

EKONOMI KREATIF

Buku ini terdiri dari 8 bab. Tiga bab awal diantaranya tulisan Neneng Desi Susanti, M.Sy. dengan judul Ekonomi dan Muamalah dalam Islam, tulisan Adi Prawira dengan judul Manajemen Kreativitas serta Mengelola Ide dan Gagasan, tulisan Nuraiman, S.Pd.I.,M.E.Sy dengan Kewirausahaan dalam Islam I. Tiga bab berikutnya adalah tulisan Hilma Nafsiyati,S.HI.,M.A. dengan judul Kewirausahaan dalam Islam II, tulisan Syarkaini, SH.ME dengan judul Dasar-Dasar Bisnis Islam dan tulisan Susiana, S.HI.,M.A. dengan judul Etika Bisnis dalam Islam. Dua bab terakhir adalah tulisan Ansar,S.Pd.I.,M.E.Sy dengan judul Organisasi Bisnis Islam, dan tulisan Dr. Mursal, M.Ag. dengan judul Pemasaran dalam Islam.



CV. AFASA PUSTAKA



Neneng Desi Susanti, M. Sy. dkk

EKONOMI KREATIF



Neneng Desi Susanti, M.SY
Adi Prawira, M.Pd.E
Nuraiman, M..E.Sy
Hilma Nafsiyati, SHI, MA
Syarkaini, SH.ME
Susiana,MA
Ansar, S.Pd.I.,M.E.Sy
Dr. Mursal, M.Ag.



EKONOMI KREATIF

Editor
Yossi Eriawati, SE., ME

Neneng Desi Susanti, M.Sy., Dkk

EKONOMI KREATIF



Sumatera Barat-Indonesia

EKONOMI KREATIF

Penulis:

Neneng Desi Susanti, M.Sy.
Adi Prawira, M.Pd.E.
Nuraiman, S.Pd.I., M.E.Sy
Hilma Nafsiyati, S.HI., M.A.
Syarkaini, SH.ME
Susiana, S.HI., M.A.
Ansar, S.Pd.I., M.E.Sy
Dr. Mursal, M.Ag.

Editor:

Yossi Eriawati, S.E., M.E.

Setting Lay Out & Cover:

Istajib Djazuli, M.Pd

Diterbitkan Oleh:

CV. Afasa Pustaka

Perumahan Pasaman Baru Garden Blok B Nomor 8 Katimaha, Lingkuang

Aua, Kecamatan Pasaman

Simpang Empat Pasaman Barat 26566

Sumatera Barat, Indonesia

Mobile: 085376322130

Email: chadijahismail@gmail.com

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang
Dilarang memperbanyak sebagian
atau seluruh isi buku ini tanpa seizin Penerbit

Cetakan ke-1, Agustus 2023

ISBN: 978-623-09-4896-1

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *rabii'alamin*. Puji dan syukur kepada Allah SWT., atas terbitnya buku Sejarah Pendidikan Islam. Penerbitan buku ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi penyebaran dan pengembangan ilmiah intelektual di bidang ekonomi.

Buku ini terdiri dari 8 bab. Tiga bab awal diantaranya Tulisan Neneng Desi Susanti, M.Sy. dengan judul Ekonomi dan Muamalah dalam Islam, tulisan Adi Prawira dengan judul Manajemen Kreativitas serta Mengelola Ide dan Gagasan, Tulisan Nuraiman, S.Pd.I.,M.E.Sy dengan Kewirausahaan dalam Islam I. Tiga bab berikutnya adalah tulisan Hilma Nafsiyati,S.HI.,M.A. dengan judul Kewirausahaan dalam Islam II, tulisan Syarkaini, SH.ME dengan judul Dasar-Dasar Bisnis Islam dan tulisan Susiana, S.HI.,M.A. dengan judul Etika Bisnis dalam Islam. Dua bab terakhir adalah tulisan Ansar,S.Pd.I.,M.E.Sy dengan judul Organisasi Bisnis Islam, dan tulisan Dr. Mursal, M.Ag. dengan judul Pemasaran dalam Islam.

Penulis sangat menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan kelemahan dalam buku ini. Masukan dan kritikan dari semua pihak sangat kami harapkan. Terimakasih.

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar__ iv

Daftar Isi__v

BAB 1 Ekonomi dan Muamalah dalam Islam _1

BAB 2 Manajemen Kreativitas serta Mengelola Ide dan Gagasan _10

BAB 3 Kewirausahaan dalam Islam I_23

BAB 4 Kewirausahaan dalam Islam II_33

BAB 5 Dasar-Dasar Bisnis Islam _44

BAB 6 Etika Bisnis dalam Islam _56

BAB 7 Organisasi Bisnis Islam_65

BAB 8 Pemasaran dalam Islam_70

BIOGRAFI PENULIS_85

BAB 1

EKONOMI DAN MUAMALAH DALAM ISLAM

Oleh: Neneng Desi Susanti, M.SY

A. Teori Ekonomi Islam

Ekonomi Islam Istilah ekonomi Bahasa Arab disebut iqtishad yang terambil dari akar kata qaf, shad dan dal menjadi qashada yang berarti pergi menuju. Dari akar kata ini menjadi iqtishad yang berarti menghemat, qashad yang berarti maksud, tujuan, al-qashd yang berarti menghemat, qashad yang berarti ekonomi dan seterusnya. Jadi kalau dikatakan ilm al-iqtishad berarti ilmu ekonomi, ilm al-iqtishadiy berarti politik ekonomi iqtishad berarti pengamatan, numuwuwun Iqtishady berarti pertumbuhan ekonomi dan lain-lain. (Nusri Hamang Najed, 2013).

Sebagian ahli memberi definisi ekonomi Islam adalah mazhab ekonomi Islam yang didalamnya terjelma cara Islam mengatur kehidupan perekonomian dengan apa yang dimiliki dan ditunjukkan oleh muzhab ini, yaitu tentang ketelitian cara berfikir yang terdiri dari nilai-nilai moral Islam dan nilai-nilai ilmu ekonomi atau nilai-nilai sejarah yang berhubungan dengan masalah-masalah siasat perekonomian maupun yang berhubungan dengan uraian sejarah masyarakat manusia. (Ahmad Muhammd Al- Assal dan Fathi Ahmad Abdul Karim, 1999).

Sebagian lainnya berpendapat bahwa ekonomi Islam merupakan sekumpulan dasar-dasar umum ekonomi yang disimpulkan dari Al-Qur'an dan As-Sunah dan merupakan begunan perekonomian yang didirikan atas landasan dasar-dasar tersebut sesuai dengan lingkungan dan masalahnya. Sebelum kita mengkaji lebih jauh tentang hakikat ekonomi Islam maka ada baiknya diberikan beberapa pengertian tentang ekonomi Islam yang dikemukakan oleh para ahli ekonomi Islam di antaranya:

1. Muhammad Abdul Manan Ilmu Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.
2. M. Umer Chapra Ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidak seimbangan lingkungan.
3. Muhammad Nejatullah Ash-Sidiqy Menurut Ash-Sidiqy ilmu ekonomi Islam adalah respon pemikiran muslim terhadap tantangan ekonomi pada masa tertentu. Dalam usaha keras ini mereka di bantu oleh Al-Qur'an dan Sunnah, akar (ijtihad) dan pengalaman.

B. Tujuan Ekonomi Islam

Pada dasarnya, tujuan aktivitas ekonomi menurut Islam telah tergambar pada pembahasan sebelumnya, yaitu pada pengertian ekonomi Islam, motif ekonomi

Islam dan prinsip ekonomi Islam. Bahwa tujuan aktivitas ekonomi Islam adalah untuk dua macam bentuk atau sifat kebutuhan, yaitu pemenuhan kebutuhan mikro dan pemenuhan kebutuhan makro:

1. Pemenuhan Kebutuhan Mikro

Islam cukup berbicara gambling tentang sebegitu penting manusia berupaya memenuhi kebutuhan mikro ekonominya. Nejatullah Siddiqi menegaskan, hukum Islam memadamkan bahwa setiap individu memiliki tanggung jawab untuk memelihara kehidupannya dari bahaya kelaparan dahaga, kedinginan, kepanasan dan lain-lain.

Nejatullah Siddiqi membagi tujuan mikro dan aktivitas ekonomi Islam ke dalam empat macam tujuan, yaitu (1) untuk memenuhi kebutuhan seseorang atau diri pribadi secara sederhana, (2) untuk memenuhi kebutuhan keluarga atau rumah tangga, (3) untuk memenuhi kebutuhan jangka panjang, (4) untuk memenuhi kebutuhan keluarga yang ditinggalkan.

2. Pemenuhan Kebutuhan Makro

Islam mengisyaratkan tidak hanya mengorientasikan aktivitas ekonomi untuk memenuhi kebutuhan mikro seperti yang telah dikemukakan tersebut, tetap juga mengorientasikan untuk memenuhi kebutuhan makro. Islam mengisyaratkan agar setiap aktivitas ekonomi sekaligus ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi manusia secara keseluruhan. Islam memberikan regulasi bahwa hasil yang didapat dari sebuah aktivitas ekonomi seorang muslim, di samping diperintahkan untuk digunakan dalam memenuhi kebutuhan diri dan keluarga. Juga diperintahkan untuk digunakan dalam memenuhi kebutuhan orang lain yang tidak mampu, bahkan digunakan untuk membangun dan mengembangkan kehidupan sosial ekonomi secara kolektif guna mencapai kesejahteraan secara kolektif pula. Muhammad Najatullah Siddiqi menyatakan tujuan makro aktivitas ekonomi Islam ialah memberikan bantuan sosial dan sumbangan berdasarkan di jalan Allah. (Nusri Hamang Najed 2013) Allah berfirman dan Q.S. Al-Rum (30):38

فَاتِذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ لِّلَّذِينَ يُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Maka berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan. Itulah yang lebih baik bagi orang-orang yang mencari keridaan Allah. Dan mereka itulah orang-orang yang teruntung”. Q.S. Al-Rum (30): 38 (Departemen Agama, Al-Quran dan Terjemahan)

C. Karakteristik Ekonomi Islam

Ada beberapa hal yang mendorong perlunya mempelajari karakteristik ekonomi Islam:

1. Meluruskan kekeliruan pandangan yang menilai ekonomi kapitalis (memberikan penghargaan terhadap prinsip hak milik) dan sosialis

(memberikan penghargaan terhadap persamaan dan keadilan) tidak bertentangan dengan metode ekonomi Islam.

2. Membantu ekonomi muslim yang telah berkecimpung dalam teori ekonomi konvensional dalam memahami ekonomi Islam.
3. Membantu para peminat studi fiqh muamalah dalam melakukan studi perbandingan antara ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional. (Mustafa Edwin Nasution, 2010)

D. Prinsip-prinsip Ekonomi Islam

Ekonomi Islam merupakan fondasi dari munculnya prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menjadi acuan dalam seluruh aktivitas ekonomi dalam Islam. Berikut ini akan diuraikan prinsip-prinsip ekonomi Islam, yaitu:

1. Prinsip tauhid/ketuhanan

Akidah mempunyai peranan yang penting dalam kehidupan manusia Ia mempunyai pengaruh yang kuat terhadap cara berpikir dan bertindak seseorang. Begitu kuatnya peran akidah sehingga dapat mengendalikan manusia agar tunduk dan mengikuti ajaran yang dibawanya. Prinsip tauhid ini dikembangkan dari adanya keyakinan, bahwa seluruh sumber daya yang diberi amanah untuk memiliki, mengelola, dan memanfaatkannya untuk sementara. Prinsip ini juga dikembangkan dari keyakinan, bahwa seluruh aktivitas manusia termasuk aktivitas ekonominya diawasi oleh Allah Swt. Dan akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah di Akhirat kelak.

2. Prinsip Akhlak

Prinsip ini merupakan bentuk dari pengalaman sifa-sifat utama yang dimiliki oleh nabi dan Rasul-Nya dalam seluruh kegiatan ekonomi, yaitu shidiq (benar) tabligh (menyampaikan kebenaran), amanah (dapat dipercaya), dan fathanah (intelekt). (Rozalina, 2015)

3. Prinsip khalifah

Ekonomi Islam menjadikan manusia sebagai fokus perhatian. Dimana manusia diposisikan sebagai khalifah Allah di muka bumi dengan tujuan untuk bekerja, berusaha, dan memakmurkan kehidupannya.

4. Prinsip Keseimbangan

Allah telah menyediakan apa yang ada dilangit dan di bumi untuk kebahagiaan hidup manusia dengan batas-batas tertentu, seperti tidak boleh melakukan perbuatan yang membahayakan keselamatan lahir dan batin, diri sendiri, ataupun orang lain, dan lingkungan sekitarnya. Keseimbangan merupakan nilai dasar yang memengaruhi berbagai aspek tingkah laku ekonomi seorang Muslim. Asas keseimbangan dalam ekonomi ini terwujud dalam kesederhanaan, hemat, dan menjauhi pemborosan.

5. Prinsip Al-Ta'awanun (Tolong-menolong)

Al-Ta'awanun berarti bantu membantu antara sesama anggota masyarakat. Bantu membantu tersebut diarahkan sesuai dengan tauhid dalam meningkatkan

kebaikan dan ketakwaan kepada Allah Swt. Prinsip ini menghendaki kaum muslimin saling tolong menolong dalam kebaikan dalam takwa.

6. Prinsip keadilan

Ekonomi Islam ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan tidak mengeksploitasi kekayaan saja, tetapi juga menjaga manfaatnya. Ekonomi Islam memiliki prinsip-prinsip yang berbeda dari ekonomi-ekonomi lainnya, dan tidak dikatakan ekonomi Islam jika sebuah ekonomi yang dijalani tersebut telah memenuhi/menjalankan prinsip ekonomi Islam diatas. Sedangkan tujuan akhir dari ekonomi Islam adalah sebagaimana tujuan dari syari'at islam itu sendiri, yaitu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat, melalui suatu tatanan kehidupan yang baik dan terhormat. Inilah kebahagiaan yang hakiki yang diinginkan oleh setiap manusia, bukan kebahagiaan yang semu yang sering kali pada akhirnya justru melahirkan penderitaan dan kesengsaraan.

E. Muamalah dalam islam

Muamalah adalah sendi kehidupan dimana setiap muslim akan diuji nilai keagamaan dan kehati-hatiannya, serta konsistensinya dalam ajaran-ajaran Allah SWT. Sebagaimana diketahui harta adalah saudara kandung dari jiwa (roh), yang didalamnya terdapat berbagai godaan dan rawan penyelewengan. Sehingga wajar apabila seorang yang lemah agamanya akan sulit untuk berbuat adil kepada orang lain dalam masalah meninggalkan harta yang bukan menjadi haknya (harta haram), selagi ia mampu mendapatkannya walaupun dengan jalan tipu daya dan pemaksaan. (Enang Hidayat, 2015)

Islam adalah agama yang sempurna (komprehensif) yang mengatur aspek kehidupan manusia, baik akidah, ibadah, akhlak, maupun muamalah (Mardani, 2012). Ibadah diperlukan untuk menjaga ketaatan dan keharmonisan hubungan manusia dengan Khaliq-Nya. Ibadah juga merupakan sarana untuk mengingatkan secara kontinu tugas manusia sebagai khalifah-Nya di muka bumi ini. Adapun muamalah diturunkan untuk sebagai rules of the game atau aturan main manusia dalam kehidupan sosial.

Di sisi lain, Islam menganut keadilan dan kejujuran di lapangan ekonomi. Menurut Islam, manusia adalah khalifah atau wakil Tuhan dalam seluruh rencana Tuhan, dan telah di beri hak pemilikan terbatas atas alat-alat produksi. Islam mengakui adanya campur tangan negara dalam kegiatan ekonomi demi menjamin kesejahteraan warganya. (Muhammad Syarif Chaudhry, 2014)

Manusia harus mengetahui bahwa Allah menciptakan manusia sebagai makhluk sosial dan ekonomi yang berbudaya. Ia membutuhkan orang lain, dan saling tukar menukar manfaat di semua aspek kehidupan, baik bisnis atau jual beli, sewa menyewa, bekerja dalam bidang pertanian, industri, jasa maupun bidang lainnya. Semua itu membuat manusia berinteraksi, bersatu, berorganisasi, dan saling bantu membantu dalam memenuhi kebutuhan ekonomi dalam kehidupan sehari-hari. (Ismail Nawawi, 2012)

Al-Qur'an adalah sumber fiqh muamalah yang pertama dan utama dalam fiqh muamalah (ekonomi Islam), di dalamnya dapat kita temui hal ihwal yang berkaitan dengan ekonomi dan juga terdapat hukum-hukum dan undang-undang diharamkannya riba, dan diperbolehkannya jual beli. Hadits adalah sumber kedua dari dalam fiqh muamalah. Di dalamnya dapat kita temui khazanah aturan perekonomian Islam. Di antaranya seperti hadits yang isinya memerintahkan untuk menjaga dan melindungi harta, baik milik pribadi maupun umum serta tidak boleh mengambil yang bukan miliknya. (Ahmad Mujahidin, 2010)

Selain itu, jual beli termasuk mata pencaharian yang lebih sering di praktikkan para sahabat Rasulullah SAW dibandingkan dengan mata pencaharian lainnya, seperti pertanian dan yang lainnya. Disamping itu karena manfaatnya lebih umum dirasakan dan banyak dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan demikian, Islam tidak menghendaki pemeluknya melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan ajarannya, seperti praktik riba, penipuan, dan lain-lainnya, tetapi Islam menyuruh kita agar mencari rezeki yang halal. Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak lepas dari kegiatan jual beli. Jual beli adalah saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat. Bentuk perikatan jual beli merupakan sarana tolong menolong antara sesama manusia adalah memiliki landasan yang kuat dalam syari'at Islam. Dalam jual beli terdapat hukum jual beli yaitu sebagai berikut:

Jual beli telah disahkan oleh al-Qur'an, Sunnah, dan Ijma'. Adapun dalil al-Qur'an adalah QS. Al-Baqarah: 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: "Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba" (Shohib Muhammad Thohir dkk, 2014)

Adapun dalil sunnah di antaranya adalah hadits yang diriwayatkan dari Rasulullah SAW, beliau bersabda: "Sesungguhnya jual beli itu atas dasar saling ridha". Ketika ditanya usaha apa yang paling utama, beliau menjawab: "Usaha seseorang dengan tangannya sendiri, dan setiap jual beli yang mabrur". Jual beli yang mabrur adalah setiap jual beli yang tidak ada dusta dan khianat, sedangkan dusta adalah penyamaran dalam barang yang dijual, dan penyamaran itu adalah menyembunyikan aib barang dari penglihatan pembeli. (Mardani, 2006)

Kebanyakan problem sosial dan ekonomi yang mengakibatkan perselisihan disebabkan oleh tidak dijalkannya undang-undang syari'ah yang telah ditetapkan oleh Allah SWT dalam jual beli. Padahal, ketentuan hukum tersebut berfungsi sebagai pengemban bagi kebaikan muamalah. Dalam dunia perdagangan untuk menentukan berapa berat suatu barang atau berapa banyak suatu yang dibeli oleh konsumen digunakan alat bantu. Alat bantu tersebut didalam bisnis disebut dengan alat ukur. Salah satu alat ukur yang digunakan dalam jual beli yaitu timbangan atau takaran. Timbangan atau takaran adalah jenis alat pengukuran barang yang paling umum dalam perdagangan dan jual beli. Bukti kejujuran dan keadilan dalam jual

beli yaitu adanya nilai timbangan dan ukuran yang tepat dan standar benar-benar harus diutamakan. Dengan demikian dalam jual beli harus menerapkan keadilan salah satunya dengan menyempurnakan takaran dan timbangan, tidak mengurangi takaran atau timbangan. (Rahmat Syafei, 2001)

Hendi Suhendi dalam bukunya yang berjudul Fiqih Muamalah menjelaskan bahwa syarat-syarat benda yang menjadi akad salah satunya yaitu dapat diketahui (dilihat), barang yang diperjual belikan harus dapat diketahui banyaknya, beratnya, takarannya atau ukuran-ukuran yaang lainnya, maka tidak lah sah jual beli yang menimbulkan keraguan salah satu pihak. (hendi suhendi, 2008). Menurut Ibnu Umar dalam bukunya yang berjudul Fiqih Muamalah mengatakan bahwa Rasulullah SAW bersabda: “Barang siapa yang membeli bahan makanan, janganlah ia menjualnya sebelum ia pastikan timbangannya”.

Syarat-syarat barang yang menjadi objek jual beli menurut Madzhab Syafi'i salah satunya yaitu hendaknya barang diketahui jenis, jumlah dan sifatnya oleh kedua belah pihak. Karena adanya ketidak jelasan mengenai barang yang dijual. Hal ini juga dijelaskan dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah (KHES) Pasal 77 bahwa jual beli dapat dilakukan terhadap:

1. Barang yang terukur menurut porsi, jumlah, berat, atau panjang, baik berupa satuan atau keseluruhan.
2. Barang yang ditakar atau yang ditimbang sesuai jumlah yang telah ditentukan, sekalipun kapasitas dari takaran dan timbangan tidak di ketahui.
3. Satuan komponen dari barang yang sudah dipisahkan dari komponen lain yang telah terjual.

F. Prinsip Muamalah

1. Hukum asal dalam muamalah adalah mubah (diperbolehkan)

Menurut Ulama fikih, mereka sepakat bahwa hukum asal dalam transaksi muamalah adalah diperbolehkan (mubah), kecuali ada sebuah nash yang melarangnya. Maka dari itu, manusia tidak boleh mengatakan bahwa sebuah transaksi atau akad dilarang sebelum/tidak terdapat nash yang melarang akad tersebut. Berbeda dengan ibadah, hukum asalnya adalah dilarang. Kita tidak bisa melakukan sebuah ibadah jika memang tidak ditemukan nash yang memerintahkannya atau dengan kata lain ibadah kepada Allah tidak bisa dilakukan jika tidak terdapat syariat dariNya.

2. Muamalah berdasarkan kerelaan

Prinsip-prinsip muamalah adalah dibuat agar aktivitas jual beli yang dilakukan oleh manusia ini sesuai dengan kaidah yang telah ditentukan. Salah satu prinsip muamalah yang paling penting adalah prinsip saling suka atau saling rela ('an Tara>dhin). Prinsip ini menitikberatkan bahwa semua aktivitas yang berhubungan dengan jual beli itu tidak diperbolehkan dilakukan dengan paksaan, kecurangan, penipuan, intimidasi, dan praktik-praktik lainnya yang berpotensi dapat menghilangkan kebebasan, kejujuran, dan kebenaran dalam sebuah transaksi.

Seperti halnya yang dikatakan Wahbah al-Zulaihy dalam kitabnya yang berjudul *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, dikatakan bahwa prinsip dasar yang telah ditetapkan Islam mengenai perdagangan atau jual beli adalah 'an Tara>dhin (suka sama suka). (idris, 2015)

3. Menghindari kemudharatan dan mengutamakan kemaslahatan

Tujuan utama Fiqh muamalah adalah selalu berusaha untuk mewujudkan kemaslahatan dan meminimalisir permusuhan dan perselisihan antara manusia satu dengan yang lainnya. Selain itu, tujuan Allah SWT menurunkan syariah adalah untuk kemakmuran dan kemaslahatan umatnya, bukan untuk memberi beban atau mengekang ruang gerak umatnya karena aturan tersebut.

4. Memelihara unsur keadilan

Dalam pelaksanaannya, muamalat berfokus untuk memelihara dan mengutamakan nilai-nilai keadilan dan menghindari kemudharatan seperti keterpaksaan dan penindasan, penipuan, pengelabuan, dan mencari kesempatan dalam kesempitan yang dapat merugikan salah satu pihak.

5. Saddu Al-Dzari"ah

Saddu Al-Dzari"ah adalah menghambat segala sesuatu yang menjadi jalan kerusakan. Dzari"ah adalah washilah (jalan) yang menyampaikan kepada tujuan, baik yang halal ataupun yang haram. Maka jalan/cara yang menyampaikan kepada yang haram hukumnya pun haram, jalan/cara yang menyampaikan kepada yang halal hukumnya pun halal serta jalan/cara yang menyampaikan kepada sesuatu yang wajib maka hukumnya pun wajib. (Djazuli, H.A. 2006)

6. Larangan Ihtikar

Ihtikar atau monopoli artinya menimbun barang agar yang beredar di masyarakat berkurang, lalu harganya naik. Yang menimbun memperoleh keuntungan besar, sedang masyarakat dirugikan Islam melaknat praktik penimbunan (ikhtikar), karena hal ini berpotensi menimbulkan kenaikan harga barang yang ditanggung oleh konsumen.

7. Larangan gharar

Dalam sistem jual beli gharar ini terdapat unsur memakan harta orang lain dengan cara batil. Padahal Allah melarang memakan harta orang lain dengan cara batil sebagaimana tersebut dalam firmanNya. "Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui" (AlBaqarah / 2 : 188) Dalam syari"at Islam, jual beli gharar ini terlarang. Dengan dasar sabda Rasulullah Shallallahu „alaihi wa sallam dalam hadits Abu Hurairah yang berbunyi: "Rasulullah Shallallahu „alaihi wa sallam melarang jual beli al-hashah dan jual beli gharar"

8. Larangan Maisir

Maisir (Judi) dalam terminologi agama diartikan sebagai “suatu transaksi yang dilakukan oleh dua pihak untuk kepemilikan suatu benda atau jasa yang menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak lain. Sehingga Allah menurunkan Ayat Al-Qur’an Tentang Larangan Judi

Artinya” Mereka bertanya kepadamu tentang khamardan judi. Katakanlah: "Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya." Dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: " Yang lebih dari keperluan." Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir," (QS. Al-Baqarah: 219)

9. Larangan Riba

Riba adalah suatu akad atau transaksi atas barang yang ketika akad berlangsung tidak diketahui kesamaannya menurut syariat atau dengan menunda penyerahan kedua barang yang menjadi objek akad atau salah satunya. Islam melarang perbuatan riba.

Referensi

Departemen Agama, Al-Quran dan Terjemahan, 1999

Edwin Nasution, Mustafa, Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010

Hidayat, Enang, Fiqih Jual Beli, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015

Idri, Hadis Ekonomi, Jakarta: Kencana, 2015

Mujahidin Ahmad, Prosedur Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah di Indonesia, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.

Muhammd Al- Assal, Ahmad dan Ahmad Abdul Karim, Fathi, Sistem Prinsip dan Tujuan Ekonomi Islam, Bandung: CV Pustaka Setia, 1999

Mardani, Fiqh Ekonomi Syari’ah (Fiqh Muamalah), Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012

Nawawi, Ismail, Fiqih Muamalah (Klasik dan Kontemporer), Bogor: Ghalia Indonesia, 2012

Najed, Nusri Hamang Najed, Ekonomi Islam: Zakat Ajaran Kesejahteraan dan Keselamatan Umat (Pokok-pokok Fiqhiyyah, Landasan Perekonomian Sejarah dan Manajemen Zakat) , STAIN Parepare. LBH Press, 2013

Rozalina, Ekonomi Islam, Depok: PT. Rajagrafindo Persada

Syarif Chaudhry, Muhammad, Sistem Ekonomi Islam, Jakarta: Penadamedia, 2014

Shohib Muhammad Thohir dkk, Al-Qur'an dan Terjemah, Jakarta: Sygma, 2014

Syafei, Rahmat, Fiqih Muamalah, Bandung: Pustaka Setia, 2001

Suhendi, Hendi, Fiqih Muamalah, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008

BAB 2
MANAJEMEN KREATIVITAS
SERTA MENGELOLA IDE DAN GAGASAN
Oleh: Adi Prawira

A. Pendahuluan

Ekonomi kreatif merupakan sektor yang semakin penting dalam perekonomian Indonesia. Pemerintah Indonesia telah mengidentifikasi ekonomi kreatif sebagai salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, dimana ekonomi kreatif telah menyumbang PDB sebesar Rp 1.134 triliun (7,8%) tahun 2021. Purwanto, A. (2022, Desember 2)

Kreativitas memainkan peran penting dalam perekonomian modern. Inovasi dan ide-ide baru dapat menghasilkan peluang bisnis yang menarik, meningkatkan efisiensi produksi, dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Kreativitas dapat mendorong pengembangan produk baru atau peningkatan produk yang sudah ada. Inovasi seperti ini dapat menciptakan permintaan baru, meningkatkan daya saing perusahaan, dan memberikan nilai tambah kepada konsumen.

Perekonomian kreatif, yang meliputi seni, musik, film, desain, mode dan industri kreatif lainnya, semakin penting dalam perekonomian global. Industri ini memberikan lapangan kerja, meningkatkan ekspor, dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Kreativitas dalam industri ini berkontribusi pada produksi konten yang menarik dan inovatif

Kreativitas memainkan peran kunci dalam memulai bisnis baru dan menjalankan start-up. Kewirausahaan kreatif sering melibatkan pengembangan solusi baru untuk masalah yang ada, menggunakan pendekatan yang inovatif dalam bisnis, dan menemukan cara baru untuk memenuhi kebutuhan pasar. Dalam desain dan branding kreativitas dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Desain yang menarik dan inovatif dapat memberikan konsumen, meningkatkan nilai perspektif produk, dan membedakan perusahaan dari pesaingnya. Branding yang kreatif juga dapat membantu membangun citra merek yang kuat dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Pengembangan proses bisnis dan manajemen diperlukan juga kreativitas dengan pendekatan inovatif dalam mengelola rantai pasokan, pengembangan strategi pemasaran, atau pengoptimalan rantai pasokan produksi dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan menciptakan nilai tambah bagi perusahaan.

