

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DAN SYARIAH *MARKETING*
BMT MEKAR DA'WAH SERPONG MENURUT FATWA DSN-MUI NO.
04/DSN-MUI/IV/2000**

Fatma Yeni, Endah Lestari

Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Indonesia

Email: fatmayeni@uhamka.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine whether BMT Mekar Da'wah Serpong has implemented Islamic business ethics and sharia marketing in accordance with the theory of Islamic law. The research method is qualitative using interview techniques, library research and internet searching. Then the data obtained were analyzed using descriptive analysis. The results showed that BMT Mekar Da'wah has implemented Islamic business ethics in accordance with the existing principles of Islamic business ethics. In its business activities, BMT Mekar Da'wah is free from usury, can balance economic and social activities, gives members the freedom to choose its products, is responsible to its members and social activities funded by baitul maal, and honesty is applied to employees. BMT. Then, BMT Mekar Da'wah has implemented sharia marketing in accordance with the existing characteristics of sharia marketing. BMT Mekar Da'wah has instilled religious values in their daily lives, behaves and speaks politely to its members, in its marketing, there are no lies and is very transparent, and maintains good relationships with its members. This shows that BMT Mekar Da'wah Serpong applies Islamic business ethics and sharia marketing has shown compliance with the MUI DSN Fatwa No.04 / DSN-MUI / IV / 2000 regarding Murabaha.

Keywords: Islamic Business Ethics, Sharia Marketing, Baitul Maal wa Tamwil

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah BMT Mekar Da'wah Serpong sudah menerapkan etika bisnis Islam dan syariah *marketing* yang sesuai dengan syariat Islam. Metode penelitian bersifat kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara, studi pustaka dan *internet searching*. Kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BMT Mekar Da'wah telah menerapkan etika bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang sudah ada. Dalam kegiatan usahanya, pihak BMT Mekar Da'wah sudah terbebas dari riba, dapat menyeimbangkan antara kegiatan ekonomi dan sosialnya, memberikan kebebasan pada anggotanya dalam memilih produknya, bertanggung jawab pada anggotanya dan kegiatan sosial yang didanai dari *baitul maal* serta kejujuran yang diterapkan di karyawan BMT. Disamping itu, BMT Mekar Da'wah juga telah menerapkan syariah *marketing* sesuai dengan karakteristik yang ada. Pihak BMT Mekar Da'wah telah menanamkan nilai-nilai keagamaan dalam kesehariannya, berperilaku dan bertutur kata yang sopan pada anggotanya, dalam pemasarannya tidak ada unsur bohong dan sangat transparan, dan menjalin hubungan yang baik dengan anggotanya. Hal ini menunjukkan dengan BMT Mekar Da'wah Serpong menerapkan etika bisnis Islam dan syariah *marketing* sudah menunjukkan kesesuaiannya dengan Fatwa DSN MUI No.04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *murabahah*.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Syariah Marketing, Baitul Maal wa Tamwil

PENDAHULUAN

Etika memegang peranan yang sangat penting dalam mencapai tujuan suatu usaha. Rendahnya pemahaman masyarakat mengenai etika bisnis islam baik itu dalam tatanan skala usaha besar, skala menengah maupun usaha kecil merupakan suatu hal yang tidak dapat ditutupi. Di Indonesia, pengabaian etika bisnis sudah banyak terjadi apalagi semenjak munculnya penolakan terhadap etika bisnis yang dilatar belakangi oleh sebuah paradigma klasik, bahwa ilmu ekonomi harus bebas nilai (*value free*) (Rivai, dkk, 2012). Menurut Mardatillah (2013) bahwa kegiatan bisnis harus dapat dioperasikan dengan berlandaskan pada nilai-nilai etika yang berlaku di masyarakat.

