

Jubaidi, S.E., M.E. - Nurdiana, S.P., M.Si. - Purwanti, SE.,ME  
Latiful Hidayat, SE - Dr. Ir. Marhawati, M.Si  
Amsari Damanik, SH.M.Kn - Eny Widiaty, S.E.I., M.E  
Dr. Muh. Ihsan Said Ahmad, SE., M.Si  
Nur' Aeni., S.E., M.Si



# **BISNIS BERBASIS SYARIAH**



# BISNIS BERBASIS SYARIAH

Jubaidi, S.E., M.E.  
Nurdiana, S.P., M.Si.  
Purwanti, SE.,ME  
Latiful Hidayat, SE  
Dr. Ir. Marhawati, M.Si  
Amsari Damanik, SH.M.Kn  
Eny Widiaty, S.E.I., M.E  
Dr. Muh. Ihsan Saïd Ahmad, SE., M.Si  
Nur' Aeni., S.E., M.Si



**Tahta Media Group**

## UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

### **Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4**

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

### **Pembatasan Pelindungan Pasal 26**

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

# BISNIS BERBASIS SYARIAH

Penulis:

Jubaidi, S.E., M.E.  
Nurdiana, S.P., M.Si.  
Purwanti, SE.,ME  
Latiful Hidayat, SE  
Dr. Ir. Marhawati, M.Si  
Amsari Damanik, SH.M.Kn  
Eny Widiaty, S.E.I., M.E  
Dr. Muh. Ihsan Said Ahmad, SE., M.Si  
Nur' Aeni., S.E., M.Si

Desain Cover:  
Tahta Media

Editor:  
Tahta Media

Proofreader:  
Tahta Media

Ukuran:  
vii, 130, Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-623-5981-37-6

Cetakan Pertama:  
Maret 2022

Hak Cipta 2022, Pada Penulis

---

Isi diluar tanggung jawab percetakan

---

**Copyright © 2022 by Tahta Media Group**  
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau  
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini  
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP**  
**(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)**  
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kepada Tuhan YME atas lindungan dan rahmat-Nya karena para penulis dari berbagai Perguruan Tinggi dan Instansi kembali mampu menyelesaikan naskah kolaborasi dengan Judul “*Bisnis Berbasis Syariah*”. Yang melatarbelakangi penerbit mengadakan kegiatan Menulis Kolaborasi adalah untuk membiasakan Dosen dan Guru menulis sesuai dengan rumpun keilmuannya.

Buku dengan judul *Bisnis Berbasis Syariah* merupakan buku ajar yang disusun sebagai media pembelajaran, sumber referensi dan pedoman belajar bagi mahasiswa. Pokok-pokok bahasan dalam buku ini mencakup: 1) Muhammad Sebagai Pelaku Bisnis, 2) Bisnis Syariah Sebagai Pekerjaan Mulia, 3) Etika Dalam Bisnis Syariah, 4) Sumber Daya Insani dan Etos Kerja dalam Syariah, 5) Tanggung Jawab Sosial Dalam Bisnis Syariah, 6) Konsep Jual Beli Dalam Syariah, 7) Sharia Marketing (Pemasaran Syariah), 8) Globalisasi dan Permasalahan Riba, 9) Manajemen Keuangan Dalam Syariah.

Akhir kata Dengan terbitnya buku ini, harapan penerbit ialah menambah Khazanah Keilmuan dibidang Pendidikan dan dapat dinikmati oleh kalangan pembaca baik Akademisi, Dosen, Peneliti, Mahasiswa atau Masyarakat pada Umumnya.

Klaten, Maret 2022  
Direktur Tahta Media Group

Uswatun Khasanah, M.Pd.I., CPHCEP

## DAFTAR ISI

<b>Kata Pengantar.....</b>	<b>iv</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>v</b>
<b>BAB 1 Muhammad Sebagai Pelaku Bisnis</b>	
<b>Jubaidi, S.E., M.E.</b>	
<b>Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur</b>	
A. Pendahuluan.....	2
B. Kondisi Sosial Dan Perekonomian Bangsa Arab .....	4
C. Faktor-Faktor Yang Mendorong Nabi Muhammad Menjadi Pebisnis .....	6
D. Perjalanan Bisnis Nabi Muhammad .....	8
E. Strategi Bisnis Nabi Muhammad Menjadi Sukses .....	12
Daftar Pustaka .....	14
Profil Penulis .....	15
<b>BAB 2 Bisnis Syariah Sebagai Pekerjaan Yang Mulia</b>	
<b>Nurdiana, S.P., M.Si.</b>	
<b>Universitas Negeri Makassar</b>	
A. Pendahuluan.....	17
B. Definisi dan Konsep Bisnis Syariah.....	18
C. Paradigma Dalam Bisnis Syariah .....	18
D. Tujuan Bisnis Syariah .....	20
E. Bisnis Syariah Sebagai Pekerjaan Yang Mulia .....	24
Daftar Pustaka .....	27
Profil Penulis .....	28
<b>BAB 3 Etika Dalam Bisnis Syariah</b>	
<b>Purwanti, SE.,ME</b>	
<b>Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda</b>	
A. Pengertian Etika.....	30
B. Dasar-Dasar Etika .....	31
C. Etika Bisnis Perspektif Islam .....	32
D. Etika Bisnis Rasulullah Muhammad SAW .....	37
Daftar Pustaka .....	41
Profil Penulis .....	42

**BAB 4 Sumber Daya Insani dan Etos Kerja Dalam Bisnis Syariah**  
**Latiful Hidayat, SE**

**MAN Kota Pasuruan**

A. Pendahuluan.....	44
B. Etos Kerja Dalam Bisnis Syariah .....	49
Daftar Pustaka .....	52
Profil Penulis .....	53

**Bab 5 Tanggung Jawab Sosial Dalam Bisnis Syariah**

**Dr. Ir. Marhawati, M.Si**

**Universitas Negeri Makassar**

A. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).....	56
B. Ruang Lingkup Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Secara Syariah ....	59
C. Prinsip Bisnis Dengan Metode Syariah .....	64
D. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Perspektif Islam.....	65
Daftar Pustaka .....	70
Profil Penulis .....	72

**Bab 6 Konsep Jual Beli Dalam Syariah**

**Amsari Damanik, SH.M.Kn**

**Universitas Mulawarman**

A. Akad .....	74
B. Ma'qud 'Alaihi (Objek Akad).....	75
C. Shighat (Ijab dan Qabul) .....	79
Daftar Pustaka .....	80
Profil Penulis .....	81

**Bab 7 Sharia Marketing (Pemasaran Syariah)**

**Eny Widiaty, S.E.I., M.E**

**Institut Agama Islam Nurul Hakim Kediri Lombok Barat**

A. Pengertian Pemasaran .....	83
B. Pemasaran Syariah .....	84
C. Karakteristik Pemasaran Syariah .....	85
D. Paradigma Pemasaran Syariah .....	87
E. Etika Pemasaran Syariah.....	89
Daftar Pustaka .....	92
Profil Penulis .....	93

## **Bab 8 Globalisasi dan Permasalahan Riba**

**Dr. Muh. Ihsan Said Ahmad, SE., M.Si**

**Universitas Negeri Makassar**

A. Konsep Dasar.....	95
B. Globalisasi .....	96
C. Dampak Terjadinya Globalisasi Ekonomi.....	97
D. Globalisasi Ekonomi Dalam Perspektif Islam.....	100
E. Konsep Riba .....	101
F. Kesimpulan.....	108
Daftar Pustaka .....	110
Profil Penulis .....	112

## **Bab 9 Manajemen Keuangan Dalam Syariah**

**Nur' Aeni., S.E., M.Si**

**Universitas Pelita Bangsa**

A. Pendahuluan.....	114
B. Definisi Manajemen Keuangan Syariah.....	115
C. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam .....	117
D. Konsep Dasar Keuangan Syariah.....	120
E. Tuntunan Syariah Dalam Manajemen Keuangan Pribadi dan Investasi .....	123
F. Kegiatan Manajemen Keuangan Syariah .....	125
G. Larangan Dalam Pengelolaan Keuangan Syariah.....	125
H. Fungsi Manajemen Syariah.....	125
Daftar Pustaka .....	128
Profil Penulis.....	130







# **BAB 1**

# **MUHAMMAD SEBAGAI**

# **PELAKU BISNIS**

**Jubaidi, S.E., M.E.**  
**Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur**



## A. PENDAHULUAN

Nabi Muhammad SAW adalah seorang manusia yang memiliki sifat yang sangat terpuji, beliau lahir pada hari senin pagi, 9 Rabi'ul Awwal tahun gajah atau bertepatan dengan 20 atau 22 April 571 M. beliau dilahirkan dari suku Quraisy, yaitu suku yang paling terhormat dan terpuja di tengah masyarakat arab pada waktu itu. Dari suku Quraisy tersebut, beliau berasal dari Hasyim, anak suku yang paling terhormat di tengah suku Quraisy. Nabi Muhammad lahir dalam keadaan yatim, dikarenakan ayahnya Abdullah telah meninggal ketika ibunya yakni Aminah mengandungnya dalam usia dua bulan. Setelah melahirkan sang ibu segera membawa bayi tersebut kepada kakeknya yakni Abdul Muthalib, begitu kegirannya sang kakek tatkala mengetahui kelahir cucunya tersebut lalu sang cucu dibawa ke dalam Ka'bah lalu sang kakek berdoa kepada Allah dan bersyukur kepadaNya (Abdul Kadiri,2005:10)

Pada usia 6 tahun Nabi Muhammad ditinggal sang ibu tercinta sepulang berziarah kemakam sang ayah yakni berziarah ke Yatsir sekitar 500 km dari kota mekkah, sang ibu meninggal dalam perjalanan pulang yakni tempat meninggalnya di perkampungan Abwa yang terletak antara kota Mekkah dan Madinah. Sepeninggalan sang ibu Nabi Muhammad diasuhlah oleh sang kakek yakni Abdul Muthalib sehingga pada usia tersebut nabi Muhammad telah menjadi yatim piatu. Tapi lagi-lagi kasih sayang sang kakek tak berlangsung begitu lama yang dirasakan oleh nabi Muhammad karena pada usia 8 tahun sang kakek meninggal dunia di mekkah. Namun sebelum wafat sang kakek sempat berpesan agar cucunya tersebut dirawat oleh sang paman yakni Abu Thalib, Abu Thalib sang paman bersal dari pihak bapaknya nabi Muhammad.

Pada usia 8 tahun tersebut Muhammmad kecil yang telah ditinggal wafat sang kakek sudah sudah belajar hidup mandiri yakni dengan mengembala kambing penduduk arab di padang pasir. Jangan memandang mengembala kambing mudah, karena kambing memiliki sifat bau apek, kotor dan tidak mudah mengikuti perintah sang pengembala meskipun dipukul dengan kerasnya sang kambing terkadang tidak juga mau menuruti sang pengembala kambing tersebut. Inilah awal sejarah sang Nabi Muhammad menjadi seorang pembisnis. Jiwa pengusaha sudah kelihatan sejak kecil Nabi Muhammad, beliau berani mengambil resiko mengembala kambing yang begitu banyak,

karena beliau mengembala kambing dari beberapa peternak. Pada saat itu tidak sedikit yang menjadi tanggung jawab Nabi, karena kambing-kambing itu begitu banyak dari beberapa peternak. Jumlahnya hampir ratusan ekor dan kambing-kambing tersebut di gembalakan pada padang yang sangat luas dengan resiko yang cukup tinggi yakni bisa disera oleh binatang buas lainnya. Namun beliau tidak ciut nyali tapi beliau tetap bertanggung jawab dan berhasil menghalau para binatang pemangsa sehingga semua hewan ternak kembali pulang dalam keadaan kenyang dan semalat (Amirullah Syarbini & J. Haryadi, 2011:79)

Pengalaman ini benar-benar dijadikan pengalaman yang sangat berharga bagi Nabi Muhammad, ini merupakan awal perjalanan bisnis bagi Nabi Muhammad. Disinilah Nabi Muhammad belajar yang sangat banyak dari berternak kambing milik beberapa orang tersebut:

1. Belajar tanggung jawab, amanah yang diberikan kepadanya dari pemilik kambing merupakan amanah yang besar, andai saja Nabi Muhammad tidak bertanggung bisa jadi binatang ternak yang jumlahnya sangat banyak kemungkinan bisa hilang dimakan hewan lain atau bahkan lari dari kelompoknya
2. Belajar kejujuran, begitu banyak hewan ternak yang dikembalaknya andai saja Nabi Muhammad tidak jujur bisa dipastika ada 1 atau bahkan lebih hewan ternak yang Nabi Muhammad kembala bisa dijual atau bahkan diambil sendiri, namun hal ini tidak terjadi bahkan kambing-kambing tersebut bisa pulang kembali kepada pemiliknya dengan keadaan kenyang
3. Belajar mengorganisasikan, tidak mudah mengembalan kambing lebih 100 ekor, jika tidak memiliki kemampuan untuk mengorganisasi kambing-kambing tersebut bisa jadi kambing-kambing tersebut berpencar antara satu dengan yang lain apalagi kambing-kambing tersebut pemilik yang berbeda bisa jadi kambing-kambing tersebut tidak saling kenal bahkan bisa jadi saling bertarung, namun dengan kepandaian Nabi Muhammad mengorganisasi kambing-kambing tersebut tidak terjadi hal-hal buruk yang tidak diinginkan.

Umur 8 tahun dan telah ditinggalkan sang kakek yang Nabi Muhammad cintai memuat Nabi Muhammad lebih tegar, kuat dalam menapaki kehidupan kedepannya. Hal ini telah dibuktikannya dengan mengembala kambing

sebagian pengalaman yang berharga dalam mendewasakan seorang Nabi Muhammad.

Sejarah mencatat, profesi Nabi Muhammad sebagai penggembala kambing telah melatih jiwa dan mental usahanya. Artinya, menggembala kambing menjadi modal awal Nabi Muhammad dalam melatih dirinya untuk belajar bagaimana caranya mengatur, menjaga dan mengembang biakkan (kambing), sehingga akan tertanam jiwa manajemen. Adapun hikmah menggembala kambing yaitu:

1. Dapat menumbuhkan sikap kelembutan, kesabaran dan rendah hati.
2. Merupakan saran pendidikan untuk mengatur manusia dan menata kehidupan.
3. Merupakan bentuk usaha yang baik.

Diantara skill dan ketrampilan dari profesi penggembala kambing yang diperoleh Nabi Muhammad adalah sebagai berikut:

1	Path Finding	Mencari Padang	Gembala yang subur
2	Directing	Mengarahkan	Mengiring ternak ke sawah/padang
3	Controlling	Mengawasi	Agar tidak/terpisah dari kelompok
4	Protecting	Melindungi	Dari Hewan pemangsa dan pencuri
5	Reflecting	Perenungan	Alam, manusia dan Tuhan

Janaidi Abdillah, 2019:111-112)

## **B. KONDISI SOSIAL DAN PEREKONOMIAN BANGSA ARAB**

Mata pencaharian sangat ditentukan letak geografis setempat, kondisi yang tidak bagus bisa menyumbang sulitnya mencari mata pencaharian. Letak geografis Arab dikelilingi gurun dan padang pasir disegala penjuru sehingga hal ini menyumbang sulitnya mencari mata pencaharian untuk kehidupan sehari-hari. Kalau kita petakan jazirah Arab terbagi atas lima daerah, yaitu

1. Hijaz, kotanya adalah Makkah, Madina dan Thaif
2. Yaman, terletak dibagian selatan diantara kotanya adalah San'a yang merupakan ibu kota Yaman pada zaman dahulu
3. Najed, terletak dibagian tengah Jazirah Arab
4. Tihammah, terletak antara Hijaz dan Yaman
5. Yamamah, terletak antara Yaman dan Nejed (Ubbadul Adzkiya', 2021:64)

Dilihat dari letak geografi yang memang dikelilingi gurun merupakan salah satu kekuatan untuk membentengi orang asing yang akan datang ke daerah tersebut, dan ini salah satu letak strategis untuk pertahanan perang pada masa waktu tersebut. Dari sisi pertahanan letak geografis memang sangat menguntungkan bagi penduduk setempat tapi terbanding terbalik dengan mata pencarian masyarakat setempat. Kalau melihat sejarah bahwa mata pencarian masyarakat Arab tidaklah banyak pilihan mereka hanya bisa mengandalkan pertanian, perkebunan, peternakan dan perdagangan. Dengan letak geografis yang tandus dan bergurun-gurun hanya sedikit mereka yang mengandalkan pertanian dan perkebunan bahkan peternakan. Dengan melihat letak geografis tersebut yang sangat berkembang pada wilayah tersebut adalah perdagangan. Perdagangan menjadikan aspek penting bagi bangsa Arab sebagai sumber ekonomi mereka.

Berdasarkan letak geografis bangsa Arab ada 2 sumber perekonomian yang sangat besar menurut bukunya Ubbadul Adzkiya (2021) 2 sumber perekonomian yang sangat besar adalah

1. Pertanian, Pertanian menjadi salah satu aspek perekonomian Arab bahkan sejak 200 tahun sebelum kenabian Muhammad (610 M) bahkan masyarakat Arab sudah mengenal peralatan pertanian semi modern seperti alat bajak, cangkul, garu dan tongkat kayu untuk menanam. Penggunaan hewan ternak seperti Unta, Keledai dan Sapi Jantan sebagai penarik bajak dan guru serta membawa tempat air sudah mereka kenal. Sampailah pada puncaknya mampu membuat bendungan raksasa yang dinamakan *al-ma'arib*". Selain itu masyarakat Arab juga sudah mengenal irigasi untuk pengairan pertanian bahkan masyarakat Arab sudah mengenal pupuk kandang sebagai penyubur tanaman. Tanaman-tanaman tersebut bisa dijumpai di jazirah Arab dan Thaif seperti anggur. Produk pertanian lain yang bisa dijumpai seperti delima, apel, alpukat, kacang almond, jeruk, lemon, tebu, semangka dan pisang, namun kalau kita lihat bahwa yang menjadi primadona pertanian di semenanjung Arab adalah kurma. Karena kurma sangat bernilai tinggi dalam perekonomian
2. Perdagangan, sumber perekonomian yang menyumbang perekonomian masyarakat Arab yang sangat besar adalah perdagangan. Masyarakat Arab telah mengenal lama perdagangan bukan hanya dengan masyarakat Arab bahkan dengan masyarakat non Arab. Kemajuan perdagangan

masyarakat arab tidak lepas dari pertanian yang sudah maju hal ini dibuktikan dengan adanya kegiatan ekspor-impor. 200 tahun sebelum kedatangan islam pedagang Arab Selatan dan Yaman telah mengadakan transaksi dengan India, negeri pantai afrika dan sejumlah negeri teluk Persia, asia tengah dan sekitarnya. Hijaz menjadi daerah strategis karena memiliki rute perdagangan antara Romawi dan Persia bahkan kota Mekkah menjadi pusat jalur perdagangan internasional, hal ini karena didukung oleh beberapa fakta historis.