Dalam perekonomian saat ini, kreativitas menjadi faktor penting untuk merespons perubahan cepat dalam teknologi, pasar dan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, mendorong dan mendukung kreativitas adalah hal yang penting untuk memperkuat perekonomian dan mendorong pertumbuhan jangka panjang.

B. Kreativitas Dalam Kehidupan

Kreativitas merupakan kualitas yang penting dalam kehidupan kita karena membantu kita beradaptasi dengan perubahan, menemukan solusi baru, meningkatkan produktivitas, dan mengekspresikan diri. Dalam dunia yang terus berkembang, kreativitas menjadi semakin penting untuk menghadapi tantangan baru dan memanfaatkan peluang yang ada.

Dalam kehidupan ini pasti ada permasalahan yang harus diselesaikan dengan kreativitas memungkinkan kita untuk menciptakan solusi inovatif untuk masalah yang kompleks. Dengan berpikir kreatif, kita dapat menemukan cara baru untuk mengatasi tantangan dan mencapai hasil baik.

Pada dunia kerja, ketika kita menggunakan kreativitas dalam pekerjaan kita, kita dapat menemukan cara-cara baru meningkatkan produktivitas. Dengan mencari cara yang lebih efisien dan efektif untuk melakukan tugas-tugas, kita dapat menyelesaikan lebih banyak pekerjaan dalam waktu yang lebih singkat. Kreativitas membantu dalam pemecahan masalah dengan cara yang unik. Dalam menghadapi masalah atau tantangan, pikiran kreatif dapat membantu kita melihat situasi dari sudut pandang yang berbeda dan menemukan solusi yang tidak terpikirkan sebelumnya.

Selain itu kreativitas memberi kita kesempatan untuk mengungkapkan diri kita dengan cara yang unik dan pribadi. Melalui seni, musik, tulisan, atau bentuk lainnya, kita dapat mengekspresikan ide, emosi dan pengalaman kita sendiri. Bahkan berlatih kreativitas dapat meningkatkan keterampilan kognitif kita.

C. Manajemen Kreativitas

1. Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru, orisinal, dan bernilai dalam berbagai bidang kehidupan. Ini melibatkan kemampuan untuk berpikir secara kreatif, berimajinasi, dan menghubungkan gagasan-gagasan yang tidak terduga atau tidak lazim.

Menurut Torrance dalam definisinya kreativitas merupakan suatu proses kemampuan memahami kesenjangan-kesenjangan atau hambatan-hambatan dalam hidupnya, merumuskan hipotesis-hipotesis baru, dan mengkomunikasikan hasil-hasilnya, serta sedapat mungkin memodifikasi dan menguji hipotesis-hipotesis yang telah dirumuskan. (Ngalimun dan Fadillah, dkk, 2013)

Sedangkan definisi kreativitas dari The Oxford English Dictionary adalah inventif, imajinatif". Kreativitas sering dikatakan sebagai berpikir diluar kota. Ini merupakan mengasumsikan keluar dari cara berpikir tradisional dan mengambil pandangan yang sama sekali berbeda, sebuah proses yang disebut berpikir lateral. (Jeff Patmore, 2009, July 9).

Dalam bukunya Peng Kheng Sun dan Rahimah berkata merupakan suatu keharusan jika kita ingin bertahan, didalam segala bidang kehidupan manusia

dengan memanfaatkan kreativitas dalam intensitas kehidupan yang meningkat. (Peng Kheng Sun dan Rahimah, 2019)

Kreativitas melibatkan proses mental yang kompleks, dimana seseorang dapat menggabungkan pengetahuan, pengalaman, dan pemikiran yang tidak konvensional untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Ini melibatkan kemampuan untuk melihat masalah dari berbagai sudut pandang, berpikir diluar batas-batas konvensional, dan membuat asosiasi baru antara gagasan-gagasan.

Dalam pengaplikasian kreativitas dapat dalam berbagai bidang, termasuk seni, desain, musik, sastra, ilmu pengetahuan, teknologi, bisnis, dan banyak lagi. Ini tidak terbatas pada individu-individu yang secara tradisional dianggap sebagai "seniman" atau "kreator", tetapi dapat dimiliki oleh siapa saja yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan orisinal.

2. Manajemen Kreativitas

Untuk menghasilkan ide-ide baru, kadang kita terejebak dengan alur pemikiran yang selalu sama dan berulang ulang. Bisa jadi permasalahan ini bukan karena kita tidak kreatif atau mungkin menggunakan metode yang salah dalam bertukar pikiran dan ide. Untuk mencapai ide-ide dan gagasan-gagasan baru perlu adanya alur untuk mencapainya berupa metode dan strategi. Dengan ini diperlukan manajemen kreativitas yang dapat menginspirasi ide untuk setiap hambatan yang akan kita temui. Manajemen kreativitas terbaik dapat membantu kita dalam memecahkan masalah, dan bahkan permasalahan lama yang belum terpecahkan.

Manajemen Kreativitas merupakan proses pengelolaan dan mengarahkan potensi kreatif individu dan kelompok dalam suatu organisasi atau lingkungan kerja. Tujuan dari manajemen kreativitas adalah untuk menghasilkan ide-ide baru yang inovatif dan solusi yang dapat meningkatkan kinerja dan keunggulan kompetitif suatu organisasi.

a. Lingkungan Kerja

Lingkungan kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kreativitas. Dengan adanya kenyamanan lingkungan kerja karyawan akan semakin kreatif terhadap pekerjaannya. Widhiastana, N. D., Wardana, M., & Sudibya, I. G. A. (2017)

b. Dukungan Manajemen

Dalam organisasi perusahaan bahwa dukungan manajemen perusahaan sangat berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Hikmah dkk. (2019). Dibawah ini dukungan yang dapat meningkatkan kinerja karyawan dalam berkreaitivitas dalam dunia kerja.

1) Membangun budaya inovasi

Perusahaan dapat memberikan dukungan yang konkret dan beragam dalam menciptakan kreativitas organisasi. Perusahaan dapat membangun budaya inovasi yang mendorong dan menghargai inovasi, ini dapat

dilakukan dengan mengkomunikasikan pentingnya kreativitas, memberikan pengakuan dan apresiasi terhadap ide-ide baru, dan menghargai pengambilan risiko yang terkait dengan inovasi.

- 2) Memberikan Kebebasan dalam Berpikir
Kebebasan dalam berpikir dan bertindak oleh karyawan merupakan dukungan perusahaan dalam memberikan ruang kreatif untuk mendorong pemikiran yang “out of the box” dan memberikan waktu dan sumber daya yang memadai untuk menjalankan ide-ide kreatif
- 3) Membangun kolaborasi dan Komunikasi yang terbuka
Perusahaan harus mendorong kolaborasi dan komunikasi yang terbuka di antara karyawan.
- 4) Memberikan Pelatihan dan Pengembangan
Perusahaan dapat menyediakan pelatihan dan pengembangan yang terkait dengan kreativitas dan inovasi
- 5) Mendorong keterlibatan dan partisipasi
Perusahaan harus mendorong keterlibatan dan partisipasi karyawan dalam proses pengambilan keputusan dan perencanaan strategis.
- 6) Membangun lingkungan fisik yang kreatif
Perusahaan dapat merancang dan membangun lingkungan fisik yang merangsang kreativitas. Ruang kerja yang terbuka, area kolaborasi dan fasilitas kreatif seperti ruang kreatif yang dapat membantu menciptakan atmosfer yang mendukung kreativitas.
- 7) Mendorong penghargaan dan Insentif
Perusahaan dapat memberikan penghargaan dan insentif bagi karyawan yang menghasilkan ide-ide kreatif atau berkontribusi pada inovasi
- 8) Mengukur dan mengevaluasi kreativitas
Perusahaan dapat mengadopsi metrik dan indikator yang relevan untuk mengukur dan mengevaluasi tingkat kreativitas dalam organisasi..

c. Gaya Kepemimpinan

Gaya kepemimpinan yang mendukung kreativitas dalam organisasi pun harus sesuai, bentuk kepemimpinan yang efektif dan tepat harus bergantung pada konteks dan tuntutan spesifik organisasi, terkadang gaya kepemimpinan yang diterapkan adalah adaptasi dari beberapa gaya kepemimpinan.

Agustin dan Putra (2021) menyebutkan bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh terhadap kreativitas para pekerja. Idealnya gaya kepemimpinannya partisipatif, demokrasi dan tidak otoriter. Berikut beberapa gaya kepemimpinan yang dapat mendorong kreativitas:

- 1) Kepemimpinan Transformasional melibatkan pemimpin yang menginspirasi dan menggerakkan bawahan untuk mencapai potensi maksimal mereka.
- 2) Kepemimpinan Partisipasi melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan.

- 3) Kepemimpinan Visioner memiliki visi yang jelas tentang masa depan dan mampu menginspirasi karyawan dengan visi tersebut.
- 4) Kepemimpinan Pemberdayaan yang memberikan dorongan dalam memberikan otonomi dan tanggung jawab kepada karyawan dalam pekerjaan mereka.
- 5) Kepemimpinan Fleksibel melibatkan pemimpin yang mampu beradaptasi dengan perubahan dan merespon ide-ide baru

d. Membangun Kreativitas

Kreativitas dapat berjalan dalam lingkungan yang mendukung, dalam mencapainya diperlukan suatu strategi yang dapat memaksimalkan lingkungan tersebut, ada tiga strategi yang diterapkan (Richard Florida dan Jim Goodnight, 2005):

- 1) Membantu karyawan melakukan pekerjaan terbaik
Orang-orang kreatif unggul ketika kita memberi mereka tantangan di tempat kerja. Berikan setiap jenis karyawan bentuk rangsangan mental yang paling dapat melibatkannya
- 2) Membuat manajer kreatif
Pastikan semua manajer melakukan pekerjaan langsung. Pastikan semua orang berada pada tim yang sama. Ketika karyawan mengetahui atasan mereka benar-benar melakukan pekerjaan yang mereka lakukan, mereka mengajukan lebih banyak pertanyaan, lebih percaya pada keputusan atasan mereka, dan merasa nyaman mendiskusikan masalah dan mengajukan ide baru.
Dengan ini manajer dapat memicu inovasi dengan
 - a) Menyatukan kelompok karyawan untuk bertukar pikiran
 - b) Mengajukan banyak pertanyaan
 - c) Pengadaan material yang dibutuhkan karyawan
 - d) Menghindari menghukum orang karena melakukan kesalahan.
- 3) Melibatkan Pelanggan Sebagai Mitra Kreatif
Seluruh orang-orang yang ada pada seluruh organisasi harus mendengar suara pelanggan dan jelas. Pelanggan akan memberi tahu kita mengapa produk atau layanan perusahaan kita tidak ideal dan bagaimana membuatnya lebih baik. Dan mereka akan bekerja dengan kita untuk meningkatkannya.

e. Tahapan dalam proses kreativitas

Manajemen kreativitas melibatkan serangkaian tahapan yang membantu dalam mengelola proses kreatif secara efektif.

1) Persiapan

Tahapan ini melibatkan mengumpulkan informasi, penelitian, dan pemahaman yang diperlukan tentang masalah atau tugas yang dihadapi. Pada tahap ini, anda juga dapat mengidentifikasi tujuan, sasaran, dan batasan yang relevan

2) Pengumpulan Ide

Tahap ini melibatkan generasi ide-ide baru. Di sini, Anda dapat menggunakan teknik-teknik kreativitas seperti brainstorming, mind mapping, atau pertanyaan provokatif untuk menghasilkan sebanyak mungkin gagasan yang berbeda

3) Analisis dan Evaluasi

Tahap ini melibatkan penyaringan dan evaluasi ide-ide yang dihasilkan pada tahap sebelumnya. Kita perlu menganalisis setiap ide secara kritis dan mempertimbangkan aspek-aspek kelayakan, relevansi, dan potensi implementasi.

4) Pengembangan

Tahap ini melibatkan pengemngan ide-ide yang telah dipilih pada tahap sebelumnya. Disini, kita dapat memperluas ide-ide tersebut, menggabungkan dengan ide-ide lain, atau mengembangkan rencana tindakan yang lebih rinci.

5) Implementasi

Tahap ini melibatkan ide-ide yang telah dikembangkan dalam tindakan nyata. Ini dapat melibatkan pembuatan produk, peluncuran kampanye pemasaran, atau implementasi strategi bisnis lainnya.

6) Evaluasi dan Refleksi

Tahap ini melibatkan evaluasi kembali hasil implementasi dan refleksi tentang proses kreatif secara keseluruhan. Kita dapat mengevaluasi keberhasilan ide-ide yang diimplementasi, belajar dari pengalaman, dan mengidentifikasi peluang perbaikan di masa depan.

D. Metode Kreativitas

Metode kreatif adalah kumpulan metode untuk menemukan solusi segar dan kreatif untuk masalah. Dalam tulisan ini, dibahas beberapa teknik inventif yang dapat meningkatkan imajinasi dan membantu menghasilkan ide-ide yang unggul.

1. Brainstroming

Brainstorming merupakan sebuah proses kreatif yang digunakan untuk menghasilkan ide-ide baru dalam sebuah kelompok atau tim. Tujuan dari brainstorming adalah mendorong pemikiran bebas, memunculkan ide-ide yang muncul. Biasanya, dalam sesi brainstorming, anggota kelompok diberikan sebuah masalah pertanyaan, atau topik tertentu yang ingin mereka eksplorasi selama sesi tersebut, setiap orang diundang untuk menyumbang ide-ide mereka tanpa ada batasa atau penilaian awal. Beberapa prinsip dasar dalam brainstorming adalah:

a. Pemikiran bebas

Semua ide diterima tanpa evaluasi atau kritik pada tahap awal. Hal ini memungkinkan para anggota untuk berpikir secara kreatif tanpa hambatan.

b. Jumlah Ide

Semakin banyak ide yang dihasilkan, semakin besar kemungkinan untuk menemukan solusi yang inovatif. Mendorong setiap orang untuk berpartisipasi secara aktif dan menyumbangkan sebanyak mungkin ide.

c. Kombinasi dan Pengembangan Ide

Para anggota dapat membangun ide-ide satu sama lain atau menggabungkan beberapa ide untuk menciptakan solusi baru yang kompleks.

d. Penundaan Penilaian Evaluasi

Evaluasi dan penilaian ide-ide sebaiknya ditunda hingga sesi brainstorming selesai. Fokus pada penghasilan ide-ide yang kreatif dan pemikiran bebas.

Brainstroming dapat dilakukan dalam berbagai format, baik secara tatap muka maupun secara virtual menggunakan alat kolaborasi online. Metode-metode seperti "Brainwriting" dimana ide ditulis oleh setiap anggota secara individu atau "Round-Round Brainstroming" dimana setiap anggota secara bergantian memberi ide, juga dapat digunakan untuk memperkaya proses brainstroming.



Gambar: Brainstroming.

Sumber: www.mditack.co.id

2. Mind Mapping

Mind mapping merupakan sebuah metode visualisasi yang digunakan untuk mengorganisir dan merepresntasikan ide-ide, informasi, atau konsep-konsep dalam bentuk diagram atau peta pikiran. Peta pikiran sering kali terdiri dari sebuah konsep pusat atau topik utama yang terhubung dengan cabang-cabang yang mewakili ide-ide atau informasi terkait.

Tujuan utama dari mind mapping adalah untuk memfasilitasi pemikiran kreatif, analisis, pemecahan masalah, pengorganisasian informasi, dan menghubungkan konsep-konsep secara visual. Beberapa manfaat utama dari mind mapping antara lain:

a. Merangsang pemikiran asosiatif.

Mind mapping memungkinkan pemikiran yang bebas dan asosiatif, dimana ide-ide baru dapat muncul melalui koneksi dan hubungan yang dihasilkan antara konsep-konsep yang berbeda.

b. Pengorganisasian informasi.

Dalam konsep mind mapping, informasi diatur secara hierarkis dengan menggunakan konsep pusat dan cabang-cabang. Ini membantu dalam mengorganisir dan menyusun informasi secara terstruktur, sehingga lebih mudah dipahami dan diingat.

c. Pemecahan masalah.

Mind mapping dapat digunakan sebagai alat untuk menganalisa masalah kompleks dan mencari solusi yang kreatif. Dengan menghubungkan ide-ide terkait satu peta pemikiran, dapat muncul pola atau hubungan yang sebelumnya tidak terlihat.

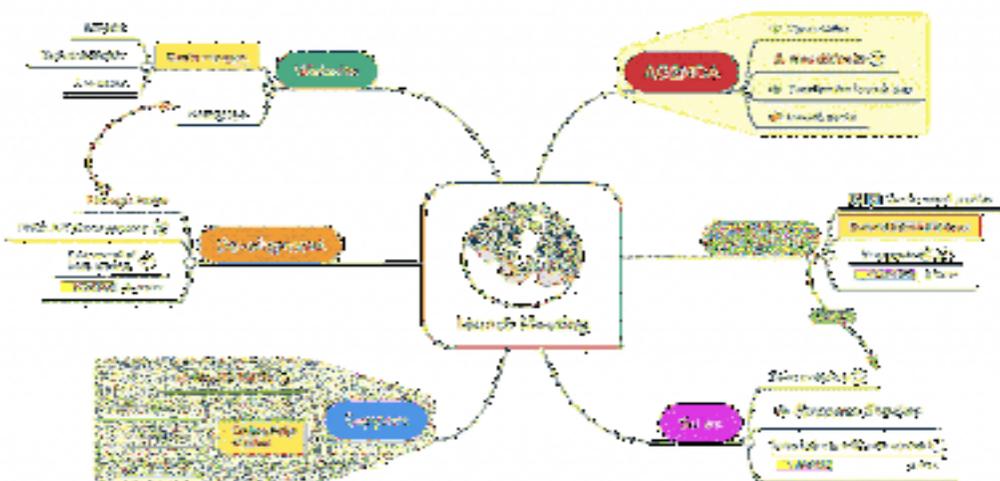
d. Peningkat dan pembelajaran.

Mind mapping membantu dalam memvisualisasikann informasi secara komprehensif, yang dapat meningkatkan retensi dan pemahaman. Hal ini berguna dalam proses belajar, mengingat, atay saat merencanakan tugas atau presentasi.

e. Kolaborasi.

Mind mapping juga dapat digunakan sebagai alat kolaborasi dalam kelompok atau tim. Anggota tim dapat berkontribusi pada peta pemikiran secara bersama-sama, berbagai ide, dan mengembangkan pemahaman bersama tentang topik tertentu.

Perangkat lunak khusus atau aplikasi online dapat digunakan untuk membuat mind map dengan mudah, memungkinkan fleksibilitas dalam menambahkan dan mengedit elemen-elemen dalam peta pikiran.



Gambar: Mind Mapping

Sumber: mindmeister.com

3. Biomimikri

Biomimikri merupakan pendekatan dalam desain, teknologi, dan inovasi yang terinspirasi oleh alam dan menerapkan prinsip-prinsip yang ada dalam ekosistem serta struktur dan proses biologis ke dalam solusi manusia. Konsep Biomimikri didasarkan pada pemahaman bahwa alam telah mengalami jutaan tahun evolusi dan telah mengembangkan solusi efisien dan berkelanjutan untuk tantangan yang serupa dengan yang dihadapi manusia.

Dalam Biomimikri, para ilmuwan, insinyur, desainer, dan peneliti mencoba untuk mempelajari dan meniru pola, struktur, fungsi dan strategi yang ada di alam. Mereka mencari inspirasi dari berbagai organisme, seperti tumbuhan, hewan, mikroorganisme, dan ekosistem, untuk mengembangkan teknologi, material, arsitektur, sistem energi, dan banyak lagi. Contoh dalam penerapan metode ini adalah teknologi pembuatan pesawat terbang yang terinspirasi dari sayap burung.

Biomimikri bertujuan untuk menciptakan solusi yang lebih berkelanjutan, efisien, dan ramah lingkungan dengan menerapkan prinsip-prinsip alam ke dalam berbagai bidang teknologi dan desain. Dengan menyang manfaat keanekaragaman hayati yang ada di alam, Biomimikri dapat menghasilkan inovasi yang lebih baik dan berdampak positif bagi manusia dan lingkungan.



Gambar: Penerapan Biomimikri

Sumber: sainsmania.com

4. Design Thinking

Design thinking merupakan pendekatan inovatif yang digunakan untuk memecahkan masalah kompleks dan mengembangkan solusi yang relevan dengan pengguna. Pendekatan ini berfokus pada pemahaman mendalam tentang pengguna, menciptakan ide-ide kreatif, dan menguji dan mengiterasikan solusi secara berulang. Proses design thinking terdiri dari beberapa tahap yang saling terkait:

- a. Empati. Tahap ini melibatkan pengumpulan informasi dan pemahaman yang mendalam tentang pengguna, tantangan, dan konteks yang terkait. Melalui

- observasi, wawancara, dan pengalaman langsung, para praktisi design thinking berusaha untuk memahami perspektif pengguna secara mendalam
- b. Definisi. Setelah memahami pengguna, masalah yang perlu diselesaikan diidentifikasi dan didefinisikan dengan jelas. Pada tahap ini, perlu merumuskan pernyataan tantangan yang jelas dan terfokus untuk mengarahkan proses selanjutnya.
 - c. Ideasi. Pada tahap ini, para praktisi design thinking berusaha menghasilkan sebanyak mungkin ide yang kreatif dan beragam. Tidak ada batasan atau penilaian awal terhadap ide-ide yang muncul, dan pendekatan divergen dan konvergen digunakan untuk menghasilkan pilihan solusi yang potensial.
 - d. Prototipe. Ide-ide yang terpilih kemudian diubah menjadi prototipe atau representasi fisik atau digital yang kasar dari solusi yang diusulkan. Prototipe ini digunakan untuk menguji dan mendapatkan umpan balik dari pengguna dan pemangku kepentingan.
 - e. Uji. Prototipe diuji dengan melibatkan pengguna dan pemangku kepentingan. Melalui pengujian, praktisi design thinking dapat memahami kekuatan dan kelemahan solusi yang diusulkan, serta melakukan perbaikan dan pengembangan lebih lanjut.
 - f. Iterasi. Berdasarkan umpan balik yang diterima, solusi yang diusulkan dapat dimodifikasi, disempurnakan, atau diganti sepenuhnya. Proses iterasi ini melibatkan kembali tahap ideasi, prototipe, dan pengujian untuk terus memperbaiki dan mengembangkan solusi.

Design Thinking mengedepankan kerjasama tim dan keterlibatan pengguna dalam seluruh proses. Pendekatan ini mendorong pemikiran kreatif, pemecahan masalah berbasis pengguna, dan inovasi yang berfokus pada kebutuhan dan pengalaman pengguna. Design thinking telah diterapkan dalam berbagai bidang, termasuk desain produk, pengembangan bisnis, layanan publik, pendidikan dan sektor sosial.



Gambar: Contoh proses Design Thinking

Sumber: alan.co.id

E. Mengelola Ide dan Gagasan

Ide dan gagasan adalah konsep abstrak yang muncul dalam pikiran seseorang sebagai hasil dari pemikiran kreatif atau proses berpikir yang inovatif. Meskipun sering digunakan secara bergantian, ada perbedaan antara kedua istilah ini.

Menurut Sugiyanto, dkk (2005) bahwa ide langkah pertama dalam proses terciptanya sesuatu, dengan adanya ide proses dari penciptaan bekerja. Ide merujuk pada konsep atau pendapat yang muncul dalam pikiran seseorang. Ide dapat berupa gagasan, konsep, atau pandangan baru tentang sesuatu. Mereka bisa sederhana atau kompleks, konkret atau abstrak. Ide sering kali merupakan pemikiran atau konsep yang belum diwujudkan secara fisik atau diterapkan dalam konteks nyata.

Gagasan merujuk pada konsep atau rencana yang lebih terstruktur atau rinci daripada ide. Gagasan melibatkan pemikiran lebih lanjut dan pemikiran yang lebih konkret. Gagasan sering kali melibatkan pemikiran tentang bagaimana sesuatu dapat dilakukan atau diwujudkan. Gagasan dapat berkaitan dengan solusi untuk masalah, rencana tindakan, atau pendekatan baru terhadap suatu situasi.

Secara umum, ide adalah konsep atau pandangan yang lebih luas dan lebih abstrak, sedangkan gagasan adalah konsep yang lebih terperinci dan terstruktur yang melibatkan pemikiran lebih lanjut tentang implementasinya. Namun, batasan antara kedua istilah ini cenderung fleksibel dan dapat bervariasi tergantung pada konteks dan interpretasi individu.

Untuk dapat memproses kreativitas perlu adanya pengelolaan ide dan gagasan yang perlu dilakukan dari mulai menciptakan ide dan penerapan ide dalam suatu penciptaan ide dan gagasan.

Menciptakan ide dan gagasan bisnis dengan efektif penting untuk menjaga agar mereka tetap relevan, berkembang, dan diimplementasikan dengan sukses. Dibawah ini ada cara dalam mengelola ide dan gagasan bisnis:

1. Merekam ide

Tetapkan proses untuk mengumpulkan ide-ide bisnis dari TIM. Gunakan pertemuan brainstorming, forum online, kotak saran fisik atau digital, atau bahkan melalui komunikasi satu lawan satu dengan anggota tim. Catat semua ide dan gagasan bisnis yang kita miliki. Gunakan metode yang nyaman bagi kita, seperti menulis dalam jurnal khusus, membuat daftar diperangkat elektronik, atau menggunakan aplikasi catatan. Pastikan kita mendokumentasikan detailnya dengan baik, termasuk deskripsi, konteks, dan alasan mengapa kita merasa ide tersebut berpotensi.

2. Evaluasi dan Seleksi

Evaluasi secara kritis setiap ide dan gagasan bisnis yang telah dicatat. Tinjau kembali tujuan dan nilai-nilai bisnis kita, serta kriteria kesuksesan yang telah kita tetapkan sebelumnya. Gunakan pengetahuan dan pemahaman kita tentang pasar, pesaing, dan pelanggan untuk mengevaluasi potensi ide. Seleksi ide-ide

yang paling menarik, berpotensi menguntungkan, dan sesuai dengan tujuan jangka panjang kita.

3. Penelitian dan analisis

Setelah memilih ide-ide yang layak, lakukan penelitian dan analisis lebih lanjut. Perdalam pemahaman kita tentang pasar, pesaing, tern industri, dan peluang yang ada. Identifikasi kebutuhan dan permintaan pasar yang belum terpenuhi yang dapat diisi oleh ide bisnis kita. Lakukan analisis SWOT untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terkait dengan ide kita.

4. Pengembangan Rencana

Setelah penelitian dan analisis yang teliti, buat rencana bisnis yang terperinci untuk mengelola ide bisnis kita. Rencana bisnis harus mencakup visi dan misi, analisis pasar, strategi pemasaran, struktur organisasi, rencana operasional, anggaran, dan proyeksi keuangan. Rencana ini akan menjadi panduan utama untu mengimplementasikan dan mengelola ide bisnis kita secara efektif.

5. Validasi dan Perbaikan

Selanjutnya, validasi ide bisnis kita melalui pengujian dan umpan balik dari pasar. Uji prototipe produk atau layanan kita, lakukan survei, atau minta pendapat dari calon pelanggan. Gunakan umpan balik tersebut untuk memperbaiki dan menyempurnakan ide kita. Beradaptasi dengan kebutuhan pasar dan mengambil tindakan korektif yang diperlukan

6. Pengelolaan Proyek

Setelah ide bisnis kita mulai diimplementasikan, kelola proyek secara efektif. Identifikasi langkah-langkah yang diperlukan, jadwal waktu, tanggung jawab, dan sumber daya yang dibutuhkan. Gunakan alat manajemen proyek yang sesuai untuk melacak kemajuan, mengatasi hambatan, dan memastikan bahwa proyek berjalan sesuai rencana

7. Inovasi dan Iterasi

Jaga ide bisnis kita tetap relevan dan berkembang dengan terus mencari inovasi dan melakukan iterasi. Lakukan penelitian pasar yang berkelanjutan.

Daftar Kepustakaan

Amir, D. M. F. (2014). *Kreativitas & Inovasi Dalam Bisnis : Menggali Potensi Diri untuk Berkreasi dan Berinovasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Agustina, T. S., & Putra, M. N. C. (2021). Kreativitas para pekerja kreatif radio gen 103.1 fm surabaya ditinjau dari peran gaya kepemimpinan transformasional. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(1), 63-76.

Duncan, K. (2022). *The Ideas Book*. Bhuana Ilmu Populer.

Florida, R., & Goodnight, J. (2005). Managing for creativity. *Harvard business review*, 83(7), 124.