Oleh karena itu, penerapan etika bisnis islam dan syariah *marketing* merupakan suatu hal yang sudah seharusnya diterapkan oleh lembaga keuangan mikro syariah, salah satunya BMT Mekar Da'wah Serpong. Hal ini dapat menjadi sebuah pertimbangan bagi masyarakat dalam memberikan pandangannya terhadap lembaga syariah. Dengan menerapkan kedua hal tersebut BMT Mekar Da'wah Serpong dapat mengembangkan kinerjanya serta mendapatkan kepercayaan masyarakat dan menghilangkan persepsi masyarakat yang beranggapan bahwa lembaga keuangan syariah tidak ada bedanya dengan lembaga konvensional.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika (Yunani Kuno: "*ethikos*", berarti "timbul dari kebiasaan") menurut Istiyono Wahyu dan Ostaria adalah cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas (Rivai, dkk, 2012). Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar salah, baik buruk, dan tanggung jawab. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif, karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.

Etika adalah suatu hal yang dilakukan secara benar dan baik, tidak melakukan suatu keburukan, melakukan hak dan kewajiban sesuai dengan moral dan melakukan segala sesuatu dengan penuh tanggung jawab. Sedangkan dalam Islam, etika adalah akhlak seorang muslim dalam melakukan semua kegiatan termasuk dalam bidang bisnis. Oleh karena itu, jika ingin selamat dunia dan akhirat, kita harus memakai etika dalam keseluruhan aktivitas bisnis kita.

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai “*the buying and selling of goods and services.*” Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu (privat) yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Perbedaan etika bisnis islam dengan etika bisnis konvensional yang selama ini dipahami dalam kajian ekonomi terletak pada landasan *tauhid* dan orientasi jangka panjang (akhirat). Prinsip ini dipastikan lebih mengikat dan tegas sanksinya. Etika bisnis Islami memiliki dua cakupan. **Pertama**, cakupan internal, yang berarti perusahaan memiliki manajemen internal yang memperhatikan aspek kesejahteraan karyawan, perlakuan yang manusiawi dan tidak diskriminatif plus pendidikan. **Kedua**, cakupan eksternal meliputi aspek transparansi, akuntabilitas, kejujuran dan tanggung jawab. Demikian pula kesediaan perusahaan untuk memperhatikan aspek lingkungan dan masyarakat sebagai *stakeholder* perusahaan. Menurut Ridwan (2013) prinsip-prinsip etis adalah sebagai berikut a) jujur, b) halal, c) barang yang bermutu baik, d) dilarang menyembunyikan kecacatan barang, e) jangan bermain sumpah, f) longgar dan bermurah hati, g) jangan menyaingi kawan, h) mencatat utang piutang, i) larangan riba, j) anjuran berzakat. Adapun nilai-nilai dasar etika bisnis dalam Islam yaitu (a) *tauhid*, (b) *khilafah*, (c) *ibadah*, (d) *tazkiyah*, dan (e) *ihsan*. Dari nilai dasar ini dapat diangkat ke prinsip umum tentang keadilan, kejujuran, keterbukaan (transparansi), kebersamaan, kebebasan, tanggungjawab dan akuntabilitas (Aziz, 2013). Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islami harus mencakup:

a. Kesatuan (*Unity*)

Adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep *tauhid* yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam

b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surat Al-Maidah: 8 yang artinya: *“Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum men-dorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa”*.

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak, dan sedekah.

d. Tanggungjawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

e. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islami Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.

Pengertian Syariah *Marketing*

Menurut Firdaus, dkk (2005) pemasaran syaria'ah sebagai sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* dari satu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam (*marketing syariah is a strategic business discipline that directs the process of creating, offering, and changing value from one initiator to its stakeholders, and the whole process should be in according with muamalah principle in Islam*).

Pemasaran sering kali disalahartikan sebagai kegiatan penjualan semata. Padahal pemasaran bukanlah suatu cara sederhana sekadar untuk menghasilkan penjualan saja. Pemasaran adalah garis depan suatu bisnis, karena orang-orang yang bertemu langsung dengan konsumen sehingga setiap tindakan dan ucapannya berarti menunjukkan citra dari barang dan perusahaan. Namun sayangnya pandangan masyarakat saat ini menganggap pemasar diidentikkan dengan penjual yang dekat dengan kecurangan, penipuan, paksaan dan lainnya yang telah memperburuk citra seorang pemasar.

