yaitu Perjanjian, Penjualan dan Pemasaran. Jika ditinjau dari etika bisnis Islam, praktik konsinyasi yang dilakukan Divers Collective belum seluruhnya terpenuhi dengan baik. Ada beberapa dari aksioma etika bisnis Islam yang belum terpenuhi, diantaranya adalah konsep aksioma mengenai *Falah*, *Equilibrium* (Keadilan/Keseimbangan), *Responsibility* (Tanggung Jawab) dan *Free Will* (Kehendak Bebas) yang dimana 3 aksioma tersebut seharusnya dipenuhi. Sedangkan 3 aksioma lainnya telah terpenuhi, yakni aksioma *Mashlahat*, *Unity* atau keesaan dan *Benevolence* atau ihsan.

Acknowledge

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih atas bantuan, motivasi, dan bimbingan yang diberikan kepada penulis selama ini.

Dengan penuh hormat penulis ucapkan terima kasih kepada Orang tua tersayang, Ayahanda Ahmad dan Ibunda Wiwi serta Adik yang telah memberikan dukungan secara penuh. Ibu Nanik Eprianti, S.Sy., M.M selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan serta arahan selama proses pelaksanaan dan penulisan penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Bapak Arif Rijal Anshori, S.Sy., M.E selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Universitas Islam Bandung sekaligus selaku dosen pembimbing 2 yang telah

memberikan bimbingan serta arahan selama proses pelaksanaan dan penulisan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih kepada Zahra sebagai *owner* dari Objek penelitian ini karena telah mengizinkan saya meneliti tokonya dan terimakasih telah membantu proses penelitian dari karya ilmiah ini. Serta rekan-rekan Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2018 lainnya yang telah membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini

Daftar Pustaka

- [1] Zamzam, H. Fakhry, and Havis Aravik. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- [2] Wisakseno, Budi, Riyanto Sofyan, Suhardjo, Lahmudin Mamala, Muhammad Ikhsan Arifin, and Muhammad Syukhandri. *Etika Bisnis Islam*. Edited by Yusep MS. Depok: Gramata Publishing, 2011.
- [3] Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- [4] Lisman, Muhammad. "Broker Pada Bisnis Properti: Studi Etika Bisnis Islam." *Islamika* 2(1) (2019).
- [5] Munasaroh, Anisa. "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Kemitraan Budidaya Cacing *Lumbricus Rubellus* Pada Kelompok Agribisnis 'Mandiri Sejahtera' Desa Baleasri Kecamatan Ngariboyo Kabupaten Magetan." IAIN Ponogoro, 2020.
- [6] Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Dan Terjemahnya (Revisi Terbaru Departemen Agama RI Transliterasi Arab Latin Rumi)*. Semarang: CV Asy Syifa', 2001Badroen
- [7] Afrizal, Rahmat. "Etika Bisnis Islam Perspektif Muhammad Djakfar." Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2017.
- [8] Fuad, Anis, and Kandung Sapto Nugroho. *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*. Graha Ilmu, 2014.
- [9] Fitria, Tira Nur. "Kontribusi Ekonomi Islam Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 2, no. 03 (2016): 29–40.
- [10] Adam, Panji. *Fikih Mu'amalah Maliyah*. Bandung: PT Refika Aditama, 2017.
- [11] Rahmah, Hanum Auliya dan Nanik Eprianti. (2021). *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Eksploitasi (Pemanfaatan Berlebih) Pada Jual Beli Batu Kapur*. *Jurnal Riset Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 37-41.