- Hikmah, J., Riono, S. B., Syaifulloh, M., Khojin, N., & Aisyah, N. (2019). Pengaruh Faktor Kompetensi Individu, Faktor Dukungan Organisasi, Faktor Dukungan Manajemen terhadap Kinerja Pegawai. *Journal of Economics and Management (JECMA)*, 1(1), 53-65.
- Kheng Sun, Peng., Rahimah (2019). *The Magic Of Creativity*. Jakarta. Elex Media
- Muhammad, T. (2018). *Creative Playbook*. Solo: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri
- Ngalimun, dkk. (2013). *Perkembangan dan Pengembangan Kreativitas*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo
- Patmore, J, dkk (2009). *The Management of Creativity & Innovation*. Unpublish
- Purwanto, A.(2022, Desember 2). Ekonomi Kreatif : Regulasi dan Kontribusi terhadap Perekonomian Nasional. Diakses dari <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/ekonomi-kreatif-regulasi-dan-kontribusi-terhadap-perekonomian-nasional#:~:text=Ekonomi%20kreatif%20menjadi%20salah%20satu,juga%20membuka%20lapangan%20kerja%20baru.>
- Sutanto, M. H. (2014). Gelombang Ekonomi Ke Empat, Gelombang Ide dan Gagasan. *Komunikator*, 6(01).
- Wang, C. J., & Tsai, C. Y. (2014). Managing innovation and creativity in organizations: an empirical study of service industries in Taiwan. *Service Business*, 8, 313-335.
- Widhiastana, N. D., Wardana, M., & Sudibya, I. G. A. (2017). Pengaruh lingkungan kerja dan penghargaan terhadap kreativitas dan kinerja pegawai di Universitas Pendidikan Ganesha. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(1), 223-250.
- https://www.researchgate.net/publication/316644491_Handbook_of_the_management_of_creativity_and_innovation_Theory_and_practice
- <https://ekasulistiyana.web.id/metode-kreatif-menemukan-cara-baru-untuk-memecahkan-masalah/>

BAB 3

KEWIRAUSAHAAN DALAM ISLAM I

Oleh: Nuraiman, S.Pd.I.,M.E.Sy

A. Pengertian Kewirusahaan

Pada dasarnya dalam Islam kita tidak menemukan secara khusus tentang kewirausahaan ini, dalam Islam kita hanya mengenal konsep bekerja keras, berusaha dan berdagang/berniaga seperti yang dilakukan oleh nabi Muhammad saw dan para sahabat. Itu lebih jelas kita akan lihat definisi kata kewirausahaan yang sering kita pakai dalam keseharian, Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kewirausahaan atau wirausaha berasal dari dua kata yaitu wira dan usaha. Dimana wira diartikan sebagai pahlawan laki-laki, sedangkan usaha berarti sebuah kegiatan dengan mengerahkan tenaga dan pikiran untuk mencapai suatu maksud. Wirausaha diartikan sebagai seorang yang melakukan sesuatu dengan segala kemampuannya untuk mencapai maksud tertentu.

Kewirausahaan ini memiliki arti yang cukup luas, karena menyebutkan seseorang atau setiap orang, yang mampu menangkap peluang-peluang usaha, kemudian peluang usaha tersebut dijadikannya sebagai lahan bisnis dengan mencurahkan segenap waktunya untuk menciptakan peluang usaha. Setelah tercipta peluang usaha, seorang wirausaha akan mempertahankan jalan usahanya, mengembangkan jalan usahanya dan bahkan memperluas jaringan usahanya sesuai dengan tujuan utama dalam berwirausaha.

Menurut Inpres RI No. 4 Tahun 1995 dalam Saban Echdar (2013): "Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan/atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan/atau memperoleh keuntungan yang lebih besar." Dengan demikian, "wiraswasta/wirausaha" berarti pejuang yang gagah, luhur, berani, dan pantas jadi teladan dalam bidang usaha. Dengan kata lain wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai sifat-sifat kewirausahaan: keberanian mengambil risiko, kreativitas dan inovatif, keteladanan dalam menangani usaha atau perusahaan dengan berpijak pada kemauan dan kemampuan sendiri.

Ketika bicara tentang kewirausahaan ini kita juga mengenal istilah lain yang diartikan sama dengan kewirausahaan yaitu *entrepreneur* dimana *entrepreneur* berasal dari bahasa Perancis "*entreprendre*. yang artinya to *undertake* yakni menjalankan, melakukan dan berusaha. Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Richard Cantillon dan semakin populer ketika dipakai oleh ahli ekonomi Jean Baptise Say" (Riyanti (2003)).

Banyak ahli yang mendefinisikan tentang kewirausahaan dan wirausaha ini di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Drucker dalam Suryana (2003), menyatakan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.
2. Prawirokusumo dalam Suryana (2003), menyatakan bahwa wirausaha adalah mereka yang melakukan usaha-usaha kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang dan perbaikan hidup.
3. Scarborough dan Zimmerer dalam Tunggal (2008), menyatakan wirausaha sebagai orang yang melakukan reformasi atau merevolusioner pola produksi dengan menggunakan penemuan atau teknologi yang belum dicoba untuk memproduksi komoditas baru atau memproduksi produk lama dengan cara baru.
4. Drucker dalam Tunggal (2008), menyatakan wirausaha sebagai orang yang memindahkan sumber-sumber ekonomi yang produktivitasnya rendah menjadi sumber-sumber ekonomi berproduktivitas tinggi.
5. Hisrich dan Peters dalam Tunggal (2008), menyatakan bahwa kewirausahaan adalah proses membuat sesuatu yang baru dengan mempertimbangkan resiko dan balas jasa.

Meng dan Liang dalam Riyanti (2003), merangkum pendapat pandangan berbagai ahli dan mendefinisikan wirausaha sebagai:

1. Seorang inovator.
2. Seorang pengambil resiko atau a risk taker.
3. Orang yang mempunyai misi dan visi.
4. Hasil dari pengalaman masa kanak-kanak.
5. Orang yang memiliki kebutuhan prestasi tinggi.
6. Orang yang memiliki *locus internal of control*.

Seorang wirausaha didefinisikan sebagai seseorang yang mengorganisasikan dan mengarahkan usaha baru. Wirausahawan berani mengambil resiko yang terkait dengan proses pemulaian usaha. *Entrepreneur* adalah seseorang yang mendirikan usaha, dengan memberikan inovasi yang baru ataupun tidak terhadap suatu barang maupun jasa, dengan tujuan memaksimalkan kekayaan. Maka dari itu baik produsen, *reseller*, maupun makelar sama-sama disebut sebagai wirausaha, terlepas dari besar kecilnya jumlah dan nilai yang ditransaksikan.

B. Konsep Kewirausahaan dalam Islam

Rasulullah memulai karirnya dengan berdagang, baik dengan mengikuti pamannya ataupun menjadi pedagang bagi Siti Khadijah ra. Beliau menjadi pedagang terkenal hingga berusia 40 an tahun. Hal ini cukup untuk menggambarkan penjelasan Islam terhadap kewirausahaan (Uygur, 2009). Umat muslim di seluruh dunia mengikuti hal ini sebagai sunah Rasul saw. Secara umum umat muslim percaya jika ia memulai dan mencari rezeki melalui kewirausahaan, maka hal ini bermanfaat baginya di dunia dan akhirat.

Tujuan Islam bukanlah material semata dan juga tidak berkebutuhan pada keuntungan pribadi saja, tetapi Islam mengajarkan umatnya untuk menggabungkan material dan spiritual sesuai dengan ajaran Al-qur'an dan Hadits (Farooqi, 2006). Ajaran-ajaran Islam didasari oleh konsep kesejahteraan manusia dan kehidupan yang baik yang menekankan pada persaudaraan dan keadilan sosio-ekonomi, juga keseimbangan antara kebutuhan material dan spiritual manusia (Chapra, 1992).

Salah satu hadits Rasulullah yang terkenal dan menjadi rujukan untuk memotivasi semangat kewirausahaan adalah *"sembilan dari sepuluh pintu rezeki terbuka dari perdagangan"*, yang berarti bahwa rezeki lebih mudah didapat dari pintu perdagangan. Baik perusahaan raksasa maupun pedagang kecil, semuanya melakukan aktivitas perdagangan. Yang membedakan hanya jumlah dan nilai transaksi yang dilakukan.

Tuti Ermawati dalam Ningrum (2012) menunjukkan semangat kewirausahaan dalam Islam yang tertulis dalam Al-qur'an Surat Hud ayat 61 yang artinya: *"dan kepada Tsamud (kami utus) saudara mereka shaleh. Shaleh berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada bagimu Tuhan selain Dia. Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya[726], karena itu mohonlah ampunan-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya, Sesungguhnya Tuhanku Amat dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenankan (doa hamba-Nya)".*

Dan Surat Al-Mulk ayat 15 yang artinya: *"Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan"*.

Sedangkan semangat kewirausahaan terurai dalam beberapa hadits yang disabdakan oleh Rasulullah:

1. Hadits Riwayat Bukhari

"Sungguh seandainya salah seorang dari kalian mengambil beberapa utas tali, kemudian pergi ke gunung kemudian kembali memikul seikat kayu bakar dan menjualnya, kemudian dengan hasil itu Allah mencukupkan kebutuhan hidupmu, itu lebih baik daripada meminta-minta kepada sesama manusia, baik mereka memberi maupun tidak." (H.R. Bukhari)

2. Hadits Riwayat Tirmizi dan Ibnu Majah

"Pedagang yang jujur lagi terpercaya adalah bersama-sama nabi, orang-orang shadiqin, dan para syuhada." (H.R. Tirmidzi dan Ibnu Majah)

3. Hadits Riwayat Ahmad

"Perhatikan olehmu sekalian, sesungguhnya perdagangan di dunia adalah sembilan dari sepuluh pintu rezeki." (H.R. Ahmad)

4. Hadits Riwayat Al-Bazzar

"Pernah suatu saat Rasulullah ditanya oleh para sahabat, "Pekerjaan apa yang paling baik ya Rasulullah?" maka Rasulullah menjawab, "Seorang yang bekerja dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang bersih." (H.R. Al-Bazzar)

Dengan adanya landasan syariah terhadap kewirausahaan, maka umat muslim yang berwirausaha tidak hanya mendapatkan materi dunia tapi juga melaksanakan ibadah pada Allah, selama usaha yang dilakukannya sesuai dengan ajaran Rasulullah dan etika Islam. Al Haritsi (2010) menjelaskan bahwa Umar bin Khattab berpendapat bahwasanya melakukan aktifitas produksi adalah lebih utama daripada mengkhususkan waktu untuk ibadah-ibadah sunnah, dan mengandalkan manusia dalam mencukupi kebutuhannya. Di antara bukti hal itu adalah riwayat yang mengatakan, bahwa “Umar r.a. melihat tiga orang di masjid tekun beribadah, maka beliau bertanya kepada salah satu di antara mereka, ‘Dari mana kamu makan?’ Ia menjawab, ‘Aku adalah hamba Allah, dan Dia mendatangkan kepadaku rizkiku bagaimana Dia menghendaki’. Kemudian Umar meninggalkannya, dan menuju kepada orang kedua seraya menanyakan hal yang sama. Maka ia memberitahukan Umar r.a. dengan mengatakan, ‘Aku memiliki saudara yang mencari kayu di gunung untuk dijual, lalu dia makan sebagian dari hasilnya, dan ia datang kepadaku memenuhi kebutuhanku.’ Maka Umar r.a. berkata, ‘Saudara kamu lebih beribadah kepada kamu.’ Kemudian Umar r.a. mendatangi orang yang ketiga seraya bertanya tentang hal yang sama. Ia menjawab, ‘Manusia melihatku, lalu mereka datang kepadaku dengan sesuatu yang mencukupiku.’ Maka Umar r.a. memukulnya dengan tongkatnya dan berkata kepadanya, ‘Keluarlah kamu ke pasar,’ atau ucapan yang seperti itu. Berikutnya dalam sebuah hadits Rasulullah s.a.w yang diriwayatkan oleh Ahmad dan Baihaqi : *“Rasullah saw pernah ditanya, pekerjaan apakah yang paling baik? Beliau menjawab, pekerjaan terbaik adalah usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan semua perjualbelian yang dianggap baik”*. (HR Ahmad & Baihaqi).

Riwayat ini menggambarkan pentingnya produksi atau usaha yang dilakukan seseorang untuk menghidupi hidupnya sendiri. Islam sangat tidak suka dengan umat yang meminta belas kasihan dari umat lain, bahkan Umar pernah memukul seseorang yang sedang berzikir di dalam masjid karena mengharapkan belas kasihan dari orang lain. Memenuhi kebutuhan sendiri dengan usaha dan keringat sendiri jauh lebih berharga dan bermartabat dibanding dengan yang mengharapkan belas kasihan dari orang lain.

Dalam Al-qur’an Allah berfirman: *“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”* (QS 67:15) Ayat ini mencoba menjelaskan bahwa sesungguhnya Allah telah menganugerahkan banyak rezeki kepada manusia. Yang diperlukan adalah bagaimana manusia itu berpikir untuk dapat mengoptimalkan rezeki yang diberikan Allah dalam wujud usaha. Dengan kata lain, dituntut semangat kewirausahaan untuk mengelola apa yang ada di bumi untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup.

Dalam salah satu hadits riwayat Ahmad Rasulullah bersabda: *“Perhatikan olehmu sekalian, sesungguhnya perdagangan itu di dunia ini adalah sembilan dari sepuluh pintu rezeki”* (HR. Ahmad).

Dalam hadits tersebut, tersiratlah bahwa Allah memberikan kemudahan terbesar untuk meraup rezeki dari pintu perdagangan. Sedangkan satu pintu yang lain berisikan pegawai, pertanian, dan lain-lain.

Rasulullah sendiri seorang pedagang yang handal dan profesional. Ia berhasil menjualkan barang dagangan Siti Khadijah hingga ke negeri seberang. Tidak hanya Rasulullah s.a.w., tetapi juga para sahabatnya. Sahabat Abdurrahman bin Auf misalnya, merupakan pedagang yang kembali mengalami kesuksesan berbisnis dalam waktu beberapa bulan setelah hijrah ke Madinah, padahal ketika berangkat hijrah ia hanya membawa perbekalan secukupnya dan melepaskan semua usaha yang dilakukannya di Mekkah. Demikian halnya dengan Abu Bakar r.a., Umar r.a., dan para sahabat lainnya. Islam sangatlah menganjurkan perdagangan, dan mengapresiasi usaha seseorang yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri.

C. Prinsip Kewirausahaan dalam Islam

Dalam Islam memang tidak memberikan penjelasan secara khusus terkait konsep tentang kewirausahaan (*entrepreneurship*) ini, namun di antara keduanya mempunyai kaitan yang cukup erat; memiliki ruh atau jiwa yang sangat dekat, meskipun secara teknis bahasa yang digunakan berbeda, dalam Islam istilah yang digunakan adalah kerja keras, kemandirian (*biyadihi*), dan tidak cengeng. Bekerja keras merupakan esensi dari kewirausahaan. Prinsip kerja keras, menurut Wafiduddin, adalah suatu langkah nyata yang dapat menghasilkan kesuksesan (rezeki), tetapi harus melalui proses yang penuh dengan tantangan dengan kata lain, orang yang berani melewati tantangan akan memperoleh peluang rizki yang besar. Dalam sejarah Islam kita mengetahui bahwasanya nabi Muhammad swt dan para sahabat adalah merupakan pengusaha yang sukses dalam menjalankan usahanya. Untuk itu kita perlu berpedoman pada prinsip yang dipakai oleh Rasulullah dalam menjalankan usahanya, setidaknya ada 4 (empat) prinsip yang mendasar yang harus dimiliki seorang wirausahawan muslim, yaitu:

1. Shiddiq (Jujur)

Seorang wirausahaan Islam harus bersifat Shiddiq atau jujur dalam menjalankan usahanya. Srijanti, purwanto, Sk, Wahyudi Pramono, dalam *Etika membangun masyarakat Modern*, 2007: hal.89 mengatakan bahwa “Shiddiq diartikan adanya ksesuaian/keselarasan antara apa yang dsampaikan/diucapkan dengan apa yang dilakukan/kenyataan yang ada. Kejujuran juga diartikan kecocokam dengan kenyataan atau fakta yang ada”. dalam Islam tidak dibenarkan ada unsur penipuan terlebih-lebih dari sudut timbaangan. Islam sangat mengecam orang yang berani mengurangi timbangan dalam menjalankan perniagaannya, bahkan Allah swt menyatakan bahwa pengusaha yang curang adalah manusia yang celaka, seperti digambarkan dalam Surat Al-Muthaffin ayat 1-3 yang artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau

menimbang untuk orang mereka mengurangi”. Bagi wirausahaan muslim, sifat kejujuran menjadi syarat mutlak dalam menjalankan praktek usaha/bisnisnya, tidak dibenarkan bersumpah atas nama Allah, ketika ada pembeli yang menanyakan tentang harga sebuah produk, namun sepembeli menawar produk tersebut, karena tawaran konsumen terlalu murah, si penjual langsung mengatakan Wallahi, modal saja sekian (Rp. 50.000), sementara modalnya hanya (Rp. 45.000), dengan demikian sumpah atas nama Allah yang diucapkannya hanya sekedar tujuan untuk meyakinkan si pembeli. Sumpah seperti ini dapat dikelompokkan kepada sumpah palsu, yang oleh Nabi sifat orang yang seperti ini dinamakan pendusta, yang bisa menjerumuskannya ke neraka, sebagaimana hadits yang artinya: “Bahwasanya benar/jujur itu mendorong kepada kebaikan/beribadah dan kebaikan mengantarkan ke sorga. Dan sungguh kebiasaan benar/jujur bagi seseorang, dapat menciptakan catatan shiddiq di sisi Allah. Sebaliknya dusta/bohong itu menyeret kepada lancung/lacur dan lancung menjerumuskan seseorang ke neraka. Dan sungguh kebiasaan dusta/bohong bagi seseorang, dapat menjadikan catatan pendusta di sisi Allah.

2. Amanah (dipercaya).

Sifat amanah merupakan sifat yang dibutuhkan dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam menjalankan usaha/bisnis. Sebab dalam dunia bisnis seorang usahawan akan banyak melakukan transaksi, karenanya salah satu prinsip bisnis dalam Islam adalah memiliki sifat amanah (dipercaya), bila sifat amanah ini dijadikan sebagai sumber etika dalam menjalankan bisnis (usaha) saya yakin semua mitra bisnis kita akan dapat bertahan dan terus akan mempertahankan kerjasamanya. Srijanti, purwanto, Sk, Wahyudi Pramono, dalam *Etika membangun masyarakat Modern*, 2007: hal.89 “Amanah secara bahasa berarti : Kesetiaan, ketulusan hati, kepercayaan (tsiqah) atau kejujuran, yang dimasud dengan amanah disini ialah sifat dan sikap pribadi yang setia, tulus hati dan jujur dalam melaksanakan sesuatu yang dipercayakan kepadanya, berupa harta benda, rahasia maupun tugas kewajiban”. Hal inilah yang dijelaskan Allah dalam Surat *Al- Anfal* ayat 27 yang Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.

Sifat amanah ini penting dimiliki oleh seorang wirausahawan dalam menjalankan usahanya, Nabi Muhammad SAW sangat menjaga sifat ini ketika beliau menjalankan bisnisnya, sehingga pada usianya yang ke 25 tahun, Khadijah menyerahkan seluruh investasinya untuk dikelola oleh Nabi, oleh karena itu setiap muslim yang ingin berusaha atau wirausahawan, maka sifat amanah menjadi syarat mutlak untuk dipertahankan.

3. Tabligh (komunikatif)

Keberhasilan Nabi Muhammad saw dalam menjalankan usaha/bisnisnya baik sebelum menikah dengan Khadijah maupun setelah menikah (yang akhirnya Khadijah menyerahkan kepada Nabi bisnisnya untuk dikelola oleh Nabi) adalah

disebabkan sifat kejujuran dan terpecaya yang dimilikinya, disamping itu beliau sangat memiliki kemampuan menyampaikan sesuatu secara komunikatif (Tabligh). Seorang wirausahawan dituntut untuk mampu berbicara secara komunikatif terutama dalam memperkenalkan produk-produk maupun jasa-jasa yang ingin ditawarkannya. Seorang pengusaha atau pembisnis haruslah bisa menyampaikan secara jelas akan produk atau usaha yang ditawarkan, dalam menyampaikan sesuatu produk atau jasa dengan tanpa meninggalkan nilai-nilai kejujuran dan kebenaran, maka dapat dipastikan produk yang ditawarkan akan mendapat respon dari para konsumen, sebab seorang wirausahawan yang bersifat komunikatif, sudah tentu akan memiliki gagasan-gagasan cemerlang dan mampu mengkomunikasikannya secara tepat dan mudah dipahami oleh siapapun yang mendengarkannya. Dengan cara ini maka pelanggan dapat dengan mudah memahami pesan bisnis yang ingin disampaikan.

4. Fathanah (Cerdas)

Fathamah dapat diartikan sebagai orang yang memiliki kecerdasan. Bagi seseorang yang ingin terjun ke dalam dunia usaha (bisnis) disamping memiliki sifat jujur, dapat dipercaya, mampu berkomunikasi secara baik dan benar, juga tidak kalah pentingnya seorang wirausahawan itu harus memiliki sifat fathanah (memiliki kecerdasan), orang yang cerdas akan memiliki pemikiran yang inovatif dan kreatif, dan dapat dengan mudah membaca secara cepat terhadap peluang yang ada, sekaligus dapat mencari solusi terhadap persoalan-persoalan yang akan dihadapi, seorang wirausaha yang kreatif dan inovatif akan dapat menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa yang ditawarkannya sehingga dapat menciptakan berbagai keunggulan dan mampu bersaing.

D. Etika Kewirausahaan dalam Islam

Etika pada dasarnya sangat berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan, dan perilakunya. Seorang wiraswasta/*entrepreneur* seharusnya dapat membentuk karakter sendiri dan sesuai dengan akhlak yang mulia. Pembentukan etika dan karakter sangatlah memiliki ikatan yang kuat satu sama lain. Dalam pembentukan etika dan karakter mencakup beberapa hal diantaranya nilai-nilai moral, perilaku dan menekankan pada aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh seseorang pengusaha dari sudut pandang yang dibolehkan maupun yang dilarang. Termasuk norma-norma yang mengatur hubungan antara seorang usahawan dengan tim kerjanya atau kariawannya dan orang-orang yang berbisnis dengannya.

Dyahatah dan Siddiq (2005). Dalam pembentukan pribadi seorang pengusaha (*entrepreneur*) ada beberapa hal yang perlu di perhatikan oleh seorang *entrepreneur* muslim yaitu:

1. Ketulusan niat dan kemurnian iman

Niat dalam bekerja bagi seorang *entrepreneur* haruslah digunakan untuk mendapatkan dan mengembangkan uangnya yang halal, yang dapat memberikan

makanan dalam beribadah kepada Allah. Kemurnian iman harus memperteguh hatinya. Seorang pengusaha dalam Islam haruslah kembali kepada Allah, dengan niat apapun yang dia lakukan agar mendapat keridhaan Allah dari swt. Allah Swt Berfirman dalam surat *Al-anam* ayat 162-163 yang artinya: *“Katakanlah: “sesungguhnya sholatku, ibadahku, hidup dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. Tiada sekutu bagiNya, dan demikian itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri pada Allah”.* dan didalam surat *Al-amniyah* ayat 5 yang artinya *“padahal mereka tidak disuruh kecuali menyembah Allah dengan memurnikan ketaatan kepadaNya.”*

Setiap perbuatan-perbuatan yang dilakukan oleh manusia haruslah diiringi iman yang murni. Hadits Rasulullah saw:

a. Hadits Riwayat Bukhari

“walaupun terlambat, namun perbuatan baik apapun yang kau lakukan akan meningkatkan derajatmu dan meninggikan tempatmu di surge” (HR.Bukhari)

b. Hadits Riwayat Bukhari Muslim

“sesungguhnya segala perbuatan tergantung kepada niatnya, dan sesungguhnya setiap perbuatan seseorang tergantung kepada apa yang diniatkannya. Maka barang siapa yang berhijrah kepada Allah dan RasulNya, maka hijrahnya kepada Allah dan RasulNya. Dan barang siapa yang hijrahnya karena ingin meraih keuntungan di dunia atau karena perempuan yang dinikahnya, maka hijrahnya hanya untuk apa yang ia niatkan. (HR.Bukhari Muslim)

Keikhlasan dan kemurnian iman akan membentuka asmosfir kestabilan dan ketenangan dalam jiwa seseorang *entrepreneur* (pengusaha). Kemurnian iman senangtiasa menanamkan bibit-bibit kepuasan dalam jiwa seorang pengusaha atas apa yang Allah karuniakan kepadanya. Seorang pengusaha yang jiwanya diliputi ketakwaan selalu siap dengan konsepkwensi atas apa yang ia lakukan, ia akan menilai perbuatannya sendiri, membatasi keinginannya,ia akan menyalahkan dirinya sendiri pada saat melaksanakan segala sesuatu yang menjauhkan dirinya dari hukum-hukum Allah.

2. Akhlak Mulia

Seorang pengusaha muslim harus mengamalkan akhlak yang mulia, seperti jujur,ikhlas,setia, murah hati, cakap,istiqamah, sederhana, dan qanaah, yakin dan masih banyak akhlak-akhlak mulia lainnya, yang menjadi pokok dalam bermuamallah berdasarkan aturan-aturan Allah. Firman Allah dalam al-quran:

“Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung.” (QS.Al-qalam :4)

Hadits riwayat Tarmidzi Rasulullah pernah memuji seorang pedagang yang jujur, dan belia bersabda :

“Sesungguhnya, pedagang yang jujur pada hari kiamat akan beada dalam kelompok para nabi, orang-orang yang beriman, dan para syuhada.” (HR.Tarmidzi)

Mengamalkan akhlak yang mulia akan menghasilkan stabilitas dan kepercayaan terutama dalam kesempatan dan senantiasa memenuhi hak-hak orang lain. Akhlak mulia juga membawa kebaikan dan kesejahteraan, menambah keuntungan-keuntungan yang halal dan mendapat balasan dari Allah. bahwasanya akhlak yang mulia bagi pelaku bisnis merupakan sebagian bentuk ibadah, yang akan dibalas oleh Allah swt di hari kiamat nanti.

3. Perilaku santun dalam berhubungan dengan orang lain

Memperlakukan orang lain dengan adil merupakan salah satu buah dari kekayaan nilai yang lahir bersamaan dengan keimanan, akhlak mulia dan ketaatan kepada Allah. Karakter ini terwujud dari perlakuan para pelaku bisnis terhadap orang-orang yang bekerja terhadap pada mereka dan orang-orang yang berhubungan dengan mereka.

Memperlakukan orang lain dengan adil akan memiliki beberapa keistimewaan seperti terciptanya kerjasama, solidaritas, persaudaraan, altruisme (sifat mementikan orang lain), ide-ide yang produktif, kejujuran dan persaingan baik dalam hal-hal yang di inginkan. Allah swt menganjurkan kita untuk memperdulikan orang lain dan memperlakukan mereka dengan penuh perhatian, dan selalu berbuat baik pada orang lain.

Memperlakukan orang lain dengan baik akan meningkatkan tali kasih sayang yang kuat, kokohnya persaudaraan, solidaritas, kepercayaan diri yang teguh, perdamaian, dan kerjasamaa dalam kebaikan dan keluhuran. Perilaku semacam ini akan memberikan kontribusi besar dalam memecahkan masalah-masalah secara baik.

Daftar Kepustakaan

Al-qur'an

Badawi., DR. Abdul Azhim., (2008). *Sifat bisnis nabi, Media Tarbiyah*, Jakarta, Tahun 2008

Basir, Siti Arni., Che Pa, Bharudin., dan Sulong, Hisyamudia Raja. (2009). *Jurnal syariah* Vol.17 No.2 Tahun 2009, hal 327-352.

Fatoki, O. O., (2010). *Graduate entrepreneurial intention in south africa*, International Journal of Business and Management, Vol. 5, No. 9, Sept 2010, pp. 87-98.

Farooqi, A.H., (2006). *Islamic social capital and networking*, Humanomics, Vol. 22(2), pp. 83-94.

Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N., (2006). *Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology*, Journal of European Industrial Training Vol. 30 No. 9, pp. 701-20.

- Lubis., Ibrahim., (1995). *Ekonomi Islam suatu pengantar 2* , kalam Mulia. Jakarta, Tahun 1995
- Manan., Prof.DR. M.A., *Teori dan Praktek ekonomi islam*, PT. Dana Bhakti, Yogyakarta, Tahun 1995
- Rasjid., Sulaiman.,(1990). *Fiqih Islam*, Sinar Baru, Bandung, Tahun 1990
- Ratnaningrum., Devi Puspita., (2012). *Intensi mahasiswa untuk berwiraswasta dengan pendekatan theory planned behavior studi terhadap mahasiswa pascasarjana ekonomi syariah di Jakarta*, Tesis mahasiswa ilmu ekonomi dan keuangan syariah, Universitas Indonesia, Jakarta, Tahun 2012..
- Reniaty (2007).*Pengembangan perbankan syariah untuk meningkatkan entrepreneurship*, Jurnal Equity Vol. 1, No. 1 Juli 2007, hal. 56-67.
- Syahatan, Husain, Siddiq Muh. Al-Amin Adh-Dhahir (2005) *Transaksi dan Etika Bisnis dalam Islam*, Visi Insani Publishing, Jakarta 2005
- Sabiq., Sayyid., (1987) *Fiqih Sunnah 13*, PT.Al-ma'arif, Bandung, Tahun 1987
- Srijanti,Purnomo s,k, Wahyudi Pranomo, *Etika Membangun Masyarakat Islam Modern*, Yogyakarta:Graha Ilmu 2007 hl.89
- Syahatan., DR.Husain., dan Adh-Dhahir., DR. Siddiq Muh. Al-amin., (2005), *Transaksi dan Etika Bisnis Islam*, Visi Insani Publishing, Jakarta, Tahun 2005
- Supartyanto, R.W. *Kewirausahaan Konsep dan Realita pada Usaha Kecil*, (2012), Bandung: cv. ALFABETA, Tahun 2012
- Yafie., Prof. K.H. Ali., dkk.,(2003), *Fiqih Perdagangan Bebas*, Teraju, Jakarta, Tahun 2003

BAB 4

KEWIRAUSAHAAN DALAM ISLAM II

Oleh: Hilma Nafsiyati, S.HI., M.A.