Menurut Huda, dkk (2016) kegiatan pemasaran telah dilakukan baik sebelum maupun sesudah terjadi penjualan. Pemasaran syariah bukan hanya sebuah pemasaran yang ditambahkan syariah karena ada nilai-nilai lebih pada pemasaran syariah saja, tetapi lebih jauhnya pemasaran berperan dalam syariah dan syariah berperan dalam pemasaran (Putra dan Hasbiyah, 2018). Merujuk pada pendapat yang dikemukakan oleh beberapa ahli mana definisi *Islamic Marketing* (IM) secara operasional adalah seluruh proses aktivitas strategis yang dilakukan oleh individu maupun institusi secara halal guna menciptakan, mengomunikasikan dan menawarkan *value* (produk dan jasa) untuk tujuan kesejahteraan materi dan spiritual *stakeholders* berdasarkan aturan-aturan Al-Qur'an dan Sunah baik di dunia hingga di akhirat kelak (Asnawi dan Fanani, 2017).

***Baitul Mal wa Tamwil* (BMT)**

Menurut Hasanah (2016) bahwa operasionalisasi bank syariah terutama untuk masyarakat kecil dan menengah masih dirasa kurang dijangkau dengan baik, maka muncullah usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro, seperti Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dan *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT). *Baitul maal*

adalah lembaga keuangan negara yang bertugas menerima, menyimpan, dan mendistribusikan uang negara sesuai dengan aturan syariat (Imaniyati, 2010). BMT dalam pelaksanaan tugasnya tidak terlepas dari penghimpunan dan penyaluran dana. Dua fungsi ini merupakan bagian dari fungsi manajemen BMT (Huda, dkk, 2017). BMT sebagai lembaga usaha bersama harus memiliki komitmen dan integritas terhadap prinsip muamalah. Oleh karena itu, dalam proses penghimpunan harus memperhitungkan dua hal penting, yaitu a) asas dana yang sehat dan benar; serta b) prosedur persetujuan, dokumentasi, administrasi, dan pengawasan penghimpunan dana. Sumber dana yang dihimpun harus diketahui kehalalannya. Penghimpunan dana yang harus dihindari meliputi penghimpunan dana yang tidak sesuai syariah dan berseberangan dengan peraturan pemerintah, seperti hasil korupsi, judi, pencucian uang, atau dari cara-cara curang lainnya.

METODE

Penelitian ini berlokasi pada BMT Mekar Da'wah beralamat di Jalan Pos Giro, Jl. Raya Serpong, Serpong, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310. Jenis penelitian ini bersifat analisis deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian ini didapatkan dari wawancara, studi pustaka dan *internet searching* yang dilakukan oleh peneliti dengan bagian manajemen (karyawan) BMT Mekar Da'wah Serpong. Adapun populasi dari penelitian ini yaitu seluruh BMT yang ada di kota Tangerang. Sedangkan sampel dari penelitian ini yaitu BMT Mekar Da'wah yang berlokasi di Serpong. Teknik penentuan *sampling* berdasarkan *Purposive Sampling*. Sampel bertujuan yakni sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Nugrahani, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Etika Bisnis Islam di BMT Mekar Da'wah Serpong

Etika bisnis Islam merupakan sebuah aspek yang harus diterapkan oleh seluruh umat muslim, bukan hanya bagi pedagang melainkan bagi lembaga keuangan mikro syariah, dalam kasus ini adalah *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) Mekar Da'wah Serpong. BMT Mekar Da'wah Serpong bukan hanya sebagai lembaga penghimpun dana dan penyalur dana, tapi juga menjadi sebuah lembaga yang dapat memberikan manfaat bagi para mitranya dengan kegiatannya yang bersumber pada dana *maal*.