- a. Realitas yang menunjukkan bahwa Mekkah telah sejak lama dijadikan sebagai tempat peristirahatan kafilah, baik yang datang dari jurusan Yaman ke Palestina maupun sebaliknya
- b. Mekkah terdapat sumber mata air yang tidak pernah kering, yakni sumur yang berasal dari air mata zam-zam
- c. Menjadikan kota Mekkah pusat lintas perdagangan ke Suriah, Yaman, Thaif dan Najd.

Sumber perekonomian masyarakat arab pada zaman dulu sangatlah tergantung pada 2 kegiatan tersebut yakni pertanian dan perdagangan. Hal ini memang sangat strategis jika kita melihat dari kedua kegiatan perekonomian yang keduanya memiliki hubungan yang sangat erat, dari sisi pertanian masyarakat arab sudah mengenal alat modern dan dari sisi perdagangan lintas kota Mekkah adalah jalur perdagangan internasional sehingga kedua kegiatan ekonomi inilah yang sangat mendukung kemajuan perekonomian bangsa Arab.

## **C. FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG NABI MUHAMMAD MENJADI PEBISNIS**

### **1. Faktor Geografis Arab**

Muhammad ketika masa kecilnya menjadi penggembala binatang dengan penghasilan yang tidak banyak. Pekerjaan ini ia lakukan dengan terpaksa hingga ia di bawah asuhan Abu Thalib. Muhammad sadar bahwa menggembala bukan profesinya. Pengalaman menggembala ia peroleh ketika bersama anak-anak Halimah di kampung Banu Sa'ad. Setelah usia 4 tahun ia dikembalikan kepada ibunya (Aminah) dan menjadi penggembala untuk memenuhi kehidupannya.

Adapun orang tuanya (Abdullah) dan pamannya adalah seorang pedagang. Ia dibesarkan dalam wilayah perdagangan. Apa yang ia lihat dan rasakan di Makkah menuntut dirinya untuk menjadi pedagang. Kesempatan untuk menjadi pedagang muncul ketika ia di bawah asuhan Abu Thalib yang profesinya sebagai pedagang. Pada masa asuhannya, Muhammad sering berkunjung dan berjualan di pusat-pusat keramaian, seperti pasar Ukaz, Majinna, Dzul Majaz, Basra, dan lain-lain.

Keinginan turut serta dalam kafilah berdagang selalau ditolak Abu Thalib dengan alasan keselamatan Muhammad. Setelah Abu Thalib merasa bahwa keinginan Muhammad untuk turut serta dalam rombongan kafilah berdagang semakin kuat, Abu Thalib menginginkannya. Saat itulah Muhammad dapat menyaksikan bagaimana menempuh perjalanan jauh dan transaksi ekonomi dilangsungkan. Dengan demikian maka pembacaan Muhammad terhadap kondisi geografis Makkah menjadi motivator bagi dirinya untuk menekuni bisnis, bukan bertani atau menjadi penggembala. (Muhammad Saifullah, 2011:135)

## 2. Faktor Ekonomi

Abdullah ibn Abdul Muthalib, orang tua Muhammad meninggal dalam usia muda, yakni tiga bulan setelah hari pernikahannya dengan Aminah. Ia meninggalkan sedikit warisan berupa lima ekor unta, beberapa ekor kambing dan seorang budak perempuan bernama Ummu Aiman. Unta dan kambing yang jumlahnya hanya sedikit tersebut habis digunakan untuk biaya persalinan dan perawatan Muhammad. Sejak lahir, Muhammad disusui ibunya selama tiga hari. Kemudian ia disusui oleh Suwaibah (budak Abu Lahab) selama empat bulan. Selanjutnya ia disusui Halimah bint Abi Zuwayb dari banu Sa'id ibn Bakr, seorang ibu dari suku Badui desa Banu Sa'ad yang berprofesi sebagai pengasuh dan ibu menyusui. Namun Halimah tidak menerima upah, karena Aminah adalah keluarga miskin dan tidak mampu membayarnya. (Muhammad Saifullah, 2011:136)

## 3. Fakor Keluarga

Abu Thalib merupakan salah satu keluarga yang selalu mendorong Muhammad untuk menjadi pebisnis. Karena Abu Thalib adalah seorang pedagang, semenjak meninggalnya sang kakek Nabi Muhammad ikut Abu Thalib. Ketika Abu Thalib sudah tua, ia memanggil Muhammad dan



berkata: “Hai anak saudaraku, sebagaimana telah kamu ketahui bahwa pamanmu ini sudah tidak punya kekayaan lagi, padahal keadaan sudah sangat mendesak, maka alangkah baiknya jika kamu mulai berniaga dan sedikit demi sedikit hasilnya dapat kamu pergunakan untuk kepentinganmu sehari-hari”. Muhammad mengikuti nasihat pamannya, dan profesi pebisnis ini yang kemudian ia tekuni hingga ia menjadi seorang nabi. (Muhammad Saifullah, 2011:143)

#### 4. Faktor Beristri Khodijah

Pada usia 25 tahun Muhammad menikah dengan Khadijah (40 tahun). Nama lengkap Khadijah adalah Khadijah binti Khuwailid ibn Asad ibn Abdul Uza ibn Qushay ibn Kilab. Khadijah dijuluki Umm al-Mu'minin al-Kubra. Ia anak Khuwailid dan cicit Qusay. Ia berasal dari kalangan bangsawan dan keluarga kaya. Ia tercatat sebagai wanita terkaya di Makkah. Meskipun sebagai wanita ia dikenal pemberani, disamping sikap lainnya yang toleran dan memiliki kepekaan sosial atas lingkungan sekitarnya. Ia sebagai pengusaha yang memiliki kemampuan manajerial baik. Ia mempercayakan barang dagangannya kepada anak buahnya. (Muhammad Saifullah, 2011:144)

### D. PERJALANAN BISNIS NABI MUHAMMAD

Berdasarkan letak geografis diatas, sangatlah pantas bahwa masyarakat banyak memilih matapencarian kedua kegiatan tersebut yakni pertanian dan perdagangan. Hal ini juga yang menjadi pilihan Nabi Muhammad menjadi seorang pembisnis yang handal. Diawali dari perjalanan bisnis Nabi Muhammad berawal dari umur 8 tahun semenjak sepeninggalan kakeknya, seperti yang disampaikan pada halaman diatas yakni pengembala kambing, banyak pelajaran dan hikmah yang dapat di ambil dari peristiwa tersebut. Berikut perjalanan singkat bisnis Nabi Muhammad dalam bukunya Ubbadul Adzkiya' (2021) yakni sebagai berikut:

#### 1. Umur 12 – 17 tahun yakni masa magang usaha dan dagang

Setelah sepeninggalan kakeknya yakni Abdul Muthalib Nabi Muhammad ikut dengan pamannya yakni Abu Thalib dalam kurung waktu 4 tahun sepeninggalan kekeknya dan Nabi Muhammad telah menginjak umur 12 tahun sudah ikut berdagang dengan pamannya, pengalaman pengembala kambing serta mempelajari peta-peta rute perdagangan di

wilayah padang pasir Arabia, mulai dari mempelajari perjalanan yang memanfaatkan jalan dimana mengalami penyempitan dan di jalan mana yang hanya bisa dilewati satu barisan.

Nabi Muhammad juga harus belajar bahwa ukuran kafilah yang ikut menentukan rute mana yang harus dipilih, semakin besar kafilah semakin aman jalannya melewati padang pasir. Pengalaman alamiah inilah sebagai bekal Nabi Muhammad agar bisa bertahan dari pedagang lain dalam menjalankan kafilah-kafilah Arabian kuno. Kemampuan menangkap hal baru ini ditunjukkan Nabi Muhammad dalam kepiawaiannya untuk menghadapi berbagai masalah meskipun umurnya baru menginjak 12 tahun. Perjalanan perdagangan pertama dengan pamanya Abu Talib yakni dari Mekkah ke Syria. Sepanjang perjalanan dalam berdagang Nabi Muhammad mempelajari detail-detail perdagangan yang ia jalankan dengan pamanya. Setelah mempelajari detail-detail perdagangan Nabi Muhammad harus mampu mengenal beberapa hal penting yang harus di pedagangkan yakni antara lain:

- a. Mengetahui barang-barang yang akan diperdagangkan
- b. Komoditas pertama perdagangan di Arabia adalah pertukaran sederhana produk masyarakat modern yakni produk pertanian masyarakat yang mapan
- c. Komoditas kedua adalah kulit, barang ini dapat diambil dengan murah dari suku badui sepanjang tahun.
- d. Komoditas ketiga adalah berupa dupa, perdagangan dupa menjadi barang dagangan yang sangat menguntungkan

Awal perjalanan dengan pamannya Abu Thalib hingga Syria, Jordan hingga Lebanon. Dari perjalanan panjang dengan pamanya tersebut mendapatkan pelajaran dan pengalaman yang sangat berharga terutama dalam bidang perdagangan yakni dari mulai mengenal barang dan beberapa komoditas yang sangat laris dipasaran.

Jika dilihat dari letak geografis memang tanah Mekkah memang tidak cocok untuk lahan pertanian, walaupun memang pertanian dan perdagangan adalah penyumbang perekonomian yang signifikan bagi masyarakat arab. Lintas jalur perdagangan yang melewati kota Mekkah adalah indikator bahwa perdagangan lebih maju daripada pertanian. Hal inilah yang menjadikan Nabi Muhammad mengikuti jejak sang paman

yakni Abu Thalib yang banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran dalam perdagangan.

2. Umur 17- 25 tahun usaha sendiri sampai agen perdagangan internasional

Nabi Muhammad sudah menginjak dewasa yakni memasuki umur 17 tahun. Dengan pengalaman yang ia dapatkan dari pamannya yakni Abu Thalib Nabi Muhammad bertekad untuk berdagang/berbisnis secara mandiri. Kesadaran untuk meringankan sang paman yakni Abu Thalib yang notabene buka orang kaya dengan seabrek tanggung jawab keluarga.

Nabi Muhammad mengawali bisnis dengan membeli barang-barang dari pasar dan menjualnya secara eceran kepada masyarakat Makkah. Mengawali perdagangan ini tidaklah berjalan sesuai harapan, Nabi Muhammad juga mengalami masa-masa sulit karena persaingan perdagangan dengan masyarakat lama yang telah terlebih dahulu ada dan memiliki modal yang besar. Hal inilah yang membuat Nabi Muhammad semakin tegar dalam menjalankan perdagangan agar tetap bisa berjalan sebagaimana mestinya.

Dalam rangka meningkatkan permodalan Nabi Muhammad menampung modal untuk berbisnis dari pada janda kaya dan anak-anak yatim yang tidak sanggup menjalankan sendiri dana mereka. Memiliki sikap yang sangat jujur sejak kecil membawanya memiliki reputasi yang bagus hingga dewasa. Kejujuran dan terpercaya sudah menyebar diseluruh penduduk Makkah sifat yang dimiliki Nabi Muhammad. Dari sifat amanah dan jujur tersebut semakin banyak permodalan yang Nabi Muhammad peroleh, dari permodalan tersebut Nabi Muhammad menjadikan kerjasama antara pemilik modal dan yang menjalankan yakni Nabi Muhammad. Nabi Muhammad menawarkan dua sistem yakni bagi hasil sebagai mitra kerja atau dengan upah atas jasa yang telah dia berikan.

Sifat kejujuran dan amanah Nabi Muhammad membuat menarik dan simpati seorang konglomerat asal Makkah, yakni Siti Khadijah. Melihat pengakuan dari mitra-mitra kerja Nabi Muhammad sebagai orang yang sangat jujur dan profesional dalam proses bagi hasil, hal ini membangun kepercayaan Siti Khotijah untuk bermitra dengan Nabi Muhammad.

Sang paman Abu Thalib melihat keponakannya Nabi Muhammad sangat piawai dan professional dalam menjalankan bisnis maka sang paman merekomendasikan kepada Siti Khadijah untuk bisa bermitra atau bekerjasama dengan Nabi Muhammad. Siti Khotidjah sang manajer bisnis menerima tawaran tersebut dan akhirnya Nabi Muhammad mendapatkan 2 kali lipat gaji yang ditawarkan Siti Khadijah dari tawaran gaji pertama yang pernah ditawarkan Siti Khadijah.

Modal awal dari Siti Khodijah digunakan untuk perjalanan dagangnya ke pasar utara dan selatan. Sebagai seorang mitra yang dapat dipercaya Siti Khodijah memberikan upah atas jasa tersebut serta bagi hasil dagangannya sebagai mitra dagang. pada rentang usia 17-20 tahun Nabi Muhammad sudah melakukan perjalan perdagangan ke beberapa kota yakni Yaman, Bahrain bahkan ke Abyssinia. Dalam rentang 3 tahun Nabi Muhammad bekerja keras dan jujur dalam menjalankan bisnisnya. Sifat professional Nabi Muhammad dalam berdagang membuat Siti Khodijah banyak keuntungan yang didapat, melihat hal tersebut Siti Khodijah mulai tertarik bukan saja perdagangan secara professional namun memiliki kreteria-kreteria yang disukai oleh Khadijah pada diri Nabi Muhammad. Kreteria-kreteria tersebut adalah memiliki sifat yang dipercaya, baik dan tulus.

3. Umur 25 – 49 tahun menjadi *business owner* dan aliansi dengan investor

Dalam perjalanan menuju umur 25 tahun Nabi Muhammd ditawai menikah oleh Nufasayah pembantu Siti Khodijah “bagaimana jika anda diberi saran itu? Dan bagaimana jika ada seorang wanita yang menggabungkan kecantikannya dan kekayaannya, berdarah bangsawan dengan harta yang melimpah?” “siapakah dia?” Tanya Nabi Muhammad. “Siti Khadijah!” Jawabnya Nabi Muhamamd pun menjawab “saya mau”, meskipun harus menunggu sampai memperoleh mahar yang diperlukan.

Pasca pernikahan Nabi Muhammad tetap menjalankan aktivitas dagangnya seperti biasanya, namun bertindak sebagai manajer sekaligus mitra usaha istrinya. Berkat ketekunan dan keuletan dalam mengelola perdagangan Nabi Muhammad memiliki stasus sebagai *business owner*.

Ketika menginjak usia 30 tahun beliau menjadi investor dan mulai memiliki banyak waktu untuk memikirkan kondisi masyarakat. Perjalanan Nabi Muhammad pasca pernikahan dicatat dalam sejarah

perjalan pertama adalah ke Yaman, kedua adalah ke Najd dan ketiga adalah ke Najran.

## **E. STRATEGI BISNIS NABI MUHAMMAD MENJADI SUKSES**

Nabi Muhammad memiliki strategis bisnis yang sangat baik, strategi bisnis ini telah dibangun sejak dirinya masih kecil yakni usia 8 tahun pada saat menjadi pengembala kambing. Strategi bisnis ini tidak lepas dari sifat Nabi Muhammad yakni jujur, amanah, cerdas, trampil, komunikasi serta pelayanan yang baik. Hal tersebutlah sebagai dasar untuk membangun kemitraann serta keselarasan dalam bekerja dan beribadah yang menjadikan faktor penting dalam menggapai kesuksesan sebagai seorang pedangang/pembisnis. Menurut (Aqil Barqi Yahya, 2020:95-96) sifat-sifat yang sangat penting dalam pebisnis untuk mendukung keberhasilan adalah:

1. Siddiq berarti jujur atau benar, dalam menjalankan bisnisnya, Nabi Muhammad selalu menunjukkan kejujuran dan meyakini betul bahwa membohongi para pelanggan sama dengan mengkhianati mereka. Mereka akan kecewa bahwa tertipu. Akibatnya, mereka tidak akan bertransaksi bisnis lagi. Akibatnya, lambat laut bisnis pun akan hancur. Dalam manajemen pemasaran modern, karakter sidiq sangat menentukan terciptanya layanan informasi secara benar. Bahkan, karakter sidiq merupakan dasar yang harus menyertai aktivitas bisnis. Dengan jiwa sidiq, hak atau kepentingan pelanggan tetap terpenuhi.
2. Amanah berarti dapat dipercaya. Dalam konteks ini, amanah adalah tidak mengurangi atau menambah sesuatu dari yang seharusnya atau dari yang telah disepakati. Itu bisa terjadi antara penjual dan pembeli, penyewa dan yang menyewakan dan sebagainya. Setiap seorang yang diberi amanah harus benar-benar menjaga dan memegang amanah tersebut. Seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya, seperti yang telah dicontohkan Nabi Muhammad dalam memegang amanah. Saat menjadi pedagang, Nabi Muhammad selalu memberikan hak pembeli dan orang-orang yang mempercayakan modalnya kepadanya. Dalam dunia marketing, nilai-nilai amanah sama penting kedudukannya dengan nilai-nilai sidqiq. Bagi perusahaan, pebisnis, dan pekerja, sifat amanah akan membawa keuntungan besar. Sebab, ketika mitra bisnis atau para pembeli memutuskan untuk membelanjakan uangnya, mereka menganggap

pedagang itu dapat dipercaya (amanah). Bersikap amanah mutlak diterapkan dalam setiap transaksi bisnis atau muamalah. Selain itu, sehebat apa pun strategi bauran pemasaran (marketing mix) yang bertumpu pada 4P (*product, price, place, dan promotion*) atau 4C (*commodity, customer, competition dan change*) ditempuh, misalnya tidak akan membuahkan sukses tanpa disertai adanya nilai-nilai amanah.