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang sempurna, bukan hanya sekedar yang berhubungan dengan duniawi tetapi lebih dari itu meliputi tatacara kehidupan yang baik. Al-Quran dan Sunnah merupakan pegangan utama dan merupakan panduan terbaik dalam menjalani kehidupan. Melengkapi kesempurnaan itu, Allah memberikan berbagai kelebihan kepada manusia salah satu di antaranya adalah akal pikiran yang dapat digunakan manusia untuk mengabdikan kepada sang pencipta. Agama memegang peranan yang penting dalam setiap sendi kehidupan seorang muslim, termasuk dalam bidang ekonomi.

Dalam memenuhi kebutuhan ekonomi, banyak hal yang bisa dilakukan oleh seorang muslim. Mulai dari berdagang, maupun segala pekerjaan halal yang dilakukan dengan tangan sendiri. Bahkan Islam melarang perbuatan memintaminta, bermalas-malasan atau bahkan tidak produktif sama sekali.

Kegiatan wirausaha sebagai salah satu jalan bagi umat Islam untuk melakukan aktivitas bisnis, sudah dengan terperinci diatur dalam al-Quran dan al-Hadits. Pedoman dan tuntunan yang telah sempurna ini merupakan bekal syar'i yang dapat menuntun umat Islam dalam berwirausaha. Tidak hanya untuk mendapatkan manfaat atau keuntungan secara materi, tetapi juga memberi nilai kemaslahatan melalui wirausaha yang ber-basis syariah sehingga memperoleh berkah dan manfaat yang berlimpah dari Allah SWT atas segala rezeki yang diperoleh. Seorang wirausahawan muslim harus memahami keutamaan nilai-nilai spiritual untuk diimplementasikan dalam berwirausaha. Nilai berwirausaha secara Islami harus berlandaskan pada ajaran al-Quran dan al-Hadits sebagai wujud ketaatan dan rasa tanggung jawab kepada Allah SWT.

Dengan mempelajari kewirausahaan syariah, merupakan sebuah upaya untuk merubah *mindset* sesuai dengan pola tuntunan syariah, sehingga kegiatan wirausaha bukan hanya fokus tujuan dunia, akan tetapi juga mengedepankan tujuan akhirat.

B. Pengertian Wirausaha, Kewirausahaan dan Kewirausahaan Islam

Ahli-ahli telah sangat banyak memberikan definisi tentang kewirausahaan, berikut ini akan disajikan beberapa definisi yang selama ini banyak dijadikan sebagai rujukan oleh para peneliti dan akademisi. Wirausahaan merupakan padanan kata dari *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris. Sebelum dialihbahasakan ke dalam bahasa Inggris, kata *entrepreneurship* berasal dari kata bahasa Perancis, yaitu *entreprendre* yang memiliki arti petualang, pencipta, dan pengelola usaha. Wirausaha (entrepreneur) adalah seseorang yang memiliki ide mengenai produk atau jasad kemudian membisiskannya (Dedi takdir, 2015)

Jika dipahami secara harfiah, pengertian wirausaha adalah orang yang menghasilkan produk, menentukan cara produksi, menyelenggarakan kegiatan serta membeli produk baru yang bertujuan untuk mengatur permodalan dan pemasaran, konsep atau definisi kewirausahaan adalah proses mendefinisikan, mengembangkan, dan mencapai visi yang bersumber pada berdirinya sebuah bisnis.

Anugrah pekerti, dalam Dedi takdir (2015) mendefinisikan wirausaha sebagai berikut: "Mereka yang mendirikan, mengelola, mengembangkan dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri, sekaligus menciptakan kerja bagi orang lain." Selanjutnya menjelaskan konsep wirausaha sebagai: "Seorang yang bersedia mengambil risiko pribadi untuk menemukan peluang usaha, mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri, dimana kelangsungan hidupnya tergantung pada tindakannya sendiri.

Dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah seseorang yang melihat dan menangkap peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang diperlukan untuk mendapatkan keuntungan dan mengambil kegiatan yang diperlukan untuk mencapai sukses.

Menurut Inpres RI No.4 Tahun 1995 "Kewirausahaan adalah semangat, sikap, prilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan/ atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efesiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan/atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. (Farid,2017)

Dari beberapa pendapat para ahli diatas, ada kesamaan bahwa kewirausahaan adalah suatu proses menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dengan menggunakan waktu dan modal, serta berani mengambil resiko dalam rangka meningkatkan kesejahteraan seseorang. Oleh karena itu seorang wirausaha akan memanfaatkan sumberdaya yang ada dengan sebaik-baiknya secara inovatif untuk dianfaatkan dalam usahanya.

Seseorang yang melakukan kegiatan usaha disebut wirausahawan. Dia bertanggung jawab atas persiapan dan pengoperasian seluruh proses bisnis, mulai dari pembelian hingga pemasaran produk. Seorang wirausahawan juga harus bisa membaca trend pasar agar tidak salah sasaran saat memasarkan produknya.

Menurut Hantoro dalam Rafidah (2020) menjelaskan bahwa seorang wirausaha harus memenuhi kriteria seperti memiliki sikap kemauan keras, pantang menyerah, pribadi apa adanya (jujur) serta memahami apa yang dikerjakan dan yang diamanahkan. Selain itu seorang wirausaha harus memiliki jiwa yang sehat dan mental yang kuat, rajin, gigih dan tekun, serta pemikiran yang tertata dan kreatif.

Kewirausahaan melibatkan proses menciptakan ide baru memiliki nilai, inovasi dan penemuan hal baru. Tiga hal utama yang menjadi dasar dari kewirausahaan adalah:

1. Kreativitas (*Creativity*)

Kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang unik, baru dan berbeda dengan produk lainnya serta dapat diterima oleh masyarakat. Kreatifitas juga dapat menghasilkan ide praktis yang merupakan solusi dari suatu permasalahan. Jika seseorang memiliki kreativitas yang dapat menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang erbeda dan berguna bagi dirinya sendiri dan juga bermanfaat bagi orang lain.

2. Inovasi (*Innovation*)

3. Transformasi dari sebuah ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang telah ada dalam menciptakan suatu produk yang lebih baik dan unik, memiliki nilai tambah dan bermanfaat. Kreatifitas dan inovasi akan memberikan nilai tambah dan nilai jual yang tinggi jika dikemas dengan baik

4. Penemuan (*Invention*)

Penemuan lebih menekankan pada penciptaan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi unik atau belum pernah dipublikasikan

Islam memang tidak ada menjelaskan secara detail tentang kewirausahaan. Akan tetapi Islam menjelaskan tentang konsep kerja keras, kemandirian dan tidak cengeng. Hal ini memiliki roh dan jiwa yang dekat dengan istilah kewirausahaan atau *entrepreneurship*. Esensi kewirausahaan adalah kerja keras. Islam mengajarkan umatnya untuk berkomitmen dengan apa yang ingin dicapai, berkomitmen dan pekerja keras. Dalam Islam dianjurkan untuk memiliki usaha. Islam mengenal istilah “kemandirian (biyadihi)” dalam artian pekerja keras dan tidak berpangku tangan dalam menjemput rezki. Hal ini diperjelas dalam hadits

سُئِلَ رَسُولُ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya:” *Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam* ditanya, “Pekerjaan apakah yang paling baik?” Beliau menjawab, “Pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri dan semua semua perniagaan yang baik.” (HR. Baihaqi dan Al Hakim; shahih lighairihi)

Pekerjaan dengan tangan sendiri maksudnya adalah pekerjaan yang dilakukan seseorang tanpa meminta-minta. Sedangkan perniagaan yang baik maksudnya adalah perniagaan atau perdagangan yang bersih dari penipuan dan kecurangan.

Adapun dalam kacamata Islam, wirausaha adalah seseorang yang mampu mengeksplorasi faktor-faktor produksi dengan berlandaskan syariat Islam dalam koridor etika bisnis Islam serta mampu memproduksi produk, baik pemikira, barang ataupun jasa untuk dikonsumsi konsumen dengan prinsip halalan thoyyiban, baik dari segala kehalalan zatnya dan kehalalan selain zatnya. Adapun tujuan dari bisnis seorang wirausahawan bukan hanya mengejar *profit oriented*(orientasi keuntungan)

tetapi juga mengejar *benefit oriented* (orientasi kemanfaatan) dengan menjauhi hal-hal yang dilarang dalam Islam.

Dalam menjalankan bisnis, umat Islam harus selalu menghormati dan mematuhi aturan syari'at. Syari'at menentukan apa yang diperbolehkan dan apa yang tidak. Tujuan besar syar'at adalah memajukan kesejahteraan manusia yang mencakup perlindungan terhadap agama, akal, harta benda dan masa depan seseorang.

Radiniz dalam Nursyamsiyah (2022) berpendapat bahwa kewirausahaan menurut ajaran Islam memiliki anggapan bahwa seorang individu adalah orang yang religius, dimana orang tersebut mengaplikasikan atau mempraktekan yang dipelajarinya dan diketahuinya. Keberkahan merupakan salah satu komponen yang sangat penting dalam bisnis Islam, yaitu memperoleh ridha dan keberkahan Allah. Tanpa Ridho Allah maka yang lain tidak akan ada artinya.

C. Pentingnya Mempelajari Kewirausahaan Islam

Kewirausahaan memiliki peran yang cukup penting dalam menunjang ekonomi suatu negara, dengan banyaknya jumlah wirausahawan yang ada, maka hal tersebut akan dapat membantu program pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran yang tinggi. Hal ini dikarenakan dengan semakin banyaknya jumlah wirausahawan, maka akan dapat menciptakan lapangan kerja baru serta membantu mengatasi kemiskinan terutama di Indonesia. Fungsi dan peran wirausahawan dapat dilihat melalui dua pendekatan, yaitu secara mikro dan makro. Secara mikro, wirausahawan memiliki dua peran, yaitu sebagai penemu (innovator) dan perencana (planner). Sebagai penentu, wirausahawan menemukan dan menciptakan sesuatu yang baru, seperti produk, teknologi, cara, ide, organisasi, dan sebagainya. Wirausahawan dapat disebut sebagai perencana apabila wirausahawan berperan dalam merancang tindakan dan usaha baru, merencanakan strategi usaha yang baru, merencanakan ide-ide dan peluang dalam meraih sukses, menciptakan organisasi perusahaan yang baru, dan lain-lain. Adapun secara makro, peran wirausaha adalah menciptakan kemakmuran, pemerataan kekayaan, dan kesempatan kerja yang berfungsi sebagai mesin pertumbuhan perekonomian suatu negara. (Aqil Barqi yahya, 2020).

Menurut W. Zimmerer dkk dalam Nursyamsiyah(2022), merumuskan bahwa pentingnya berwirausaha adalah sebagai berikut:

1. Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib diri sendiri.
2. Memberi peluang untuk melakukan perubahan: Pebisnis menemukan cara mengkombinasikan wujud kepedulian mereka terhadap berbagai masalah ekonomi dan sosial dengan harapan akan menjalani kehidupan yang lebih baik.
3. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya: Memiliki usaha sendiri, memberikan kekuasaan, kebangkitan spiritual dan membuat wirausaha mampu mengikuti minat atau hobinya sendiri.

4. Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan usaha
5. Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai dan menumbuhkan rasa senang dalam mengerjakannya.

Dalam pandangan Islam bekerja dan berusaha (termasuk berwirausaha) merupakan keniscayaan dalam kehidupan manusia. Keberadaan manusia di muka bumi sebagai *khalifah fil ardhi*" dimaksudkan untuk memakmurkan bumi dan membawanya ke arah yang lebih baik.

Dalam Islam, anjuran untuk berusaha dan giat bekerja sebagai bentuk realisasi dari kekhalifahan manusia tercermin dalam surat Ar-Ra'd: 11.

"Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merobah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia." (QS. Ar-Ra'd:11)

Sebagai agama yang menekankan dengan kuat sekali tentang pentingnya keberdayaan ummatnya, maka Islam memandang bahwa berusaha atau berwirausaha merupakan bagian integral dari ajaran Islam. Terdapat sejumlah ayat dan hadis Nabi Muhammad SAW yang menjelaskan pentingnya aktifitas berusaha itu. Di antaranya :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ

"Apabila telah ditunaikan sholat, maka bertebaranlah di muka bumi. Dan carilah karunia Allah" (QS Al Jumuah:10)

D. Konsep Dasar Kewirausahaan dalam Islam

Kesuksesan Nabi Muhammad SAW sebagai seorang pebisnis merupakan satu kesatuan yang utuh dari kemandirian dan semangat berwirausaha. Kejujuran, amanah, kecerdasan, dan keterampilan, komunikasi dan pelayanan yang baik, membangun jaringan dan kemitraan serta keselarasan dalam bekerja dan beribadah, menjadi faktor penting dalam menggapai kesuksesan sebagai seorang pedagang. Dalam konteks bisnis, sifat-sifat tersebut menjadi dasar dalam setiap aktivitas bisnis beliau yang kemudian menjadi sikap dasar manusiawi (*fundamental human etichs*) yang mendukung keberhasilan.

Konsep berwirausaha seperti yang dikutip dari Yana Hendayana (2017) Islam dikenal dengan istilah *tijarah* (berdagang atau bertransaksi). Konsep berwirausaha dalam Islam yang mengacu pada konsep wirausaha Nabi Muhammad SAW yang perlu ditiru dan diterapkan umat muslim, sebagai berikut:

1. Shiddiq (Benar dan Jujur)

Shiddiq berarti jujur atau benar dalam menjalankan bisnisnya, Nabi Muhammad saw selalu menunjukkan kejujuran dan meyakini betul bahwa membohongi para

pelanggan sama dengan mengkhianati mereka., mengedepankan kebenaran informasi, menjelaskan keunggulan barang. Jika ada kelemahan atau cacat pada produk, maka disampaikan kepada calon pembeli. Dalam manajemen pemasaran modern, karakter *shiddiq* sangat menentukan terciptanya layanan informasi secara benar. Bahkan, karakter *shiddiq* merupakan dasar yang harus menyertai aktivitas bisnis. Dengan jiwa *shiddiq*, hak atau kepentingan pelanggan tetap terpenuhi.

Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Taubat:119: "*Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar*".

Nabi Muhammad SAW bersabda "*Hendaklah kalian jujur (benar) karena kejujuran mengantarkan kepada kebaikan*".

Makna dari ayat dan hadits diatas ialah bahwa dalam berwirausaha kejujuran sangat penting karena bentuk kesungguhan dan ketepatan (*mujahadah* dan *itqan*) dalam hal ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan, menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu (baik kepada diri sendiri, teman sejawat, perusahaan maupun mitra kerja).

Menurut Adi Manshah (2022), penerapan sifat jujur disaat bertransaksi dengan kosumen sebagai entrepreneur haru mengedepankan kebenaran informasi tanpa menyembunyikan cacat, jujur mengemukakan semua keunggulan produk yang dimiliki dan menyampaikan semua kekurangan barang tersebut. Apabila kekurangan dan kelemahan atau kerusakan yang ada pada produk telah disampaikan dengan baik dan jujur, maka berarti penjual sudah melakukan kejujuran dan bersifat baik terhadap calon pembeli secara transparan.

2. Amanah (Dapat Dipercaya)

Amanah yaitu sifat kepercayaan baik dari sisi internal maupun eksternal. Amanah dan bertanggung jawab merupakan kunci sukses dalam menjalankan wirausaha. Memiliki sifat amanah akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap diri seorang muslim. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab, kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur. Tugas manusia adalah amanah dari Allah yang harus dipertanggungjawabkan. Implikasi dari cara pandang ini adalah pengakuan sekecil apapun upaya dan perbuatan manusia, baik atau buruk, tetap mendapat perhatian dari Allah dan akan mendapatkan balasan yang kembali pada dirinya sendiri.

Allah SWT berfirman dalam Q.S Al Mu'Minun:8: "*Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya*". Dalam Q.S. Al Ahzab:72 Allah SWT berfirman: "*Sesungguhnya Kami telah mengemukakan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung, maka semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir akan mengkhianatinya, dan dipikullah amanat itu oleh manusia. Sesungguhnya manusia itu amat zalim dan amat bodoh*". Rasulullah SAW bersabda, "*Bahwa amanah akan menarik rezeki dan sebaliknya khianat akan mengakibatkan kekafiran*". (HR Al – Dailami).

Maknanya adalah sekecil apapun upaya dan perbuatan manusia, baik atau buruk, tetap mendapat perhatian dari Allah dan akan mendapatkan balasan yang kembali pada dirinya sendiri. Manusia bebas memilih jalan yang salah, musyrik, munkar yang akan mengantarkannya pada kerusakan, kesesatan dan kehancuran moral. Sebagai konsekuensinya, jika manusia berbuat kebaikan, maka dia diberi pahala dan kehidupan yang baik.

Menurut Farid (2017) setiap pedagang harus bertanggung jawab atas usaha dan pekerjaan atau jabatan sebagai pedagang yang telah dipilihnya, artinya mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat yang memang secara otomatis berada di pundaknya, antara lain memenuhi kebutuhan anggota masyarakat akan barang atau jasa untuk kepentingan hidup dan kehidupannya.

3. Fathonah (Cerdas dan Bijaksana)

Sifat fathonah merupakan memiliki kecerdasan dalam berbisnis. Dalam hal ini, pengusaha yang cerdas merupakan pengusaha yang mampu memahami, menghayati dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik. Dalam kewirausahaan berbasis syariah, Allah menghendaki manusia bersikap cerdas dalam menyikapi kehidupan. Allah telah menyediakan dan memudahkan alam ini bagi manusia. Allah juga telah menganugerahi manusia potensi berupa berbagai kemampuan mengelola dan mengatur alam. Manusia cerdas adalah manusia yang pandai memanfaatkan alam untuk memenuhi kebutuhan fisik dan psikisnya seraya tetap mengharap ridho dari Allah SWT. Allah SWT berfirman dalam Q.S. Yunus:100: *"Dan tidak seorang pun akan beriman kecuali dengan izin Allah dan Allah menimpakan kemurkaan kepada orang-orang yang tidak mempergunakan akalunya"*. Allah SWT menginginkan manusia hidup dalam kemaslahatan dan kebaikan. Bahkan Allah telah berjanji, bagi manusia yang hidupnya dipenuhi dengan prestasi-prestasi kebaikan. Allah telah menyiapkan baginya kehidupan yang baik sebagaimana dinyatakan dalam Q.S. An-Nahl/16:97: *"Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan Kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan"*. Artinya dalam berwirausaha sifat fathanah adalah bahwa semua kegiatan-kegiatan dalam suatu perusahaan harus dilakukan dengan kecerdasan, dengan memanfaatkan potensi akal dan pikiran yang ada untuk mencapai tujuan. Memiliki sifat jujur, benar, dan bertanggung jawab tidak cukup dalam mengelola bisnis secara profesional. Para pelaku wirausaha juga harus memiliki sifat fathanah, yaitu sifat cerdas, cerdik, dan bijaksana agar usahanya lebih efektif dan efisien. Wirausaha cerdas harus selalu melatih diri dalam mengasah kecerdasan karena wirausaha diperlukan visi, kreatifitas, ketekunan, inovasi dan kreativitas agar barang atau produk diterima oleh masyarakat sebagai pembeli karena sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Firman Menne (2017) mengemukakan, Sifat *fathanah* dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Seorang muslim harus mengoptimalkan

segala potensi yang telah diberikan oleh Allah untuk mencapai kesempurnaan hidup. Potensi yang paling berharga dan termahal yang diberikan oleh Allah kepada manusia adalah akal (*intelektualitas*) dan ini perlu menjadi keyakinan yang kuat.

4. Tabligh (Argumentatif/Komunikatif)

Tabligh yaitu kemampuan menyampaikan, kemampuan berkomunikasi efektif. Wirausaha yang efektif merupakan kemampuan menyampaikan komunikasi. Kewajiban semua Nabi untuk menyampaikan kepada manusia apa yang diterima dari Allah berupa wahyu yang menyangkut didalamnya hukum agama. Dalam sudut pandang kewirausahaan berbasis syariah, Allah telah memberikan kemampuan Istimewa pada manusia, tentu sudah sepantasnya manusia juga memilih jalan hidup yang istimewa dengan kemampuan yang dimilikinya.

Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Ahzab:39: *“Orang-orang yang menyampaikan risalah-risalah Allah, mereka takut kepada-Nya dan mereka tiada merasa takut kepada seorang (pun) selain kepada Allah. Dan cukuplah Allah sebagai pembuat perhitungan”*.

Maknanya adalah para wirausahawan harus mampu melatih diri dalam menyampaikan ide dan produk bisnisnya, harus mampu menyampaikan dan mempromosikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran, serta mampu mengkomunikasikannya secara tepat dan mudah dipahami oleh siapapun yang mendengarkannya. Hal yang paling penting harus mampu menjembatani antara pihak perusahaan dan pihak customer.

E. Prinsip-Prinsip Wirausaha dalam Islam

Prinsip adalah suatu pernyataan, atau suatu kebenaran pokok yang memberikan suatu petunjuk kepada pemikiran atau tindakan. Prinsip wirausaha dalam Islam berlandaskan kepada ketentuan Allah di dalam Al-Qur’an dan petunjuk Rasulullah tentang perdagangan atau bisnis adalah suatu kebenaran mutlak dan tetap.

1. Prinsip Tauhid

Hal ini menjadi dasar bagi pelaku ekonomi dalam melaksanakan kegiatan produksi secara Islami. Dimana produsen menghindarkan diri dari bisnis yang bertentangan dengan syariat sehingga upah dalam melakukan produksi didasarkan pada mencari keridhaan Allah swt. Dari sisi input produsen akan mencari sumber modal yang halal ia akan menghindari dari perolehan sumber modal yang berasal dari *gharar*, *riba*, atau *maisir*. Ia tidak akan melakukan *riswah* untuk menjalin kerja sama bisnis.

Dalam sistem produksi Islam, kesadaran tauhid menjadi alasan ontologis untuk mengarahkan kegiatan ekonomi pada tujuannya semula yaitu mensejahterakan kehidupan manusia. Prinsip tauhid dalam kegiatan produksi yaitu

- a. Memproduksi barang dan jasa yang halal dan baik.
- b. Menyusun tata kelola perusahaan yang baik agar menghasilkan pertumbuhandan kesinambungan usaha secara sehat.

- c. Menjalankan mekanisme produksi dengan asas efektif dan efisien, melaluianalisis kelayakan usaha, manajemen risiko, analisis bisnis.
 - d. Membayar *zakat*, *sedekah*, dan *infak* baik bagi produsen maupun karyawandalam berbagai jenjang
 - e. Memperlakukan karyawan secara adil.
2. Implementasikan prinsip kemanusiaan

Implementasi prinsip kemanusiaan menegaskan relasi manusia berdasarkan kerangka kebutuhan dan keadilan sosial. Sektor produksi dalam hal ini diarahkan untuk memenuhi kebutuhan berjenjang manusia tanpa melihat suku, agama dan ras. Seorang produsen muslim baik bidang barang dan jasa berkewajiban untuk memenuhi kebutuhan dasar di lingkungan. Pemberlakuan prinsip kemanusiaan melahirkan konsekuensi sebagai berikut:

- a. Memberi kesempatan yang luas bagi setiap manusia untuk mengaktualisasikan kemampuan ekonominya
- b. Seorang produsen memproduksi barang dan jasa berdasarkan kategori kebutuhan manusia untuk memudahkan kehidupan di dunia.
- c. Memaksimalkan keuntungan harus disertai upaya memaksimalkan *sosial/return* terutama bagi kelompok yang membutuhkan.
- d. Larangan memproduksi barang dan jasa yang menimbulkan *mudharat*, haram dan menghancurkan seluruh martabat manusia.
- e. Menjaga persaudaraan sesama manusia.
- f. Prinsip kemanusiaan menjadi tujuan kegiatan produksi yaitu memuliakan harkat dan martabat manusia sebagai hamba Allah swt.

3. Prinsip keadilan

Implementasi prinsip keadilan dalam kegiatan produksi bermakna menegaskan hak, kewajiban dan tanggung jawab setiap manusia sesuai dengan kapasitasnya masing-masing. Implementasi prinsip keadilan dilakukan dengan:

- a. Memenuhi hak pekerja sesuai dengan kapasitasnya dengan tetap memperhatikan seluruh martabat manusia.
- b. Membayar *zakat*, *infak* dan sedekah.
- c. Menerapkan mekanisme bagis hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*) dalam sistem transaksi permodalan dan pendanaan.
- d. Melakukan kegiatan konservasi dan pelestarian sumber daya alam.
- e. Merekayasa sektor produksi untuk mengentaskan pengangguran dan kemiskinan.

Prinsip ini menegaskan bahwa berlaku adil dengan siapa pun akan meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas hidup manusia. Prinsip ini firman Allah dalam Q.S. Al-Maidah/5:8

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) Karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku

tidak adil. berlaku adillah, Karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

4. Prinsip kebajikan

Dalam kegiatan produksi, implementasi kebajikan bersifat menyeluruh menyentuh semua elemen-elemen dan tingkatan setiap manusia. Seorang manajer dapat menyusun kebijakan strategis dalam meningkatkan kualitas sumber daya alam di perusahaannya melalui kegiatan pelatihan, atau membuka perpustakaan.

Produsen mewarnai kegiatan produksinya dengan kebajikan mulai dari pengelolaan modal, proses, serta hasil produksi. Kebajikan yang dilakukan memberikan banyak manfaat bagi semua pihak yang terlibat. Dari sisi permodalan, produsen hanya mengelola sumber modal yang halal dan baik sehingga mendatangkan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat yaitu *sohibul mal* (hartawan) dan *mudharib* (kelebihan harta). Dari sisi proses, penghargaan terhadap kinerja, karyawan, manajemen, dan transparan dan rapi, cara mengambil keputusan (*problema solving*), strategis mengembangkan usaha, cara menyikapi kompetitor, dan eksplorasi sumber daya dilakukan dengan skema efektif dan efisien. Sedangkan dari sisi output dan distribusi kekayaan cenderung memerhatikan kehalalan dan kebaikannya bagi konsumen dan masyarakat umum sehingga semua pihak merasakan semua manfaat dari keberadaan usahanya.

Produsen mewarnai kegiatan produksinya dengan kebajikan mulai dari pengelolaan modal, proses, serta hasil produksi. Kebajikan yang dilakukan memberikan banyak manfaat bagi semua pihak yang terlibat. Dari sisi permodalan, produsen hanya mengelola sumber modal yang halal dan baik sehingga mendatangkan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat yaitu *sohibul mal* (hartawan) dan *mudharib* (kelebihan harta). Dari sisi proses, penghargaan terhadap kinerja, karyawan, manajemen, dan transparan dan rapi, cara mengambil keputusan (*problema solving*), strategis mengembangkan usaha, cara menyikapi kompetitor, dan eksplorasi sumber daya dilakukan dengan skema efektif dan efisien. Sedangkan dari sisi output dan distribusi kekayaan cenderung memerhatikan kehalalan dan kebaikannya bagi konsumen dan masyarakat umum sehingga semua pihak merasakan semua manfaat dari keberadaan usahanya.

5. Prinsip kebebasan

Implementasi dari prinsip kebebasan dan tanggung jawab dalam produksi adalah:

- a. Produsen bebas memiliki harta kekayaan dengan meningkatkan kapasitas produksinya disertai dengan tanggung jawab untuk membayar zakat, infak, sedekah serta menjaga kelestarian lingkungan hidup.
- b. Produsen bebas mengupayakan pertambahan nilai kekayaan disertai tanggung jawab untuk mendayagunakan serta menginvestasikan hartanya itu pada mekanisme transaksi jual beli yang halal.

Produsen bebas mengembangkan bisnisnya disertai dengan kewajiban untuk

memerhatikan kesejahteraan karyawan, meningkatkan kemampuannya secara bertahap, dan memerdayakan masyarakat sekitar dengan program-program strategis ekonomi.

Produsen bebas mengaplikasikan kemampuan bisnisnya disertai tanggung jawab untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan kekayaan pengentasan kemiskinan serta menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat

Daftar Kepustakaan

Aqil Barqi Yahya, *Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhamad Saw Sebagai Pedoman Berwirausaha* Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2020

Adimansyah, *Pendidikan Kewirausahaan (Edupreneurship) Berbasis al-Qur'an*, Sumbar: Azka Pustaka, 2022

Dedi takdir, Mahmudin, Sudirman Zaid, *Kewirausahaan*, Yogyakarta: Wijana Mahadi Karya, 2015

Firman Menne, *Celebes Media Perkasa*. 2017

Farid, *Kewirausahaan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2017

Rafidah, *Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha Dan Sikap Kewirausahaan Islami Terhadap Pendapatan Dan Kesejahteraan Keluarga Wanita Pengrajin Batik Danau Teluk Kota Jambi*, Malang: Ahli Media Press, 2020

Nursyamsiyah, Yudhistira Ardana *Kewirausahaan Syariah*, NasyaPekalongan: Ekspanding Manajement, 2022

Yana Hendayana, Dini Lisnawati, Amir Machmud, *Kewirausahaan Berbasis Syariah*, Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari, 2017.