Pandangan BMT Mekar Da'wah Serpong terhadap etika bisnis Islam yaitu bahwa etika bisnis Islam sangatlah penting dan bukan suatu perkara yang dapat diabaikan. Dalam wawancaranya informan mengatakan bahwa penerapan etika dalam bisnis bukanlah sebuah penghalang bagi BMT Mekar Da'wah Serpong dalam menjalankan kegiatan ekonominya. Selain mendapatkan keuntungan, etika bisnis Islam juga dapat menjaga

Maka BMT Mekar Da'wah Serpong dalam menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu sebagai berikut:

1. Kesatuan (*Unity/Tauhid*)

salah satu contoh praktik ekonomi saat ini yang bertentangan dengan tauhid adalah bunga. Dimana dalam lembaga keuangan syariah disebut juga dengan riba. Dalam proses pembiayaannya apabila anggota/mitra telat dalam membayar angsuran, pihak BMT Mekar Da'wah tidak memberikan denda seperti yang diterapkan di lembaga keuangan dengan sistem ribawi. BMT Mekar Da'wah Serpong juga sudah menerapkan sistem bagi hasil dan dilakukan sesuai dengan kesepakatan antara kedua belah pihak. BMT Mekar Da'wah dilandasi dengan prinsip saling ridha antara keduanya sehingga bukan hanya keuntungan yang didapat melainkan masalah untuk kedepannya.

Hal ini sesuai dengan prinsip bisnis muslim yang menyebutkan bahwa dalam berbisnis merupakan hal yang wajar untuk mendapatkan keuntungan, namun harus didapat dengan cara yang benar. Dalam berbisnis terutama harus ada unsur saling suka atau saling ridha antara penjual dan pembeli. Begitu pula dengan kerja sama, pada kerja sama harus ada unsur saling ridha dan saling menguntungkan (*win-win solution*). Tidak boleh ada salah satu pihak yang merasa terzalimi.

BMT Mekar Da'wah Serpong juga memastikan kehalalan produk atau usaha yang diajukan dalam proses pembiayaan. Untuk pembiayaan dengan akad *mudharabah* dan *musyarakah* yang digunakan untuk usaha, pihak BMT datang langsung untuk survei lokasi usaha anggota. Kemudian untuk pembiayaan dengan akad jual beli, pihak BMT menerima pengajuan pembelian barang anggota dan BMT langsung yang membelinya.

Berdasarkan keterangan yang diberikan oleh pihak BMT Mekar Da'wah Serpong bahwa prinsip *tauhid* dalam etika bisnis Islam telah diterapkan sesuai dengan prinsip syariah. Namun, untuk sistem bagi hasil yang digunakan oleh BMT Mekar Da'wah Serpong masih belum bisa menggunakan bagi hasil murni yaitu dengan sistem 50:50, 40:60, dan seterusnya, sehingga yang digunakan yaitu dengan bentuk margin. Hal ini dikarenakan anggota BMT kebanyakan berasal dari kalangan ekonomi menengah ke bawah, sehingga BMT belum bisa secara optimal dalam menerapkan bagi hasil murni. Selain itu, prinsip saling ridha antara kedua pihak menjadi yang harus diutamakan karena akan memberikan dampak yang baik pula bagi kedua belah pihak.

2. Keseimbangan (*Equilibrium*)

BMT Mekar Da'wah Serpong mampu menyeimbangkan kegiatan ekonomi/bisnis dengan kegiatan sosialnya. Kegiatan ekonomi/bisnis sebagaimana lembaga keuangan mikro tetap mencari keuntungan melalui produk-produk yang dipilih oleh para anggota. Selain itu karena fungsi pertama BMT adalah *baitul tamwil* yang mana fungsinya juga sama seperti lembaga keuangan besar seperti bank syariah, yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan menyalurkannya kembali dalam bentuk pembiayaan. Namun di samping itu, BMT memiliki fungsi yang kedua yaitu sebagai *baitul maal* dimana BMT menerima infaq, sedakah maupun zakat dari para anggota kemudian menyalurkannya kepada yang membutuhkan.

3. Kehendak Bebas (*Free Will*)

BMT Mekar Da'wah Serpong memberikan kebebasan kepada anggotanya dalam memilih produk apa yang mereka inginkan. Pihak BMT akan memberikan solusi kepada anggota yang belum tahu produk yang mana untuk dipilih. BMT Mekar Da'wah tidak memaksa anggota dalam menentukan pilihan melainkan membantu menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan anggotanya.

