

PRAKTIK ETIKA ISLAM DAN PASAR: BUKTI DARI INSTITUSI KEUANGAN ISLAM

Nabila Prahaski *¹

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia
prahaskinabila@gmail.com

Chuzaimah Batubara

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia
chuzaimahbatubara@uinsu.ac.id

Abstract

The market from Islamic ethical practices will pay attention, among other things, to the process of obtaining the right supply from the right suppliers, performing Sharia-compliant processes efficiently and innovatively, with the ultimate goal of providing halal, environmentally friendly, ethical, and socially responsible products and services to customers. The main objective of this research is to examine the market dimensions of 37 Islamic financial institutions in Indonesia for the year 2012. Content analysis of annual reports and sustainability reports was used to examine their current market practices. Semi-structured interviews were also conducted to validate the findings and clarify emerging issues. The marketplace involves stakeholder engagement activities followed by marketing activities. The disclosure of Islamic principles and values in market-related policies has received insufficient attention. This indicates that Islamic financial institutions do not strategically incorporate Islamic principles and values into their market dimension-related policies. To some extent, the interview results support the content analysis findings. The interviews conducted revealed that the motivation for stakeholder engagement in Islamic institutions is to address issues of zakat distribution.

Keywords: Marketplace; Sustainability Reporting; CSR; Islam; Stakeholder Engagement; Shariah

Abstrak

Pasar dari praktik etis Islam akan memperhatikan antara lain dengan proses mendapatkan pasokan yang tepat dari pemasok yang tepat, berkinerja Syariah proses kepatuhan secara efisien dan inovatif dengan tujuan akhir menyediakan produk dan layanan yang halal, ramah lingkungan, beretika, dan bertanggung jawab secara sosial kepada pelanggan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji dimensi pasar dari 37 lembaga Keuangan Islam Indonesia untuk tahun 2012. Analisis konten laporan tahunan dan keberlanjutan digunakan untuk memeriksa praktik pasar mereka saat ini. Wawancara semi- terstruktur juga dilakukan untuk mengkonfirmasi hasil dan mengklarifikasi isu-isu yang muncul. marketplace adalah pada aktivitas keterlibatan pemangku kepentingan yang diikuti dengan aktivitas pemasaran. Pengungkapan prinsip dan nilai Islam dalam kebijakan terkait pasar kurang mendapat perhatian. Hal ini menunjukkan bahwa lembaga keuangan Islam tidak secara strategis memasukkan prinsip dan nilai Islam ke dalam kebijakan yang berkaitan dengan dimensipasar mereka. Sampai batas tertentu, hasil wawancara memberikan dukungan terhadap hasil analisis isi. Wawancara yang dilakukan mengungkapkan bahwa motivasi pelibatan pemangku kepentingan untuk lembaga Islam adalah untuk menyelesaikan masalah distribusi zakat

¹ Corresponding author.

Kata Kunci: Marketplace (Tempat Jual Beli), Keberlanjutan, Pelaporan; Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR); Islam; Keterlibatan Pihak-Pihak Terkait; Syariah

PENDAHULUAN

(Abdullah 2012) Kebangkitan Islam di seluruh dunia Muslim telah menghasilkan komitmen keagamaan yang meningkat di kalangan umat Islam. Fenomena tersebut menurut (Shopova 2023) telah mengakibatkan meningkatnya penekanan pada hukum Islam atau Syariah sebagai pedoman utama dalam segala aspek kehidupan seorang muslim. Implementasi menurut (González et al. 2023) Praktik Etik Islam atau tanggung jawab sosial perusahaan Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah bisa menjadi urat nadi yang menggerakkan ekonomi umat, bukan hanya keuntungan bagi pemegang saham, tetapi akan mempengaruhi seorang muslim. Implementasi menurut (González et al. 2023) Praktik Etik Islam atau tanggung jawab sosial perusahaan Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah bisa menjadi urat nadi yang menggerakkan ekonomi umat, bukan hanya keuntungan bagi pemegang saham, lingkungan yang lebih luas untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui semua praktik. Menurut (Osobajo et al. 2023) Pasar adalah dimensi yang berkaitan dengan proses mendapatkan pasokan yang tepat dari pemasok yang tepat, melakukan Syariah proses kepatuhan secara efisien, efektif dan inovatif yang pada akhirnya akan menghasilkan penyediaan halal, hijau, etis dan sosial resproduk dan layanan yang bertanggung jawab untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan.