BAB 5

DASAR–DASAR BISNIS ISLAM

Oleh: Syarkaini, SH.ME

A. Pendahuluan

Allah telah menyediakan sumber–sumber pendapatan yang ada di alam semesta ini, untuk dimanfaatkan oleh manusia sebaik–baiknya. Untuk memanfaatkan sumber–sumber pendapatan tersebut manusia melakukan perdagangan atau berbisnis. Dalam melakukan bisnis tersebut manusia saling membutuhkan. firman Allah SWT dalam surat Al A'araf ayat 10.

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

“Dan sungguh, Kami telah menempatkan kamu di bumi dan di sana Kami sediakan (sumber) penghidupan untukmu. (Tetapi) sedikit sekali kamu bersyukur.”¹

Nabi Muhammad SAW, telah melakukan bisnis sejak masih anak-anak. Dalam Ensiklopedia bertajuk Muhammad sebagai Pedagang yang ditulis afzalurrahman diceritakan bahwa awal karier Muhammad sebagai pedagang telah dirintis sejak usia 12 tahun bersama pamannya, abu Thalib. Tak tanggung-tanggung, jiwa entrepreneurnya telah dipicu dengan suasana perdagangan pada skala internasional hingga ke beberapa negara, seperti Suriah, Yordania, dan Lebanon.²

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan manusia. Perdagangan atau bisnis mempengaruhi semua lapisan kehidupan manusia, baik individu, nasional maupun internasional. Setiap hari banyak sekali orang melakukan bisnis, ada yang sebagai produsen dan perantara maupun konsumen, yang semua unsur tersebut saling berkaitan dan membutuhkan satu sama lain.

Dalam kegiatan bisnis terjadi pertukaran, jual beli, pemasaran produk, kerja dan kesempatan kerja. Pebisnis dan perantara serta konsumen saling mempunyai kebutuhan. Dimana pebisnis akan menjual barangnya dan mendapatkan keuntungan, sebaliknya konsumen akan terpenuhi kebutuhannya.

Dalam ajaran Islam Bisnis atau perdagangan bagian dari kegiatan muamalah yaitu kegiatan yang berhubungan dengan kehidupan manusia. Walaupun merupakan kegiatan hubungan sesama manusia, Namun ia tidak terlepas dengan aturan yang ditetapkan Allah dalam menjalankan bisnis tersebut dan berorientasi tidak duniawi saja melainkan juga akhirat.

Islam sangat menekankan untuk mencari harta atau rezeki dengan cara yang halal dan tidak mengandung unsur kebatilan. Dalam Al –Qur'an surat An-Nisa ayat 29 Allah Subhanahuwa ta'ala berfirman :

¹Ahamd hatta, *Tafsir Qur'an perkata*, (Jakarta: Maghfirah Pustaka, 2011) cet ke-5 hal 151

²Mustafa Kamal Rokan, *Bisnis ala Nabi* (Yogyakarta: Benteng Pustaka, 2013) hal. 22

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu” (An-Nisa: 29).³

Ibnu Katsir berpendapat bahwa dalam ayat ini Allah menyebutkan bahwa Tijarah (perdagangan) dalam Islam dibolehkan sebagai bentuk perniagaan untuk mendapatkan keuntungan. Tijarah dalam Islam mempunyai berbagai macam aktivitas seperti menjual, menyewakan, menggadaikan, dan kegiatan yang dapat mendatangkan keuntungan.⁴

B. Pengertian

Kata bisnis masuk ke dalam perbendaharaan bahasa Indoneia yang antara lain diartikan sebagai jual beli, perniagaan dan perdagangan. Dalam kamus besar bahasa Indonesia kata bisnis antara lain diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial dalam perdagangan.⁵

Secara terminologi bisnis adalah suatu aktivitas usaha sedangkan secara etimologi berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.⁶

Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rezeki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien.⁷

secara sederhana Bisnis dapat diartikan sebagai suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untu menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.⁸

Adapun definisi bisnis dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba.⁹ Bisnis adalah suatu urusan atau kegiatan dagang industri atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa.¹⁰

Menurut Griffin dan Ebert (2007) bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa dengan maksud mendapatkan laba. Menurut Kasmir dan Jafar (2012) bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuannya utamanya adalah keuntungan. B/isnis menurut Hughes dan Kapoor (2014) adalah suatu kegiatan

³ Ahamd hatta, *Tafsir Qur'an perkata* (Jakarta : Maghfirah Pustaka, 2011) cet ke-5 hal.83

⁴ Abdurrahman dkk, *Pengantar Bisnis Syari'ah* (Salemba Diniyah,2020) hal.3

⁵ Mardani, *Hukum Bisnis Syari'ah* (Prenada Media,2017) hal.1

⁶ Raba Nathaniel, *Pengantar Bisnis* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020) hal.8

⁷ Abdurrahman dkk, *Pengantar Bisnis Syari'ah*, (Salemba Diniyah,2020) hal.2

⁸ Didik Harjadi, Dewi Fatmasari, *Pengantar Bisnis Toeri dan konsep* (Kuningan: UNIKU Press,2015) hal.3

⁹ Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam* (Banten:Media Karya 2020) hal.7

¹⁰ Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis* (Bandung:Citra Aditya Bakti,2008) hal.2

usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.¹¹

Pengertian Bisnis Islam dari beberapa Ahli:

Muhammad Syafi'i Antonio yang mendefinisikan bisnis syariah sebagai bisnis yang paling santun, penuh penghormatan terhadap hak masing-masing dan sarat akan kebersamaan. Menurut Hermawan Kartajaya & Syakir Sula mengartikan bahwa bisnis syariah sebagai bisnis yang dianggap santun, santun terhadap penjual ataupun pembeli.¹²

Dari beberapa pengertian bisnis Islam diatas maka dapat disimpulkan bahwa bisnis Islam adalah suatu aktivitas atau kegiatan dalam menjalankan usaha atau perdagangan berlandaskan syari'at Islam, yang bertujuan memperoleh keuntungan berupa materi dan non materi untuk memenuhi kebutuhan hidup dalam rangka ibadah kepada Allah.

C. Bisnis dalam Islam

Islam adalah agama yang sempurna yang mengatur segala aspek kehidupan manusia baik masalah aqidah, ibadah, akhlak dan juga dalam persoalan muamalah. Bisnis termasuk muamalah. Muamalah adalah peraturan yang mengatur hubungan seseorang dengan orang lain dalam hal tukar–menukar harta termasuk jual beli atau bisnis.¹³

Al-Qur'an menjelaskan tentang konsep bisnis dengan beberapa kata diantaranya: al Tijarah (berdagang, berniaga), al-bai'u (menjual), dan tadayantum (muamalah).¹⁴ Al Qur'an dan Hadis sebagai sumber hukum berbisnis dalam ekonomi Islam. Begitu banyak ayat Quran dan Hadits yang membahas tuntunan dan perintah untuk melakukan bisnis. Beberapa ayat Al-Qur'an dan Hadits yang menganjurkan manusia untuk melakukannya kegiatan bisnis untuk mencari nafkah, diantaranya:

1. Al-Qur'an

Al-qur'an telah tegas menyatakan kepada manusia untuk berbisnis dalam mencari sebagian rezeki yang telah disediakan oleh Allah untuk mencukupi kebutuhan hidup manusia didunia. Firman Allah SWT dalam QS Al-Jumuah ayat 10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”¹⁵.

¹¹ Eny Latifah, *Pengantar Bisnis Islam* (Jawa Tenag: Samu Untung, 2020) hal. 2

¹² <https://deepublishstore.com/blog/materi/pengertian-bisnis-syariah-prinsip-dan-contoh/>

¹³ Zainuddin Ali, *HukumEkonomi Syari'ah* (Jakarta : Sinar Grafika,2008) hal. 120

¹⁴ Akhmad Nur Zaroni, *Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi), Mazahib Vol. IV, No. 2, 2007, h. 177-179

¹⁵ Ahamd hatta, *Tafsir Qur'an perkata* (Jakarta : Maghfirah Pustaka, 2011) cet ke-5 hal 554

Firman Allah yang lain mengenai perintah berusaha dengan cara melakukan bisnis untuk mendapatkan rezeki terdapat dalam QS. Al-Isra ayat 66.

رَبُّكُمُ الَّذِي يُرْزِقُ لَكُمْ الْفُلْكَ فِي الْبَحْرِ لِيَتَّبِعُوا مِنْ فَضْلِهِ ۗ إِنَّهُ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*“Tuhan-mu adalah yang melayarkan kapal-kapal di lautan untukmu, agar kamu mencari sebahagian dari karunia-Nya. Sesungguhnya Dia adalah Maha Penyayang terhadapmu”.*¹⁶

Dan firman Allah tentang kewajiban berusaha dengan cara berbisnis, tidak hanya berorientasi duniawi saja melainkan harus berorientasi kepada akhirat. QS. At-Taubah ayat 105.

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

*“Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”*¹⁷

Dan firman Allah mengenai kewajiban untuk berusaha dan memanfaatkan apa yang telah di sediakan Allah di muka bumi terdapat dalam QS. Al- Mulq ayat 15.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

*“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.*¹⁸

2. Hadis

Hadis menekankan bahwa pekerjaan dari kerja keras tangan sendiri adalah yang paling baik. Hadis riwayat Bukhari no.2072

مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلٍ يَدِهِ ، وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ – عَلَيْهِ السَّلَامُ – كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلٍ يَدِهِ

“Tidaklah seseorang memakan suatu makanan yang lebih baik dari makanan yang ia makan dari hasil kerja keras tangannya sendiri. Karena Nabi Daud ‘alaihissalam dahulu juga makan dari hasil kerja keras tangannya.” (HR. Bukhari, no. 2072)

Hadits yang agung ini menunjukkan keutamaan bekerja mencari nafkah yang halal dan berusaha memenuhi kebutuhan diri dan keluarga dengan usaha sendiri. Bahkan ini termasuk sifat-sifat yang dimiliki oleh para Nabi ‘alaihissalam dan orang-orang yang shaleh. Dalam hadits lain Rasulullah shallallahu ‘alaih wasallam bersabda: *“Nabi Zakariya ‘alaihissalam adalah seorang tukang kayu”*¹⁹

¹⁶ Ibid hal.288

¹⁷ Ibid hal. 151

¹⁸ Ibid hal.563

¹⁹ <https://muslim.or.id/13981-keutamaan-mencari-nafkah-halal-dan-tidak-menjadi-beban-orang-lain.html>

3. Dalam berbisnis, ajaran Islam menuntut umatnya menjalankan dengan profesional, sebagaimana hadis Rasulullah

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا ضُيِّعَتِ الْأَمَانَةُ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ قَالَ كَيْفَ إِضَاعَتُهَا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ إِذَا أُسْنِدَ الْأَمْرُ إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ

"Dari Abu Hurairah radhilayyahu'anhu mengatakan; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Jika amanat telah disia-siakan, tunggu saja kehancuran terjadi." Ada seorang sahabat bertanya; bagaimana maksud amanat disia-siakan? Nabi menjawab; "Jika urusan diserahkan bukan kepada ahlinya, maka tunggulah kehancuran itu." (HR. Bukhari No. 6015)."

Hadis yang lain adalah Dari Mu'adz bin Jabal radhiyallahu 'anhu, ia berkata: Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda:

إِنْ أَطِيبَ الْكَسْبُ كَسْبَ التَّجَارِ الَّذِي إِذَا حَدَّثُوا لَمْ يَكْذِبُوا وَإِذَا انْتَمَنُوا لَمْ يَخُونُوا وَإِذَا وَعَدُوا لَمْ يَخْلَفُوا وَإِذَا اشْتَرَوْا لَمْ يَنْمُوا وَإِذَا بَاعُوا لَمْ يَطْرُوا وَإِذَا كَانَ عَلَيْهِمْ لَمْ يَمْطَلُوا وَإِذَا كَانَ لَهُمْ لَمْ يَعْسُرُوا

"Sesungguhnya sebaik-baik penghasilan ialah penghasilan para pedagang yang mana apabila berbicara tidak bohong, apabila diberi amanah tidak khianat, apabila berjanji tidak mengingkarinya, apabila membeli tidak mencela, apabila menjual tidak berlebihan (dalam menaikkan harga), apabila berhutang tidak menunda-nunda pelunasan dan apabila menagih hutang tidak memperberat orang yang sedang kesulitan." (Diriwayatkan oleh Al-Baihaqi di dalam Syu'abul Iman, Bab Hifzhu Al-Lisan IV/221).²⁰

Berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis tersebut diatas, bahwa manusia diperintahkan atau di anjurkan untuk berbisnis. Dalam setiap melakukan bisnis atau perdagangan kita harus memperhatikan aspek halal haram, selain itu juga kita diperintahkan untuk amanah, menepati janji, tidak mencela ketika membeli, tidak berlebihan dalam hal menaikkan harga, menyetujui hutang bukan. Islam menganjurkan menyerahkan segala persoalan kepada ahlinya, termasuk dalam bisnis. Selain itu juga bersikap profesional serta tidak memaksakan diri terhadap suatu yang diluar kemampuannya.

Zainuddin ali, Hukum Ekonomi Syari'ah (2008) menjelaskan tentang Nilai – nilai sistem ekonomi Islam : (1) nilai tauhid yaitu keyakinan kepada Allah SWT sebagai pemberi rezeki dan pembuat aturan untk kemaslahatan hidup umat manusia sekaligus yang mewajibkan manusia untuk mencari rezeki dan karunia Allah SWT , untuk kemudian dipertanggung jawaban kelak hari dihadapan Allah SWT, (2). Keadilan dan kesejahteraan bersama, tidak boleh harta hanya dikuasai

²⁰<https://abufawaz.wordpress.com/2012/04/10/hadits-hadits-shohih-tentang-keutamaan-perniagaan-dan-pengusaha-muslim/>

oleh sekelompok orang saja, semua orang berkesempatan untuk berbisnis, (3) kebebasan dan tanggung jawab, tidak diperbolehkan menipu dan berlaku curang, tidak boleh ada unsur zalim, tidak boleh adanya bisnis haram dan bathil serta dilarang adanya riba dalam berbisnis.

D. Tujuan Bisnis Islam

Bisnis Islam sebagai bagian dari pada ibadah, merupakan salah satu sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Maka bisnis adalah merupakan ibadah untuk melaksanakan perintah Allah SWT. Bisnis bertujuan untuk mencapai empat hal utama : (1) target hasil : profit materi dan benefit non materi (2) pertumbuhan aartinya terus meningkat (3) keberlangsungan, dalam kurun waktu selama mungkin (4) keberkahan atau keridahaan Allah.²¹ Berikut akan diuraikan tujuan bisnis seperti yang di sebutkan diatas.

1. Target hasil: profit materi dan benefit non materi

Tujuan Bisnis dalam Islam, tidak hanya sekedar mencari atau memperoleh keuntungan yang bersifat materi saja namun terdapat keuntungan yang lain yang menjadi tujuan yaitu keuntungan non materi. Keuntungan materi,hal ini diperbolehkan dalam Islam, karena merupakan cara untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Keuntungan sebagai tujuan dalam aktivitas bisnis dilakukan dengan serangkaian usaha yang mengarah pada keuntungan yang maksimal dengan tetap berpegang pada nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, dalam usaha mendapatkan keuntungan yang optimal harus tidak boleh mengandung unsur-unsur yang diharamkan oleh Islam, seperti maysir (perjudian), riba, gharar (ketidakjelasan), dan cara-cara lain yang diharamkan dalam Islam.

Muhammad Ismail Yustanto Dan Muhammad Karebet Widjajakusuma menjelaskan bahwa Keuntungan bukan hanya bersifat kebendaan. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan berorientasi pada qimah Madiyah, tetapi masih ada tiga orientasi lainnya yaitu : (1) qimah insaniyah, manfaat bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sedekah, (2) qimah khuluqiyah, terkandung nilai – nilai akhlakul karimah sehingga terciptanya hubungan persaudaraan yang islam (3) qimah ruhiyah, mendekatkan diri dengan Allah

2. Pertumbuhan

Jika profit materi dan benefit nonmateri telah diraih, maka diupayakan pertumbuhan akan kenaikan terus-menerus meningkat setiap tahunnya dari profit dan benefit tersebut. Upaya pertumbuhan ini tentu dalam koridor syariah.

²¹ Muhammad Ismail Yustanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Depok: Gema Insani, 2008) hal. 19

3. Keberlangsungan

Pencapaian target hasil dan pertumbuhan harus terus diupayakan keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama dan dalam menjaga keberlangsungan itu pada koridor syariat Islam.

4. keberkahan atau keridhaan Allah.

Tujuan manusia diciptakan adalah untuk berbadah kepada Allah, maka hendaknya menjadi tujuan dalam Segala kegiatan termasuk dalam berbisnis. Firman Allah dalam QS. Adz-Dzariyat: 56

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

“Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembah-Ku.” (QS. Adz-Dzariyat: 56).²²

Kemudian pada ayat selanjutnya di QS Adz-Dzariyat ayat 57, Allah berfirman

مَا أُرِيدُ مِنْهُمْ مِنْ رِزْقٍ وَمَا أُرِيدُ أَنْ يُطْعَمُوا

“Aku tidak menghendaki rezeki sedikitpun dari mereka dan Aku tidak menghendaki supaya mereka memberi-Ku makan. (QS. Adz-Dzariyat: 57)

Dalam ayat tersebut Allah katakan bahwa Allah tidak sedikitpun menghendaki rezeki dari manusia dan juga tidak menghendaki agar kita memberi. Allah tidak butuh kepada hambanya, karena Dia lah yang maha pemebri rezeki, maka dari itu dalam berbisnis, keuntungan yang diperoleh dari bisnis hanya dari Allah. Sehingga ridho Allah lah yang diharapkan.

Bisnis Islam adalah bisnis yang khas dan memiliki karakteristik yang berbeda dengan sistem bisnis lainnya. Karena dalam bisnis Islam bukan hanya mencari keuntungan semata atau tujuan utama, tetapi menjadikan aktivitas bisnis sebagai sarana ibadah dan bertujuan mengharapkan ridha dari Allah SWT

E. Perbedaan Bisnis dan Karakteristik Bisnis, Islam dan Non Islam

Perbedaan yang mendasar anatar bisnis syari’ah dan konvensional adalah adanya kaidah kesyariahan yang menjadi dasar dalam menjalankan bisnis. Dalam menjalankan bisnis syariah pelaku bisnis bertujuan tidak hanya memperoleh manfaat materi namun lebih dari itu, juga untuk mencari keberkahan dan keridhaan Allah.²³

Bisnis Islami yang dikendalikan oleh aturan hukum yang harus di terapkan dalam berbisnis yaitu mengetahui aturan halal dan haram, baik dari cara perolehan maupun pemanfaatan harta, sama sekali berbeda dengan bisnis non Islami. Dengan landasan sekularisme yang bersindikan pada nilai-nilai material, bisnis non Islami tidak memperhatikan aturan hukum mana itu yang bisnis halal dan bisnis yang haram dalam setiap perencanaan, pelaksanaan, dan segala usaha yang

²² Ahamd hatta, *Tafsir Qur’an perkata* (Jakarta : Maghfirah Pustaka, 2011) cet ke-5 hal hal. 523

²³ Mumuh Mulyana dkk, *Pengantar Bisnis Syari’ah* (padang: Global Eksekutif Teknologi, 2002)

dilakukan dalam meraih tujuan-tujuan bisnis.²⁴ Muhammad Ismail Yusanto Dan Muhammad Karebet Widjajakusuma menyebutkan karakteristik dari bisnis Islam dan bisnis non Islam sebagai berikut :

KARAKTERISTIK BISNIS

ISLAM	KARAKTERISTIK	NON ISLAM
Aqidah Islam (nilai-nilai transendental)	ASAS	Sekularisme (nilai-nilai materialisme).
Dunia-akhirat	MOTIVASI	Dunia
Profit dan benefit, keberlangsungan, pertumbuhan, keberkahan	ORIENTASI	Profit, pertumbuhan, keberlangsungan
Bisnis bagian dari ibadah	ETOS KERJA	Bisnis adalah kebutuhan duniawi
Maju dan produktif, konsekuensi keimanan dan manifestasi kemusliman	SIKAP MENTAL	Maju dan produktif sekaligus konsumtif, konsekuensi aktualisasi diri
Terpercaya dan amanah	AMANAHA	Tergantung kemauan individu (pemilik modal), tujuan menghalalkan segala cara
Cakap dan ahli dibidangnya, konsekuensi dari kewajiban seorang muslim	KEAHLIAN	Cakap dan ahli dibidangnya, konsekuensi dari motivasi reward dan punishment
Sesuai akad kerja	SDM	Sesuai akad kerja atau sesuai keinginan pemilik modal
Halal	MODAL	Halal haram
Halal	SUMBER DAYA	Halal haram
Visi dan misi terkait erat dengan misi penciptaan manusia di dunia	MENEJEMEN STRATEGIK	Visi dan mis ditetapkan berdasarkan pada kepentingan material
Jaminan halal bagi setiap	MANAJEMEN	Tidak ada jaminan hal

²⁴ Muhammad Ismail Yustanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Depok: Gema Insani, 2008) hal.21

masukan, Proses dan keluaran, produktivitas dalam koridor syari'ah	OPERASI	bagi setiap masukan, proses & keluaran, mengedepankan produktivitas dalam koridor manfaat
Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan	MENAJEMEN KEUANGAN	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses & keluaran keuangan
Pemasaran dalam koridor jaminan halal	MANAJEMEN PEMASARAN	Pemasaran mengahalkan cara
SDM profesional & berkepribadian Islam. SDM adalah pengelola bisnis, SDM bertanggungjawab pada diri, majikan dan Allah SWT	MANAJEMEN SDM	SDM profesional, SDM adalah faktor produksi, SDM bertanggung jawab pada diri & majikan

F. Praktik Bisnis yang dilarang Islam

Dalam Melakukan bisnis atau perdagangan, praktik bisnis yang bertentangan syariat Islam, akan merusak dan bahkan merugikan satu sama lainnya. Baik penjual ataupun pembeli. Akan membuat hubungan sesama menjadi tidak dan akan menyebabkan terjadinya permusuhan. Berikut beberapa paraktik bisns yang dilarang dalam Islam :

1. Jahalah

Kesamaran atau ketidakjelasan (*jahalah*) merupakan salah satu bentuk larangan yang mesti dihindari dalam berusaha, begitu dalam urusan berbisnis. Rasulullah saw menjelaskan antara lain dalam sebuah hadis berikut:

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّهُ قَالَ قَالَ نَبِيُّ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ الْمُحَاقَلَةِ وَالْمُخَاضِرَةِ وَالْمَلَامَسَةِ وَالْمُنَابَذَةِ وَالْمُرَابَنَةِ – رواه البخارى

“Dari Anas bin Malik r.a. ia berkata: Rasulullah saw melarang jual beli muhaqalah (yaitu; jual beli buah yang masih di atas pohonnya), dan muhadharah (jual beli buah yang belum matang/masih hijau dan belum jelas kualitasnya), jual beli raba (yaitu; jual beli dengan tidak mengetahui ukuran, jenis dan kualitas barang), jual beli lempar dan jual beli muzabanah”. (HR. Al-Bukhari)

2. Maisir

Hal berikutnya yang dilarang dalam bisnis adalah yang mengandung perjudian. Keharaman segala bentuk perjudian (maisir). maysir adalah transaksi yang berbentuk permainan spekulatif dengan objek sejumlah harta taruhan, untuk menentukan pemenangnya dan mengundi nasib apakah beruntung atau malahan

rugi. Dengan menyerahkan sejumlah harta bisa berupa uang dengan harapan meraih keberuntungan dan uangnya berlipat ganda. dijelaskan dalam ayat al-Qur'an maupun hadis Nabi SAW., antara lain:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رَجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ.

“Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman keras (khamar), berjudi (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan”. (QS. al-Ma'idah: 90).²⁵

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو أَنَّ نَبِيَّ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَالْكُوبَةِ وَالْعُبَيْرَاءِ — رَوَاهُ أَحْمَدُ وَ أَبُو دَاوُدَ

“Dari Abdullah bin Amru, bahwasanya Nabi saw melarang (meminum) khamar, perjudian, menjual barang dengan alat dadu atau sejenisnya (jika gambar atau pilihannya keluar maka ia yang berhak membeli) dan minuman keras yang terbuat dari biji-bijian (biji gandum). (HR. Ahmad dan Abu Dawud)

3. AZ-Zhulmu

Dalam menjalankan bisnis, kita juga tidak boleh zalim. Kezaliman sangat dibenci oleh Allah SWT. Bentuk kezaliman atau penindasan dalam bisnis seperti menipu, menimbun barang, dan sebagainya. Orang yang melakukan kezaliman tidak akan mendapatkan kemenangan, sebagaimana firman Allah :

وَقَالَ مُوسَىٰ رَبِّي أَعْلَمُ بِمَنْ جَاءَ بِالْهُدَىٰ مِنْ عِنْدِهِ وَمَنْ تَكُونُ لَهُ عَاقِبَةُ الدَّارِ إِنَّهُ لَا يُفْلِحُ الظَّالِمُونَ

“Dan dia (Musa) menjawab, “Tuhanku lebih mengetahui siapa yang (pantas) membawa petunjuk dari sisi-Nya dan siapa yang akan mendapat kesudahan (yang baik) di akhirat. Sesungguhnya orang-orang yang zalim tidak akan mendapat kemenangan.”

Hadis Rasulullah tentang ancaman orang yang berbuat zalim:

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ اتَّقُوا الظُّلْمَ فَإِنَّ الظُّلْمَ ظُلُمَاتٌ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَاتَّقُوا الشُّحَّ فَإِنَّ الشُّحَّ أَهْلَكَ مَنْ كَانَ قَبْلَكُمْ حَمَلُهُمْ عَلَىٰ أَنْ سَفَكُوا دِمَاءَهُمْ وَاسْتَحَلُّوا مَحَارِمَهُمْ — رَوَاهُ مُسْلِمٌ

“Dari Jabir bin Abdillah ra. bahwasanya Rasulullah saw. bersabda: Takutlah (jauhilah) kamu sekalian akan kezaliman, karena sesungguhnya kezaliman itu adalah kegelapan (kezaliman) pada hari kiamat, dan jauhilah kamu sekalian sifat bakhil, karena sesungguhnya kebakhilan itu telah menyebabkan binasanya orang-orang sebelum kamu, (karena kebakhilan pula) telah menyebabkan mereka mengucurkan darah mereka (saling membunuh) dan mereka menghalalkan segala sesuatu yang telah diharamkan kepada mereka.” (HR. Muslim)

²⁵ Ahamd hatta, Tafsir Qur'an perkata (Jakarta : Magfirah Pustaka, 2011) cet ke-5 hal. 123

4. Mengandung Riba

Allah menghalalkan jual beli atau bisnis dan mengharamkan riba, sebagaimana firman Allah yang terdapat dalam al- Baqarah ayat 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

"...Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.." (QS. Al-Baqarah: 275).²⁶

Nabi melaknat orang yang makan riba, sebagaimana sabda nabi

عَنْ جَابِرٍ قَالَ لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكِلَ الرِّبَا وَمُؤَكِّلَهُ وَكَاتِبَهُ وَشَاهِدِيهِ وَقَالَ هُمْ سَوَاءٌ - رواه مسلم

"Dari Jabir (diriwayatkan bahwa) ia berkata: Rasulullah saw melaknat orang yang makan riba, yang memberi riba, yang menuliskannya, dan dua orang saksinya. Beliau bersabda: Mereka itu sama". (HR. Muslim)

5. Gharar

Paraktik bisnis yang dilarang dalam Islam selanjutnya adalah Gharar. Gharar adalah jual beli barang yang mengandung kesamaran.²⁷ dimana terdapat ketidakjelasan komoditas objek akad sehingga para pihak tidak mengetahui kondisi, jumlah, atau wujud barang yang diperjual belikan. Rasulullah, melarang jual beli yang mengandung unsur jual beli yang mengandung kesamaran atau ketidakjelasan. Sabda nabi yang berbunyi:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ - رواه مسلم

"Dari Abu Hurairah ra berkata: Rasulullah SAW melarang jual-beli dengan lempar kerikil dan jual-beli gharar (spekulasi)". (HR. Muslim)

G. Bentuk–Bentuk Organisasi Bisnis

Pada umumnya bentuk organisasi bisnis didunia ini dibagi menjadi 3 bentuk dasar kepemilikan bisnis, yaitu :²⁸

1. Usaha perseorangan yaitu usaha atau bisnis yang dikelola oleh satu orang atau satu orang saja
2. Usaha perkongsian yaitu usaha atau bisnis yang dimilik oleh duorang atau lebih yang dilegalkan dalam bentuk perjanjian berbadan hukum
3. Usaha korporasi yaitu bisnis dengan badan hukum formal yang kewenangan dan tanggung jawab terbatas pada modal yang disetorkan ke perusahaan.