3. Faṭānah berarti cakap atau cerdas. Pebisnis yang cerdas mampu memahami peran dan tanggungjawab bisnisnya dengan baik. Dia pun mampu menunjukkan kreatifitas dan inovasi guna mendukung dan mempercepat keberhasilan. Seiring itu, pebisnis yang cerdas mampu memberikan sentuhan nilai yang efektif dan efisien dalam melakukan kegiatan pemasaran. Di dunia bisnis yang penuh persaingan seperti saat ini, kecerdasan dalam berbisnis (kreatifitas dan inovasi) sangatlah vital. Jika tidak, sukses dan keberlangsungan hidup suatu usaha akan terancam.
4. Tabligh, secara Bahasa, tabligh bisa dimaknai dengan menyampaikan. Dalam konteks bisnis, pemahaman tabligh bisa mencakup argumentasi dan komunikasi. Penjual hendaknya mampu mengomunikasikan produknya dengan strategi yang tepat. Dengan sifat tabligh, seorang pebisnis diharapkan mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran (*transparency and fairness*). Dengan itu, pelanggan dapat dengan mudah memahami pesan bisnis yang disampaikan. Nabi Muhammad telah menunjukkan dirinya sebagai pedagang yang argumentatif dan komunikatif. Sehingga banyak mitra bisnis dan pelanggan merasa senang berbisnis dengannya. Lebih dari itu, Nabi Muhammad mampu memberi pemahaman kepada mereka perihal bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Janaidi. 2019. *Ilmu Fiqih Pemasaran Sisi Lain Nabi Muhammad SAW sebagai Pemasar*, Cetakan I, Elsa Press, Semarang
- Adzkiya', Ubbadul. 2021. *Etika Bisnis Nabi Muhammad (sejarah, dan praktik)* Cetakan Pertama, CV. Lawwana, Semarang
- Haidir, Abdullah 2005. *Sejarah Hidup dan Perjuangan Rasulullah*, disarikan dari kitab *Ar-Rahiqu-Makhtum* , Syekh Shafiyur-Rahman Mubarakfury, cetakan pertama, Penerbit Kantor Dakwah dan Bimbingan Bagi Pendetang Al-Sulay, Riyadh, KSA
- Saifullah, Muhammad. Mei 2011. *Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*, Jurnal Walisongo, Volume 19, Nomor 1
- Syarbini, Amirulloh & Hardi J. 2011. *Muhammad Sebagai Bisnisan Ulung*, Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Kompas Gramedia Jakarta
- Yahya, Aqil Barqi. 2020. *Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhammad SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha*, Jurnal Masharif Al-syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, Volume 5, No. 1

## PROFIL PENULIS



**Jubaidi, S.E., M.E.** adalah lahir di Jepara 7 Agustus 1979. Mendapatkan gelas Sarjana Ekonomi pada tahun 2003 dari STIE Muhammadiyah Samarinda. Pada tahun 2019 mendapatkan gelar pasca sarjana ekonomi syari'ah dari IAIN Samarinda. Saat ini menjabat sebagai kepala BAA Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur sejak tahun 2017 hingga sekarang. Ikut berpartisipasi dalam proses pengajaran pada program studi S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur dengan mengampuh mata kuliah Pengantar Bisnis, Etika Bisnis Islam, serta Islam dan Ipteks. Karya yang pernah dihasilkan adalah *book chapter* dengan judul **Pengantar Bisnis** tahun 2020 pada BAB 13.





# **BAB 2**

# **BISNIS SYARIAH**

# **SEBAGAI PEKERJAAN**

# **YANG MULIA**

**Nurdiana, S.P., M.Si.**  
**Universitas Negeri Makassar**



## A. PENDAHULUAN

Sistem ekonomi Islam merupakan turunan dari *rules of behavior* (aturan dalam berperilaku) yang dibentuk dengan paradigma *creator-centered* atau pusat pencipta yang merupakan manifestasi dari perintah Allah SWT kepada manusia melalui wahyu yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang kemudian diperjelas lagi dengan hadist Nabi. Di dalam perkembangan selanjutnya, para ulama yang datang kemudian secara terus menerus berusaha menggali makna dari perintah Allah SWT dalam Alquran dan hadist Nabi tersebut untuk merespons perkembangan zaman dan situasi masyarakat muslim di seluruh dunia yang kemudian melahirkan ijmak dan qiyas. Oleh karena itu, sistem ekonomi Islam dapat didefinisikan sebagai seperangkat aturan, nilai, dan standar perilaku yang mengatur kehidupan ekonomi dan membangun hubungan produksi dalam suatu masyarakat Islam (Ibrahim et al., 2021).

Menurut (Abdullah, 2014), kegiatan bisnis merupakan bagian dari kehidupan ummat, karena manusia yang hidup bermasyarakat ini saling ketergantungan, saling memerlukan antara yang satu dengan yang lain. Tidak ada manusia yang sanggup menyiapkan semua keperluan hidupnya. Kekurangan kemampuan seseorang menyediakan sesuatu keperluan hidupnya dapat ditutupi oleh orang lain yang bisa menyediakan melalui aktivitas perdagangan (bisnis). Dengan demikian kegiatan berbisnis itu sudah merupakan peradaban manusia yang sama tuanya dengan keberadaan manusia dimuka bumi ini. Dalam kenyataannya juga berbisnis menjadi lapangan mata pencaharian yang banyak dipilih oleh warga masyarakat.

Kenyataan ini berkorelasi positif dengan hadist Nabi Muhammad SAW yang berbunyi “*Sembilan dari sepuluh pintu rezeki itu terdapat dalam usaha berdagang dan sepersepuluhnya dalam usaha berternak*“ (H.R. Ibnu Manshuur). Selain itu dalam hadist lain juga dikatakan bahwa “*Pedagang (pebisnis) yang jujur dan amanah akan tinggal bersama para Nabi, shiddiqin dan para syuhada di hari kiamat*“ (H.R. Turmuji dan Ibnu Majah). Dari dua hadis ini kita dapat memahami begitu luasnya kesempatan bagi seorang pebisnis untuk berbuat kebajikan dengan ganjaran yang luar biasa. Apa lagi bila bisnisnya terus berkembang menjadi besar, maka akan semakin banyak orang yang terserap menjadi karyawan (Abdullah, 2014).

## **B. DEFENISI DAN KONSEP BISNIS SYARIAH**

Bisnis adalah suatu aktivitas yang dilakukan dalam rangka memproduksi dan mendistribusi barang dan jasa, baik secara individu maupun secara kolektif. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat konsumen dan profit bagi pengelola, baik secara individu maupun secara lembaga (Rahim & Rusydi, 2016). Agama Islam mengenal kata syariah atau hukum Islam atau *Islamic Laws* yang mengatur tentang ibadah dan muamalah. Syariah memiliki landasan yang kuat dalam bentuk kebijaksanaan dan kebahagiaan manusia untuk kehidupan didunia dan di akhirat. Menurut bahasa, syariah artinya adalah jalan yang lurus atau jalan yang menuju mata air yang mengalir yang ingin diminum. Syaikh Al-Qardhawi mendefinisikan kata syariah memiliki pengertian yang cukup luas dan komprehensif. Didalamnya mengandung pengertian aspek ibadah, muamalah, ekonomi, dan keluarga (Ariyadi, 2018).

Bisnis syariah adalah *“serangkaian aktivitas jual beli dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya baik barang atau jasa, tetapi dibatasi cara memperoleh dan menggunakannya”*. Artinya, dalam mendapatkan harta dan menggunakannya tidak boleh dengan cara-cara yang diharamkan Allah (Asmuni & Mujiatun, 2013). Sedangkan menurut (Ariyadi, 2018), menjelaskan bahwa bisnis berbasis syariah adalah kegiatan bisnis yang dilakukan oleh seseorang dengan berlandaskan syariat agama Islam, dimana setiap cara memperoleh dan menggunakan harta yang mereka dapatkan harus sesuai dengan aturan agama Islam (halal dan haram). Dalam bisnis syariah seseorang harus selalu mengingat dan menyerahkan semua hasil usaha yang telah dilakukan kepada Allah SWT, dengan berserah diri kepada Allah dan menganggap kerja sebagai ibadah seseorang akan selalu ikhlas dalam bekerja inilah yang dimaksud dengan tauhid uluhiyah.

## **C. PARADIGMA DALAM BISNIS SYARIAH**

Paradigma dalam bisnis syariah terdiri atas 6 paradigma, untuk lebih jelasnya akan jabarkan seperti pada berikut ini (Abdullah, 2014).

### **1. Niat yang Lurus**

Niat yang lurus adalah pondasi utama dari amal perbuatan seseorang. Lurus disini maksudnya hanya mengharap ridha Allah. Dalam hal berbisnis misalnya niat yang lurus itu semata-mata untuk mendapat ridha Allah, sehingga bisa hidup dalam batas yang wajar, dapat menjadi warga

negara yang baik, yang selalu menunaikan kewajiban membayar pajak untuk negara, dapat menghidupi keluarga yang menjadi tanggungan, dan dapat melaksanakan kewajiban agama seperti membayar zakat bila cukup nasabnya, berinfaq dan bersedekah untuk kemaslahatan umat.

Dengan demikian jika niat berbisnis itu benar-benar lurus, semata-mata mengharap “mardhatillah”, maka segala amal usahanya juga akan baik. Sebaliknya jika niatnya tidak lurus, ada keinginan yang tersembunyi yang bertentangan dengan kewajiban terhadap negara dan agama, maka amal perbuatannya (berbisnis dalam hal ini) bisa tidak menguntungkan (membawa mudarat) bagi yang bersangkutan.

## 2. Landasan Moral

Dalam perspektif syariah seorang pemimpin dalam menjalankan kepemimpinannya mempunyai landasan moral yang harus ia pegang teguh agar ia bisa lurus dalam menjalankan tugas-tugas kepemimpinan yang menjadi tanggung jawabnya. Landasan moral yang dimaksud adalah:

- a. Kesadaran bahwa dirinya dipantau Allah
- b. Komitmen pada kejujuran
- c. Komitmen pada amanah
- d. Cerdas
- e. Komunikatif

## 3. Budaya Manajemen Bisnis Syariah

Sebagai konsekuensi logis dari pentingnya manajemen bisnis bagi para pebisnis dalam melakukan kegiatan bisnis, maka perlu dibangun budaya manajemen bisnis syariah, agar pebisnis betul-betul menjadi pebisnis yang berbudaya dalam melaksanakan bisnisnya. Budaya manajemen bisnis syariah dimaksud adalah:

- a. Mengutamakan akhlak.
- b. Mengutamakan pembelajaran.
- c. Mengutamakan Pelayanan
- d. Mengutamakan silaturahmi-kemitraan (*networking*)
- e. Internalisasi agama dalam kehidupan sehari-hari

## 4. Perilaku Pebisnis Syariah

Yang dimaksud dengan perilaku disini adalah perilaku orang-orang yang menjalankan kegiatan manajemen bisnis syariah yang terkait

dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan. Apabila setiap orang yang menjalankan bisnisnya yang didasari manajemen bisnis syariah sudah meyakini dan menyadari tanggung jawab dan konsekwensi logisnya dikemudian hari (dimana ada pertanggung jawaban dihadapan Yang Maha Kuasa), maka insya Allah perilakunya akan terkendali, dan tidak akan terjadi KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme) yang akan berdampak buruk pada kehidupan bisnisnya.

5. Menjaga Aturan Syariah

Islam memberikan keleluasaan kepada kita untuk untuk menjalankan kegiatan ekonomi (bisnis) apapun sepanjang tidak termasuk yang dilarang oleh syariah. Bisnis sebagai pekerjaan yang ditekuni seseorang muslim apabila dilakukan dalam koridor syariah dan dengan sungguh-sungguh karena mengharap ridha Allah, maka bisnis itu akan bernilai ibadah. Ibadah itu apabila dilaksanakan dengan baik dan lurus akan mendatangkan kebaikan (pahala), dan apabila dilaksanakan tidak sesuai dengan ketentuan syariah, maka akan dipertanggung jawabkan di hari kemudian di hadapan Allah.

6. Berinteraksi dengan Akhlak

Akhlak menempati posisi puncak dalam rancang bangun ekonomi Islam, karena inilah yang menjadi tujuan Islam dan dakwah para nabi. Beberapa akhlak yang harus dimiliki seorang pebisnis syariah diantaranya adalah: jujur, amanah, toleran, dan menepati janji.

#### **D. TUJUAN BISNIS SYARIAH**

Tujuan bisnis syariah terdiri atas beberapa, sebagaimana yang dijabarkan oleh (Asmuni & Mujiatun, 2013) yang diantaranya meliputi:

1. Memperoleh keuntungan material dan non material

Dalam menjalankan bisnis sudah pasti seseorang menginginkan keuntungan atau profit. Hal itu adalah rasional serta manusiawi. Namun demikian, keuntungan material tersebut harus dapat melahirkan keuntungan non profit secara umum maupun khusus. Misalnya, dapat menciptakan suasana yang kondusif, persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya. Keuntungan material yang tidak disertai dengan keuntungan non material hanya akan melahirkan disharmonisasi dalam kehidupan bermasyarakat. Akhirnya, akan muncullah egoisme dan sifak

individualistik yang tidak dibenarkan oleh Islam. Cukup banyak ketentuan baik dalam al-Qur'an maupun hadis yang menganjur untuk hidup saling mengasahi atau membantu.

Kesimpulannya, dalam kegiatan bisnis apapun bentuknya tetap dituntut untuk mewujudkan ukhuwah islamiyah, bukan justru bersifat individualistik egoistik. Ada lagi aspek lain yang harus diterapkan dalam aktivitas bisnis yaitu qimah khuluqiyah. Pengertiannya, setiap aktivitas bisnis haruslah dapat melahirkan nilai-nilai akhlak karimah, bukan semata-mata terjadi hubungan fungsional atau profesional. Ini, merupakan suatu keharusan dalam setiap aktivitas bisnis dalam perspektif syariah. Harapannya, tentu dapat terciptanya hubungan ukhuwah islamiyah yang baik dan santun. Aspek lain yang tidak kalah pentingnya, adalah qimah ruhiyah yaitu setiap aktivitas bisnis harus dapat menumbuhkan jiwa yang dekat kepada Allah, bukan malah merasa jauh kepada Allah.

## 2. Mendorong terjadinya pertumbuhan ekonomi

Keuntungan atau profit material yang diperoleh dalam menjalankan aktivitas bisnis diharapkan dapat mewujudkan pertumbuhan ekonomi. Dengan adanya pertumbuhan bisnis yang dijalankan akan menjadi majudan besar. Hal ini tentunya akan dapat menjaga eksistensi bisnis atau perusahaan yang menjalankannya. Jangka waktu keberlangsungan bisnis tentunya diharapkan bukan hanya satu dua tahun, akan tetapi untuk selamanya. Atas dasar ini, diharapkan dapat mewujudkan eksistensi kehidupan yang harmonis di tengah-tengah masyarakat, sekaligus juga mempertahankan syariat agama Allah di muka bumi.

## 3. Menjaga keberlangsungan bisnis

Setiap manusia dalam hidup ini sudah pasti ingin hidup lebih lama. Dalam bait-bait lagu bahkan dinyatakan aku ingin hidup seratus tahun lagi. Keberlangsungan bisnis juga tidak jauh dari harapan kehidupan umat manusia. Keberlangsungan tersebut akan menjadi hal yang tidak mungkin dicapai jika keuntungan dalam berbisnis tidak dapat diperoleh. Atas dasar ini, bisnis Syariah memberikan hak untuk mengambil keuntungan material dan keuntungan non material seperti telah diuraikan di atas. Batas dalam mengambil keuntungan material sesungguhnya tidak pernah dibatasi oleh al-qur'an dan hadis. Namun demikian, karena Allah dan

Rasulullah selalu menganjurkan untuk mewujudkan kehidupan yang harmonis, santun, penuh dengan rasa kasih sayang, maka tetap dianjurkan tidak mengambil keuntungan yang cukup besar. Biasanya kalau ada pedagang mengambil keuntungan terlalu besar, para pelanggan akan mencari tempat pembelian yang harganya relatif murah. Jika hal ini terjadi, tentunya keberlangsungan kegiatan bisnis tidak dapat dipertahankan dengan baik. Mengambil keuntungan material dalam aktivitas bisnis adalah sesuatu yang manusiawi, tetapi tetap tidak boleh dilakukan jika mengabaikan nilai-nilai sosial yang islamik.

#### 4. Memperoleh berkah dari Allah

Dalam hidup ini, manusia senantiasa mengharapkan keberkahan. Berkah adalah bertambahnya kebajikan dan ketenangan dalam diri seseorang yang tidak dapat dihitung secara matematik. Bisnis Syariah dijalankan sebenarnya untuk mencapai tujuan yang sangat esensial yaitu berkah. Tentang masalah berkah ini secara implisit dinyatakan oleh Rasulullah dalam sabdanya yang artinya *“sedekah itu tidak mengurangi harta, dan Allah tidak akan menambah seorang hamba yang memberimaaf kepada saudaranya kecuali kemuliaan, dan tidak akan memperoleh seorang hamba Allah yang bersifat tawaduk atau rendah diri kecuali Allah akan mengangkat martabatnya”*.

Dalam hal ini Rasulullah menyatakan, sedekah itu tidak akan mengurangi harta. Jumlah nominal uang yang disedekahkan sudah pasti berkurang dan yang tidak berkurang adalah berkahnya. Sesuatu manfaat atau kemaslahatan yang diberikan oleh Allah akan menambah kebajikan dan ketenangan dalam diri. Dengan mendapat berkah, Allah akan memberikan balasan dari jalan lain. Mungkin juga Allah akan memberikan maslahat yang besar. Contohnya, keluarga orang yang bersedekah tadi dalam keadaan sehat dan selamat dari mara bahaya, dan ini merupakan berkah. Sementara orang yang tidak mau bersedekah, uangnya tetap utuh tidak berkurang tetapi keluarganya ditimpa oleh penyakit yang berat dan cobaan yang bertubi-tubi. Dengan demikian, harta kekayaannya habis secara perlahan-lahan untuk biaya perobatan. Diyakini, keuntungan yang diperoleh melalui berbisnis menurut aturan Syariah, akan dapat mendatangkan berkah seperti yang disinggung dalam hadis tersebut.