Dengan demikian penerapan prinsip kehendak bebas/kebebasan di BMT Mekar Da'wah Serpong sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. BMT Mekar Da'wah tidak memaksa anggota untuk memilih produknya hanya untuk

mendapatkan keuntungan, namun pihak BMT membantu anggotanya memilih produk sesuai dengan kebutuhannya.

4. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

BMT Mekar Da'wah Serpong dalam menerapkan tanggung jawabnya dipraktikkan melalui penanganan terhadap anggota yang kesulitan atau telat dalam membayar angsuran. Sebagai lembaga keuangan mikro syariah, BMT tidak ingin memaksakan anggotanya apabila memang belum dapat membayar sesuai waktunya, namun BMT memberikan kelonggaran agar anggotanya tetap bisa melunasi angsurannya. Selain itu, anggota BMT Mekar Da'wah Serpong memiliki kesadaran dan tanggung jawabnya dalam membayar angsurannya pada BMT. Anggota yang memang belum bisa melunasi angsuran di bulan yang seharusnya, mereka akan membayarkannya di bulan selanjutnya (dirangkap). Sehingga antara pihak BMT dengan anggota sama-sama tidak mengalami hal yang tidak diinginkan.

Penerapan prinsip tanggung jawab BMT Mekar Da'wah Serpong yang lainnya yaitu pada penerimaan dan penyaluran dana *baitul maal*. Dalam penyaluran dana *baitul maal*, BMT Mekar Da'wah Serpong menyalurkannya dalam bentuk pengobatan gratis untuk warga yang sakit di wilayah Serpong dimana kegiatannya bekerja sama dengan BAZNAS. Selanjutnya yaitu beasiswa untuk anak yatim yang bekerja sama dengan MI, bentuknya yaitu membayarkan SPP tiap bulan. Yang terakhir yaitu pembagian sembako untuk kaum dhuafa. Untuk ketiga kegiatan tersebut dilaksanakan setiap bulan, sedangkan untuk kegiatan tahunan BMT Mekar Da'wah Serpong mengadakan santunan anak yatim dan buka puasa bersama.

5. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran

BMT Mekar Da'wah Serpong menerapkan kejujuran sebagai salah satu aspek yang dapat membuat anggota lebih percaya pada BMT. Sejak mulai merekrut calon karyawan, pihak BMT menjadikan kejujuran menjadi salah satu kriteria yang harus dipenuhi sehingga pada saat mulai bekerja, tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Kesadaran akan lembaga keuangan mikro syariah

tempat karyawan tersebut bernaung menjadi lebih tinggi dan bersikap hati-hati dalam bertindak.

Kemudian dalam berhubungan dengan para anggotanya, pihak BMT Mekar Da'wah juga harus menjaga kejujuran karena jika tidak akan berdampak pada loyalitas anggotanya. Para mitra juga dituntut untuk jujur sehingga antara kedua belah pihak transparan tanpa ada sesuatu hal yang ditutupi untuk kelangsungan hidup keduanya.

BMT Mekar Da'wah Serpong dalam kegiatan usahanya telah menerapkan prinsip kejujuran yang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Hal ini menjadi sebuah penilaian tersendiri bagi anggotanya dan menjadi tolak ukur anggota untuk senantiasa percaya pada lembaga keuangan mikro syariah tersebut. BMT Mekar Da'wah Serpong hendaknya mempertahankan kejujuran yang sudah diterapkannya karena akan berpengaruh pada kegiatan usaha BMT.

Penerapan Syariah *Marketing* di BMT Mekar Da'wah Serpong

BMT Mekar Da'wah Serpong dalam pemasarannya sudah berjalan mengikuti prinsip syariah. Tidak ada unsur bohong karena dalam melakukan pengenalan produk sudah benar-benar transparan. Sebagaimana dengan sistem yang khusus ada di BMT sendiri, BMT Mekar Da'wah juga menerapkan prinsip jemput bola. Selain itu, masyarakat yang sudah menjadi anggota turut membantu karena banyak masyarakat lain yang ingin menjadi anggota karena kenalannya sudah menjadi anggota disana sehingga dapat dipercaya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, pemasaran yang dilakukan oleh BMT Mekar Da'wah Serpong telah diterapkan sesuai prinsip syariah. Namun, penggunaan website dan sosial media yang dirasa kurang dikembangkan dengan baik. Padahal akan lebih bagus jika penggunaan teknologi digunakan sebaik-baiknya dikarenakan perkembangan teknologi yang kian maju. Selain itu, karena jangkauan wilayah BMT yang kecil, BMT Mekar Da'wah Serpong juga melakukan pemasaran hanya di wilayah Serpong dan sekitarnya. Sumber Daya Manusia yang ada di BMT Mekar Da'wah Serpong juga tidak terlalu banyak sehingga tidak bisa menerima calon anggota yang jauh dijangkau.