²⁶ Ahamd hatta, Tafsir Qur'an perkata (Jakarta : Maghfirah Pustaka, 2011) cet ke-5 hal.47

²⁷ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung : Pustaka Setia, 2006) hal. 97

²⁸ Sentot Imam Wahjono dkk, Pengantar Bisnis, (Jakarta : Prenada Media Group, 2020) hal 21

Daftar Kepustakaan

- Abdurrahman dkk, *Pengantar Bisnis Syari'ah* (Salemba Diniyah,2020)
- Abdurrahman dkk, *Pengantar Bisnis Syari'ah*, (Salemba Diniyah,2020)
- Ali Zainuddin, *Hukum Ekonomi Syari'ah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008)
- Fuady Munir, *Pengantar Hukum Bisnis* (Bandung:Citra Aditya Bakti,2008)
- Harjadi Didik, Fatmasari Dewi, *Pengantar Bisnis Toeri dan konsep* (Kuningan: UNIKU Press,2015
- Hatta Ahmad ,*Tafsir Qur'an perkata* (Jakarta : Maghfirah Pustaka, 2011) cet ke-5 hal
- <https://abufawaz.wordpress.com/2012/04/10/hadits-hadits-shohih-tentang-keutamaan-perniagaan-dan-pengusaha-muslim/>
- <https://deepublishstore.com/blog/materi/pengertian-bisnis-syariah-prinsip-dan-contoh/>
- <https://muslim.or.id/13981-keutamaan-mencari-nafkah-halal-dan-tidak-menjadi-beban-orang-lain.html>
- Imam Wahjono Sentot dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : Prenada Media Group,2020)
- Ismail Yustanto Muhammad, Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Depok: Gema Insani, 2008)
- Kamal Rokan Mustafa, *Bisnis ala Nabi* (Yogyakarta: Bentang Pustaka, 2013)
- Latifah Eny, *Pengantar Bisnis Islam* (Jawa Tengah: Sarnu Untung, 2020)
- Mardani, *Hukum Bisnis Syari'ah* (Prenada Media,2017)
- Masykuroh Nihayatul, *Etika Bisnis Islam* (Banten:Media Karya 2020)
- Mulyana Mumuh dkk, *Pengantar Bisnis Syari'ah* (padang: Global Eksekutif Teknologi, 2002)
- Nathaniel Raba, *Pengantar Bisnis* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020)
- Nur Zaroni Akhmad, *Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi), *Mazahib* Vol. IV, No. 2, 2007

BAB 6

ETIKA BISNIS DALAM ISLAM

Oleh: Susiana, S.HI.,M.A.

Islam adalah agama yang mengajarkan, menganjurkan, dan menjamin kemaslahatan kebaikan dunia dan akhirat. Allah SWT berfirman dalam Al Qur'an surah Al Baqarah ayat 201: "*Dan diantara mereka ada yang berdo'a, 'Ya Tuhan kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat, dan lindungilah kami dari azab neraka.'*" Kemaslahatan atau kemanfaatan duniawi dan ukhrawi ini salah satunya adalah dalam bidang bisnis atau usaha umat manusia dalam keuntungan atau al falah. Agar al falah ini diraih, maka kegiatan bisnis dalam Islam harus sesuai dengan hukum dan etikanya.

Dalam berbagai literatur menyebutkan pengertian tentang etika dan bisnis diantaranya "*Ethics are the collection of moral principles or views about acceptable or un acceptable actions in a given field of human activity*" (Bittel, hlm. 366) "*Ethics are moral codes of conduct rules for how someone should operate that can be utilized as situations demand*".(Tanner,2002)

Istilah etika (ethics) pada umumnya dapat dimaknai sebagai cerminan dari perilaku seseorang dalam kelompok tertentu. Etika hanya berbicara mengenai penilaian tindakan yang baik dan buruk, benar dan salah, dengan dasar atau tolok ukur akal pemikiran komunitas setempat. (Khoiruddin,2018).

Etika dalam perkembangannya sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Etika memberi manusia orientasi bagaimana ia menjalani hidupnya melalui rangkaian tindakan sehari-hari. Itu berarti etika membantu manusia untuk mengambil sikap dan bertindak secara tepat dalam menjalani hidup ini. Etika pada akhirnya membantu kita untuk mengambil keputusan tentang tindakan apa yang perlu dilakukan, dan yang perlu dipahami bersama bahwa etika ini dapat diterapkan dalam segala aspek atau sisi kehidupan kita. Dengan demikian etika ini dapat dibagi menjadi beberapa bagian sesuai dengan aspek atau sisi kehidupan manusianya.

Adapun definisi bisnis dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris business, dari kata dasar busy yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. (Buchari Alma,1997).

Tidak semua bisnis mengejar keuntungan seperti ini, misalnya bisnis koperatif yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan semua anggotanya atau institusi pemerintah yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Model bisnis seperti ini kontras dengan sistem sosialistik, dimana bisnis besar kebanyakan dimiliki oleh pemerintah, masyarakat umum, atau serikat pekerja.

Bisnis merupakan tulang punggung perekonomian suatu negara. Aktivitas bisnis telah mengantongi izin sejak awal munculnya Islam. Hal tersebut dibuktikan

dengan adanya dalil-dalil al-Qur'an yang menjelaskan mengenai kehalalannya, salah satunya seperti yang tertera dalam surah Al Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “. . . Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. . .”.

Ayat diatas dengan tegas memberikan seruan kepada kaum muslimin bahwa jual beli (bisnis) dihalalkan oleh Allah, baik dalam bentuk jual beli barang dagangan maupun jual beli di bidang jasa. Sementara itu, Allah mengharamkan segala bentuk transaksi yang mengandung riba. Riba merupakan bentuk mal praktek bisnis yang memuat unsur bathil, fasad dan dhalim yang pada akhirnya akan mengakibatkan penderitaan bagi salah satu pihak. (Fauroni, 2002)

Untuk memulai dan menjalankan bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena mengimplementasikan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh keuntungan materil dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah. (Djakfar, 2007)

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.(Indriyo Gitosudarmo,1999)

Kata "bisnis" sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung skupnya, penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. (Buchari Alma.1997)

Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya "bisnis pertelevisian." Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa.(Indriyo Gitosudarmo,1999). Meskipun demikian, definisi "bisnis" yang tepat masih menjadi bahan perdebatan hingga saat ini.

Pada dasarnya kegiatan bisnis dapat dirasakan oleh semua orang, hal ini terutama ketika berupaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun demikian, dalam kenyataannya bisnis bukanlah semata-mata sebagai upaya pemenuhan kebutuhan individu, melainkan telah merambah kepada kebutuhan masyarakat bahkan negara.

Dengan demikian bisnis mempunyai cakupan yang luas. Dengan demikian bisnis merupakan aktifitas yang cakupannya sangat luas; ia meliputi aktifitas memproduksi barang tambang atau pertanian dari bumi, memproses bahanbahan dasar hingga berguna, membuat berbagai barang jadi, mendistribusikan barang, menyediakan jasa, menjual dan membeli barang dagangan ataupun aktifitas yang berkaitan dengan suatu pekerjaan yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan. (Gunadi Endro,1999)

Dalam ekonomi Islam visi misi bisnis tidak hanya berorientasi pada maksimalisasi laba seperti halnya pada kaum kapitalis yang berprinsip dengan biaya rendah dapat menghasilkan keuntungan yang besar, (Chapra, 2000) melainkan visi misi bisnis Islami lebih mengedepankan manfaat dari suatu produk serta keberkahan dalam memperoleh keuntungan. Akan tetapi, kenyataan yang ada sekarang banyak terjadi pergeseran etika dalam berbisnis, misalnya banyak pelaku bisnis yang terlibat dalam transaksi riba, mengambil keuntungan yang tidak wajar, mengurangi timbangan atau takaran, gharar, penipuan, penimbunan, skandal, korupsi, kolusi, dan ijon. Hal tersebut menandakan merosotnya kejujuran, etika, rasa solidaritas serta tanggung jawab, sehingga terjadilah persaingan yang tidak sehat diantara para pelaku bisnis. (Djakfar, 2007).

Etika bisnis Islam merupakan suatu bidang ilmu ekonomi yang terkadang dilupakan banyak orang, padahal melalui etika bisnis inilah seseorang dapat memahami suatu bisnis persaingan yang sulit sekalipun, bagaimana bersikap manis, menjaga sopan santun, berpakaian yang baik sampai bertutur kata, semua itu ada “meaning’nya.(Irham Fahmi,2014). Bagaimana era global ini dituntut untuk menciptakan suatu persaingan yang kompetitif sehingga dapat terselesaikannya tujuan dengan baik, kolusi, korupsi, mengandalkan koneksi, kongkalikong menjadi suatu hal yang lumrah, padahal pada etikanya tidak begitu.

Sikap atau etika disini meliputi sopan santun dalam melayani pembeli yang sesuai dengan yang dibenarkan Islam, menjaga sikap agar pembeli senang dan nyaman dalam memilih sesuatu yang ingin dibelinya, seperti tidak menunjukkan sikap curiga dan lain sebagainya. Secara sederhana istilah service mungkin bisa diartikan sebagai “melakukan sesuatu bagi orang lain”, akan tetapi tidaklah mudah mencari padanan kata dalam bahasa Indonesia yang pass untuk istilah tersebut. Setidaknya ada tiga kata yang bisa mengacu pada istilah tersebut, yakni jasa, layanan, dan servis. Sebagai jasa service umumnya mencerminkan produk tidak berwujud fisik (intangibile) atau sector industri spesifik, seperti pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, transportasi, asuransi, perbankan, perhotelan, kontruksi, perdagangan, rekreasi, dan seterusnya. (Fandy,2005)

Dalam ajaran Islam, kegiatan bisnis sangat dianjurkan, tetapi harus sesuai dengan apa yang telah ditetapkan baik itu oleh al-Qur’an maupun sunnah Nabi. Keduanya menjadi pedoman bagi kaum muslim dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Di antara pedoman tersebut terdapat pula beberapa kode etika dalam perdagangan menurut Islam diantaranya adalah sidiq (jujur). Amanah (tanggung jawab), tidak melakukan riba, menepati janji, tidak melakukan penipuan, tidak tahfif (curang dalam timbangan), tidak menjelek-jelekan pedagang lain, tidak menimbun barang dan hal ini yang dapat merugikan orang lain.(Abdul Rokhim,2013)

Ekonomi Islam mengarahkan bisnis atau dunia usaha yang penuh dengan nilai-nilai ekonomi dan etika, dengan kata lain bahwa Islam tidak pernah memisahkan ekonomi dengan etika. Manusia muslim, individu maupun kelompok dalam lapangan ekonomi atau bisnis disatu sisi diberi kebebasan untuk mencari

keuntungan sebesar besarnya namun disisi lain ia terkait dengan iman dan etika sehingga ia tidak bebas mutlak dalam menginvestasikan modalnya atau membelanjakan hartanya. (Yusuf Qardhawi,2003)

Etika bisnis berbasis Islam adalah perilaku dalam bisnis yang mensinergikan nilai-nilai dan ajaran yang ada dalam al Qur'an dan Hadist yang menjadi kesatuan yang utuh dalam praktik kehidupan berbisnis. Rasulullah Saw sebagai seorang pengusaha sukses, memberi contoh yang patut diteladani, meletakkan dasar-dasar pengelolaan bisnis secara syari'ah. Rasulullah Saw sendiri memiliki kepribadian yang mulia, utuh tanpa cela, Beliau mendapat julukan Shiddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh.

1. Ash Shiddiq Karena memiliki sikap jujur dan selalu menepati janji, tidak menutupi cacat barang dan tindakan lainnya yang menyebabkan kerugian konsumen.
2. Amanah karena tidak melakukan hal-hal seperti penipuan, suap, memberi hadiah atau komisi yang haram, tidak mengurangitakaran/timbangan, tidak memakan riba, tidak mendzalimi konsumen atau sesama pedagang.
3. Fathanah yaitu memiliki sifat cakap dalam strategi pemasaran. Beliau selalu berpenampilan menarik dan memberi layanan yang baik terhadap konsumen.
4. Tablig karena beliau memiliki kemampuan berkomunikasi yang santun, berwibawa, dan tidak menyakitiorang lain. (Mustofa, 2013)

Berdasarkan empat sifat tersebut diharapkan kita sebagai umat Islam mampu mengelola bisnis secara professional dan berperilaku dalam hubungan ekonomi, bisnis dan social kemasyarakatan sesuai etika yang dicontohkan Rasulullah Saw.(Dahwal,2009)

Dalam Buku Islamic Business and Economic Ethics dijelaskan bahwa etika dapat diartikan sebagai "kajian moralitas". Etika secara syariah dapat dikatakan sebagai akhlak (budi pekerti atau kelakuan baik dan buruk). Akhlak dalam Islam adalah sistem moral yang berpijak pada akidah sesuai ajaran yang bersumber dari firman Allah SWT yang diwahyukan pada Nabi/Rasulnya, kemudian disampaikan pada manusia selaku hamba-Nya. Banyak persoalan etika bisnis yang dibahas dalam buku tersebut antara lain:

1. Etika produksi: Kegiatan memproduksi dalam Islam dimaknai sebagai ibadah. Oleh karena itu dilarang adanya praktik yang mementingkan keuntungan perusahaan semata tanpa memperhatikan kemaslahatan masyarakat dan lingkungan sosial.
2. Etika konsumsi: Islam melarang adanya konsumsi yang berlebihan, memanfaatkan harta secara tidak wajar, hidup boros, dan menerapkan pola konsumsi "lebih besar pasak dari pada tiang" (Khoiruddin, 2018).

Etika Bisnis dapat dipakai sebagai standar dan pedoman bagi seluruh pegawai termasuk manajemen dan digunakan sebagai tolok ukur untuk menjalankan tugas sehari-hari berdasarkan moral yang luhur, jujur, transparan dan sikap yang professional (Rachmawati, 2013). Akan tetapi dalam realitanya banyak terjadi penyimpangan, seperti pelaku bisnis yang hanya mengejar maksimalisasi

profit tanpa mempedulikan etika bisnis yang semestinya. Contoh pelanggaran etika bisnis antara lain: tidak transparan dalam pertanggung-jawaban keuangan; tidak jujur; melanggar prinsip kewajaran, prinsip kejujuran, dan prinsip empati.

Moralitas sebagai susunan standar perilaku dalam kajian etika Islam, dan ditambah dengan halal haram (degrees of lawful and unlawful) (Mawardi, 2016). Penalaran moral berbasis Islam diarahkan kepada:

1. Pemahaman tentang yang dituntut, dilarang, dinilai atau disalahkan oleh standard moral Islam
2. Bukti atau informasi yang menunjukkan bahwa orang, kebijakan, institusi mempunyai perilaku yang sesuai dengan standard moral Islam.
3. Penalaran moral harus logis berdasarkan keyakinan dogmatis ajaran agama Islam
4. Bukti faktual untuk mendukung penilaian yang akurat, relevan, dan lengkap.
5. Standard moral yang melibatkan penalaran, moral harus konsisten dalam pencapaian kemaslahatan menuju keberhasilan.

Dalam hukum Islam, etika bisnis tidak hanya dipandang dari aspek etika secara terpisah-pisah, melainkan sebagai kesatuan yang memuat pedoman yang berlaku secara universal bagi pemeluk agama Islam. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis harus dibangun didasarkan pada prinsip-prinsip dasar: Falah, Maslahat, Unity, Equilibrium, Free will, Responsibility, Ikhsan.

1. Falah (kesuksesan di dunia dan akhirat) Tujuan akhir setiap pelaksanaan ekonomi dan bisnis adalah sebagaimana tujuan dari syariat itu sendiri (maqashid asy syari'ah) berupa penjagaan atas keimanan, ilmu, kehidupan, harta dan kelangsungan keturunan (Finarti & Putra, 2017). Dengan demikian etika bisnis Islam selazimnya mengantarkan kepada pencapaian kebahagiaan di dunia dan akhirat (falah) melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat (hayyan thayyiban).
2. Maslahat (manfaat dunia dan akhirat) Maslahat adalah keputusan seorang pelaku ekonomi Islami untuk menyeimbangkan insentif material dan non material dalam kegiatan ekonomi (kemanfaatan duniawi dan keberkahan untuk akhirat). Insentif duniawi mungkin akan diterima oleh individu atau masyarakat, baik dalam kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi. Insentif di akhirat adalah berupa imbalan (ganjaran /hukuman) yang hanya dirasakan di akhirat. Allah swt telah menentukan bahwa kesejahteraan di akhirat lebih penting dari pada kesejahteraan di dunia, namun Allah swt juga memperingatkan manusia untuk tidak melupakan haknya atas kenikmatan di dunia (Hidayatulloh, 2012).
3. Unity (Persatuan)
Islam tidak mengakui kelas-kelas sosio ekonomik sebagai sesuatu yang bertentangan dengan prinsip persamaan maupun prinsip persaudaraan (ukhuwwah). Karena mematuhi ajaran Islam dalam semua aspeknya dianggap sebagai ajaran untuk mendapatkan rida Allah (Dahwal, 2009)

4. Equilibrium (Keseimbangan/keadilan)
 - a. Dalam melakukan aktivitas ekonomi dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai.
 - b. Penerapan perilaku adil dalam Islam seperti: dalam perniagaan Islam melarang menipu (misalnya: adanya asymmetric information; menentukan mutu (kualitas) secara jujur dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran/timbangan dengan pasti).
 - c. Konsep equilibrium juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diemban oleh pebisnis muslim. Manusia memiliki kesamaan dan keseimbangan dalam kesempatannya, dan setiap individu dapat memperoleh keuntungan sesuai dengan kemampuannya (kapabilitas dan kapasitas) masing-masing (Dahwal, 2009)
5. Free Will (bebas berkehendak/ikhtiar)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu terbuka lebar, sehingga mendorong manusia untuk berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Namun kebebasan memenuhi kebutuhan yang tak terbatas itu dikendalikan oleh adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakat melalui zakat, infak, dan sedekah (Mardatillah, 2013).
6. Responsibility (bertanggung jawab)
 - a. Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran Islam, terutama bila dikatkan dengan kebebasan ekonomi.
 - b. Setiap manusia akan diadili secara personal di hari kiamat kelak.
 - c. Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah (tidak ada perantara) sehingga ampunan harus diminta secara langsung kepada Allah. Setiap individu mempunyai hak penuh untuk berkonsultasi dengan sumber – sumber Islami (Al-Qur'an dan Hadist) untuk kepentingannya sendiri (Schwartz & Carroll, 2012).
7. Ikhsan (berbuat baik)

Ikhsan berarti melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskannya. Dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah di hadapannya, jika tidak mampu maka yakinlah bahwa Allah maha melihat kita (Mardatillah, 2013).

Praktik etika bisnis di masyarakat seharusnya dilakukan oleh semua orang. Namun banyak orang yang tidak mempraktikkan etika ini secara baik. Mereka masih melanggar perjanjian, dan melakukan manipulasi dalam segala tindakan. Boleh jadi disebabkan oleh karena mereka kurang memahami etika bisnis atau mereka memahami etika bisnis tapi tidak mempraktikkannya.

Pada mulanya etika bisnis muncul ketika kegiatan bisnis tidak luput dari sorotan etika. Menipu dalam bisnis, mengurangi timbangan atau takaran, merupakan contoh-contoh konkrit adanya hubungan antara etika dan bisnis. Dari fenomena-fenomena itulah etika bisnis mengambil peran yang sangat penting. Maka dari itu perlu pengetahuan tentang tujuan dari etika bisnis dalam Islam yaitu:

1. 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.
2. 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.
3. Kode etik ini dipersepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, daripada harus diserahkan kepada pihak peradilan.
4. 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. (Hosein Syafata,2002).

Dari penjelasan Etika Bisnis dalam Islam diatas, dapat di simpulkan bahwasannya etika bisnis menurut hukum Islam harus dibangun dan dilandasi oleh prinsip-prinsip:

1. Kesatuan (*unity*), yaitu Islam tidak mengakui kelas-kelas sosio ekonomik sebagai sesuatu yang bertentangan dengan prinsip persamaan maupun prinsip persaudaraan (*ukhuwwah*). Karena mematuhi ajaran Islam dalam semua aspeknya dianggap sebagai ajaran untuk mendapatkan rida Allah (Dahwal, 2009)
2. Keseimbangan/keadilan (*equilibrium*), yaitu dalam melakukan aktivitas ekonomi dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai, yaitu dengan cara:
 - a. Penerapan perilaku adil dalam Islam seperti: dalam perniagaan Islam melarang menipu (misalnya: adanya *asymmetric information*; menentukan mutu (kualitas) secara jujur dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran/timbangan dengan pasti).
 - b. Konsep equilibrium juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diemban oleh pebisnis muslim. Manusia memiliki kesamaan dan keseimbangan dalam kesempatannya, dan setiap individu dapat memperoleh keuntungan sesuai dengan kemampuannya (kapabilitas dan kapasitas) masing-masing (Dahwal, 2009)
3. Kehendak bebas/ikhtiar (*free will*) yaitu Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu terbuka lebar, sehingga mendorong manusia untuk berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Namun

kebebasan memenuhi kebutuhan yang tak terbatas itu dikendalikan oleh adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakat melalui zakat, infak, dan sedekah (Mardatillah, 2013).

4. Pertanggungjawaban (*responsibility*), yaitu
 - a. Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran Islam, terutama bila dikatkan dengan kebebasan ekonomi.
 - b. Setiap manusia akan diadili secara personal di hari kiamat kelak.
 - c. Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah (tidak ada perantara) sehingga ampunan harus diminta secara langsung kepada Allah. Setiap individu mempunyai hak penuh untuk berkonsultasi dengan sumber-sumber Islami (Al-Qur'an dan Hadist) untuk kepentingannya sendiri (Schwartz & Carroll, 2012).

Kebenaran (*truth*) dan kejujuran (*fair*), kebajikan yaitu Ikhsan berarti melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskannya. Dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah di hadapannya, jika tidak mampu maka yakinlah bahwa Allah maha melihat kita (Mardatillah, 2013). 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 Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

Daftar Kepustakaan

- Buchari Alma, *"Pengantar Bisnis"*, Bandung, Alfabeta, 1997
- Djakfar Muhammad, *Agama, Etika Dan Ekonomi: Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah*, Malang: UIN Malang Press, 2007
- Fandy, *Tjiptono, Service Management*, Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2005
- Gunadi Endro, *"Redifinisi Bisnis; Suatu Penggalan Etika Keutamaan Aristoteles"*, Jakarta, Pustaka Binaman Pressindo, 1997
- Hidayatulloh, H., *Etika Bisnis Dalam Prespektif Al-Qur'an: Upaya Membangun Bisnis Yang Islami Untuk Menghadapi Tantangan Bisnis Di Masa Depan*. Prosiding Seminas., 2012
- Indriyo Gitosudarmo, 1999 *"Pengantar Bisnis"*, Yogyakarta, BPFE,

- Irham Fahmi, *Etika Bisnis Bandung* : Alfabeta, 2014
- Mardatillah, A.. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. JIS. 2013
- Mawardi, I. *Pendidikan Life Skills Berbasis Budaya Nilai-nilai Islami dalam Pembelajaran*. Nadwa. <https://doi.org/10.21580/nw.2012.6.2.589>, 2016
- Muhammad,Fauroni,R,Luqman,VisiAl 4XU2DQ 7HQWDQJ (WLNDGDQLVQLV. Jakarta, Salemba Diniyyah, 2002.
- M. Umer Chapra, *Toward A Just Monetary System*, Terj. Lukman Hakim, Al-Quran Menuju Sistem Moneter Yang Adil, Yogyakarta : Dana Bhakti Prima Yasa, 1997.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta, Gema Insani Pres, 1997
- Ekonomi Rabbaniyah*, Malang: UIN Malang Press,2007
- Rachmawati, G. *Pelanggaran Pelaku Bisnis Terhadap Etika Bisnis di Indonesia*. Fokus Ekonomi, 2013
- Schwartz, M. S., & Carroll, A. B. *Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach*. *Business Ethics Quarterly*. <https://doi.org/10.5840/beq200313435>, 2012

BAB 7

ORGANISASI BISNIS ISLAM

Oleh: Ansar, S.Pd.I., M.E.Sy

Istilah organisasi dewasa ini sudah sangat familiar dikalangan masyarakat. Apalagi dengan istilah bisnis. Baik itu berupa organisasi bisnis, organisasi sosial kemasyarakatan, sosial politik dan keagamaan dan bahkan organisasi pemerintahan dan militer. Dalam beberapa tahun terakhir khususnya setelah era reformasi bergulir di Indonesia ada semacam pendikotomian antara sipil dan militer, termasuk dalam bidang organisasi. Namun jika kedua kata tersebut dipadankan menjadi organisasi bisnis, tentu tidak semua memahami dan familiar dengan istilah ini.

Dalam kondisi perekonomian dunia, termasuk Indonesia, yang masih dikuasai oleh sistem kapitalisme, berhamburan pada lahirnya banyak badan hukum sebagai entitas tersendiri (perusahaan yang bermotif laba atau nirlaba). Yang dianggap bisa berdiri sendiri atau lepas dari pemiliknya. Bahkan, hak dan kewajibannya pun bisa dilepaskan pula dari pemiliknya.

Keadaan seperti ini pada akhirnya sering kali menimbulkan beragam problem. Entitas (suatu yang berwujud) atau organisasi usaha itu mengabaikan kewajiban tapi merasa memiliki hak yang penuh. Akibatnya, muncul berbagai tindakan kezaliman yang merugikan masyarakat. Seolah organisasi bisnis itu tidak merasa memikul tanggung jawab moral, dan hanya diakui sebatas badan hukum saja.

A. Definisi Organisasi Bisnis Islam

Bisnis dengan segala macam bentuknya terjadi dalam kehidupan kita setiap hari, sejak bangun pagi hingga tidur kembali. Dalam kamus bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang usaha komersial di dunia perdagangan, dan bidang usaha. Skinner (1992) mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Menurut Anoraga dan Soegiastuti (1996), bisnis memilikimakna dasar sebagai *"the buying and selling of goods and services"*. Adapun dalam pandangan Atraub dan Attner (1994), bisnis tak lain suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit (keuntungan). barang yang dimaksud adalah satu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat dilihat dengan indra), sedangkan jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis ¹

Dari semua definis tersebut, dapat disimpulkan bahwa suatu organisasi/pelaku bisnis akan melakukan aktivitas bisnis dalam bentuk: (1) memproduksi dan atau mendistribusikan barang dan/atau jasa, (2) mencari profit, dan (3) mencoba memuaskan konsumen. Memproduksi barang dan jasa yang tidak

¹ <https://fahmyzone.blogspot.com/2013/04/organisasi-bisnis-islam.html>

merusak bagi diri sendiri dan orang banyak, mencari profit dengan cara yang benar dan tidak menyalahi aturan yang telah ditentukan (halal dan haram), memuaskan konsumen dengan pelayanan yang sebaik-baiknya.

Sedangkan, organisasi bisnis yaitu suatu organisasi yang melakukan aktivitas ekonomi dan bertujuan untuk menghasilkan keuntungan (profit). Salah satu contoh organisasi bisnis adalah radio. Radio disebut organisasi bisnis karena tujuan ekonominya adalah menghasilkan keuntungan melalui kegiatan penyampaian informasi dan hiburan kepada masyarakat.

Agar bisnis dapat berjalan dengan sukses maka perlu diorganisasikan. Dalam mengorganisasi suatu bisnis tentunya harus memperhatikan unsur-unsur bisnis yang ada. Unsur bisnis yang perlu mendapat perhatian pengusaha yaitu lingkungan bisnis. Lingkungan sangat besar pengaruhnya kepada efisiensi dari operasional perusahaan dan kemampuannya untuk memperoleh keuntungan, untuk itu setiap pemilik dan pemimpin usaha harus dapat memahami keadaan lingkungannya dan dampak lingkungan tersebut terhadap usahanya.

Dalam istilah syariah, organisasi bisnis sering disebut sebagai syirkah. Dalam fikih, syirkah termasuk salah satu bentuk kerjasama dagang dengan syarat dan rukun tertentu. Kata syirkah dalam bahasa arab berasal dari kata syarika (fi'il madhi), yasyraku (fi'il mudhari'), syarikan/syirkatan/syarikatan (mashdar?kata dasar); artinya menjadi sekutu atau serikat.

Secara etimologis syirkah berarti mencampurkan dua bagian atau lebih sedemikian rupa sehingga tidak dapat lagi dibedakan satu bagian dengan bagian lainnya. Adapun menurut makna syariat, syirkah adalah suatu akad antara dua pihak atau lebih, yang bersepakat untuk melakukan suatu usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan.

B. Bentuk Organisasi Bisnis dalam Perspektif Islam

Dalam Islam mengajarkan bahwa tujuan perusahaan harus tidak hanya untuk mencari profit setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan dan manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal. Artinya pengelola perusahaan juga dapat memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial, dan bantuan lainnya. Disamping itu perusahaan harus menunjang tinggi nilai-nilai (akhlak mulia) dalam setiap aktivitas pengelolaan perusahaan, sehingga dalam perusahaan tercipta hubungan persaudaraan yang islami, bukan sekedar hubungan fungsional atau profesional, dengan tujuan perbuatan tersebut dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah.

Dalam menjalankan sebuah perusahaan agar berjalan dengan lancar dan mencapai visi, misi dan tujuan yang diinginkan maka perusahaan itu harus terorganisasi dengan baik, dengan pengorganisasian semua aktivitas dapat berjalan dengan baik. Di dunia bisnis organisasi itu disebut dengan organisasi bisnis di mana di dalam organisasi bisnis itu terdapat spesialisasi kerja yang jelas

berdasarkan keahlian dan kemampuan masing masing karyawan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai dengan mudah dan tidak membutuhkan jangka waktu yang lama. Sedangkan di dalam dunia bisnis islam organisasi bisnis itu disebut juga dengan syirkah. (kerja sama).