## 5. Mendapat ridho Allah

Setiap individu muslim, sudah pasti hidupnya ingin mendapatkan rida Allah. Untuk mendapatkannya seseorang mau melakukan cara yang berat dan susah sekalipun. Misalnya, dengan cara mengerjakan ibadah puasa ramadan selama satu bulan penuh, ditambah dengan puasa sunat Syawal. Di malam harinya orang mengerjakan ibadah salat malam, mengeluarkan infaq, sedekah, membaca kitab suci al-Qur'an secara rutin dan sebagainya. Di luar ramadan, seseorang ada yang mencari ridho Allah dengan cara salat tahajud di malam hari, melaksanakan salat rawatib, salat duha di pagi hari, puasa senin dan kamis setiap minggu dan lain-lain. Umat Islam, mempunyai keyakinan bahwa jika hidupnya mendapat rida Allah akan pasti tenang, tenteram, harmonis dan selamat dunia dan akhirat. Dalam hal menjalankan bisnis Syariah, dengan konsep ada yang halal dan haram serta tidak melakukan kezaliman, harapannya ingin mendapatkan rida Allah. Dengan rida Allah diharapkan kegiatan bisnisnya bisa maju, menghasilkan keuntungan yang banyak dan dapat dipergunakan untuk kemaslahatan umat serta mendapatkan ketenangan batin.

## 6. Mendapatkan ketenangan lahir dan batin

Hidup tenang lahir dan batin merupakan dambaan setiap manusia. Dalam realitanya memang tidak semua orang mendapatkannya. Faktor penghalangnya tentunya banyak. Kadang-kadang seseorang salah cara mencarinya. Misalnya, dengan mengkonsumsi obat-obat penenangan, dan bahkan obat-obat yang terlarang seperti morpin, ekstasi, mengisap ganja dan lain-lain. Syariat Islam, telah banyak membuat ketentuan agar dipatuhi dan dilaksanakan untuk memperoleh ketenangan dalam hidup. Dalam hidup ini, kalau seseorang mematuhi peraturan, niscaya dia akan selamat dan akan mendapatkan ketenangan dimaksud. Diketahui bahwa di jalan raya di seluruh dunia pasti ada aturan lalu lintas dan di antaranya ada lampu merah. Orang-orang yang mengikuti aturan yang telah dibuat oleh polisi lalu lintas, niscaya dia akan selamat dalam perjalanan dan keadaannya menjadi tenang. Orang-orang yang melanggar aturan lalu lintas, akan merasa tidak tenang dan bahkan mungkin akan terjadi tabrakan maut. Dengan demikian, melanggar aturan yang dibuat oleh manusia saja, akan dapat mendapatkan bahaya dan kegelisahan.



Melanggar larangan-larangan Allah pasti akan mendatangkan malapetaka dan kegelisahan dalam hidup.

#### **E. BISNIS SYARIAH SEBAGAI PEKERJAAN YANG MULIA**


Pekerjaan yang paling mulia adalah menjadi salah satu kenyataan bahwa hidup manusia di kolong langit ini terdiri dari pada badan jasmani yang tampak nyata dan badan rohani yang bersifat maknawi yang tidak tampak nyata, karena tidak tampak secara nyata itu sering unsur rohani dilupakan orang. Kehidupan manusia adalah perpaduan antara kedua komponen itu, yaitu jasmaniah dan rohaniah, yang kedua-duanya membutuhkan dan memerlukan pembinaan peningkatan dan pengarahan bagi pembangunan untuk mencapai kehidupan dunia yang hasanah dan kehidupan akhirat yang hasanah (Miskahuddin, 2021). Bumi dan segala isinya yang beraneka ragam diciptakan Allah S.W.T. untuk kepentingan manusia. Dari seluruh ciptaan Allah S.W.T. tersebut, manusia diperintahkan untuk hanya memakan makanan yang halal lagi baik (halalan thayyiban). Tidak terbatas dalam mengkonsumsinya saja, tetapi juga dalam proses mencarinya harus dengan cara-cara yang diperbolehkan oleh syariat. Hal ini dilakukan untuk mendatangkan kemaslahatan dan bukan menimbulkan kerusakan (Mughtar, 2018).

Menurut (Ichsan, 2015), menjelaskan bahwa pembahasan perkerjaan menurut Islam di dasarkan pada perilaku individu individu yang secara nyata terjadi di setiap unit ekonomi. Karena tidak adanya batas syariah yang digunakan, maka perilaku dari setiap inividu dalam unit ekonomi tersebut akan bertindak dan berperilaku sesuai dengan norma dan persepsi masing masing. Oleh karena itu, memasukan tatanan norma tertentu dalam pembahasan perilaku halal dan haram dalam memenuhi kebutuhan ekonomi tidak relevan menurut pandangan sebagian dari pelaku bisnis dan yang sepaham dengan mereka. Achmad dalam (Mughtar, 2018), menjelaskan bahwa manusia harus bekerja bukan hanya untuk meraih sukses di dunia ini namun juga untuk kesuksesan di akhirat. Semua kerja seseorang akan mengalami efek yang demikian besar pada diri seseorang, baik efek positif dan konstruktif maupun efek negatif dan destruktif. Dia harusbertanggung jawab dan harus memikul semua konsekuensi aksi dan transaksinya selama di

dunia ini pada saatnya nanti di akhirat yang kemudian dikenal dengan yaumul hisab sebagaimana hari itu juga disebut sebagai yaum al-Diin.

Kemudian (Norvadewi, 2015) menambahkan bahwa bisnis dengan segala macamnya terjadi dalam kehidupan manusia setiap hari secara luas. Banyaknya pelaku bisnis dan beragamnya motif dan orientasi bisnis serta semakin kompleksnya permasalahan bisnis, terkadang membuat pelaku bisnis terjebak untuk melakukan segala cara untuk mencapai tujuannya, apalagi jika tujuannya hanya untuk mencari laba dan keuntungan semata. Maka sering terjadi perbuatan negatif, yang akhirnya menjadi kebiasaan dalam perilaku bisnis. Jika demikian, maka tidak jarang bisnis diidentikkan dengan perbuatan yang kotor, karena terdapat perilaku bohong, khianat, ingkar janji, tipu menipu dan lain sebagainya. Perilaku semacam ini bukanlah perilaku pelaku bisnis yang baik dan utama sebagaimana diajarkan dalam Islam. Kegiatan bisnis dalam Islam, tidak boleh dilaksanakan tanpa aturan. Islam memberikan rambu-rambu pedoman dalam melakukan kegiatan usaha, mengingatkan pentingnya masalah ini juga mengingatkan banyaknya manusia yang tergelincir dalam perkara bisnis ini. Karena itulah seorang Muslim yang akan menjadi pelaku bisnis harus memahami hukum-hukum dan aturan Islam yang mengatur tentang yang halal dari yang haram, atau bahkan yang bersifat samar-samar atau syubhat.

Agama Islam yang berdasarkan al-Quran dan al-Hadits sebagai tuntunan dan pegangan bagi kaum muslimin mempunyai fungsi tidak hanya mengatur segi ibadah saja melainkan juga mengatur masalah umat dalam hal yang berkenaan dengan kerja atau ekonomi. Seperti contohnya sabda Rasulullah SAW yang berbunyi: bekerjalah untuk duniamu seakan-akan kamu hidup selamanya, dan beribadahlah untuk akhiratmu seakan-akan kamu mati besok, tangan di atas lebih baik daripada tangan di bawah, memikul kayu lebih mulia daripada mengemis, mukmin yang kuat lebih baik daripada mukmlim yang lemah, Allah SWT menyukai mukmin yang kuat bekerja. Akan tetapi di dalam kenyataannya kebanyakan kita muslimin bersikap dan bertingkah laku justru berlawanan dengan ungkapan-ungkapan hadits di atas tadi. Di zaman modern ini, kita jarang menemukan bagaimana perilaku seorang pekerja itu dikaji secara etika, baik dalam memasukan unsur pelanggaran pekerjaan yang haram dan kewajiban untuk mencari perkerjaan yang halal dalam setiap pengambilan keputusan seseorang dalam mencari pekerjaan atau bisnisnya. Karena



pelarangan berkerja yang dilarang dan kewajiban berkerja dengan pilihan yang halal keduanya adalah sebuah bentuk tatanan atau ketentuan dari Allah SWT yang tidak semua orang mau menurutinya (Ichsan, 2015).

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. M. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah* (Edisi Pertama). Penerbit Aswaja Pressindo.
- Ariyadi. (2018). Bisnis Dalam Islam. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 5(1), 13–26.
- Asmuni, & Mujiatun, S. (2013). *Bisnis Syariah: Suatu Alternatif Pengembangan Bisnis Yang Humanistik Dan Berkeadilan* (Edisi revisi kedua). Penerbit Perdana Publishing.
- Ibrahim, A., Amelia, E., Akbar, N., Kholis, N., Utami, S. A., & Nofrianto. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam* (Edisi Pertama). Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia.
- Ichsan, N. (2015). Kerja, Bisnis Dan Sukses Menurut Islam. *The Journal of Tauhidinomics*, 1(2), 167–182.
- Miskahuddin. (2021). Pekerjaan Mulia dalam Perspektif Al- Qur 'an. *Jurnal Ilmiah Al Mu'ashirah*, 18(2), 44–58.
- Muchtar, E. H. (2018). Konsep Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah [2] Ayat 169-169 (Kajian Tematis Mencari Rezeki Halal). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 156–170.
- Norvadewi. (2015). Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 33–46.

## PROFIL PENULIS



**Nurdiana, S.P., M.Si.**, Lahir di Kabupaten Bone, 24 Maret 1982. SD hingga SMA beliau selesaikan di kota kelahirannya yaitu Kabupaten Bone. Beliau lulus S1 di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Kehutanan, Universitas Hasanuddin Tahun 2006, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Agribisnis Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin dan lulus pada Tahun 2011. Sekarang ini penulis merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar. Selain itu, juga menjadi Dosen Luar Biasa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Indonesia (STIE PI). Sebagai peneliti, telah menghasilkan beberapa artikel penelitian, yang terbit pada jurnal dan prosiding, baik yang berskala nasional maupun internasional. Sebagai dosen, telah menghasilkan beberapa buku, baik yang berupa buku ajar maupun buku referensi. Selain itu telah memiliki hak kekayaan intelektual berupa hak cipta. Penulis aktif berorganisasi sehingga saat ini juga merupakan anggota dari beberapa organisasi profesi dan keilmuan.

Email Penulis: [diana@unm.ac.id](mailto:diana@unm.ac.id)



# **BAB 3**

# **ETIKA DALAM BISNIS**

# **SYARIAH**

**Purwanti, SE.,ME**  
**Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda**



## A. PENGERTIAN ETIKA

Menurut Sony Keraf (1998) dalam hal ini agar dapat memahami pengertian etika maka perlu dibandingkan dengan moralitas. Etika dan moralitas sering dianggap memiliki pengertian yang sama. Namun sesungguhnya antara etika dan moralitas memiliki pengertian yang berbeda, dan etika bisa mempunyai makna yang sama sekali berbeda dengan moralitas.

(Muhammad Djakfar 2012) Adapun istilah etika apabila ditinjau secara teoritis dapat dibedakan kedalam dua pengertian, sekalipun pada saat praktik penggunaan kata tersebut tidak mudah untuk dibedakan. Pertama, kata etika berasal dari Yunani yaitu ethos yang dalam bentuk jamaknya (ta etha) yang berarti adat istiadat atau kebiasaan. Dari pengertian pertama tersebut, etika berkaitan dengan suatu kebiasaan hidup yang baik, baik terdapat pada diri seseorang maupun pada suatu kelompok atau masyarakat. Kebiasaan ini lalu terapkan kedalam perilaku sehari-hari yang membentuk pola, dan terus berulang sehingga menjadi suatu kebiasaan.

Di dalam pengertian yang pertama ini, secara harfiah antara etika dan moralitas sama-sama memiliki arti suatu sistem nilai tentang bagaimana seorang manusia harus menjalani hidupnya dengan baik sebagai manusia yang telah terintegrasi kedalam suatu adat kebiasaan yang kemudian terwujud kedalam suatu pola perilaku yang terulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya suatu kebiasaan. Dari pemaparan pengertian etika tersebut suatu etika sebagaimana moralitas mempunyai esensi nilai dan norma-norma yang konkrit yang dijadikan sebagai pedoman dan landasan hidup bagi seorang manusia dalam perjalanan hidupnya.

Kedua, kata etika juga dipahami dalam pengertian yang sekaligus berbeda dengan moralitas. Dalam hal ini etika mempunyai pengertian yang jauh lebih luas dan mendalam dari moralitas. Di dalam pengertian kedua ini, etika merupakan sebuah filsafat moral, atau bisa dipahami sebagai ilmu yang membahas dan mengkaji nilai dan norma yang diberikan oleh moralitas. Etika sebagai filsafat moral tidak langsung memberikan perintah konkret sebagai pegangan hidup. Sebagai sebuah cabang filsafat, etika sangat ditekankan kepada suatu pendekatan kritis dalam melihat nilai dan norma moral dengan segala permasalahan yang ada ditengah masyarakat.

Dengan adanya dua pengertian antara etika dan moralitas diatas maka ada kesamaan antara etika dan moral. Namun, ada pula perbedaan yang terletak

pada etika lebih bersifat aplikatif sebagaimana praktik moral pada kehidupan sehari-hari. Disisi lain, etika lebih banyak bersifat teoritis. Selain itu, etika merupakan tingkah laku manusia yang bersifat umum, sedangkan moral bersifat khusus. Pada prinsipnya, pelanggaran etika dan moral yang dilakukan oleh seseorang dapat dikembalikan kepada kata hatinya masing-masing. Apabila di dalam hatinya tersirat suatu niat perbuatan yang kurang baik, atau bahkan tidak baik, jika seseorang tersebut melakukan perbuatan tersebut maka seseorang tersebut sesungguhnya telah melanggar etika dan moral. (Muhammad Djakfar, 2012:16) Di dalam Islam tentunya dikaitkan dengan akhlak, perilaku kata hati inilah yang amat ditekankan sebagai indikasi bahwa seseorang benar-benar mempunyai akhlak sesuai dengan syariat Islam. Semua hal tersebut juga berlaku di dalam dunia bisnis, apabila berbisnis dan ingin mendapat ridho dari Allah SWT maka harus menerapkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Sehingga hasil yang diperoleh akan menjadi berkah baik didunia maupun di akhirat.

## **B. DASAR-DASAR ETIKA**

Etika menjadi salah satu bagian pembahasan yang paling penting dalam bidang aksiologi. Dalam hal ini etika dikaitkan dengan suatu nilai dikarenakan etika membahas dan mempersoalkan tentang suatu nilai. Sebelum hal tersebut dibahas lebih jauh, perlu terlebih dahulu mengetahui tentang pengertian dari aksiologi.

Aksiologi menurut Louis Kattsoft merupakan ilmu pengetahuan yang menyelidiki hakikat pada suatu nilai. Dilihat dari sudut pandang kefilsafatan atau analisis tentang suatu nilai untuk menentukan makna, karakteristik, asal usul, jenis, kriteria, dan status epistemologinya. Dari hal tersebut maka suatu etika memiliki hubungan yang sangat erat dengan nilai. Dari nilai tersebut akan dianalisis untuk menentukan beberapa hal yang nantinya digunakan untuk memaknai maksud dari etika tersebut.

Menurut Lukman Fauroni ( 2006 : 39-40) untuk memahami hakikat dari nilai maka terdapat tiga pendekatan, yaitu: pertama, nilai sepenuhnya bersifat subjektif. Kedua, nilai merupakan kenyataan-kenyataan yang dapat ditinjau dari segi ontologi namun tidak terdapat dalam ruang dan waktu, dengan demikian nilai merupakan suatu esensi logis yang dapat dketahui oleh akal. Ketiga, nilai merupakan unsur objektif yang menyusun kenyataan.



### C. ETIKA BISNIS PERSPEKTIF ISLAM

Menurut Issa Rafiq Beekun, etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan suatu hal yang baik dan buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena memiliki peran menentukan apa yang seharusnya dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang manusia. Dalam Islam, istilah yang paling berdekatan dan berhubungan dengan istilah etika di dalam Al-Quran adalah khuluq.<sup>8</sup> Etika merupakan cabang filsafat yang mempelajari hal yang berkaitan dengan baik buruknya perilaku dari seorang manusia. Kaitannya dengan studi etis dibidang ekonomi dan bisnis maka telah mashur dengan pembahasan etika bisnis. Etika bisnis kemudian dapat didefinisikan sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berlandaskan kepada prinsip moralitas. Hafiz Juliansyah (2011), dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus memiliki suatu komitmen dalam aktivitas transaksi, perilaku, dan berelasi agar bisnis sesuai dengan koridor yang baik.

Agama Islam mengajarkan kepada umatnya untuk tetap menjunjung tinggi nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah di dalam segala aktivitas kehidupan. Oleh karena itu, apabila etika dikaitkan dengan masalah bisnis, maka dapat digambarkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma etika yang berbasiskan Al-Qur`an dan Hadits yang harus dijadikan sebagai pedoman hidup oleh para pebisnis. Etika bisnis Islam ditekankan kepada kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaan terhadap kekuasaan Allah SWT.