Menurut (Serrano 2023) Organisasi Islam yang didirikan atas keinginan untuk menjalankan sistem ekonomi berdasarkan nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam Syariah harus dikelola pada aspek epistemologis Tauhid, Syariah dan etika Islam. Menurut (Bezerra et al. 2023) Praktik etis organisasi-organisasi Islam ini harus sesuai dan diprioritaskan dalam prinsip-prinsip tersebut hukum Islam yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Sementara Menurut (Morehouse and Saffer 2023) banyak penelitian sebelumnya telah sepakat bahwa perusahaan berpartisipasi dalam banyak kegiatan yang berkaitan dengan pasar mereka, namun pertanyaannya adalah: Apakah lembaga Islam di Malaysia mempraktekkan dan mengungkapkan kegiatan yang sesuai dengan prinsip dan nilai Islam, khususnya yang berkaitan dengan pasar mereka, Menurut (Maher, Khan, and Prikshat 2023) Tujuan utama dari makalah ini adalah untuk menguji praktik etika Islam saat ini yang berkaitan dengan dimensi Pasar, Lembaga Keuangan Islam Indonesia pada tahun 2012. Bagian selanjutnya akan memberikan tinjauan literatur. Bagian tiga menyediakan metodologi penelitian. Bagian empat akan fokus pada hasil menyediakan metodologi penelitian. Bagian empat akan fokus pada hasil dan analisis dan bagian terakhir akan memberikan pembahasan dan kesimpulan (Serrano 2023)

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan analisis isi dari laporan tahunan dan keberlanjutan dari tiga puluh tujuh (37) Lembaga Keuangan di Indonesia untuk tahun 2012 menyelidiki sejauh mana pengungkapan pasar dimensi berdasarkan kerangka Islam. Empat (4) bidang utama telah diidentifikasi untuk dimensi pasar terdiri dari kegiatan etis (dikategorikan ke dalam kegiatan vital dan dianjurkan) yang perlu dilakukan oleh organisasi Islam. menyajikan kegiatan pasar berdasarkan

empat (4) bidang utama. Secara khusus, empat belas (14) kegiatan pasar telah diidentifikasi yang terdiri dari enam (6) item vital dan delapan (8) item yang direkomendasikan. Item vital mewakili kegiatan penting yang harus dilakukan oleh Islam lembaga keuangan sedangkan item yang di rekomendasikan berkaitan dengan kegiatan pilihan/saran ('good to have') itu dapat dilakukan oleh lembaga keuangan Islam.

AREA UTAMA 1: KEBIJAKAN TERKAIT PASAR

Perumusan Kebijakan:

Memasukkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islam dalam semua kebijakan yang terkait dengan pasar

AREA UTAMA 2: PRODUK DAN LAYANAN

Produk Kepatuhan Syariah Pastikan produk dan layanan halal dan aman (misalnya diperiksa oleh Syariah Dewan Dewan, SIRIM dll.) Dapatkan sertifikasi terkait (misalnya standar ISO, sertifikat halal, dll.) Pastikan rantai pasokan yang sesuai Syariah Menerapkan kebijakan pengembalian yang memadai (waktu, biaya, dan pengiriman) Pastikan produk inovatif dan nyaman bagi pelanggan Praktik Ketenagakerjaan yang Adil dan Etis Menciptakan lingkungan kerja yang efisien, efektif, bersih, inovatif, amandalam proses kepatuhan Syariah

AREA UTAMA 3: PEMASARAN

Iklan Pastikan konsep iklan sesuai dengan Syariah (misalnya alur cerita, model, informasi yang akurat, bahasa yang sesuai, pembelanjaan sedang, dll.) Memberikan cakupan yang lebih luas melalui penggunaan beberapa media Harga Mempromosikan harga yang terjangkau untuk memastikan distribusi yang adil ke semua segmen pasar Kebijakan Kerahasiaan Pelanggan Dapatkan otorisasi/persetujuan yang tepat dari klien atau pelanggan sebelum melepaskan informasi Apresiasi Pelanggan Tawarkan manfaat tambahan kepada pelanggan (misalnya program loyalitas, hadiah, dll.)