1. Teistis (*Rabbaniyah*)

BMT Mekar Da'wah Serpong telah menerapkan karakter teistis dalam kesehariannya. Selain itu, BMT diharapkan untuk selalu mempertahankan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-harinya demi kelancaran kegiatan usaha BMT sehingga dapat terhindar dari sikap-sikap yang bertentangan dengan Islam.

2. Etis (*Akhlaqiyah*)

Penerapan karakter *akhlaqiyah* pada BMT Mekar Da'wah Serpong adalah yang pertama dengan berpenampilan yang rapi dan sopan, sehingga anggota merasa nyaman dan tidak terganggu. Selain itu penggunaan seragam menjadi sebuah identitas BMT Mekar Da'wah itu sendiri. Kemudian, karyawan dituntut untuk bersikap dan berperilaku yang sopan dan menjaga serta memperhatikan tutur kata yang akan disampaikan pada anggota. Sehingga anggota menjadi lebih puas dengan keramahan yang diberikan oleh BMT.

Selain itu, BMT Mekar Da'wah Serpong mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh Dinas Koperasi Tangerang Selatan, pelatihan ini diadakan guna untuk meningkatkan kualitas SDM yang ada di BMT, sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal pada anggotanya.

Dengan demikian, penerapan karakter etis di BMT Mekar Da'wah Serpong telah sesuai dengan karakteristik syariah *marketing*. Dengan bersikap sesuai dengan etika, BMT Mekar Da'wah juga mempertahankan sekaligus meningkatkan kepercayaan anggota. Semakin beretika seseorang dalam berbisnis, maka dengan sendirinya dia akan menemui kesuksesan. Rasulullah Saw. pernah bersabda pada umatnya, "*Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia.*" Karena itu, sudah sepatutnya ini bisa menjadi panduan bagi *syariah marketer* untuk selalu memelihara moral dan etika dalam setiap tutur kata, perilaku, dan keputusan-keputusannya.

3. Realistis (*al-Waqiyyah*)

Dalam menerapkan karakter realistis di BMT Mekar Da'wah Serpong yaitu dengan bersikap transparan terhadap produk-produk yang dikenalkan oleh BMT. Pihak BMT Mekar Da'wah Serpong menjelaskan produk yang sudah sesuai dengan yang sudah ada, tidak melakukan kebohongan pada pemasarannya. Selain itu, dalam angsuran pembiayaan yang diajukan oleh anggota, BMT Mekar Da'wah tidak menetapkan angsuran per bulannya melainkan atas dasar kesepakatan antara anggota dan BMT.

Penerapan karakter realistis di BMT Mekar Da'wah Serpong sudah sesuai dengan karakteristik syariah *marketing*. Hal ini dibuktikan dengan pihak BMT yang memperhatikan penampilan untuk selalu terlihat prima dalam memberikan pelayanan dan juga bersikap fleksibel pada anggotanya. Menurut Kartajaya dan Sula (20) syariah *marketer* bukanlah para pemasar itu harus berpenampilan ala bangsa Arab dan mengharamkan dasi karena dianggap merupakan simbol masyarakat barat, misalnya. Syariah *marketer* adalah para pemasar profesional dengan penampilan yang bersih, rapi, dan bersahaja, apa pun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya.