Islam memiliki sistem ekonomi yang berbeda dari sistem-sistem yang tengah berjalan. Ia memiliki akar dalam syariat Islam yang membentuk pandangan dunia sekaligus sasaran-sasaran dan strategi yang berbeda dari sistem-sistem sekuler yang menguasai dunia saat ini. Sasaran yang dikehendaki Islam secara mendasar bukanlah material. Mereka didasarkan atas konsep-konsep Islam sendiri tentang falah (persaudaraan), keadilan sosial ekonomi, dan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan spritual manusia.²

Untuk mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat, dibutuhkan sebuah bentuk kemitraan yang diartikan sebagai kerjasama pihak yang mempunyai modal dengan pihak yang mempunyai keahlian atau peluang usaha dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.

Islam tidak menolak setiap kerjasama yang memungkinkan terbentuknya organisasi bisnis yang menguntungkan. Sesungguhnya salah satu tujuan dasar Islam adalah menggunakan semua sumber dan kekuatan negara dalam memproduksi kekayaan serta untuk mengkoordinasikan persediaan tenaga kerja dan modal yang dapat digunakan dalam kepentingan masyarakat. Semua bentuk organisasi bisnis seperti perdagangan, perniagaan, pendidikan, transportasi, pembangunan dan masih banyak lagi dibentuk kaum musliminin untuk melangsungkan perekonomian saat itu. Semua ini dan ribual lebih organisasi bisnis dapat dibentuk berdasarkan prinsip-prinsip yang sama untuk pembangunan ekonomi kita dan untuk memenuhi tuntutan zaman modern pada saat ini.³

Kerjasama untuk saling memperoleh keuntungan, apabila sesuai dengan etika bisnis dalam Islam, maka hal tersebut diperbolehkan, bahkan dianjurkan. Namun masyarakat menghadapi masalah yang sangat dilematis. Meskipun berpartisipasi aktif dalam dunia bisnis, namun dalam pikiran mereka juga ada semacam ketidakpastian apakah praktek-praktek bisnis mereka benar menurut pandangan Islam. Masalah yang terjadi yaitu bentuk-bentuk baru, insitusi, metode atau teknik-teknik bisnis yang sebelumnya belumpernah ada telah menyebabkan keraguan tersebut, sehingga dalam beberapa kasus, mereka tetap mengikuti sistem tersebut dengan perasaan bersalag karena mereka merasa tidak menemukan jalan keluar.⁴

² Umer Chapra, *sistem Moneter Islam* (Jakarta:Gema Insani, 2000) hlm. 7

³Afzalurrahman, *Muhammad SebagaiSeorang Pedagang* (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1997), hlm 281

⁴ Mustaq Ahmad, *etika bisnis dalam Islam* (Jakarta :pustaka al-Kautsar, 2005), hlm 1 lihat dalam Mianti Fatma Wijaya "syirkah dalam hukum Islam (Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bentuk Kerjasama Antara Tim Konsultan Bangunan SMK Ganessa Tama Boyolali dengan Pemerintah)" skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta (2008), hlm 5

Semua bentuk organisasi bisnis yang didalamnya ada dua orang atau lebih bekerjasama dalam hal dana, kewiraswastaan, keterampilan, dan niat baik untuk menjalankan suatu usaha, oleh para fuqaha dikategorikan dalam bentuk organisasi mudharabah, musyarakah ataupun syirkah. Perbedaan mendasar antara keduanya terletak pada apakah semua partner dalam kerjasama itu memberikan kontribusi terhadap manajemen dan keuangan ataukah hanya salah satu diantaranya.⁵

Pada dasarnya bangunan bisnis Islam bisa dibandingkan dalam sejumlah aspeknya dengan bisnis non Islam. Berikut ini adalah beberapa rangkuman ikhtisar anatomi bisnis Islam dengan Bisnis yang tidak Islam (Konvensional sekuler)

1. Aqidah Islam menggunakan nilai-nilai transdental, sedangkan asas sekulerisme menggunakan nilai-nilai material
2. Strategi induk dalam organisasi bisnis Islam terkait erat dengan misi penciptaan manusia di dunia. Sedangkan visi dan misi organisasi sekuler ditetapkan berdasarkan pada kepentingan material belaka.
3. Dalam organisasi bisnis Islam harus ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran, dengan mengedepankan produktivitas dalam koridor syariah. Sementara pada bisnis sekuler tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran, atau lebih mengedepankan produktivitas dalam koridor manfaat dan tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan.⁶

Lembaga-lembaga yang kini telah menggunakan prinsip syariah di Indonesia dari tahun ke tahun semakin beragam jenisnya. Diantara lembaga-lembaga tersebut antara lain Perbankan Syariah, Asuransi Syariah, Baituk Maal Wattamwil (BMT), Pasar Modal Syariah yang memiliki beberapa instrumen (saham, sukuk, reksadana syariah), pegadaian syariah, BPRS, Lembaga Zakat, Lembaga Waqaf, Yayasan dan lain-lain. Sehingga nantinya organisasi bisnis syariah tersebut menjadi sebuah tawaran atau pilihan sebagai contoh baru kepada para manajer maupun masyarakat dalam menentukan sebuah tujuan organisasi dalam upaya penguatan organisasi bisnis yang berbasis Islam.

C. Kesimpulan

Dalam istilah syariah, organisasi bisnis sering disebut sebagai syirkah. Dalam fikih, syirkah termasuk salah satu bentuk kerjasama dagang dengan syarat dan rukun tertentu. Kata syirkah dalam bahasa Arab berasal dari kata syarika (fi'il madhi), yasyraku (fi'il mudhari'), syarikan/syirkatan/syarikatan (mashdar/kata dasar); artinya menjadi sekutu atau serikat. Secara etimologis syirkah berarti mencampurkan dua bagian atau lebih sedemikian rupa sehingga tidak dapat lagi dibedakan satu bagian dengan bagian lainnya. Adapun menurut makna syariat,

⁵ Umer Chapra, *Sistem Moneter Islam*....., hlm 231-232

⁶ Muhammad Karebet Widjajakusuma, "Anatomi Bisnis Islam," <http://www.detikbisnis.co.cc/2011/04/bisnis-islami.html>, akses tanggal 04 Juli 2023

syirkah adalah suatu akad antara dua pihak atau lebih, yang bersepakat untuk melakukan suatu usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Semua bentuk organisasi bisnis yang didalamnya ada dua orang atau lebih bekerjasama dalam hal dana, kewiraswastaan, keterampilan, dan niat baik untuk menjalankan suatu usaha, oleh para fuqaha dikategorikan dalam bentuk organisasi mudharabah, musyarakah ataupun syirkah. Perbedaan mendasar antara keduanya terletak pada apakah semua partner dalam kerjasama itu memberikan kontribusi terhadap manajemen dan keuangan ataukah hanya salah satu diantaranya.

Lembaga-lembaga yang kini telah menggunakan prinsip syariah di Indonesia dari tahun ke tahun semakin beragam jenisnya. Diantara lembaga-lembaga tersebut antara lain Perbankan Syariah, Asuransi Syariah, Baituk Maal Wattamwil (BMT), Pasar Modal Syariah yang memiliki beberapa instrumen (saham, sukuk, reksadana syariah), pegadaian syariah, BPRS, Lembaga Zakat, Lembaga Waqaf, Yayasan dan lain-lain.

Daftar Kepustakaan

Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai seorang Pedagang*, Jakarta Yayasan Swarna Bhumi, 1997

Chapra, Umer, *Sistem Moneter islam*, Jakarta: Gema Insani, 2000

Widjajakusuma, Muhammad Karebet, "Anatomi Bisnis Islam," <http://www.detikbisnis.co.cc/2011/04/bisnis-islami.html>.

Wijaya, Mianti Fatma "Syirkah Dalam Hukum Islam (Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bentuk Kerjasama Antar Tim Konsultan Bangunan Smk Ganesha Tama Boyolali Dengan Pemerintah," Skripsi: Fakultas Agma Islam Universitas Muhamadiyah Surakarta (2008)

<https://fahmyzone.blogspot.com/2013/04/organisasi-bisnis-islam.html>

BAB 8

PEMASARAN DALAM ISLAM

Oleh: Dr. Mursal, M.Ag.

A. Pendahuluan

Di antara topik penting dan menarik dalam diskursus kesejahteraan adalah bicara tentang pemasaran. Dikatakan penting karena pasar adalah wadah untuk melakukan interaksi dan transaksi bisnis. Bahkan, pemasaran dengan segala bentuknya dapat dikatakan sebagai basis penting dari kegiatan bisnis. Pemasaran juga berfungsi sebagai pendukung utama dalam upaya menggali potensi dan pengembangan bisnis atau perusahaan. Dengan demikian, maka tidaklah berlebihan yang dikatakan Prihatta (2018: 100) bahwa *marketing* memiliki peran penting dalam peta bisnis suatu perusahaan dan berkontribusi terhadap strategi produk. Menarik, karena pasar dan pemasaran selalu mengalami dinamika dan transformasi dari masa ke masa. Dinamika pasar bisa dalam bentuk munculnya persaingan bisnis, dan persaingan akan memicu dan memacu munculnya inovasi dalam pemasaran.

Persaingan dalam dunia bisnis memang akan selalu ada dan tak bisa dihindari. Dalam menghadapi perkembangan dunia bisnis, perusahaan dituntut memiliki strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan. Bagaimana menarik minat pasar atau konsumen kepada produk tertentu adalah misi penting dalam kegiatan pemasaran. Selain ancaman penurunan minat pasar atau konsumen kepada produk tertentu persaingan pemasaran bisa muncul karena perkembangan teknologi. Bahkan, sebagaimana dikatakan Prihatta (2018: 100) kompetitifnya persaingan, tidak jarang mengarah ke persaingan yang tidak sehat dan mengabaikan etika dan rasa kemanusiaan.

Kehadiran Islam dengan seprangkat ajarannya, termasuk di ranah hukum bisnis menghadirkan nuansa baru dan menawarkan persaingan bisnis yang lebih elegan dan manusiawi. Asumsi ini didasarkan kepada muatan ajaran Islam yang membawa misi persaudaraan kemanusiaan dan komit dengan nilai etika yang terbungkus dalam ajaran akhlak, sebagai salah satu dari tiga pilar penting ajaran Islam. (Hijriah 2016:192).

Ada tiga ciri yang menjadi penggerak pemasaran berbasis Islam. *Pertama*, urusan dunia dan akhirat harus bersifat integratif dan koneksitas (Q.S. al-Qashash: 77). *Kedua*, bekerja adalah ibadah karena diperintahkan Tuhan, dan semua usaha seseorang, mekanisme dan cara menggerakkannya, serta keuntungan yang didapatkan akan dipertanggungjawabkan di hadapan mahkamah Tuhan (Q.S. al-Taubah: 105). Dengan kata lain, semua aktivitas hidup seseorang, yang tidak terlarang, harus dilakukan dalam kerangka ibadah kepada Allah. *Ketiga*, semua usaha komersil (termasuk pemasaran nasional atau internasional) adalah implementasi misi manusia sebagai mandataris Tuhan untuk memakmurkan bumi (Q.S. Hud: 61). Kesimpulannya adalah seluruh rangkaian aktivitas dalam kehidupan

seseorang akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah. Melakukan aktivitas pemasaran merupakan bagian dari kehidupan sekaligus ibadah. Setiap aktivitas pemasaran dengan segala bentuk dan sub ordinasinya harus sesuai dengan etika Islam dan berkontribusi untuk kemaslahatan bersama, baik dalam konteks keduniaan maupun kehidupan ukhrawi.

B. Hakikat Pemasaran

Pemasaran menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer adalah *perihal menjual belikan barang dagangan, atau perihal menyebarkan kepada masyarakat luas* (Depdiknas, 2017: 1027) (Departemen Pendidikan Nasional. 2008:1027). Philip Kotler, Guru Besar Manajemen Pemasaran dari Amerika, mendefinisikan pemasaran sebagai *suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain* (Kotler 1997:8).

Dari berbagai definisi pemasaran yang dikemukakan para pakar, Ahmad Azrin Adnan (2013: 132-133) mengonstruksi ekosistem pemasaran kepada tiga pilar. *Pertama*, interaksi sosial akan terjadi hanya jika ada pembeli dan penjual. *Kedua*, keberhasilan interaksi ditentukan oleh pemahaman yang baik dari konsep yang terkait dengan kebutuhan, keinginan, permintaan, produk, nilai, kepuasan, kualitas, pasar dan lain-lain. *Ketiga* tujuan akhir dari pemasaran, yaitu memastikan individu dan kepuasan menjadi gaya hidup, dan membentuk hubungan yang mendalam dan berlangsung dalam waktu yang lama hingga membentuk loyalitas konsumen. Konsep ini terdiri dari empat unsur yang disingkat 4 Es, yaitu *emotion, exclusivity, enggement, dan experience* (Adnan 2013:132–133).

Secara operasional dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemasaran adalah sebuah proses sosial ekonomi yang bertumpu pada pemenuhan kebutuhan individu dan kelompok dengan menciptakan pertukaran sehingga memberikan kepuasan individu atau kelompok yang maksimal. Pemasaran bertumpu pada konsep–konsep inti, yaitu kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*), produk (barang, jasa dan gagasan), nilai, biaya dan kepuasan, pertukaran, transaksi, hubungan dan jaringan, pasar serta pemasar, dan prospek calon pembeli.

Dalam diskursus pemasaran Islam, Tamamudin (2014:273) lebih memilih menggunakan istilah pemasaran syariah. Ia mendefinisikan pemasaran syariah sebagai aktivitas dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapa saja yang melakukannya dapat tumbuh serta mendayagunakan manfaatannya yang dilandasi atas sifat jujur, adil, terbuka, dan ikhlas sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah secara islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam. Pemasaran berhubungan dan berkaitan dengan suatu proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat.

Dari konsep-konsep pemasaran yang telah dipaparkan di atas, memperlihatkan bahwa pemasaran perspektif Islam cukup identik dengan pemasaran konvensional. Kedua konsep pemasaran tersebut pada dasarnya masih identik dengan aktivitas perdagangan. Perbedaan kedua model pemasaran tersebut terletak konsep legalitasnya, dimana pemasaran Islam sangat ketat pada aspek karakteristik produk dan para pelakunya. Suatu produk yang legal dipasarkan, selain harus jelas kehalalannya, juga harus dipastikan baik (Q.S. al-Baqarah: 168). Produk apapun yang hendak dipasarkan tidak boleh membahayakan orang yang mengonsumsinya (*halalan thayyiban*). Mulai dari proses pembuatannya hingga dapat diserahkan kepada konsumen tidak boleh terkontaminasi dengan zat-zat yang membahayakan. Begitu juga dengan karakteristik pelaku pemasar yang diharuskan untuk memiliki sifat jujur, menghindari perilaku curang, tidak berlaku zalim serta hal-hal lainnya yang dilarang dalam ajaran Islam. Karakter pelaku pemasaran secara epistemologi diinduksi dari sifat yang dicontohkan Nabi Muhammad SAW., yaitu *shiddiq, Amanah, tabligh, dan fathanah*.

C. Fungsi Pasaran

Pemasaran (*marketing*) merupakan salah satu instrumen terpenting dalam dunia bisnis untuk mencapai target pasar. Pemasaran juga merupakan kunci dari kesuksesan bisnis di era milenium ini. Kotler menyatakan bahwa kesuksesan bisnis sebuah perusahaan tergantung pada implementasi strategi pemasarannya (Kotler 1997:12). Pemasaran berfungsi sebagai alat pemenuhan kepuasan konsumen. Pemasaran merupakan suatu pondasi utama dalam pengembangan suatu produk. Pemasaran juga berfungsi sebagai pondasi dalam pengembangan perusahaan. Jika program pemasaran suatu produk di perusahaan tertentu baik, maka produk tersebut akan diminati konsumen dan pada akhirnya akan berdampak pada kemajuan perusahaan.

Saat ini pemasaran yang terus dikembangkan adalah system pemasaran syariah, dimana dalam pemasaran syariah, banyak perusahaan yang merasa nyaman dengan system pemasaran tersebut, tetapi ada juga perusahaan yang tidak menyadarinya jika perusahaan sudah menerapkan prinsip pemasaran secara syariah.

Perkembangan perusahaan dengan system syariah di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, banyak masyarakat kita yang beralih untuk melakukan transaksi di tempat-tempat yang operasionalnya menggunakan prinsip syariah. Hal inilah yang menjadikan banyak dari perusahaan terus melakukan atau menerapkan prinsip syariah dalam system pemasarannya.

Pemasaran merupakan ruh dari sebuah institusi bisnis. Semua orang yang bekerja dalam institusi tersebut adalah marketer yang membawa integritas, identitas, dan image perusahaan. Sebuah institusi yang menjalankan Pemasaran Syariah adalah perusahaan yang tidak berhubungan dengan bisnis yang

mengandung unsur-unsur yang dilarang menurut syariah, yaitu bisnis judi, riba, dan produk-produk haram. Sebelum menyusun marketing maka wirausaha harus mengetahui seluk-beluk atau konsep-konsep pemasaran dan segala informasi yang telah dikumpulkan, maka seorang wirausaha baru memulai marketingnya. Marketing atau pemasaran mempunyai peranan penting bagi semua usaha karena marketing atau pemasaran mempunyai kedudukan sebagai penghubung antara perusahaan pembuat produk dengan masyarakat sebagai pemakai produk. Perusahaan selalu memberikan perhatian yang maksimal terhadap hal ini agar tujuan dan cita-cita perusahaan bisa tercapai dengan optimal.

Pemasaran sebagai salah satu instrumen untuk memenuhi hajat hidup manusia dalam berbagai standar dan level berdimensi integral duniawi dan ukhrawi, material dan spritual, serta individual dan sosial. Berdasarkan pandangan di atas, sebagaimana ditegaskan Mursal (2015: 82) mencari keuntungan komersil dengan berbagai aktivitas pemasaran adalah sesuatu yang terpuji dalam ajaran Islam (Mursal 2015:82). Akan tetapi, aktivitas pemasaran tersebut diharapkan memberi dampak positif terhadap masyarakat, tidak boleh ada yang dirugikan. Instrumen untuk mencapai tujuan ini, disyariatkanlah berbagai transaksi, kontrak, dan larangan terhadap produk tertentu yang membahayakan kehidupan ataupun terhadap ekosistem pemasaran itu sendiri.

Bertumpu pada paparan di atas, maka secara terstruktur fungsi pemasaran dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penelitian Pasar

Yang dimaksud dengan pemasaran sebagai bagian dari penelitian pasar adalah seseorang yang melakukan aktivitas pemasaran sesungguhnya juga sedang melakukan kegiatan untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan preferensi konsumen. Ini melibatkan pengumpulan data dan analisis untuk mendapatkan wawasan tentang target pasar, pesaing, tren pasar, dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran.

2. Pengembangan Produk

Pemasaran berperan dalam proses pengembangan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini melibatkan identifikasi peluang pasar, perencanaan produk baru, desain, pengujian, dan pengembangan fitur dan atribut yang membedakan produk dari pesaing.

3. Penetapan Harga

Fungsi pemasaran juga melibatkan penentuan harga yang sesuai untuk produk atau jasa yang ditawarkan. Penetapan harga yang tepat mempertimbangkan biaya produksi, permintaan pasar, nilai yang diberikan kepada konsumen, serta strategi bersaing perusahaan.

4. Promosi dan Komunikasi

Fungsi lain dari pemasaran yang tidak kalah pentingnya adalah promosi dan komunikasi dengan target pasar. Ini melibatkan penggunaan berbagai media dan alat

komunikasi, seperti periklanan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, media sosial, dan lainnya, untuk menyampaikan pesan tentang produk atau jasa kepada konsumen potensial.

5. Distribusi dan Penyaluran Produk

pemasaran juga berfungsi sebagai manajemen rantai pasokan dan distribusi produk atau jasa kepada konsumen. Hal ini melibatkan pengelolaan jalur distribusi, logistik, pergudangan, transportasi, dan sistem penyaluran yang efisien untuk memastikan produk tersedia dan dapat diakses oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat.

6. Pelayanan Pelanggan: Pemasaran juga berperan dalam menyediakan pelayanan pelanggan yang baik. Ini meliputi penanganan keluhan, dukungan pelanggan, layanan purna jual, dan upaya membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Pelayanan pelanggan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen, memperkuat loyalitas, dan membangun citra positif perusahaan.

Fungsi-fungsi pemasaran, sebagaimana diuraikan di atas, saling terkait dan saling mendukung dalam mencapai tujuan perusahaan, yaitu memenuhi kebutuhan konsumen, mencapai keuntungan, dan membangun hubungan yang kuat dengan pasar.

D. Karakteristik Pemasaran dalam Islam

Sistem digitalisasi yang merambah keberbagai aspek kehidupan dapat membawa dampak positif sekaligus negatif. Belakangan, berdasarkan fenomena di lapangan memperlihatkan kecenderungan masyarakat dunia bisnis yang praktis dan mudah. Ambisi mendapatkan keuntungan besar dan tanpa mempertimbangkan nilai-nilai normatif transenden dalam berbisnis, dalam banyak kasus terlalu dominan. Kenyataan ini menunjukkan etika bisnis, yang seharusnya menjadi stabilator dalam menggerakkan ekonomi berkeadilan kurang berperan. Bahkan, dalam realita di dunia usaha saat ini juga timbul gejala menghalalkan segala cara demi mencapai sebuah kenikmatan hedonis. Persaingan dalam menjalankan bisnis terkesan tidak lagi sehat. Jika kondisi ini terus memburuk, maka nilai-nilai sportifitas, professional, dan bahkan aturan hanya tinggal rangkaian huruf-huruf mati di atas kertas yang tidak berdaya.

Dalam konsep ekonomi Islam pasar dan pemasaran berbeda dengan pasar dalam konsep ekonomi konvensional. Karena sasaran yang hendak dicapai dalam pergerakan pasar adalah kebahagiaan semua pihak, dalam hal ini konsumen dan produsen tanpa mencederai suatu pihak manapun. Kebahagiaan adalah keinginan manusia, yang dapat dicapai ketika manusia itu dapat membatasi dirinya dari bentuk-bentuk kemungkarannya.

Islam memiliki prinsip-prinsip dan karakteristik yang sangat berbeda dengan ekonomi mainstream saat ini, yaitu ekonomi kapitalis. Menurut Muchlis Yahya dan Edy Yusuf Agunggunanto (2011), secara filosofis ada tiga hal yang menjadi ciri khas

ekonomi Islam, yaitu filosofi religiusitas yang melahirkan ekonomi dengan atribut pelarangan riba, keadilan yang melahirkan nisbah bagi hasil, dan kemaslahatan yang melahirkan pelembagaan zakat, pelarangan *israf* dan *tabdhir*, dan pembiayaan bisnis halal yang dituntut oleh nilai falah, bukan utilitarianisme dan rasionalisme. Kajian tentang pemasaran pun tak luput dari pembahasan ekonomi Islam.

Dari sekian banyak konsep pemasaran Islam yang ditawarkan, titik kesepakatan para sarjana muslim dalam mengkaji pemasaran Islam adalah bahwa kajian ini dimulai dari filsafat ekonomi Islam, bersumber dari al-Qur'an dan hadis, serta prinsip-prinsip umum seperti haramnya riba, judi, penipuan, dan lain sebagainya. Sedangkan perbedaan tampak pada teori dan konsep pemasaran Islam yang dibangun dengan berbagai metodologi dan pendekatan masing-masing. Meskipun para pakar Ekonomi Islam berbeda dalam konsep dan metodologi, namun dapat ditegaskan bahwa karakteristik pemasaran dalam Islam (pemasaran syaria'ah) bertumpu pada:

1. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Salah satu gagasan yang ditawarkan Islam dalam aktivitas, pengembangan, dan pengendalian pemasaran adalah menghadirkan dimensi syariah sebagai variabel ke-Tuhan-an. Apapun tindakan dalam aktivitas pemasaran harus dikaitkan dengan nilai kebaikan atau keburukan menurut kehendak Tuhan (Q.S al-An'am: 162-165). Dalam *word view* umat Islam representasi kehendak Tuhan dalam konteks apapun rujukannya adalah al-Quran dan, atau, hadis serta sub ordinasi dari kedua sumber ini, yang dalam hirarki sumber hukum Islam disebut ijthad ulama. Pelaku pasar menghadirkan Tuhan dalam *word view*nya atau syariah marketer akan meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang mengatur aktivitas manusia, termasuk pemasaran, merupakan hukum yang paling adil, sehingga dia akan mematuhi dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan. Karena, dia sadar kesuksesan mendapatkan keuntungan dalam takaran apapun, jika dilakukan dengan cara yang salah, maka kesuksesan itu kehilangan keberkahannya (Q.S. al-A'raf: 96).

Keasadaran ke-Tuhan-an, akan membawa pada tindakan integratif koneksitas aktivitas dunia dan dimensi akhirat secara simultan. Sehingga, seorang pelaku pemasaran tidak mengejar keuntungan materi semata, apalagi dengan cara-cara yang tidak legal. Kesadaran ke-Tuhan-an juga akan mengendalikan seorang atau pengusaha muslim untuk menghindari segala bentuk eksploitasi terhadap sesama manusia (Mursal 2015:77).

Dalam aspek pengawasan, kesadaran ke-Tuhan-an akan memberi pengaruh signifikan dalam memungsikan aturan-aturan pemasaran. Dalam setiap langkah aktivitas yang akan dilakukannya akan selalu menginduk kepada syariat Islam. Seorang syariah marketer meskipun ia tidak dapat mampu melihat Allah, ia akan selalu merasa bahwa Allah senantiasa mengawasinya. Sebab syariah marketer akan selalu merasa bahwa setiap perbuatan yang dilakukan akan diawasi dan

diminta pertanggungjawaban (dihisab). Pandangan ini diinduksi dari ayat al-Quran, surah al-Isra` ayat: *“Jika kamu berbuat baik maka (berarti) kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan, jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kejahatan) itu akan Kembali ke dirimu sendiri. Kebaikan (apapun yang kamu lakukan) untuk orang lain akan mendatangkan kebaikan untuk dirimu sendiri”*.

2. Humanistik (insaniyyah)

Keistimewaan yang lain adalah sifatnya yang humanistik universal. Pengertian humanistik adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat keahliannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Syariah Islam adalah syariah humanistik, diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa memperdulikan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status, sehingga pemasaran syariah bersifat universal. (Hermawan Kertajaya, 2006:4-6)

3. Persaudaraan (*ukhuwah*).

Kelanjutan dari poin dua atau rasa kemanusiaan di atas adalah persaudaraan. Rasa kemanusiaan akan melahirkan empati dalam bentuk orang tidak tega menyakiti, merugikan, atau menzalimi orang lain. Atau bahkan, tergerak membantu orang lain. Karena, secara sadar dia dapat merasakan tindakan-tindakan negatif itu sebagai sesuatu yang menyakitinya. Kesadaran rasa ini akan muncul ketika seseorang mampu memposisikan dirinya pada posisi orang tersebut. Akan tetapi, rasa empati itu hanya berhenti pada rasa kemanusiaan dalam bentuk tidak suka disakiti, dan atas dasar kemanusiaan juga tergerak membantu orang lain. Berbeda dengan rasa kemanusiaan, rasa persaudaraan akan menghadirkan rasa senang, puas, bahagia, dan emosi positif lainnya dalam hati seseorang saat bisa membantu orang lain (Satar, Siradjuddin, and Musmulyadi 2022:23).

Konsep persaudaraan dalam konteks pemasaran dapat menjadi stimulus untuk menciptakan semangat saling bekerjasama, tolong menolong, dan saling menguatkan (Mursal 2020:78). Lebih lanjut, seseorang yang melakukan aktivitas pemasaran tidak dilarang berharap mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin, tapi juga harus dibarengi dengan idealisme menolong sesama yang sedang membutuhkan bantuan barang, jasa atau dana. Dalam kegiatan pemasaran dengan berbagai bentuk aktivitasnya, maka semangat mencapai kesejahteraan bersama seyogianya menjadi motivasi, baik antar perorangan maupun yang teroganisir melalui lembaga tertentu sebagai patron dari karakter persaudaraan (Mursal 2016:113).

Dalam praktiknya, rasa kemanusiaan dan persaudaraan seringkali saling terkait dan saling menguatkan. Ketika anggota komunitas tertentu merasa bersaudara dengan orang lain, maka perasaan itu dapat mensitimulus rasa kemanusiaan. Sebaliknya, rasa kemanusiaan yang kuat dalam diri seseorang dapat mendorongnya untuk membentuk ikatan persaudaraan yang lebih erat dengan individu atau kelompok lain.

4. Kemaslahatan

Secara bahasa, maslahat berasal dari Bahasa Arab, *مصلحة/mashlahat*, artinya bisa diartikan dengan mengambil manfaat dan menolak kemadaratan. Hakikat kemaslahatan adalah segala bentuk kebikan dan kemanfaatan yang berdimensi integral duniawi dan ukhrawi, material dan spritual serta individual dan komunal (kolektif). Suatu aktivitas pemasaran dipandang maslahat jika memenuhi dua unsur; kepatuhan syariah (halal) dan bermanfaat serta membwa kabaikan (*thayyib*) bagi semua aspek secara integral, serta tidak menimbulkan maudarat atau merugikan pada salah satu aspek. Islam menekankan, hal mendasar dalam memenuhi kebutuhan yang termanifestasi melalui supply and demand, bahwa upaya memenuhi mendapatkan keuntungan tidak dibenarkan melakukan tindakan menghalalkan segala cara (Mursal 2015:17–18). Allah swt. menjelaskan dalam al-Quran surah al-Maidah ayat 87-88:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Dan, makanlah makanan yang halal lagi baik berupa rezeki yang telah dianugerahkan Allah kepadamu.