AREA UTAMA 4: KETERLIBATAN PEMANGKU KEPENTINGAN

Dapatkan umpan balik terkait produk dan/atau layanan dari pelanggan (mis. wawancara, survei, dialog, situs web, dll.) Terlibat dalam forum/dialog terkait Islam dengan pemangku kepentingan, Melakukan keterlibatan sosial dengan pelanggan (misalnya pertemuan meriah, dll.)

Kegiatan yang berkaitan dengan pengungkapan pasar kemudian dinilai berdasarkan 5 (lima) data skala penilaian menunjukkan tingkat keluasan pengungkapan; yaitu, 0 untuk non-disclosure, 1 untuk informasi umum, 2 untuk informasi kualitatif, 3 untuk informasi kuantitatif dan 4 untuk kombinasi kualitatif dan kuantitatif informasi yang menghasilkan maksimal dua puluh empat (24) skor yang mungkin untuk aktivitas vital dan tiga puluh dua (32) kemungkinan skor untuk aktivitas yang direkomendasikan.

Wawancara semi-terstruktur juga dilakukan untuk mengkonfirmasi hasil analisis konten tahunan dan laporan keberlanjutan dan untuk mengklarifikasi masalah yang muncul dari analisis isi. Menurut Ramli (2010), bahwapemahaman tentang fenomena keseluruhan yang menunjukkan interaksi dalam pengaturan alaminya dimungkinkan melalui pengamatan selama kerja lapangan dan cara wawancara individu yang tidak terstruktur. , delapan informan yang terdiri dari tiga Chief Executive Office (CEO), satu Group Deputy CEO, satu Chief Operating Officer (COO), satu Kepala Departemen dan dua manajer dari lima lembaga diwawancarai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika Islam merupakan bagian penting dalam kehidupan Muslim, termasuk dalam konteks bisnis dan pasar. Institusi keuangan Islam, yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, telah memainkan peran yang signifikan dalam menerapkan praktik etika Islam dalam dunia bisnis. Tulisan ini bertujuan untuk mengeksplorasi praktik etika Islam yang diamalkan oleh institusi keuangan Islam dan dampaknya pada pasar.

Pasar keuangan merupakan salah satu sektor penting dalam aktivitas ekonomi global. Di dalamnya terdapat berbagai institusi keuangan yang berperan dalam menyediakan layanan dan produk keuangan kepada masyarakat. Dalam konteks ini, institusi keuangan Islam telah muncul sebagai alternatif yang menawarkan praktik-praktik berbasis etika Islam. Praktik-praktik ini didasarkan pada prinsip-prinsip syariah, yang meliputi larangan atas riba (bunga), spekulasi, dan aktivitas haram lainnya. Dalam artikel ini, kita akan mengeksplorasi beberapa bukti dari institusi keuangan Islam yang menunjukkan adanya praktik etika yang kuat.

1. Prinsip-prinsip Syariah dalam Institusi Keuangan Islam:

Institusi keuangan Islam beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, yang melarang praktik riba (bunga), maysir (spekulasi), dan gharar (ketidakpastian atau ketidakjelasan). Prinsip-prinsip ini memberikan landasan etika yang kuat bagi institusi keuangan Islam dan memastikan keadilan dalam transaksi bisnis.