Namun, kata bebas bukan berarti sepenuhnya lepas dari tanggung jawab. Manusia akan tetap diberikan batasan-batasan oleh Allah SWT tentang permasalahan yang baik maupun permasalahan yang buruk. Ajaran etika perspektif Islam pada prinsipnya manusia dituntut untuk berbuat baik, baik pada dirinya sendiri, berbuat baik terhadap lingkungan (alam) maupun lingkungan sosial, berbuat baik kepada sesama manusia, dan beriman kepada Allah SWT. Muhammad Djakfar (2012:22), Menurut Syed Nawab Haider Naqvi beberapa prinsip diatas merupakan aksioma-aksioma etik yang meliputi tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, ihsan, dan tanggung jawab. Di dalam tataran kehidupan manusia secara global etika bisnis Islam bukanlah satu-

satunya dijadikan sebagai parameter, karena masih banyak parameter-parameter lain yang diciptakan oleh manusia di muka bumi ini. Untuk lebih jelasnya pandangan kelima perangkat aksioma sebagai penguat prinsip dasar etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:

#### 1. Keesaan (Tauhid)

Muhammad Djakfar (2012:23), Keesaan seperti yang telah direfleksikan kedalam konsep tauhid, merupakan dimensi vertikal didalam agama Islam. Hal ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika bisnis Islam adalah keimanan kepada Allah SWT. Dengan mengintegrasikan aspek religius dengan beberapa aspek di dalam kehidupan manusia, maka akan dapat mendorong manusia kedalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dan merasa selalu diawasi oleh Allah SWT (Ihsan). Konsep Ihsan inilah yang dapat mengintegrasikan manusia dan menimbulkan perasaan selalu diawasi dan direkan segala aktivitas kehidupannya. Dengan demikian kesadaran akan muncul dari dalam diri manusia sendiri yang menjadi sumber kekuatan dan ketulusan dalam setiap aktivitas khususnya dalam kegiatan bisnis. hal ini akan semakin kuat dan mantap apabila dibarengi dengan keimanan kepada Allah SWT. Sehingga dalam melakukan aktivitas bisnis, tidak akan mudah menyimpang dari prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah yang telah ditetapkan oleh Allah SWT.

#### 2. Keseimbangan

Keseimbangan atau disebut juga `adl, menggambarkan suatu dimensi horizontal di dalam ajaran Islam dan berkaitan erat dengan harmoni tentang segala sesuatu yang ada di alam semesta ini. Sesuai dengan QS. Al-Furqan ayat 2:

Artinya: “Yang kepunyaan-Nya-lah kerajaan langit dan bumi, dan Dia tidak mempunyai anak, dan tidak ada sekutu bagi-Nya dalam kekuasaan (Nya), dan Dia telah menciptakan segala sesuatu, dan Dia menetapkan ukuran-ukurannya dengan serapi-rapinya.”.

Muhammad Djakfar (2012:24), Di dalam ruang lingkup ekonomi, konsep keseimbangan ini sangat menentukan konfigurasi aktivitas distribusi, konsumsi, serta produksi dengan kualitas yang terbaik. Dengan demikian agama Islam menuntut keseimbangan atau keadilan antara kepentingan diri sendiri dan kepentingan orang lain. Dengan adanya hal tersebut maka

konsep tauhid akan mengintegrasikan perilaku keseimbangan dan keadilan. Apabila hal tersebut terjadi maka perilaku penyimpangan oleh oknum-oknum pelaku bisnis akan dapat dihindarkan. Dalam hal ini juga terdapat sistem etika bisnis yang berlandaskan dengan konsep kontemporer. Konsep etika bisnis kontemporer yang berkaitan dengan konsep keseimbangan adalah konsep keadilan distributif. Di dalam keadilan distributif ini, lebih ditekankan kepada nilai tunggal yaitu keadilan. Pandangan keadilan distributif disebut etis apabila keputusan-keputusan dan tindakan yang dilakukan harus menjamin pembagian kekayaan, keuntungan, dan kerugian secara merata dan adil. Terdapat lima prinsip yang dipergunakan untuk menjamin pembagian keuntungan dan kerugian ini secara adil.<sup>19</sup> Kelima prinsip tersebut antara lain:

- a. Setiap orang berhak mendapatkan pembagian keuntungan yang sama.
  - b. Setiap orang mendapatkan bagian sesuai dengan kebutuhan masing-masing.
  - c. Setiap orang mendapat bagian sesuai dengan usaha masing-masing.
  - d. Setiap orang mendapat bagian sesuai dengan kontribusi sosial masing-masing.
  - e. Setiap orang mendapat bagian sesuai jasanya masing-masing.
3. Kehendak Bebas

Pada suatu level tertentu, seorang manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan hidupnya sendiri pada saat Allah SWT menurunkannya ke bumi.<sup>20</sup> Manusia diberikan kemampuan untuk berfikir, membuat keputusan untuk memilih jalan hidup yang diinginkan, dan yang paling penting adalah manusia diberi kesempatan untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang dia mau pilih. Di dalam pandangan Islam, kebebasan tersebut tetap memiliki suatu batasan. Namun di dalam Islam telah ditetapkan bahwa anugrah Allah SWT bergantung kepada pilihan awal manusia terhadap yang “benar”. Hal ini merupakan dasar etika yang sangat dijunjung tinggi di dalam agama Islam. Menurut Muhammad Djakfar (2012:25), perlu disadari bahwa di dalam situasi apapun manusia tanpa sadar sesungguhnya telah dibimbing oleh aturan-aturan yang didasarkan kepada ketentuan Allah SWT di dalam syari'at-Nya yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Kaitannya dengan bisnis, manusia sepenuhnya memiliki kebebasan dalam memilih

bisnis. namun tetap harus sesuai dengan prinsip dan nilai syari`at yang telah ditetapkan.

Di dalam konsep kontemporer, etika bisnis yang berkaitan dengan konsep kehendak bebas disebut dengan relativisme. Di dalam sistem ini ditekankan kepada tidak ada kriteria tunggal, universal yang dapat digunakan untuk menemukan apakah suatu tindakan disebut etis atau tidak. Setiap manusia dapat mempergunakan kriterianya masing-masing, dan di dalam kriteria ini sangatlah mungkin timbul perbedaan diantara satu kebudayaan dengan kebudayaan lain. Lebih jelasnya pada etika relativisme dalam kriteria pengambilan keputusannya dibuat berdasarkan kepentingan dan kebutuhan pribadi.<sup>22</sup>

#### 4. Tanggung Jawab

Apabila seorang melakukan kebebasan yang tidak terbatas adalah sebuah absurditas<sup>23</sup>. Untuk memenuhi konsep keadilan dan kesatuan seperti yang sama-sama dapat dilihat pada semua ciptaan Allah SWT, seorang manusia dituntut untuk mempunyai tanggung jawab terhadap segala sesuatu yang telah dilakukan. Islam adalah agama yang adil. Di dalam konsep tanggung jawab Islam membedakan antara tanggung jawab yang bersifat fardhu`ain dan tanggung jawab yang bersifat fardhu kifayah.<sup>24</sup> Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT pada QS. Al-Mu`min ayat 40:

Artinya: “Barangsiapa mengerjakan perbuatan jahat, maka dia tidak akan dibalasi melainkan sebanding dengan kejahatan itu. Dan barang siapa mengerjakan amal yang saleh baik laki-laki maupun perempuan sedang ia dalam keadaan beriman, maka mereka akan masuk surga, mereka diberi rizeki di dalamnya tanpa hisab”.<sup>25</sup>

Didalam konsep kontemporer, konsep yang berkaitan dengan sistem etika tanggung jawab adalah konsep hak.<sup>26</sup> Di dalam pandangan ini, pendekatan hak terhadap etika lebih ditekankan kepada sebuah nilai yaitu suatu kebebasan. Pandangan ini disebut etis apabila keputusan-keputusan dan tindakan harus didasarkan pada hak-hak individu yang menjamin tentang suatu hak pribadi seseorang. Pada pendekatan hak ini, berkeyakinan bahwa seorang individu memiliki hak moral yang bersifat tidak dapat diganggu gugat. Hak-hak ini kemudian membawa kepada kewajiban yang saling menguntungkan diantara para pemegang hak

tersebut. Namun sayangnya pendekatan hak terhadap etika ini sering kali disalah gunakan. Sejumlah individu mungkin tetap bersikeras mengatakan bahwa mereka memiliki prioritas yang tinggi dibandingkan dengan hak milik orang lain dan akhirnya terjadilah ketidakadilan pada sistem tatanan masyarakat. Ternyata hak juga membutuhkan suatu batasan-batasan agar dapat berjalan sesuai pada tempatnya dan tidak saling menimbulkan kerugian antar pemilik hak. Islam datang dengan keseimbangan dan keadilan dan menolak gagasan kebebasan tanpa tanggung jawab. Tentunya seorang manusia harus bertanggung jawab terhadap tindakan yang telah dilakukan.

#### 5. Kebajikan (Ihsan)

Menurut Hafiz Juliansyah (2011:30), di dalam konsep ini kebajikan (Ihsan) mempunyai pengertian suatu tindakan memberi manfaat lebih terhadap orang lain, tidak mengecewakan dan menimbulkan mudharat bagi orang lain tersebut. Dalam pengertian lain Ihsan yaitu melaksanakan perbuatan baik dan memberikan manfaat kepada orang lain tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan Allah SWT melihat. Hal ini didasarkan kepada firman Allah SWT pada QS. Al Ma'idah ayat 2:

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'arsyiar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari karunia dan keridaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian (mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksaNya.”

Pada konsep kontemporer etika bisnis yang berkaitan dengan konsep kebajikan (ihsan) adalah konsep utilitarianisme. Pada sistem etika ini,

dinyatakan bahwa utilitarianisme memiliki arti penting moralitas yang menuntun seseorang dapat ditentukan hanya berdasarkan konsekuensi perilakunya. Sesuatu dianggap etis apabila dapat memberikan manfaat yang baik dan menguntungkan kepada orang lain. Pandangan utilitarian ini berorientasi kepada hasil yang diperoleh. Di dalam kriteria pengambilan keputusan pandangan utilitarianisme dibuat berdasarkan hasil yang diberikan oleh keputusan-keputusan dan sesuatu dianggap etis apabila dapat memberikan keuntungan terbesar bagi sejumlah orang.

#### **D. ETIKA BISNIS RASULULLAH MUHAMMAD SAW**

Kesuksesan Nabi Muhammad SAW dalam hal bisnis dipengaruhi oleh kepribadian dari diri Nabi Muhammad SAW yang dibangun atas dasar dialogis realitas sosial masyarakat Jahiliyyah. Keteladanan Nabi Muhammad SAW tidak hanya dimulai setelah beliau diangkat menjadi Rasulullah SAW, namun keteladanan tersebut telah ada sebelum kerasulan Rasulullah SAW. Muhammad Saifullah (2011) dalam kemampuannya mengelola bisnis, terlihat pada keberaniannya membawa dagangan Siti Khadijah dan hanya ditemani seorang karyawan yaitu Maisarah. Rasulullah SAW bertanggung jawab penuh atas semua dagangan milik Siti Khadijah, demikian juga barang dagangan yang dibawa ke pasar. Jauh sebelum hal itu, pada saat Rasulullah SAW berusia dua belas tahun, beliau telah mengenal banyak tentang perdagangan. Kemudian pada usia tujuh belas tahun, beliau membuka sebuah usaha dengan berdagang di Kota Makkah. Rasulullah SAW membeli barang-barang di pasar lalu menjualnya ke beberapa orang di pasar. Akhlak yang baik dan sifat-sifat mulia Rasulullah SAW menjadi modal terpenting beliau saat menjalankan bisnis.

Muhammad Syafi'i Antonio (2011 :15) kejujurannya sangat mendorong masyarakat Makkah untuk memberikan gelar ash-Shiddiq yang berarti orang yang berkata benar atau orang yang tidak pernah berdusta dan keteguhan Rasulullah SAW dalam menjaga amanah orang lain membuat masyarakat Makkah juga menggelarnya al-Amin yang artinya orang yang terpercaya. Beberapa etika bisnis yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW adalah sebagai berikut:

### **Pertama, kejujuran**

Rasulullah SAW selalu menggunakan kejujuran sebagai etika dasa dalam melakukan transaksi bisnis yang dilakukannya. Gelar al-Amin (dapat dipercaya) yang diberikan oleh masyarakat Makkah berdasarkan perilaku Nabi Muhammad SAW pada kehidupan sehari-hari sebelum menjadi pelaku bisnis. Muhammad Saifullah (2011:146), Rasulullah SAW selalu berbuat jujur dalam segala hal, termasuk menjual barang dagangannya.

### **Kedua, amanah**

Dalam berbisnis, Rasulullah SAW menerapkan sikap amanah dalam setiap aktivitas bisnisnya. Muhammad Saifullah (2011:147), Rasulullah SAW memperoleh kepercayaan penuh membawa barang dagang milik Siti Khadijah untuk dijual ke Syam. Setelah sampai ke kota tujuan, Rasulullah SAW dan Maisarah membongkar dan menggelar barang dagangan yang dibawa untuk ditawarkan kepada para pengunjung. Setelah habis terjual Rasulullah SAW membeli barang untuk dijual di Makkah. Dari barang yang dibeli Rasulullah SAW juga mendapat keuntungan. Hasil keuntungan tersebut kemudian dilaporkan dan diserahkan kepada Maisarah tanpa kurang sedikitpun.

### **Ketiga, adil dalam timbangan**

Dalam hal ini etika bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah SAW adalah dalam aktivitas jual beli atau bisnis Rasulullah SAW selalu berlaku adil terhadap timbangan. Barang yang kering bisa ditukar dengan barang yang kering. Penukaran barang kering tidak boleh dengan barang yang basah. Rasulullah SAW juga tidak pernah melakukan kecurangan dengan berusaha mengurangi suatu timbangan. Apa yang dilakukan Muhammad di pasar Ukaz, Majinna, dan pasar-pasar lainnya adalah menjual beberapa barang, seperti kurma, anggur, gandum dan sejenisnya. Rasulullah SAW menimbang berat tersebut sesuai dengan ukurannya. Beliau tidak mengurangi sedikitpun, sehingga kejujuran dan ketepatannya dalam menimbang sudah tersebar dimana-mana. Jika orang membeli barang dari Rasulullah SAW, mereka tidak ragu atas timbangannya.

### **Keempat, menjauhi gharar**

Di dalam praktik bisnisnya Rasulullah SAW selalu menjauhi gharar karena dapat menimbulkan konflik dan membuka ruang perselisihan antara penjual dan pembeli. Cakupan gharar ini sangat luas.

1. Pertama, ketidak mampuan penjual untuk menyerahkan objek akad pada waktu terjadi akad, baik objek akad itu sudah ada atau belum ketika akad berlangsung, seperti menjual janin yang masih ada dalam perut binatang ternak.
2. Kedua, menjual barang yang tidak berada di bawah kekuasaannya, seperti menjual barang kepada orang laian sementara barang yang akan dijual belum diterima dan masih berada di penjual sebelumnya. Hal ini tidak dibenarkan karena boleh jadi barang itu mengalami perubahan atau rusak.
3. Ketiga, tidak adanya kepastian tentang jenis pembayaran atau jenis benda yang dijual. Barang dagangan dan pembayarannya kabur tidak jelas.
4. Keempat, tidak adanya kepastian tentang sifat tertentu dari benda yang dijual, seperti penjual berkata, “Saya jual kepada Anda baju yang ada di rumah saya.” Penjual tidak tegas menjelaskan baju yang mana, warna dan ukurannya, dan ciri-ciri lainnya.
5. Kelima, tidak tegas jumlah harganya.
6. Keenam, tidak tegas waktu penyerahan barangnya.
7. Ketujuh, tidak adanya ketegasan bentuk transaksi.
8. Kedelapan, tidak adanya kepastian objek, seperti adanya dua objek yang dijual dengan kualitas yang berbeda dengan harga sama dalam satu transaksi. Penjualan ini tidak tegas objek yang akan dijual.
9. Kesembilan, kondisi objek akad tidak dapat dijamin kesesuaiannya dengan yang ditentukan dalam transaksi.

### **Kelima, tidak melakukan penimbunan barang dagang**

Penimbunan tidak diperbolehkan karena akan menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat. Tujuan penimbunan adalah dengan sengaja sampai dengan batas waktu menunggu tingginya harga barang-barang yang ditimbun. Rasulullah SAW dalam praktik bisnisnya sangat menjauhi tindakan penimbunan.



### **Keenam, tidak melakukan al-ghab dan tadlis**

Yaitu menjual barang lebih tinggi dan membeli barang lebih rendah dari harga rata-rata pasar. Hal ini termasuk mengandung unsur penipuan. Sedangkan tadlis yaitu penipuan yang dilakukan oleh penjual ataupun pembeli dengan cara menyembunyikan kecacatan barang ketika terjadinya transaksi. Rahasia sukses bisnis Rasulullah SAW dalam praktik bisnisnya dilakukan dengan menerapkan harga yang sedang tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah. Etika Rasulullah SAW dalam menyampaikan informasi seputar barang dagangan dilakukan secara rinci dan detail sehingga tidak ada suatu hal yang disembunyikan terkait dengan kondisi barang yang sedang dalam transaksi. Karena jujur merupakan kunci kesuksesan bisnis.

### **Ketujuh, saling menguntungkan**

Dalam hal ini berkaitan dengan prinsip masalah yaitu antara penjual dan pembeli harus sama-sama diuntungkan sehingga tidak merugikan salah satu pihak. Dari ketujuh etika dalam berbisnis yang sudah dicontohkan oleh Rasulullah SAW seharusnya menjadi bahan referensi bagi para pebisnis dan pemilik perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Ridho Allah SWT adalah tujuan yang paling utama selanjutnya suatu perusahaan harus dapat memberikan masalah dan manfaat bagi konsumennya.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Sony Keraf. 1998. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Muhammad Djakfar. 2012. *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus
- R. Lukman Fauroni. 2006. *Etika Bisnis Islam dalam Al-Qur`an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren).
- Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN
- Hafiz Juliansyah. 2011. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*, Skripsi, Fakultas Syari`ah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islami Dalam Perspektif Bisnis Rasulullah*, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Walisongo, No.1, Volume 9, Mei 2011, hlm. 146.
- Muhammad Syafi`i Antonio. 2010. *Ensiklopedia Leadership dan Manajemen Muhammad SAW "The Super Leader Super Manager"* Bisnis dan Kewirausahaan, Jakarta: Tazkia Publishing.