4. Humanistis (*al-Insaniyyah*)

Penerapan karakter humanistis di BMT Mekar Da'wah Serpong diwujudkan dalam menjaga silaturahmi dengan para anggotanya dengan terus memberikan pelayanan prima dan menjaga kepercayaan mereka sehingga tetap menggunakan jasa mereka. BMT Mekar Da'wah juga melakukan *controlling* setiap harinya ke anggota dengan sistem jemput bola. BMT selain untuk menarik tabungan anggota, BMT juga memantau perkembangan usaha yang diberikan pembiayaan oleh BMT dan memberikan solusi pada anggotanya yang mengalami kesulitan.

Karakter humanistis di BMT Mekar Da'wah Serpong telah diterapkan sesuai dengan karakteristik syariah *marketing*. Hal ini diwujudkan dalam bagaimana BMT Mekar Da'wah mempertahankan kepercayaan anggota dengan memberikan pelayanan prima. Selain itu, melakukan pemantauan terhadap anggotanya serta memberikan solusi

SIMPULAN

1. Etika bisnis Islam yang diterapkan oleh BMT Mekar Da'wah Serpong sudah berjalan sesuai dengan teori etika bisnis Islam. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam telah diterapkan seluruhnya. Prinsip *tauhid*, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab serta kebenaran dan kejujuran telah dilaksanakan dengan baik oleh BMT Mekar Da'wah Serpong. Dalam prosesnya masih ada yang belum berjalan dengan sempurna, namun BMT Mekar Da'wah dapat meningkatkan kembali penerapan etika bisnis Islam dan mempertahankan yang sudah diterapkan.
2. Untuk syariah *marketing* yang diterapkan oleh BMT Mekar Da'wah Serpong diterapkan melalui karakteristik syariah *marketing* yaitu 1) Teistis, dengan menanamkan nilai-nilai keagamaan pada karyawan dengan membaca Al-Qur'an setiap paginya; 2) Etis, bersikap sopan dan santun pada anggota, berpenampilan yang rapi dan memperlihatkan identitasnya; 3) Realistis, dalam mengenalkan produk pada anggota sudah transparan dan melakukan kesepakatan saat melakukan akad, serta memberikan pelayanan prima pada anggotanya; dan 4) Humanistis, dengan menjalin silaturahmi dengan anggotanya, melakukan *controlling* kepada anggotanya sehingga dapat tetap menjaga kepercayaan anggotanya.
3. BMT Mekar Da'wah Serpong dalam hal ini sudah menerapkan etika bisnis Islam dan syariah *marketing* sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No.04/DSN-MUI/IV/2000. Etika bisnis Islam dan syariah *marketing* sudah dilaksanakan oleh BMT Mekar Da'wah Serpong dalam kegiatan usahanya, salah satunya pada akad *murabahah*. Diantaranya yakni dalam akad *murabahah*
 - a. Memastikan aktivitasnya bebas dari riba dan barang yang menjadi objek akad adalah barang yang halal.
 - b. Menjelaskan secara detail, jujur dan transparan mengenai jumlah yang harus dibayar oleh anggota kepada BMT Mekar Da'wah Serpong.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang *Murabahah*.
- Hasanah, Khafiatul. “Pengaruh Karakteristik Marketing Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan”. Dalam Jurnal Iqtishadia: Ekonomi dan Perbankan Syariah. Volume 3. No. 1. Juni 2016
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Huda, Nurul. Dkk. *Baitul Mal wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoretis*. Jakarta: Amzah, 2016.
- Huda, Nurul. Dkk. *Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Imaniyati, Neni Sri. *Aspek-Aspek Hukum BMT (Baitul Maal wat Tamwil)*. Citra Aditya Bakti, 2010.
- Mardatillah, Annisa. “Etika Bisnis dalam Perspektif Islam”. Dalam Jurnal JIS. Volume 6. Nomor 1. April 2013
- NH, Muhammad Fidaus. Dkk. *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*. Jakarta: Renaisan, 2005.
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: t.p, 2014.
- Putra, Purnama dan Wiwik Hasbiyah. *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah*. Depok: Rajawali Press, 2018.
- Ramdan, Anton. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Bee Media Indonesia, 2013.
- Ridwan, Ahmad Hasan. *Manajemen Baitul Mal wa Tamwil*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Rivai, Veithzal. Dkk. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.