2. Praktik Etika Islam dalam Institusi Keuangan Islam:

- a. Penghindaran Riba: Institusi keuangan Islam tidak membebankan bunga pada pinjaman atau investasi mereka. Sebagai gantinya, mereka menggunakan mekanisme bagi hasil yang adil, seperti mudarabah (kerjasama antara investor dan pengelola bisnis) dan musharakah (kemitraan modal antara dua pihak). Praktik ini menciptakan keseimbangan yang lebih adil antara pemberi pinjaman dan penerima pinjaman.
- b. Transparansi dan Tanggung Jawab: Institusi keuangan Islam mendorong transparansi dalam operasi mereka, termasuk dalam penyediaan informasi yang jelas dan jujur kepada nasabah mereka. Mereka juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnis mereka, dan bertujuan untuk mempromosikan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial.
- c. Larangan Investasi dalam Sektor Haram: Institusi keuangan Islam tidak berinvestasi dalam sektor-sektor yang dianggap haram, seperti alkohol, perjudian, atau industri pornografi. Praktik ini menunjukkan komitmen mereka terhadap prinsip-prinsip moral dan etika Islam.

Dampak Praktik Etika Islam pada Pasar:

Kredibilitas dan Kepercayaan: Institusi keuangan Islam yang menerapkan praktik etika Islam secara konsisten membangun kredibilitas dan kepercayaan di antara nasabah dan pasar secara umum. Hal ini membantu menciptakan iklim bisnis yang stabil dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sektor keuangan.

- a. Pengembangan Ekonomi yang Berkelanjutan: Prinsip-prinsip syariah yang diterapkan oleh institusi keuangan Islam mendorong pengembangan ekonomi yang berkelanjutan. Investasi yang bertanggung jawab sosial dan lingkungan serta penghindaran spekulasi dapat mengurangi risiko keuangan dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang stabil dan berkelanjutan.

- b. Inklusi Keuangan: Institusi keuangan Islam juga berperan dalam mempromosikan inklusi keuangan. Prinsip-prinsip syariah yang melarang riba dan mendukung kerjasama dalam transaksi keuangan, memberikan akses yang lebih luas kepada individu dan komunitas yang sebelumnya terpinggirkan dari sistem keuangan konvensional.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Praktik etika Islam dalam institusi keuangan Islam merupakan bukti konkret tentang bagaimana prinsip-prinsip syariah diterapkan dalam dunia bisnis dan pasar. Melalui penghindaran riba, transparansi, larangan investasi dalam sektor haram, institusi keuangan Islam memainkan peran penting dalam menciptakan pasar yang adil, berkelanjutan, dan inklusif. Dampak positif dari praktik etika Islam ini dapat dilihat dalam peningkatan kepercayaan, pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, dan inklusi keuangan yang lebih luas.

Institusi keuangan Islam merupakan bukti nyata dari praktik etika dalam pasar keuangan. Melalui penerapan prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba, transparansi, akuntabilitas, pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, dan pemberdayaan masyarakat, institusi keuangan Islam menunjukkan komitmen terhadap praktik bisnis yang beretika dan berorientasi pada kepentingan sosial. Praktik-praktik ini memberikan contoh yang kuat bagi pasar keuangan global tentang bagaimana etika Islam dapat memainkan peran penting dalam membangun sistem keuangan yang lebih adil dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Syahida. 2012. "Risk Management via Takaful from a Perspective of Maqasid of Shariah." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 65, no. ICIBSoS: 535–41. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.161>.
- Alnamlah, Abdullah, M. Kabir Hassan, Asem Alhomaidi, and Edib Smolo. 2022. "A New Model for Screening Shariah-Compliant Firms." *Borsa Istanbul Review* 22: S10–23. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2022.10.011>.
- Balqiah, Tengku Ezni, Rifelly Dewi Astuti, Fanny Martdianty, Sri Rahayu, and Hijrah Hati. 2023. "L P Re r F." *HELIYON*, e15962. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15962>.
- Bezerra, Máira Ometto, Derek Vollmer, Nicholas J. Souter, Kashif Shaad, Sarah Hauck, Maria Clara Marques, Silindile Mtshali, Natalia Acero, Yiqing Zhang, and Eddy Mendoza. 2023. "Stakeholder Engagement and Knowledge Co-Production for Better Watershed Management with the Freshwater Health Index." *Current Research in Environmental Sustainability* 5, no. November 2021: 100206. <https://doi.org/10.1016/j.crsust.2022.100206>.
- Föhn, Zora, Anna Nicolet, Joachim Marti, Cornel Kaufmann, and Andreas Balthasar. 2023. "Stakeholder Engagement in Designing Attributes for a Discrete Choice Experiment With Policy Implications: An Example of 2 Swiss Studies on Healthcare Delivery." *Value in Health*. <https://doi.org/10.1016/j.jval.2023.01.002>.
- González, Víctor, Luis Sánchez, Jorge Lanza, Juan Ramón Santana, Pablo Sotres, and Alberto