## **PROFIL PENULIS**

Nama : Purwanti SE,ME

TTL : Bantul/2 mei 1982

Pendidikan:

SD : SDN Bibis Kasihan Bantul Yogyakarta

SMP : SMP Bangunjiwo Kasihan Bantul Yogyakarta

SMA : SMA N 1 Pajangan Bantul Yogyakarta

S1 : Universitas Mulawarman Samarinda Kalimantan Timur


S2 : IAIN Samarinda Kalimantan Timur

Bekerja :

1) Dosen Tetap Di Universitas 17 Agustus 1945 di Samarinda

2) Jabatan Struktural: Staf Di LPM Universitas 17 Agustus 1945 di Samarinda

3) Dosen Luar Biasa di IAIN Samarinda



# **BAB 4**

# **SUMBER DAYA INSANI**

# **DAN ETOS KERJA DALAM**

# **BISNIS SYARIAH**

**Latiful Hidayat, SE**  
**MAN Kota Pasuruan**



## A. PENDAHULUAN

Istilah Sumber Daya Insani (SDI) merupakan Istilah lain dari Sumber Daya Manusia (SDM) dan memiliki arti yang sama dengan Manusia. Jika dalam ini digunakan kata Insani bukan yang lainnya, hal ini untuk mengingatkan bahwa dalam Islam dikenal adanya konsep gabungan kata yaitu insan kamil yang dapat diartikan sebagai Manusia Seutuhnya, dan tak dapat disangkal pula bahwa dalam lingkup luas, manusia merupakan sentral dari setiap aktivitas maupun peristiwa di dunia ini. Majunya peradaban manusia merupakan buah karya kreativitas dan inovatifnya manusia. Menurunnya kualitas lingkungan hidup juga diakibatkan kecerobohan dan keserakahan manusia. Dalam lingkup yang lebih sempit, misalnya pada sebuah usaha atau bisnis, manusia atau faktor sumber daya insani tetap menjadi kunci maju mundurnya bisnis tersebut.

Sebuah bisnis Syariah, aspek sumber daya insani (manusia) tidak berfungsi sebagaimana mestinya apabila tidak di kelola dengan sebaik-baiknya sehingga dapat berperan optimal dan memberikan kontribusi terbaik bagi kemajuan sebuah bisnis. Mesin berteknologi tinggi hanya akan beroperasi baik jika dijalankan operator yang mahir dan menguasai cara kerja mesin tersebut. Modal atau dana yang berlimpah hanya akan bermanfaat secara optimal jika dikelola seorang manejer keuangan yang handal mengelola keuangan. Pasar yang potensial hanya akan bisa digarap dan dikuasai perusahaan jika manajer pemasarannya mampu merancang program-program pemasaran yang menyentuh hati dan menumbuhkan minat konsumen, di sisi lain ia harus mampu mengelola pemasaran di tengah membanjirnya produk perusahaan pesaing. Beberapa hal di atas untuk sementara telah bisa menunjukkan betapa faktor sumber daya insani (manusia) merupakan faktor yang sangat penting untuk dikelola dengan baik dalam setiap organisasi termasuk organisasi bisnis/perusahaan.

Menurut Mathis dan Jackson Sumber Daya Insani adalah rancangan sistem-sistem formal dalam sebuah organisasi untuk memastikan penggunaan bakat manusia secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan organisasi (Hasyim, 2019). Hal ini juga terungkap dalam Al-Qur'an yang menerangkan bahwa manusia merupakan makhluk yang tercipta sempurna dan memiliki banyak potensi dalam dirinya.:

كَأَنَّهُ لَخُلِيفَةٌ فَلَا مَهِيْدَاءَ سِوَانَا رَظْفِي تَلَّا إِلَهَ تَرَطْفٍ أَفِيْتَدِنِ يَدْلَا كَهَجُوْ مَقَافِ  
نِ وَمَلْعِي لَا سِوَانَا رَثْكَأَنَّ كَلُوْ مِيقْلَانِ يَدْلَا

“Maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama Allah; (tetaplah atas) fitrah Allah yang telah menciptakan manusia menurut [fitrah](#) itu. Tidak ada perubahan pada fitrah Allah. (Itulah) agama yang lurus; tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui.” (Surat Ar-Rum Ayat 30)

Pentingnya peningkatan efektivitas Sumber Daya Insani dalam sebuah Perusahaan/Bisnis bertujuan agar mampu menyelesaikan sejumlah tugas yang dibebankan secara Maksimal satuan kerja yang efektif. Untuk mencapai tujuan ini, studi tentang manajemen personalia akan menunjukkan bagaimana seharusnya perusahaan mendapatkan, mengembangkan, menggunakan, mengevaluasi, dan memelihara karyawan dalam jumlah (kuantitas) dan tipe (kualitas) yang tepat.

Peningkatan kualitas dan efektifitas insani dalam sebuah perusahaan / bisnis perlu juga mengacu pada keteladanan para Nabi agar usaha atau bisnis Syariah bisa berjalan sebagaimana mestinya, diantaranya adalah :

### 1. **Shiddiq**

Secara Etimologi kata “Shiddiq” mengandung banyak pengertian, kata tersebut berasal dari “Shadaqa” yang berarti benar, nyata berkata benar atau bekerja dengan benar. Dari kata yang sama, juga muncul beberapa pengertian seperti “ yang membuktikan ucapan dengan perbuatannya dapat di percaya. (Lananta, 2013)

Alangkah indahnya jika kita bisa menjalankan bisnis dengan sifat shiddiq dan memengaruhi lingkungan bisnis yang kita miliki dengan sifat shiddiq. Maka kekotoran, kedzaliman, kemunafikan penipuan dan juga keserakahan akan lenyap dengan kita selalu menerapkan sifat shiddiq dalam diri kita ataupun semua pelaku bisnis. Dan jika ia seorang pemasar, sifat shiddiq haruslah menjwai seluruh perilakunya dalam melakukan pemasaran, dalam berhubungan dengan pelanggan, dalam bertransaksi dengan nasabah, dan dalam membuat perjanjian dengan mitra bisnisnya. Dimana dia harus mengedepankan kebenaran informasi yang diberikan dan jujur dalam menjelaskan keunggulan produk yang dimilikinya. Semisal produk yang dipasarkannya memiliki kelemahan atau cacat,

maka ia menyampaikan secara jujur kelemahan atau cacat dalam produknya kepada calon pembeli. Inilah yang dinamakan bisnis syariah yang diwarnai oleh sifat shiddiq-Nya Nabi Muhammad SAW. (Maulana, 2017)

*Gambaran Pentingnya sifat Shiddiq sebagai berikut :*

*Penjual dan pembeli masih dalam masa khiyar (memilih melanjutkan atau menghentikan transaksi), selama mereka belum berpisah. Selama keduanya bersikap shidiq dan berterus-terang, transaksi keduanya akan diberkahi. Bila keduanya bersikap kadzib dan suka menyembunyikan, maka berkah transaksi pun akan dihapus. (HR. Muslim) (hadist, 2022)*

## 2. Amanah

Amanah merupakan salah satu moralitas keimanan, karena Allah menyebutkan bahwa sifat mukmin yang beruntung diantaranya adalah mereka yang dapat menjaga-amanah-amanah mereka. Dalam sebuah Perusahaan/Bisnis Syariah, amanah menjadi modal yang kuat agar eksistensi Perusahaan tersebut bisa tetap terjaga dan bertahan, Amanah akan menumbuhkan rasa saling mempercayai, baik itu dari Pimpinan hingga karyawan serta masyarakat selaku pengguna produk syariah. Amanah akan mendatangkan keberkahan, karena amanah adalah bentuk rasa tanggungjawab yang dilandaskan kepada keimanan. Lawan dari amanah adalah khianat. Sikap moral yang bertentangan dengan nilai-nilai islam ini akan mendatangkan kemadharatan bagi lembaga keuangan secara umum.

Konsekuensi amanah adalah mengembalikan setiap hak kepada pemiliknya baik sedikit ataupun banyak, tidak mengambil lebih banyak dari yang ia miliki, dan tidak mengurangi hak orang lain baik berupa hasil penjualan, fee, jasa atau upah, terlebih lagi dalam kerjasama ekonomi, nilai amanah ini adalah salah satu kunci keberhasilan kerjasama tersebut

Dijelaskan dalam QS. An-Nisa' Ayat 58 yang berbunyi:

مَنْ كَفَرَ بَعْدَ إِيمَانِهِ أَوْ كَذَّبَ أَوْ مَكَرَتْ أَوْ مَكَرَتْ أَنْ سَأَلْنَا نَنْبِيَّ مُتَمَكِّدًا إِذْ أَوْ أَمَلَهَا إِلَىٰ أَنْ تَنْمَلَأَ أَوْ دُونَ ذَلِكَ فَأَمَّا نَأْمُرُ مَا لَمْ نَأْمُرْ  
أَنْ يَصِبَ أَعْيُنُنَا بِمَا كَفَرَ اللَّهُ أَنْ يَكْفُرَ

*Innallāha ya `murukum an tu `addul-amānāti ilā ahlihā wa iżā ḥakamtum bainannāsi an taḥkumu bil-'adl, innallāha ni'immā ya'izukum bih, innallāha kāna samī'am baṣīrā*

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (tafsirweb, 2022)

Contoh dalam kegiatan sehari-hari dalam sifat Amanah adalah jika menduduki jabatan lantas tidak membuatnya tergiur untuk menyelewengkan dana atau korupsi seperti Gambaran Amanah dalam sebuah hadist :

*“Barangsiapa yang kami angkat menjadi pekerja untuk mengerjakan sesuatu, dan kami beri upah menurut semestinya, maka apa yang ia ambil lebih dari dari upah yang semestinya, maka itu adalah korupsi.”* (HR. Abu Dawud). (hadist, 2022)

### 3. Tabligh

Sifat tabligh artinya komunitatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat tabliq akan menyampaikan dengan benar (berbobot) dan tutur kata yang tepat (bi Al-hikmah) jika merupakan seorang pemimpin dalam dunia bisnis, ia haruslah menjadi seseorang yang mampu mengkomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada karyawan dan stakeholder lainnya. Jika seorang pemasar atau pedagang, dia harus menyampaikan keunggulan-keunggulan produk atau barang dagangannya dengan jujur tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran (transparency and fairness). Lebih dari itu, anda harus mempunyai gagasan-gagasan segar dan mampu mengkomunikasikannya secara tepat dan mudah dipahami oleh siapapun yang mendengarkannya. Kalimat-kalimat yang keluar dari ucapannya “terasa berat” dan berbobot. (Rahim, 2020)

Sifat tabligh ini juga harus dimiliki setiap individu dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Lebih dari itu, Pebisnis harus mempunyai gagasan-gagasan segar dan mampu mengkomunikasikannya secara tepat dan mudah dipahami oleh siapapun yang mendengarkannya. Dengan



begitu, pelanggan dapat dengan mudah memahami pesan bisnis yang ingin disampaikan Allah SWT berfirman:

أَدْبِدْسَ لَأَوْفَ أَوْلُوفٍ لَكَمَا أَوْقَتْنَا أَوْتَمَاءَ نَزِيدًا أَهْبِيَابٍ

Terjemahnya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertaqwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.” “Niscaya Allah akan memperbaiki amalamalmu dan mengampuni dosa-dosamu. Dan barangsiapa menaati Allah dan RasulNya, maka sungguh, dia menang dengan kemenangan yang agung.” (Q.S Al-Ahzab [33]:70). (tafsirweb, 2022)

#### 4. Fathanah

Fathonah dapat diartikan sebagai intelektual, ‘kecerdikan atau kebijaksanaan’. Sumber daya yang dimiliki dalam perusahaan harus mempunyai sifat fathonah artinya insan yang memahami, mengerti dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya.

Seorang pebisnis harus bisa mengadopsi sifat yang cerdas, memahami, menghayati dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik. Dengan sifat ini, pebisnis dapat menumbuhkan kreativitas dan kemampuan dalam melakukan berbagai inovasi yang bermanfaat bagi perusahaan. Kita perlu menggunakan sifat ini agar bisa menjadi seorang pebisnis yang sukses. Terutama dalam menghadapi persaingan yang tidak sehat; kotor, corrupted, complicated, chaos (kacau balau) dan sophisticated.

Nilai fathonah juga sangat mendukung bagi perusahaan yang melakukan kegiatan pemasaran. Jika sebuah perusahaan tersebut mempunyai Sumber Daya yang fathonah akan membantu perusahaan meraih profitabilitas yang maksimal. Perusahaan tidak akan dirugikan oleh marketer yang cerdas. Sebaliknya, marketer yang cerdas akan memberikan sentuhan nilai yang efektif dan efisien dalam melakukan kegiatan pemasaran.

## **B. ETOS KERJA DALAM BISNIS SYARIAH**

**Etos** merupakan spirit, semangat dan mentalitas yang mewujudkan yang menjadi seperangkat perilaku kerja positif seperti rajin, antusias, semangat, teliti, tekun, sabar, jujur, kerja keras, tanggung jawab, dan hemat. Sedangkan **etos kerja** dijelaskan sebagai seperangkat perilaku kerja positif yang tumbuh dari kesadaran, pengetahuan dan keyakinan kuat pada sehimunan prinsip luhur. (Sinamo, 2011)

Hal ini dapat disimpulkan, Semangat atau Antusiasme kerja adalah keadaan pikiran berdampak pada usaha bekerja keras. dalam pekerjaan berbasis kepercayaan dan ego, motivasi diri yang kuat, disertai dengan rasa senang dan pekerjaan yang bisa dilakukan Bekerja lebih cepat dan lebih banyak.

Dalam sebuah perusahaan menyadari betul Produktivitas atau kinerja sangat Dipengaruhi oleh Etos kerja yang bagus Hal ini didasarkan pada hubungan berbagai elemen dalam perusahaan dan Semangat dalam bekerja, oleh karena itu dinamika atau semangat kerja memiliki dampak yang besar Naik turunnya produktivitas dalam perusahaan

**8 Etos Kerja Professional karya Jansen Sinamo ini dirumuskan sebagai berikut (Sinamo, 2011) :**

1. Kerja adalah Rahmat; Aku Bekerja Tulus Penuh Syukur
  2. Kerja adalah Amanah; Aku Bekerja Benar Penuh Tanggung Jawab
  3. Kerja adalah Panggilan; Aku Bekerja Tuntas Penuh Integritas
  4. Kerja adalah Aktualisasi; Aku Bekerja Keras Penuh Semangat
  5. Kerja adalah Ibadah; Aku Bekerja Serius Penuh Kecintaan
  6. Kerja adalah Seni; Aku Bekerja Cerdas Penuh Kreativitas
  7. Kerja adalah Kehormatan; Aku Bekerja Tekun Penuh Keunggulan
  8. Kerja adalah Pelayanan; Aku Bekerja Paripurna Penuh Kerendahanhati
- Bagaimana 8 etos Kerja Profesional bekerja dan apa manfaatnya maka digunakan tiga dimensi Etos yang terdiri dari:

### **1. Dimensi Spirit yaitu semangat, motivasi, dan antusiasme**

Dimensi Spirit atau spiritual dapat disebut sebagai dimensi batin atau kejiwaan seseorang. dimensi ini adalah hal paling dasar dari manusia (bersifat personal), yaitu semangat, motivasi dan antusiasme Dimensi spiritual ini berupaya untuk mempertahankan keharmonisan dalam

perusahaan atau keselarasan dengan dunia luar, berjuang untuk menjawab atau mendapatkan kekuatan ketika sedang menghadapi stress emosional dan penyakit fisik.

Dalam konteks pekerjaan, Dimensi ini merupakan salah satu faktor penting dalam mendorong seorang karyawan untuk bekerja. Motivasi adalah kesediaan individu untuk mengeluarkan upaya yang tinggi untuk mencapai tujuan organisasi (Stephen P. Robbins, 2001). Bila seseorang termotivasi maka ia akan berupaya sekuat tenaga untuk mencapai tujuan, namun belum tentu upaya yang tinggi akan menghasilkan kinerja yang tinggi. Oleh karena itu, diperlukan intensitas dan kualitas dari upaya tersebut serta difokuskan pada tujuan organisasi. (YUSUF, 2008)

## 2. **Dimensi Etika yaitu norma, moral, karakter**

Setiap individu dalam sebuah organisasi sudah pasti mempunyai moral, tetapi belum tentu setiap individu mengadakan pemikiran secara kritis tentang moralnya. Pemikiran yang kritis tentang moral inilah yang disebut etika. Karena etika melakukan pemikiran kritis tentang moral, maka dapat dikatakan bahwa moral adalah bagian dari cabang filsafat yang bernama etika itu. (Suyatno, 2012)

Etika secara luas dapat diartikan sebagai serangkaian prinsip nilai atau moral. Perilaku etis sangat diperlukan dalam masyarakat, tidak lain halnya dalam perusahaan. Perilaku ini menjaga agar baik manajemen maupun karyawan- karyawan di dalamnya berkomunikasi secara efektif. Agar kebutuhan akan perilaku etis terpenuhi, maka dibuatlah serangkaian prinsip atau nilai moral yang telah ditentukan dalam undang-undang dan peraturan. Akan tetapi, prinsip-prinsip etis harus dapat didefinisikan dengan baik karena bila tidak, akan menjadi tidak berguna.

Contoh dalam Dimensi ini adalah diantaranya :

- a. Mengatakan yang sebenarnya
- b. Jangan berbuat curang
- c. Hormati hidup kita dan orang lain
- d. Bersikap setia
- e. Altruisme
- f. Tanggung jawab, integritas dan transparansi

### 3. Dimensi produksi yaitu talenta, kompetensi dan keahlian

**Kesuksesan** dalam sebuah Perusahaan (Usaha) akan di dapat apabila dimensi ini di maksimalkan pada diri elemen yang ada dalam usaha tersebut karena dari talenta, kompetensi dan keahlian pekerja selama bekerja di perusahaan. Namun ada tantangan yang akan di hadapi dalam dimensi ini, karena diperlukan penempatan pada bidang-bidang sesuai dimensinya, Ketika karyawan ditempatkan pada posisi yang tepat dalam organisasi, bakat mereka dimaksimalkan untuk kesuksesan organisasi yang optimal.