Ayat ini memerintahkan untuk memakan yang halal lagi baik. Maksud ayat tersebut tidak terbatas pengertiannya hanya pada makanan, tetapi juga produk-produk lainnya, seperti kosmetika, obat dan barang gunaan lainnya yang harus halal. Al-Qur'an dan al-Saunnah pun sebenarnya telah menjelaskan tentang konsep halal dan haram di luar konteks konsumsi, sebagaimana yang terdapat dalam QS. Al-Baqarah: 275. Ayat tersebut secara tidak langsung dapat dimaknai bahwa konsep halal dan haram juga berlaku pada aktifitas atau kegiatan kita sehari-hari.

Aktivitas ekonomi dipandang memenuhi maslahat jika memenuhi dua unsur, yakni ketaatan (halal) dan bermanfaat serta membawa kebaikan (*thayyib*) bagi semua aspek secara integral. Dengan demikian, semua aktivitas pemasaran tidak boleh menimbulkan mudarat (bahaya) terhadap lima hal; agama, jiwa, akal, harta, dan keturunan. Untuk memastikan apakah kegiatan pemasaran berada pada jalur yang benar indikatornya adalah kemanfaatan dan bebas dari bahaya dalam berbagai aspek kehidupan manusia; perorangan, kelompok, dan komunitas yang lebih luas, termasuk lingkngan. Karena, kualitas hidup menurut ajaran Islam, tidak hanya ditentukan oleh kemampuan untuk memenuhi kesejahteraan material saja tapi juga untuk memenuhi kesejahteraan spritual. Konsekuensi logisnya, hanya barang dan jasa yang memberikan maslahatlah yang boleh dipasarkan pelaku pasar (Mursal 2020:20).

Implementasi dari konsep norma di atas, misalnya, *supply and demand* (permintaan dan penawaran) sebagai faktor yang sangat berpengaruh terhadap mekanisme pasar tidak semata-mata didasarkan pada kepuasan dan keuntungan material belaka. Demikian juga, fluktuasi *supply and demand* tidak selamanya berpengaruh terhadap mekanisme pasar (Mursal 2016:19). Misalnya, berapaun

mahalnya harga daging babi dan permintaan di pasar tinggi, tapi pelaku pasar Islami (syariah marketer) tidak akan memasarkan daging babi.

Untuk mengakomodir prinsip kemaslahatan dan sekaligus menghindarkan umat dari bahaya, Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengharamkan beberapa produk yang sudah lama beredar di Indonesia, misalnya rokok. Dalam system pemasaran Islam rokok tidak diperhiungkan sebagai barang mengandung nilai, walaupun konsumen membutuhkan dan penjualan di pasaran tinggi (Fathoni 2018:33). Sementara menurut pemasaran konvensional tidak demikian. Selama ada yang membutuhkan, maka barang itu dianggap benda bernilai dan boleh diperdagangkan, meskipun membahayakan seperti rokok dan minuman memabukkan. Karena, dalam paradigma pemasaran konvensional, masalah dalam pengertian teori hukum Islam bukan norma yang diperhitungkan dalam *supply and demand*.

Namun pada zaman sekarang, yang diikuti perkembangan teknologi proses pengolahan makanan minuman, kosmetika dan obat telah melibatkan proses yang kompleks dan mengandung aneka ragam bahan. Sehingga, permasalahan makanan, minuman, obat kosmetika, dan barang gunaan halal menjadi tidak seimbang, penetapan kehalalan suatu produk halal tidaklah mudah.

Untuk memastikan bahwa produk tertentu halal dikonsumsi (digunakan) dan baik bagi kesehatan umat Islam menggagas program sertifikasi dan labelisasi halal (Huda et al. 2017:43). Gagasan ini dipandang sebagai tanggung jawab negara, yang harus menjamin setiap pemeluk agama untuk beribadah dan menjalankan ajaran agamanya. Jaminan halal tersebut bukan hanya dinyatakan oleh produsen, tetapi harus melalui suatu proses pemeriksaan dan assessment secara objektif oleh lembaga pemeriksa halal, seperti Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika MUI (LPPOM MUI), dan intitusi Lembaga terkait lainnya. Legitimasi kehalalan produk tertentu adalah dengan pemberian sertifikasi halal. Selanjutnya, kemasan produk tersebut diberi label halal untuk membantu konsumen mendapatkan informasi di Pasar. Indonesia, sebagai Negara yang berpenduduk mayoritas muslim dan sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia sudah sepatasnya menempatkan masalah penyediaan produk yang halal pada posisi yang penting. Umat Islam berhak untuk mendapatkan perlindungan dan jaminan hukum atas kehalalan barang-barang yang dikonsumsi dan digunakannya, baik produk yang diproduksi di dalam negeri maupun yang dari luar.

E. Etika Pemasaran Menurut Islam

Dalam kajian Studi Islam, keberagamaan seorang muslim terdiri dari tiga pilar, yaitu akidah (keyakinan, *word view*), syariah (tata aturan Allah dalam berperilaku), dan akhlak (perilaku baik sesuai aturan Allah). Akhlak adalah buah dari keislaman seseorang dalam bentuk tindakan mulia didasarkan akidah, sesuai syariah (aturan) (Sahla et al. 2019:86). Al-Quran mengibaratkan ketiga pilar ini dengan

perumpamaan sebatang pohon. Akarnya adalah akidah. Batang, cabang, dahan, ranting dan daun adalah syariah (Q.S. Ibrahim: 24-25). Sementara, akhlak adalah buahnya. Jika diimplementasikan dalam perilaku pemasaran, apapun yang dilakukan harus berdasarkan akidah, sesuai syariah, dan memberikan kebaikan kepada pelakunya dan orang lain. adalah akar, syariah Al-Quran (al-Baqarah: 177) mengecam orang yang secara syariah menunjukkan sikap taat, misalnya tekun menjalankan shalat, puasa, haji dan umrah berkali-kali, tetapi tidak peduli dengan kesusahan orang lain. Dengan lain ungkapan, ketaan spiritual seseorang jika tidak berkorelasi dengan kesalehan sosial laksana berjalan terpincang-pincang (Q.S. Ali Imran: 112).

Dalam bahasa Indonesia etika sering disinonimkan dengan istilah akhlak yang mengandung pengertian ilmu tentang baik dan buruk (Mendiknas, 383). Jika dirujuk kepada pengertian akhlak dalam referensi Islam, terdapat perbedaan mendasar antara etika dan akhlak. Meskipun keduanya sama-sama berkaitan dengan perbuatan baik, tetapi etika lebih fokus pada penampilan luar perbuatan. Sementara akhlak, untuk menilai baik buruknya suatu tindakan tidak cukup hanya memperhitungkan penampilan luar, tetapi juga sikap batin seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Misalnya, seseorang yang bertindak jujur dan ramah dalam kegiatan pemasaran dapat dinilai sebagai orang yang beretika. Namun penilaian akhlak tidak hanya berhenti pada aspek lahiriahnya. Jika perilaku baik itu dilakukan bukan atas dasar takwa, tapi karena diawasi *Closed Circuit Television* (CCTV) atau media lain lainnya, maka tindakan itu tidak termasuk bernilai akhlak.

Terlepas dari perbedaan kedua istilah di atas, dalam konteks pemasaran, baik etika maupun akhlak bertujuan menjaga ekosistem pasar berjalan pada alur yang benar. Etika pemasaran akan menjadi kekuatan untuk mempertahankan ekosistem pasar tetap media bagi produsen, konsumen, distributor, dan pihak-pihak lainnya untuk mendapatkan kebutuhan dan keinginan masing-masing, dengan harga wajar, kualitas barang terjamin dan semua pihak diuntungkan.

Secara umum konsep etika pemasaran dalam Islam dapat dipahami dari hadis Rasulullah Saw.: ... *sesungguhnya sebaik-baik usaha adalah usaha perdagangan yang apabila mereka berbicara tidak berdusta, jika berjanji tidak menyalahi, jika dipercaya tidak khianat, jika membeli tidak mencela produk, jika menjual tidak memuji- muji barang dagangan, jika berutang tidak melambatkan pembayaran, jika memiliki piutang tidak mempersulit* (H.R. Baihaqi).

Dalam konteks anatomi bisnis dan aktivitas pemasaran dalam sudut pandang hukum Islam dapat diklasifikasikan menjadi dua aspek, yaitu aspek aktivitas pelakunya (pebisnis atau marketer) dan aspek bendanya atau produknya (*goods and services*) (Karim 2014:22). Tentang aspek aktivitas pelaku pemasaran mengetahui dan memahami hukum syaria'ah mengenai aktivitas pemasaran yang akan dilakukannya. Aktivitas yang dimaksud seperti proses produksi, ketentuan atau sistem transaksi, kegiatan promosi, dan etika. Sedangkan ditinjau dari aspek produk, maka hal tersebut berkaitan dengan hukum benda, sebagaimana kaidah:

Hukum asal benda (barang) adalah mubah selama tidak ada dalil yang mengharamkan (Mardani 2013:10). Ini menunjukkan bahwa dalam Islam manusia memiliki keleluasaan untuk berkreativitas menciptakan produk selanjutnya memasarkannya. Selama produk tersebut bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan manusia, kecuali produk yang jelas-jelas diharamkan syari'ah baik dari segi zatnya maupun proses pembuatannya. Namun seringkali dalam era modern seperti saat ini ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi yang memungkinkan berbagai rekayasa produk seringkali menjerumuskan pelaku pasar pada aktivitas yang tidak syar'i atau tidak Islami.

Menurut Tamamudin refresentasi pemasaran Islam sebenarnya lebih dititikberatkan pada etika. Seorang pemasar dinilai telah melakukan pemasaran syariah jika Sembilan etika (akhlak) ini diterapkan dalam proses pemasarannya, yaitu: memiliki kepribadian spiritual (takwa), berperilaku baik dan simpatik (*husn al-tasharruf wa al-ta'atuf*), berlaku adil dalam bisnis (*al-'adl*), melayani dengan tulus dan rendah hati (*khidmah*), menepati janji dan tidak curang (*shiddiq*), jujur dan terpercaya (amanah), berfikir positif dan tidak merendahkan (*husn al-zhan wanaqdar al-nas*) (Tamamudin 2014:273).

F. Mekanisme Pasar dalam Islam

Pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran produk baik berupa barang maupun jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak awal peradaban manusia. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Kegiatan ekonomi pada masa Rasulullah dan Khulafaur Rasyidin menunjukkan adanya peranan pasar dalam pembentukan masyarakat Islam pada masa itu (Hakim 2016:20).

Konsep mekanisme pasar dalam Islam memiliki pondasi yang kuat dan secara aksiologis telah diaplikasikan pada awal-awal Islam. Hal ini dapat dirujuk kepada hadits beberapa hadis Rasulullah SAW. Misalnya, riwayat yang diterima dari Anas RA, sehubungan dengan kejadian inflasi di kota Madinah dan menyebabkan harga-harga barang melonjak naik. Riwayat tersebut *dinuqil* sebagai berikut (Taqiy al-Din al-Nabhani 1953:78) :

"Harga melambung pada zaman Rasulullah saw. Masyarakat mengadukan hal itu kepada Rasulullah dengan berkata: "ya Rasulullah harga telah melambung, tolonglah tetapkan harga". Rasulullah saw. menjawab: "Sesungguhnya Allah-lah yang berhak menentukan harga, yang menahan, melapangkan dan memberi rezeki. Aku sangat berharap bahwa kelak aku menemui Allah dalam keadaan tidak seorang pun dari kamu menuntutku tentang kezaliman dalam darah maupun harta".

Pasar, sebagai salah satu instrumen ekonomi dalam mewujudkan kesejahteraan umat, termasuk objek yang disinggung al-Quran dalam surat al-Furqan:20: *Kami tidak mengutus Rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar.* Islam memandang bahwa pasar tidak hanya lembaga untuk bertukar barang dan jasa antara dua pihak

untuk memaksimalkan keuntungan, tetapi juga berfungsi sebagai lembaga penyeimbang perilaku pembeli dan penjual. Keseimbangan ini penting dalam upaya menjadikan pemasaran sebagai salah satu instrument mewujudkan kesejahteraan ekonomi. Bahkan, agaknya tanpa pasar, manusia sebagai mandataris Tuhan (Q.S. Hud: 61) akan sulit mewujudkan visi-Nya, dalam hal memakmurkan alam.

Islam memandang bahwa pasar, negara, dan individu berada dalam keseimbangan (*iqtishad*), tidak boleh ada *sub-ordinat*, sehingga salah satunya menjadi dominan dari yang lain. Islam memberi jaminan untuk kebebasan pasar dan tidak boleh diintervensi termasuk kekuasaan pemerintah (Khunaifi 2016:34). Pasar bebas menentukan cara-cara produksi dan harga, tidak boleh ada gangguan yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar.

Sikap mengagumkan, yang ditunjukkan Nabi dengan tidak menetapkan harga adalah penghargaan terhadap mekanisme yang sudah berjalan saat itu. Sikap ini juga dapat diartikan bahwa harga pasar itu sesuai dengan kehendak Allah yang *sunnatullah* atau hukum *supply and demand*. Menurut pakar ekonomi Islam kontemporer, teori inilah yang diadopsi oleh Bapak Ekonomi Barat, Adam Smith dengan nama teori *invisible hands*. Menurut teori ini, pasar akan diatur oleh tangan-tangan tidak kelihatan (*invisible hands*). Menurut Adiwarmanto Karim, teori *invisible hands* itu lebih tepat dikatakan *God Hands* (tangan-tangan Allah) (Karim 2015:76).

Oleh karena harga sesuai dengan kekuatan penawaran dan permintaan di pasar, maka harga barang tidak boleh ditetapkan pemerintah, karena ketentuan harga tergantung pada hukum *supply and demand*. Namun demikian, ekonomi Islam masih memberikan peluang pada kondisi tertentu untuk melakukan intervensi harga (*price intervention*) bila para pelaku pasar melakukan monopoli dan kecurangan yang menekan dan merugikan konsumen.

Dalam ekonomi Islam, intervensi pemerintah terhadap harga pasar diatur oleh prinsip-prinsip yang mencerminkan nilai-nilai agama dan aturan syariah. Meskipun ada perbedaan pendapat di kalangan ulama dan ekonom mengenai sejauh mana pemerintah harus melakukan intervensi, terdapat beberapa prinsip umum yang dapat ditemukan dalam pendekatan ekonomi Islam terkait intervensi harga pasar (Mursal 2018:35).

Perlu ditegaskan bahwa implementasi dan tingkat intervensi pemerintah dapat bervariasi dalam praktiknya tergantung pada konteks sosial, budaya, dan kebijakan ekonomi suatu negara. Kaidah umum dalam hubungan antara pemerintah dan harga pasar dalam ekonomi Islam, termasuk peluang intervensi haruslah dalam konteks dan tujuan menjaga keadilan, keseimbangan, dan kemaslahatan umum.

G. Penutup

1. Konsep pemasaran dalam perspektif Islam, yang disosialisasikan dengan konsep pemasaran syariah, dalam aktivitasnya tidak berbeda dengan konsep pemasaran konvensional, yaitu dalam kegiatan bisnis. Perbedaannya terletak

pada nilai-nilai dan tujuan yang hendak dicapai dalam aktivitas pemasaran. Pandangan Islam terhadap pasar yang lebih fokus pada implementasi nilai-nilai. Dengan demikian, praktik di lapangan jauh lebih penting dari sekedar nama. Sekalipun pelakunya bukan muslim, akan tetapi nilai-nilai pemasaran Islam sudah termanifestasi dalam aksi pemasaran, hal itu jauh lebih baik dibanding nama *Pasar Syariah*, atau produk yang menggunakan slogan-slogan syariah tetapi dalam praktiknya jauh dari nilai-nilai atau etika Islam.

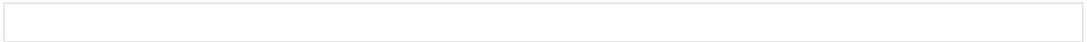
2. Hakikat Pasar dalam Islam adalah sebagai wadah untuk berinteraksi bagi manusia dalam memenuhi hajat hidup, yang dibingkai dengan semangat *uhkuwah* (persaudaraan). Orientasi pelaku pasar untuk mendapatkan keuntungan material, bahkan sebanyak mungkin, sebenarnya tidak dilarang dalam Islam. Tetapi, harapan untuk mendapat keuntungan tersebut juga harus dibarengi dengan idealisme dan semangat tolong menolong sesama manusia yang bersaudara.
3. Pasar harus menghadirkan kemaslahatan bagi kemanusiaan. Untuk mencapai misi pasar menuju kemaslahatan yang berdimensi komprehensif dan holistik, maka Islam mengajarkan bahwa semua aktivitas pemasaran harus dimaknai sebagai ibadah. Pemaknaan aktivitas pemasaran dan semua sub ordinasinya sebagai ibadah akan membawa pada keberuntungan, yang disebut al-Quran dengan istilah *falah*.
4. Fokus dalam aktivitas pemasaran syariah tidak hanya pada kehalalan dan kebaikan (*halalan thayyiban*) produk tertentu, tapi juga bagaimana cara mendapatkan dan pengolahannya. Pemasaran juga harus digerakkan dengan sejumlah etika (akhlak), antara lain; menghadirkan Tuhan dalam beraktivitas (*taqwa*), bersikap adil, menjunjung kejujuran, santun dan tulus, Amanah dan *husn al-zhan*.
5. Sebagai konsekuensi dari etika pemasaran Islam, apapun produk yang hendak dipasarkan harus mengandung nilai kemaslahatan. Nilai kemaslahatan tidak ukur dengan kemanfaatan yang bersifat subjektif personal, tetapi harus objektif spiritual dan didukung oleh rasional empiris. Meskipun produk tertentu diminati bahkan sangat laku di pasaran, misalnya rokok dan minuman keras, tapi karena secara medis membahayakan kesehatan manusia, maka dua jenis barang tersebut dan apapun jenis produk yang membahayakan manusia tidak boleh dipasarkan.

H. Daftar Refrensi

- Adnan, Ahmad Azrin. 2013. 'Theoretical Framework for Islamic Marketing: Do We Need a New Paradigm?' *International Journal of Business and Social Science* 4(7).

- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Fathoni, Muhammad Anwar. 2018. 'Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam'. *Jurisdiction: Jurnal Hukum Dan Syariah* 9(1):128–46.
- Hakim, M. Arif. 2016. 'Peran Pemerintah Dalam Mengawasi Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam'. *Iqtishadia* 8(1).
- Hijriah, Hanifiyah Yuliatul. 2016. 'Spiritualitas Islam Dalam Kewirausahaan'. *Tsaqafah* 12(1):187–208.
- Huda, Nurul, Khamim Hudori, Rizal Fahlevi, Dea Mazaya, and Dian Sugiarti. 2017. *Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi*. Kencana.
- Karim, Adiwarmar. 2014. *Ekonomi Islam: Suatu Kajian Ekonomi Mikro*. Jakarta: Karim Business.
- Karim, Adiwarmar. 2015. *Kajian Ekonomi Islam Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani.
- Khunaifi, Aang. 2016. 'Aktualisasi Pemasaran Syariah'. *MIYAH: Jurnal Studi Islam* 12(1):52–71.
- Kotler, Philip. 1997. 'Manajemen Pemasaraan, Alih Bahasa: Hendra Teguh. Rony Antonius Rusli'. *Jakarta: Prenhallindo*.
- Mardani. 2013. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Mursal. 2018. 'Signifikansi Maslahat Dalam Supply And Demand: Analisis Makna Sejahtera Perspektif Ekonomi Syariah'. *Jurnal Kajian Dan Pengembangan Umat* 1(1).
- Mursal, Mursal. 2015. 'Implementasi Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah: Alternatif Mewujudkan Kesejahteraan Berkeadilan'. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam (Darussalam Journal of Economic Perspec* 1(1):75–84.
- Mursal, Mursal. 2016. 'Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Sumatera Barat Berbasis Kearifan Lokal "Tungku Tigo Sajarangan"'. *Journal Analytica Islamica* 5(1):108–24.
- Mursal, Mursal. 2020. 'Pengembangan Ekonomi Syariah Berbasis Kearifan Lokal'.

- Prihatta, Hajar Swara. 2018. 'Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam'. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam* 8(1):96–124.
- Sahla, Hilmiatus, Muhammad Sayuti, Ricky Syahputra, and Arif Arif. 2019. 'Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam'. *Jurnal Pionir* 5(2).
- Satar, Muhammad, Siradjuddin Siradjuddin, and Musmulyadi Musmulyadi. 2022. 'Sistem Kegiatan Pemasaran Dalam Perspektif Etika Ekonomi Islam'. *Jurnal Mirai Management* 7(2):191–99.
- Tamamudin, Tamamudin. 2014. 'Merefleksikan Teori Pemasaran Ke Dalam Praktik Pemasaran Syariah'. *Jurnal Hukum Islam* 12(2).
- Taqiy al-Din al-Nabhani. 1953. *Nidham Al-Islam*. Bayrut: Dar al-Ummah.



BIOGRAFI PENULIS



Penulis bernama lengkap Neneng Desi Susanti,SHI,M.Sy, tempat lahir di Dumai pada tanggal 08 Mei 1985, penulis adalah anak pertama dari enam bersaudara, saat ini penulis berdomisi di Dumai. Penulis menempuh pendidikan formal di SDN 023 Pekanbaru, melanjutkan jenjang selanjutnya di MTS Munawarah Dumai, dan dilanjutkan kejenjang Diniyah Putri Padang Panjang Sumatera Barat. hingga akhirnya penulis menjadi alumni S1 pada Fakultas Syari'ah di Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang dan S2 pada Kosentrasi Hukum Islam di UIN Syarif kasim Riau. Dan sekarang mengabdikan di Institut Agama Islam (IAI) Tafaqquh Fiddin Dumai sebagai Dosen Tetap Sertifikasi. Selain mengajar, penulis juga menduduki jabatan sebagai Dekan Fakultas Syari'ah di IAI Tafaqquh Fiddin Dumai. Dan selain rutinitas sebagai tenaga pengajar dan menjadi dosen dengan tugas tambahan penulis juga menulis jurnal baik jurnal di dalam kampus maupun di luar kampus.

BIOGRAFI PENULIS



Adi Prawira, M.Pd.E. lahir di Kota Bandung pada tahun 1977. Menempuh pendidikan tinggi mulai dari Diploma III program Studi Keuangan,dan Perbankan di Politeknik ITB Bandung (Sekrang POLBAN), lanjut pada Strata satu pada Jurusan Pendidikan Akuntansi di Universitas Negeri Jakarta, dan lanjut pada Strata dua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Padang. Pengalaman Bekerja menjadi Staff Keuangan pada beberapa perusahaan nasional. Sekarang menjadi Dosen di Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah Manna Wa Salwa di Kabupaten Tanah Datar Sumatera Barat.

BIOGRAFI PENULIS



Nuraiman, S.Pd.I., M.E.Sy. (uniain04@gmail.com) Lulus S1 Pendidikan Agama Islam di STAI-YDI Lubuk Sikaping dan melanjutkan kuliah S2 di Universitas Az-Zahra Jakarta dengan Konsentrasi Ekonomi Syariah. Lahir di Lubuk Sikaping pada Tanggal 24 Agustus 1981, dari pasangan khairunnas dan yartini syofyan. penulis adalah anak pertama dari empat orang bersaudara. pada saat ini aktif mengajar di Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) YDI Lubuk Sikaping sebagai pengampu matakuliah Kewirausahaan dan Manajemen kewirausahaan. Selain sebagai seorang pengajar penulis juga aktif sebagai pelaku

UMKM, dari kecil penulis sudah bercita-cinta ingin menjadi pedagang seperti yang dilakukan oleh tuntunan kita yaitu Rasulullah swt. Dalam perjalanannya menjadi seorang pedagang yang sukses itu bukanlah sesuatu yang mudah seperti membalikkan telapak tangan, untuk itu penulis termotivasi untuk terus belajar menjadi seorang akademisi dan praktisi ekonomi dengan motto hidup *manjadda wa jadda*.

BIOGRAFI PENULIS



Hilma Nafsiyati, SHI, MA lahir Lubuk Basung, 29 Juni 1984. Penulis lulusan S1 UIN Imam Bonjol Padang (Muamalah) S2 UIN Imam Bonjol Padang (Ekonomi Islam). Penulis telah menulis *Women Entrepreneurs dalam Konsep Hukum Islam (Sebagai Upaya Penerapan Home-Based Business/HBB)*, *Etika Bisnis dan Transaksi Ekonomi Syariah*, *Harta Dalam Kajian Fiqh Muamalah* yang diterbitkan pada jurnal.

BIOGRAFI PENULIS



Penulis Lahir di Dumai Provinsi Riau, pada tanggal 01 Mei 1976. Berdomosili di Kota Dumai. Menempuh pendidikan formal dari tingkat Sekolah Dasar sampai dengan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas Di kota Dumai. Selanjutnya penulis melanjutkan Pendidikan Sarjana (S1) pada jurusan Muamalah di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai. Kemudian melanjutkan pendidikan Master (S2) jurusan Ekonomi Syari'ah di Pasca Sarjana U/niversitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Pekanbaru–Riau. Saat ini penulis Berkarir sebagai Dosen dan juga sebagai Sekretaris Fakultas Syari'ah, di Institut Agama Islam Tafaqquh Fiddin Dumai. Email Penulis: syarkaini76@gmail.com

BIOGRAFI PENULIS



Penulis bernama lengkap Susiana,SHI,MA, tempat lahir di Dumai pada tanggal 02 November 1981, penulis adalah anak ke empat dari lima bersaudara, saat ini penulis berdomisi di Dumai. Penulis menempuh pendidikan formal di SDN 005 Karang anyar Dumai, melanjutkan jenjang selanjutnya di PonPes Baitul Arqom Balung-Jember Jawa Timur, hingga akhirnya penulis menjadi alumni S1 pada Fakultas Syari'ah di Universitas Islam Negeri Sulthan Syarif kasim Riau dan S2 pada Kosentrasi pemikiran Modern Dalam Islam di UIN Syarif kasim Riau. Dan sekarang mengabdikan diri di Institut Agama Islam (IAI) Tafaqquh Fiddin Dumai

sebagai Dosen Tetap Sertifikasi. Selain mengajar, penulis juga menduduki jabatan sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Islam di IAI Tafaqquh Fiddin Dumai. Dan selain rutinitas sebagai tenaga pengajar dan menjadi dosen dengan tugas tambahan penulis juga menulis jurnal baik jurnal di dalam kampus maupun di luar kampus. Penulis juga aktif di Majelis Pengawas Daerah Notaris (MPDN) Dumai.

BIOGRAFI PENULIS

Ansar, S.Pd.I., M.E.Sy lahir pada 13 November 1983 di lacikong Bone, Sulawesi Selatan. Berasal dari keluarga yang berkultur Bugis. Selepas lulus di madrasa Aliyah swasta Syiar Islam Sinjai Sulawesi selatan, Ansar kemudian melanjutkan studi S1nya di institute al-qidah alhasyimiah Jakarta timur dengan mengambil jurusan Pendidikan agama islam dan S2 nya di universitas Azzahra Jakarta Timur dengan jurusan perbankan keuangan syariah. Tahun 2016, Ansar diangkat menjadi dosen tetap di Sekolah Tinggi Agama Islam Muhammadiyah Sinjai yang saat ini sudah berstatus Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai.

BIOGRAFI PENULIS



Mursal, lahir di Aek Badingin, Kab Labuhan Batu, Sumatera Utara, 08 Desember 1968. Jenjang Pendidikan S1 ditempuh di Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, lulus tahun 1992. Pendidikan S2 Hukum Islam, lulus tahun 2001 di IAIN Imam Bonjol Padang dan S3 Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara 2017. Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumbar (FAI UM Sumbar), yang saat ini menjabat sebagai Direktur

Ma'had Zubir bin al-Awwam UM Sumbar, pernah menjabat sebagai: Ketua Prodi Syari'ah (2008-2013) dan Dekan FAI UM Sumbar (2013-2014), Asisten Direktur (2018-2019) dan Direktur Pascasarjana UM Sumbar, dan Wakil Rektor II Bidang Keuangan, Sumberdaya dan Aset UM Sumbar (2019-2024). Pengalaman mengajar: Dosen Luar Biasa AMIK Kosgoro (2006-2009), UNES (2018-2019), UBH (2017-sekarang/2023). Karya ilmiah yang sudah dipublikasi, antara lain: *Pengembangan Ekonomi Syariah Berbasis Kearifan Lokal* (2020); *The Contribution of Amil Zakat, Infaq, and Shadaqah Muhammadiyah (LAZISMU) Institutions in Handling the Impact of Covid-19* (Jurnal of Sustainable Finance & Investment, Paris, 2022); *Optimalizing the Development of Islamic Financial Institutions in West Sumatera: Role of Local Wisdom Analysis of Tungku Tigo Sajaringan* (Jurnal Ekonomi Syariah_IAIN Kudus, 2019); *Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Berbasis Kearifan Lokal: Analisis Peran Ulama di Minangkabau* (2018). Email: mursalrambe8@gmail.com, HP/WA: 081374387157