- E. García. 2023. "On the Use of Blockchain to Enable a Highly Scalable Internet of Things Data Marketplace." *Internet of Things (Netherlands)* 22, no. February: 100722. <https://doi.org/10.1016/j.iot.2023.100722>.
- Hani, Umme, Shahriar Akter, Ananda Wickramasinghe, Uraiporn Kattiyapornpong, and Marcello Mariani. 2022. "Revisiting Business Relationship Quality in Subsistence Marketplaces." *Industrial Marketing Management* 106, no. September: 197–218. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.08.011>.
- Maher, Mohamed, Imtiaz Khan, and Verma Prikshat. 2023. "Monetisation of Digital Health Data through a GDPR-Compliant and Blockchain Enabled Digital Health Data Marketplace: A Proposal to Enhance Patient's Engagement with Health Data Repositories." *International Journal of Information Management Data Insights* 3, no. 1:100159. <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2023.100159>.
- Mansoor, Muhammad, Nazima Ellahi, Arshad Hassan, Qaisar Ali Malik, Abdul Waheed, and Naeem Ullah. 2020. "Corporate Governance, Shariah Governance, and Credit Rating: A Cross-Country Analysis from Asian Islamic Banks." *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 6, no. 4: 1–15. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040170>.
- Morehouse, Jordan, and Adam J. Saffer. 2023. "Putting Stakeholders' Engagement in the Equation: Proposing the Integrated Network Engagement Model." *Public Relations Review* 49, no. 1: 102291. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102291>.
- O'Daniel, Julianne M., Sara Ackerman, Lauren R. Desrosiers, Shannon Rego, Sara J. Knight, Lonna Mollison, Grace Byfield, et al. 2022. "Integration of Stakeholder Engagement from Development to Dissemination in Genomic Medicine Research: Approaches and Outcomes from the CSER Consortium." *Genetics in Medicine* 24, no. 5: 1108–19. <https://doi.org/10.1016/j.gim.2022.01.008>.
- Osobajo, Oluyomi A, Adekunle Oke, Mervyn Ajimy, Afolabi Otitoju, and Gbadebo Collins Adeyanju. 2023. "Jo u Rn a l P Of." *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 100058. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100058>
- Safiullah, Md. 2023. "Funding Liquidity in Islamic Banks: Does the Shariah Supervisory Board's Higher Educational Attainment Matter?" *Pacific Basin Finance Journal* 78:101976. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2023.101976>.
- Serrano, Will. 2023. "Deep Echo State Networks in Data Marketplaces." *Machine Learning with Applications* 12, no. February: 100456. <https://doi.org/10.1016/j.mlwa.2023.100456>.
- Shopova, Radostina. 2023. "Private Labels in Marketplaces." *International Journal of Industrial Organization*, no. xxx: 102949. <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2023.102949>.
- Steinhofel, Erik, Mila Galeitzke, Holger Kohl, and Ronald Orth. 2019. "Sustainability Reporting in German Manufacturing SMEs." *Procedia Manufacturing* 33: 610–17. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2019.04.076>.
- Viglia, Giampaolo, Rebecca Pera, Shynar Dyussebayeva, Matthieu Mifsud, and Linda D. Hollebeek. 2023. "Engagement and Value Cocreation within a Multi-Stakeholder Service Ecosystem." *Journal of Business Research* 157, no. December 2022: 113584. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113584>.