Dimensi ini dipandang sebagai implementasi strategi atau sistem yang terintegrasi, yang dirancang untuk meningkatkan kinerja melalui proses menarik dan menyeleksi, mengembangkan, memanfaatkan serta mempertahankan sumber daya yang memiliki keahlian dan bakat (talent) dalam rangka memenuhi kebutuhan organisasi saat ini dan masa datang (Krissetyanti, 2013)

Hal ini dapat disimpulkan bahwa etos kerja menjadi bagian yang terpenting dalam sebuah organisasi, etos kerja juga merupakan akar dari kesuksesan dan keberhasilan dalam sebuah usaha, menumbuhkan kinerja yang baik dan membuahkan hasil yang di harapkan dalam suatu usaha (Perusahaan)

Contoh dalam kehidupan sehari-hari Pengabdian untuk masyarakat. Maka dia bekerja dengan cerdas, bekerja ikhlas, tak melupakan kewajibannya, tetap rendah hati. Etos kerja dalam bisnis apapun khususnya bisnis Syariah harus dilandasi oleh semangat beribadah kepada Allah SWT. Jadi kerja tidak sekedar memenuhi kebutuhan duniawi melainkan juga sebagai pengabdian kepada Allah SWT. Sehingga dalam Islam, semangat kerja tidak hanya untuk meraih harta tetapi juga meraih ridha Allah SWT.

## DAFTAR PUSTAKA

- hadist.* (2022, 02 04). Retrieved from *hadist*:  
<https://www.hadits.id/hadits/tirmidzi/1167>
- hadist.* (2022, 02 04). Retrieved from *hadist*:  
<https://www.hadits.id/hadits/dawud/3067>
- Krissetyanti, E. P. (2013, Juni 1). PENERAPAN STRATEGI MANAJEMEN TALENTA DALAM PENGEMBANGAN PNS. *PENERAPAN STRATEGI MANAJEMEN TALENTA* , pp. 3-4.
- Lananta, M. A. (2013). *Pembuka Sukses Hidup Dunia Akhirat*. Jogjakarta: Diva Press.
- Maulana, A. (2017, Oktober 23). <https://www.kompasiana.com/>. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/afif19/59ed78d728d54e0bf21bfea2/ begitu-pentingnya-jika-berbisnis-disertai-sifat-shiddiq>
- Rahim, R. (2020). *Jurnal Ekonomi Islam*. *Jurnal Ekonomi Islam*, 66.
- Sinamo, J. (2011). *8 Etos Kerja Profesional*. Jakarta: Darma Mahardik.
- Suyatno. (2012, Juni 1). NILAI, NORMA, MORAL, ETIKA DAN PANDANGAN HIDUP PERLU DIPAHAMI OLEH SETIAP WARGA NEGARA DALAM KEHIDUPAN BERBANGSA DAN BERNEGARA. *NILAI, NORMA, MORAL, ETIKA DAN PANDANGAN HIDUP PERLU DIPAHAMI OLEH SETIAP WARGA NEGARA DALAM KEHIDUPAN BERBANGSA DAN BERNEGARA*, p. 42.
- tafsirweb.* (2022, 02 04). Retrieved from *tafsirweb*:  
<https://tafsirweb.com/7682-surat-al-ahzab-ayat-70.html>
- tafsirweb.* (2022, Januari 20). Retrieved from *tafsirweb*:  
<https://tafsirweb.com/1590-surat-an-nisa-ayat-58.html>
- YUSUF, A. E. (2008, Mei 06). *Performance technology*. Retrieved from *Performance technology*:  
<https://teknologikinerja.wordpress.com/2008/05/06/pengaruh-motivasi-terhadap-peningkatan-kinerja/>

## PROFIL PENULIS



### **Latiful Hidayat, SE**

Penulis Lahir di Kota Pasuruan, 25 Juni 1977, Menempuh Pendidikan di Universitas Merdeka Malang Program Study Ekonomi Jurusan Akuntansi lulus tahun 2002, Pernah Aktif sebagai Tenaga Pengajar di SMA Muhammadiyah Kota Pasuruan dari tahun 2002 s.d 2006, Aktif bekerja sebagai tenaga Pengajar di MAN

Kota Pasuruan dari tahun 2005 hingga Sekarang. Pernah menjabat sebagai Wakil Kepala Bidang Humas periode 2019 – 2021

Menekuni Keilmuan Ekonomi dan Akuntansi termasuk di dalamnya Akuntansi Keuangan Syariah. Penulis Juga Mengajar pada Mata Pelajaran Prakarya dan Kewirausahaan



# **BAB 5**

# **TANGGUNG JAWAB**

# **SOSIAL DALAM BISNIS**

# **SYARIAH**

**Dr. Ir. Marhawati, M.Si**  
**Universitas Negeri Makassar**

Tanggung jawab berkaitan erat dengan hak serta kewajiban dalam hukum. Islam menyarankan tanggung jawab supaya sanggup mengatur diri dari aksi melampaui batasan kewajaran serta kemanusiaan. Tanggung jawab bersifat luas sebab mencakup ikatan manusia dengan manusia, manusia dengan lingkungannya serta manusia dengan Tuhannya. Tiap manusia diatas dunia wajib mempertanggung- jawabkan perbuatannya. Seseorang mukallaf (baligh serta berakal) dibebani tanggung jawab keagamaan lewat pertanggung- jawaban manusia selaku pemangku amanah Allah di muka bumi( khalifah fi al- ardi). Tanggung jawab tersebut wajib diterapkan dalam berbagai bidang. Dalam ekonomi, tiap pelaku usaha, industri ataupun badan usaha lain bertanggung jawab di dalam lapangan pekerjaannya. Wujud tanggung jawab manusia atas sikap serta perbuatannya kepada Allah meliputi: tanggung jawab kelembagaan, tanggung jawab hukum serta tanggung jawab sosial. Dalam tanggung jawab sosial, seorang( secara moral) harus bisa mempertanggung- jawabkan perbuatannya terhadap warga apabila melaksanakan perbuatan tercela.

Bisnis merupakan serangkaian usaha yang dilakukan satu orang ataupun kelompok dengan menjual barang serta jasa guna memperoleh keuntungan ataupun laba. Perusahaan harus mempunyai tingkatan profitabilitas yang mencukupi, karena keuntungan merupakan fondasi untuk perusahaan untuk dapat tumbuh serta mempertahankan eksistensinya. Kepedulian Islam terhadap keuntungan usaha tidak mengabaikan aspek- aspek moral dalam menggapai laba tersebut. Bisnis dapat diartikan suatu kegiatan- kegiatan dan juga sebagai suatu perusahaan (Umar, 2003). Usaha dalam Islam berbeda dengan usaha konvensional. Bisnis Islam ialah sesuatu usaha tidak hanya menerima keuntungan saja namun wajib

berlandaskan ketentuan syariah. Islam mengarahkan supaya berbisnis tidak merugikan sebelah pihak dan dapat saling menguntungkan. Bisnis Islam mengajarkan untuk melaksanakan aktivitas usaha yang memiliki nilai Islam yg cocok dalam hukum syariah yg dianggap sebagai Etika bisnis Islam.

Sistem ekonomi syariah bertujuan buat mewujudkan sesuatu tatanan ekonomi masyarakat yang sejahtera berlandaskan keadilan, pemerataan serta keseimbangan. Oleh sebab itu pemberdayaan ekonomi syariah sebaiknya dilakukan dengan strategi yang bertujuan memperbaiki ekonomi serta kehidupan masyarakat. Salah satu strategi yang bisa dilakukan yaitu dengan



mempraktekkan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Bersama dengan berkembangnya sesuatu usaha hingga semakin banyak permasalahan yang timbul, antara lain terdapatnya batas dalam ruang gerak bisnisnya seperti adanya kasus terhadap lingkungan dalam kegiatan bisnis yang bisa menimbulkan ketidaknyamanan terhadap warga. Oleh karena itu pelaku usaha wajib mempunyai keakraban ikatan dengan publik demi keberlangsungan bisnisnya, sehingga aktivitas CSR (*Corporate Social Responsibility*) sangat dibutuhkan.

## **A. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CSR)**

### **1. Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Tanggung jawab sosial perusahaan ataupun *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sesuatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai keahlian perusahaan tersebut) selaku wujud dari tanggung jawab mereka terhadap sosial ataupun lingkungan sosialnya dimana perusahaan itu terletak ataupun berperilaku etis serta berkontribusi secara positif kepada karyawannya, komunitas serta daerah sekitarnya, dan masyarakat luas.

*World Bank* mendefinisikan CSR sebagai Lembaga keuangan global, memandang CSR : “*the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representative the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.*” (yaitu komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi untuk pembangunan ekonomi berkelanjutan bekerjasama dengan para pegawai dan melibatkan komunitas lokal serta masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas hidup, yang mana cara- cara ini baik untuk bisnis dan pembangunan).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) Forum juga memberikan definisi, “*CSR means open and transparent business practices that are based on ethical values and respect for employees, communities and environment.*” (*Corporate Social Responsibility* (CSR) berarti praktek bisnis yang terbuka dan transparan berdasarkan nilai-nilai etis dan penghargaan bagi para pegawai, komunitas dan lingkungan).

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) baik dalam dunia usaha maupun dunia bisnis hadir sebagai isu penting. Tujuannya tidak lain agar hubungan antara perusahaan dan masyarakat menjadi baik dan dapat menghindari konflik yang tidak diinginkan di masa depan karena menyangkut nama dan reputasi perusahaan. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam Islam berbeda halnya dengan CSR konvensional. *Corporate Social Responsibility* konvensional membahas mengenai tujuan perusahaan dalam mempertahankan bisnis untuk jangka panjang dengan memperhatikan kondisi lingkungan dan sosial. Tujuan tersebut juga dilakukan oleh CSR dalam Islam, namun demikian CSR dalam Islam tidak semata hanya untuk duniawi saja, tetapi bertujuan untuk jangka panjang terutama untuk akhirat. Hal tersebut merupakan salah satu kewajiban dan perintah dari Allah SWT agar kita memperhatikan lingkungan dan sesama, dengan disertai niat yang tulus dan ikhlas untuk membantu dan menolong sesama.

## 2. Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Dalam lingkup Internasional konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang menjadi populer. John Elkington dalam bukunya *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business* (1997), mengemukakan bahwa perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian pada kemajuan masyarakat, khususnya komunitas sekitar (*people*), serta lingkungan hidup/bumi (*planet*), dan peningkatan kualitas perusahaan (*profit*). Elkington mengembangkan konsep triple bottom line dalam istilah *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice*. Elkington memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan, harus memperhatikan “3P”. Selain mengejar *profit*, perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Dalam gagasan tersebut, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Tanggung jawab pengelolaan perusahaan yang semula hanya kepada *stockholders* (pemilik/pemegang saham)

bergeser pada *stakeholders* (pemilik, karyawan, pemerintah dan masyarakat luas).

Perusahaan di Indonesia mengaplikasikan program *CSR* dengan mengimplementasikan konsep sebagai berikut:

a. Profit (Keuntungan)

Keuntungan atau profit merupakan unsur penting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Profit sendiri pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak profit antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin.

b. *People* (Masyarakat Pemangku Kepentingan)

Masyarakat merupakan *stakeholder* penting bagi perusahaan, karena dukungan mereka, terutama masyarakat sekitar, sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Perlu disadari bahwa operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat, karenanya perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat.

c. Planet (Lingkungan)

Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Hubungan kita dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, di mana jika kita merawat lingkungan, maka lingkungan pun akan memberikan manfaat kepada kita sebaliknya, jika kita merusaknya, maka kita akan menerima akibatnya. Padahal, dengan melestarikan lingkungan, mereka justru akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutam dari sisi kesehatan, kenyamanan, disamping ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin kelangsungannya (Wibisono 2007).

### 3. Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Wibisono, (2007) mengatakan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) akan memberi manfaat kepada :

- a. Bagi perusahaan. Perusahaan yang melakukan CRS akan memperoleh empat manfaat, yaitu: (1) keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas, (2) perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*), (3) perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas dan (4) perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*)
- b. Bagi masyarakat. Praktik CSR yang baik akan meningkatkan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktek CSR akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut.
- c. Bagi lingkungan. Praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya.
- d. Bagi Negara. Praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut “*corporate misconduct*” atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan. nilai-tambah adanya perusahaan.

### B. RUANG LINGKUP KEGIATAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL SECARA SYARIAH

Dalam bisnis Islam dianjurkan adanya keseimbangan antara aktivitas bisnis dan nilai-nilai bisnis berdasarkan ajaran-ajaran Islam. Sebagaimana dalam Al-Quran dibahas pula mengenai Tanggung jawab sosial yang mana moral seorang pengusaha dalam melakukan aktivitas bisnis berpengaruh

terhadap kesuksesan suatu bisnis. Di dalam tanggung jawab sosial, terdapat beberapa ruang lingkup yang harus diketahui. Buchari Alma Adapun ruang lingkup kegiatan tanggung jawab sosial adalah sebagai berikut:

## 1. Tanggung Jawab Terhadap Konsumen

Tanggung jawab sosial terhadap konsumen dapat dilihat dari dua kategori, yaitu kepuasan konsumen akan produk berkualitas, menetapkan harga secara adil. Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial ketika memproduksi dan memasarkan produknya. Menurut Yuni Mayanti, Rani Putri Kusuma Dewi (2021), bahwa tanggung jawab social terhadap konsumen adalah sebagai berikut :

### a. Kepuasan Konsumen.

Perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, karena konsumen dalam dunia bisnis adalah raja. Pembeli atau konsumen mempunyai hak atas produk yang aman dan mendapatkan informasi yang jelas dalam hal pembelian. Termasuk dalam komunikasi pemasaran tidak boleh ada informasi yang disembunyikan. Alquran dalam surat Al-Maidah ayat 99 menjelaskan: “*Allah mengetahui apa yang kamu lahirkan dan apa yang kamu sembunyikan*”. Adapun contoh tanggung jawab perusahaan terhadap konsumen antara lain: memberikan garansi ketika ada kerusakan sebelum masa garansi habis, menyediakan barang dan jasa yang berkualitas, memberikan informasi yang benar mengenai barang dan jasa yang dijual, memberikan harga produk dan jasa yang adil dan wajar, konsumen dapat memesan sesuai dengan yang diinginkan, menerima saran dan kritik dari konsumen. Perusahaan harus peduli dengan hak-hak konsumen seperti *the right to be safe, right to be informed, the right to choose, and the right to be heard*.

Perusahaan yang tidak bertanggung jawab terhadap pelanggannya akan kehilangan kepercayaan dalam usaha bisnisnya. Dengan adanya kepedulian terhadap hak-hak konsumen, maka dapat mencegah munculnya gejala *consumerism* seperti : action, demonstrasi, perusakan, yang akan dilakukan oleh konsumen, karena perlakuan produsen yang tidak baik terhadap konsumen.

b. Penetapan harga

Penetapan harga yang sesuai dengan kesepakatan bersama. Informasi harga dari barang atau jasa yang dijual harus disampaikan dan diketahui oleh pihak pembeli baik dengan cara diperlihatkan atau melalui penjelasan. Imam Ghazali mengatakan bahwa keuntungan di akhirat harus lebih diutamakan dibandingkan keuntungan duniawi semata. Hal ini berdasarkan surat An-Nisa ayat 29 yang berbunyi “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu*”.

c. Jaminan barang

Penggunaan material yang ramah lingkungan dan barang yang dibeli merupakan barang yang halal dan terbebas dari unsur haramnya, di Indonesia misalnya harus ada sertifikat halalnya dari Majelis Ulama Indonesia.

## 2. Tanggung Jawab Terhadap Karyawan

Karyawan merupakan aset perusahaan dan salah satu faktor penunjang terpenting dalam perusahaan. Perusahaan dapat berjalan dengan baik, jika terjaga keharmonisan antara pihak perusahaan dengan karyawan. Oleh sebab itu, pihak perusahaan haruslah memperlakukan karyawan dengan baik sesuai dengan hak mereka. Bentuk tanggung jawab sosial terhadap karyawan memiliki dasar pada aktivitas manajemen sumber daya manusia dalam menjalankan fungsi-fungsi bisnis seperti proses perekrutan, penerimaan, pelatihan, promosi, dan pemberian kompensasi.

Adapun bentuk tanggung jawab yang dapat dilakukan pihak perusahaan kepada karyawan adalah memberikan gaji sesuai dengan jam kerja yang dihabiskan karyawan. Dalam pemanfaatan tenaga kerja harus diperhatikan Hak Asasi Manusia (HAM) dengan membayar upah atau gaji yang sesuai atau di Indonesia diberlakukannya UMR (Upah minimum regional). Memberikan asuransi kesehatan beserta tunjangan kepada karyawan serta berupaya untuk mensejahterakan karyawannya. Sesuai hadist Bukhari Muslim mengatakan bahwa “manusia saling memberi kepada yang lainnya” dan sebuah hadist yang diungkap

Ibnu Majah bahwa memberikan upah kepada karyawan sebelum keringatnya kering. Perusahaan yang mengabaikan tanggung jawab itu akan menghadapi resiko kehilangan karyawan yang produktif dan bermotivasi tinggi.

### **3. Tanggung Jawab Terhadap Investor**

Investor atau pemegang saham juga merupakan faktor penunjang yang penting dalam berdiri dan berjalannya perusahaan sebab merekalah yang memberikan modal agar perusahaan tersebut dapat terus beroperasi. Investor mendapat keuntungan melalui deviden yang diterima pada saat pelaporan keuangan perusahaan di setiap tahunnya. Adapun bentuk tanggung jawab sosial yang dapat dilakukan perusahaan kepada para investor atau pemegang saham adalah memberikan laporan keuangan secara jujur dan transparan. Serta tidak menggelapkan laba perusahaan dan tidak mengurangi keuntungan para investor/pemegang saham.

### **4. Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan**

Selain manusia yang terlibat dalam pengoperasian suatu perusahaan, juga mempunyai tanggung jawab kepada lingkungan yang ada di sekitar perusahaan tersebut. Tanggung jawab sosial terhadap lingkungan merupakan kepedulian perusahaan dalam mengendalikan operasionalnya agar dapat memberikan manfaat dan tidak merugikan masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Bentuk tanggung jawab sosial terhadap lingkungan yang harus diperhatikan adalah kepedulian atas polusi udara, polusi air, polusi tanah, pembuangan limbah beracun, daur ulang dan sebagainya. Tindakan perusahaan terhadap lingkungan dapat dijadikan sebuah parameter baik atau tidaknya sebuah perusahaan tersebut. Untuk menjaga dan melestarikan lingkungan dibahas dalam Al Qur'an surat Al- Baqarah ayat 205: *“Dan apabila ia berpaling (dari kamu), ia berjalan di bumi untuk mengadakan kerusakan padanya, dan merusak tanam-tanaman dan binatang ternak, dan Allah tidak menyukai kebinasaan”*.

Tanggung jawab sosial terhadap lingkungan salah satunya adalah penggunaan sumberdaya alam. Dalam firman Allah surat Abasa ayat 25-32 menyebutkan bahwa *“Allah mencurahkan air dari langit dan membelah bumi dan menumbuhkan biji-bijian di bumi, anggur dan*

*sayuran, pohon kurma, kebun yang lebat buahnya untuk kesenanganmu dan untuk binatang ternakmu*". Dalam ayat tersebut bermakna bahwa pemanfaat sumber daya alam harus sesuai kebutuhan. Karena jika alam dieksploitasi secara berlebihan akan berdampak pada bencana alam seperti kekeringan, banjir dan lainnya sehingga penggunaan sumber daya harus dimanfaatkan dengan baik agar tidak berdampak pada kerusakan lingkungan

Tanggung jawab sosial yang dapat dilakukan perusahaan terhadap lingkungan adalah sebagai berikut: (a) Membuang limbah perusahaan dengan metode yang baik dan benar serta tidak mencemari lingkungan sekitar. (b) Melakukan rehabilitasi yang secara tidak sengaja rusak akibat kegiatan perusahaan. (misalnya perusahaan kertas yang dalam produksinya terus-menerus menebang pohon, mereka harus menanam ulang pohon tersebut dengan pohon baru yang lebih muda).

## 5. Tanggung Jawab Terhadap Ummat

Dalam bisnis Islam, tanggung jawab sebagai pengusaha dan pedagang muslim adalah mengeluarkan zakat dan sedekah kepada yang berhak menerimanya, seperti fakir miskin, anak yatim, kaum dhuafa dan lain sebagainya. Hal ini wajib ummat muslim lakukan dalam rangka untuk membersihkan hartanya. Dengan mengeluarkan zakat atau bersedekah berarti kita akan memperoleh keberkahan atas kekayaan yang kita miliki. Adapun mengenai Zakat, Allah telah perintahkan untuk diberikan kepada 8 asnaf yang dijelaskan dalam surat At Taubah ayat 60: "*Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana*". Selain hadist dari Abu Huraira R A, Rasulullah SAW, bersabda: "*Seseorang yang menyimpan hartanya tidak dikeluarkan zakatnya akan dibakar dalam neraka jahanam, baginya dibuatkan setrika api kemudian disetrika lambungnya dan keningnya.*" (HR. Ahmad dan Muslim).



## C. PRINSIP BISNIS DENGAN METODE SYARIAH

Menjalankan bisnis syariah memiliki beberapa prinsip sesuai dengan pendapat Elasmag Hussein (2015) mengatakan bahwa terdapat 4 prinsip dasar pada CSR yaitu :

### 1. *Unity (Prinsip Tauhid)*

Prinsip pertama adalah prinsip kesatuan atau disebut juga dengan konsep tauhid. Prinsip kesatuan atau unity adalah konsep keterpaduan agama islam, sosial, politik, perekonomian masyarakat secara homogen. Prinsip ini dilandaskan pada surat al-Hadid ayat 5 dan al-Baqarah ayat 28. Kedua ayat ini mengingatkan bahwa Allah yang menciptakan langit, bumi, serta alam semesta dan manusia dan kepada Allah lah dikembalikan segala urusan. Tauhid menurut kepercayaan islam berarti satu, artinya yakin pada satu ketentuan atau takdir dari Allah SWT yang harus dijalani dengan ikhlas. Oleh karena itu, kegiatan ekonomi yang dijalankan termasuk dalam hal ini CSR, mestilah dijalankan sesuai prinsip-prinsip syariah, sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada Allah.

### 2. *Vigerency and Trusteeship (Kekhalifahan dan Amanat)*

Manusia pemimpin di muka bumi, hendaknya memiliki tanggung jawab yang besar dalam *memanfaatkan* fasilitas dan sumber daya yang diberikan, sehingga dapat memberikan kebermanfaatn yang besar dan perubahan baik bagi sosial dan lingkungan sekitarnya.

### 3. *Justice and Equalibrium (Keseimbangan)*

Prinsip ini berfungsi menjaga keadilan dan keseimbangan, sehingga dalam implementasi CSR, kehidupan bermasyarakat dapat harmonis dan ini menjadi realisasi dari visi-misi serta *values* perusahaan. Selain itu, ini menjadikan kepercayaan dan kerja sama sosial meningkat. Prinsip dasar terakhir yaitu

### 4. *Rights and responsibilities (Tanggung Jawab)*

Prinsip ini mengingatkan bahwa ada hak-hak dan tanggung jawab yang harus dipenuhi, sehingga terciptanya kepentingan dan kesejahteraan bersama dan menjadi penting untuk menerapkan ini pada kegiatan CSR.

#### D. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Perusahaan sekarang tidaklah cukup jika hanya tertuju pada pertumbuhan ekonomi semata, akan tetapi dibutuhkan sebuah paradigma baru di bidang bisnis, yaitu pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*) yang artinya adalah suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi kemampuan dan kesempatan generasi berikut untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Keberlanjutan tampak pada beberapa dimensi dan merupakan dimensi saling berkaitan dengan keberlanjutan itu sendiri, antara lain: manusia, sosial, lingkungan, dan ekonomi.

Implementasi program *Corporate Social Responsibility* atau yang biasa di sebut dengan CSR adalah bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan perusahaan melalui berbagai kegiatan yang dilakukan dalam rangka penjagaan lingkungan, norma masyarakat, partisipasi pembangunan, serta berbagai bentuk tanggung jawab sosial lainnya. Sedangkan dalam pandangan Islam, *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan ialah melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam. Allah adalah pemilik mutlak (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (temporer) yang berfungsi sebagai penerima amanah.

Tanggung jawab sosial (*social responsibility*) dalam islam menjadi suatu kewajiban dan mempunyai nilai fundamental dalam Islam. Hal ini dapat tercermin dari rukun Islam yang ketiga yaitu “menunaikan zakat” tujuannya untuk memenuhi hak-hak orang lain yang terdapat dalam harta yang kita miliki. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam pandangan Islam lebih tertuju kepada norma-norma agama yang secara pasti memiliki tujuan dalam hal kebajikan, pelaksanaannya tidak mengandung unsur riba, sesuai dengan praktek yang telah diperintahkan oleh Allah SWT yaitu : zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Pelaksanaan CSR lebih mengedepankan nilai kedermawanan dan ketulusan hati.

Pentingnya menanamkan nilai-nilai sosial dalam kehidupan tercermin dari hadis Rasulullah SAW, yang berbunyi “*Memenuhi keperluan seorang mukmin lebih Allah cintai dari pada melakukan dua puluh kali haji dan pada*

setiap hajinya menginfakkan ratusan ribu dirham dan dinar”. Dalam hadis lain, Rasulullah SAW juga bersabda, “Jika seorang muslim berjalan memenuhi keperluan sesama muslim, itu lebih baik baginya dari pada melakukan tujuh puluh kali thawaf di Baitullah.” Al-Quran menegaskan bahwa keimanan seseorang tidak sempurna apabila tidak diikuti dengan amalan-amalan sosial berupa kepedulian kepada sesama dengan memberikan bantuan kepada kerabat, anak yatim, fakir miskin, dan musafir serta menjamin kesejahteraan mereka yang membutuhkan. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Qur’an Surat Al Baqarah ayat 177 yang artinya : “Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, Hari Kemudian, Malaikat-malaikat, Kitab-kitab, Nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa”.

Berdasarkan perspektif Islam, CSR berkaitan dengan *mashlahah*, yaitu tujuan untuk kesejahteraan bersama dalam mencapai *falah* (kemenangan). Sendi sendi kehidupan harus berdasar pada al-Quran dan *sunnah*, dimana semua aktivitas merupakan cerminan dari values perusahaan, serta etika dan moral bisnis. Pelaksanaan CSR dalam Islam merupakan salah satu upaya mereduksi permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat, dengan mendorong produktivitas serta menjaga keseimbangan distribusi kekayaan di masyarakat. Oleh sebab itu, Islam mewajibkan sirkulasi kekayaan terjadi pada semua warga masyarakat dan mencegah terjadinya penumpukan kekayaan hanya pada segelintir orang. Dalam Al-qur’an (QS.Al Hasyr ayat 7), Allah berfirman: “supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu”.

Praktek CSR dalam Islam menekankan pada etika bisnis islami, dimana semua aktivitas perusahaan harus terbebas dari berbagai modus praktek korupsi (*fight against corruption*) dan memberi jaminan layanan maksimal sepanjang ranah operasionalnya, termasuk layanan terpercaya bagi setiap

produknya (*provision and development of safe and reliable products*). Hal ini yang secara tegas tercantum dalam Al-Quran. Allah SWT berfirman: “... *Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya,....*” (QS. al-A’raf ayat 85).

Praktek Tanggung Jawab Sosial Perusahann (CSR) dalam Islam tidak hanya tertuju pada aktivitas sosial saja, tetapi juga terhadap lingkungan. Islam mengajarkan setiap muslim agar berperan aktif dalam menjaga dan melestarikan lingkungannya, sebab lingkungan dan pelestariannya merupakan salah satu inti ajaran Islam yang dapat meningkatkan spiritualitas dan keadilan sosial. Prinsip-prinsip mendasar yang dilakukan secara holistik oleh Nabi Muhamad SAW adalah keyakinan akan adanya saling ketergantungan di antara makhluk ciptaan Allah. Hal tersebut merupakan salah satu implementasi dari “*hablum minallah, wa hablum minannaas*”, yang artinya hubungan dengan Allah dan hubungan dengan manusia. Sifat saling ketergantungan antara makhluk hidup adalah sebuah fitrah dari Allah SWT. Prinsip tersebut mempunyai konsekwensi jika manusia merusak atau mengabaikan salah satu bagian dari ciptaan Allah SWT, maka alam secara keseluruhan akan mengalami kerusakan yang pada akhirnya juga akan merugikan manusia. Allah SWT berfirman: “*telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali ke jalan yang benar.*” (QS. Ar Rum:41).

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat dibedakan antara CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal (Djakfar, 2007) yaitu:

### **Al-Adl**

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak- kontrak serta perjanjian bisnis. Dalam dunia bisnis, Islam menganjurkan untuk berbuat adil terhadap hak orang lain, hak lingkungan soaial, hak lingkungan alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan

dengan operasional usaha bisnis. Hal tersebut dijelaskan dalam Al- Quran Surat Huud ayat 85 sebagai berikut: "*Dan Syu'aib berkata : Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan dimuka bumi dengan membuat kerusakan* Islam juga melarang segala bentuk penipuan, spekulasi (*gharar*), iklan palsu (*najsi*), menimbun barang (*ihhtikar*) yang akan merugikan pihak lain.

### **Al-Ihsan**

Islam telah memerintahkan dan menganjurkan berbuat baik bagi kemanusiaan, sehingga amalan yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah berupa pahala serta mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Ihsan (benevolence), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain tanpa mengharapkan balasjasa. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT. Dalam ajaran Islam terbersit nilai moral menempatkan kepentingan orang lain diatas kepentingan sendiri. Sesuai dengan firman Allah dalam Al Quran surat Al Baqarah ayat 195 yang artinya : "*Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, Karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik*". Bisnis yang dilandasi dengan unsur ihsan dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, transaksi yang baik, serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada *stakeholders*.

### **Manfaat**

Konsep ihsan yang telah di jelaskan di atas seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan). Pada dasarnya, perbankan telah memberikan manfaat terkait operasional yang bergerak dalam bidang jasa yaitu jasa penyimpanan, pembiayaan dan produk atau fasilitas lain yang sangat dibutuhkan masyarakat. Konsep manfaat dalam *Corporate Social Responsibility (CSR)*, lebih dari aktivitas ekonomi.



## **Amanah**

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan iktikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, maupun dalam mengelola suatu perusahaan. Sifat amanah adalah tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Pelaku usaha/perusahaan harus mempunyai amanah dalam melaksanakan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal dalam segala hal, utamanya pelayanan dalam masyarakat. Dengan sifat amanah pelaku usaha mempunyai tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Azis, 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam : Implementasi etika Islami Untuk Dunia Usaha*, Alfabeta Bandung.
- Alma, Buchari, 2001. *Etika Bisnis*, Alfabeta Bandung.
- Budi Gautama Siregar, 2015. *Penerapan Corporate Social Responsibility dalam pandangan islam*, JURIS volume 14 nomor 2.
- Darmawati, D. 2014. *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Islam. Mazahib*, 13(2), Article 2. <https://doi.org/10.21093/mj.v13i2.387>.
- Djakfar, Muhammad, 2007. *Etika Bisnis Dalam Perspektip Islam*, UIN Malang Press, Malang.
- Dusuki, Asyraf Wajdi. 2005. *Corporate Social Responsibility of Islamic Banks in Malaysia: A Synthesis of Islamic and Stakeholders Perspectives*. A Doctoral Thesis Loughborough University.
- Elasrag, Hussein. 2015. *Corporate Social Responsibility: An Islamic Perspective*.
- Elkington, John (1998), *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21<sup>st</sup> Century Business*, Gabriola Island, BC: New Society Publishers.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Irham Fahmi, 2013. *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi* Alfabeta, Bandung.
- Latifah, E. 2020. *Pengantar Bisnis Islam*. Penerbit CV. Sarnu Untung
- Muhammad, 2004. *Etika Bisnis Islami*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Muhammad Djakfar, 2007. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, UIN Malang Press, Malang.
- Muhammad Fahrurrozi, Ika Purwanti. 2016. *Hakikat Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Islam*, Prodising Seminar Nasional Call For Papers Ekonomi Syariah.
- Raditya, Amilia Nurul. 2012. *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Pada*

*Perusahaan yang Masuk Daftar Efek Syariah (DES)*. Skripsi.  
Depok: Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

Umar, H. 2003. *Business an Introduction*. Gramedia Pustaka Utama.

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Fascho Publising, Gresik.

Yuni Mayanti, Rani Putri Kusuma dewi, 2021. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Islam*, Journal of Applied Islamic Economics Finance, volume 1 nomor 3.

<https://www.gustani.id/2012/11/corporate-social-responsibility-csr.html>

<https://aanmasjumam.wordpress.com/2015/01/22/tanggung-jawab-perusahaan/>  
<http://mohammadmahareza.blogspot.co.id/2014/10/tanggung-jawab-sosial-perusahaan.html>

<https://www.gustani.id/2012/11/corporate-social-responsibility-csr.html>



## PROFIL PENULIS



**MARHAWATI**, dilahirkan di Birengere, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, Provinsi Sulawesi Selatan tanggal 21 Juli 1963. Pendidikan Sekolah Dasar diselesaikan di kampung halamannya SDN Tonasa tahun 1975. Melanjutkan Pendidikan SMP Muhammadiyah di kota Ujung Pandang tahun 1979. Setelah tamat SMA NEGERI I Ujung Pandang tahun 1982, penulis melanjutkan studi S1 di Fakultas Pertanian jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Hasanuddin dan meraih gelar (Ir) tahun 1987. Menyelesaikan S2 Program Studi Agribisnis, Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin dan meraih gelar (M.Si) tahun 1997. Selanjutnya penulis melanjutkan S3 Ilmu Pertanian Sekolah Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin dan meraih gelar (Dr) tahun 2019.

Sejak tahun 1989 sampai 2010 penulis mengajar di Fakultas Pertanian Universitas Tadulako Provinsi Sulawesi Tengah, kemudian hijrah ke Universitas Negeri Makassar tahun 2011, sampai saat ini penulis menjadi dosen tetap di Jurusan Bisnis dan Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Makassar. Adapun mata kuliah yang diampuh adalah Ekonomi Pertanian, Manajemen Agribisnis, Studi Kelayakan Bisnis, Kewirausahaan, Pengantar Bisnis, Komunikasi Bisnis dan Metode Penelitian.



# **BAB 6**

# **KONSEP JUAL BELI**

# **DALAM SYARIAH**

**Amsari Damanik, SH.M.Kn**  
**Universitas Mulawarman**



Dalam Islam, jual beli disebut dengan al bai'. Al bai' memiliki pengertian secara bahasa yaitu memindahkan kepemilikan sebuah benda dengan akad saling mengganti. Bisa pula, al bai' dimaknai dengan tukar menukar barang. Jual beli merupakan perbuatan yang dihalalkan oleh Allah S.W.T dalam Alquran. Allah berfirman "واحلّ الله البيع وحرّم الربوا" Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba". Jual beli dapat dikatakan sah apabila terpenuhi rukun dan syaratnya, dan apabila salah satu diantara rukun tersebut tidak terpenuhi maka jual beli dapat dibatalkan diantaranya ialah :

## A. AKAD

Akad adalah: pihak-pihak yang melakukan transaksi jual beli, yang terdiri dari penjual dan pembeli. Baik itu merupakan pemilik asli, maupun orang lain yang menjadi wali dari sang pemilik asli. Sehingga ia memiliki hak dan otoritas untuk mentransaksikannya. Ini merupakan syarat mutlak dalam melakukan perbuatan jual beli.

Dalam melakukan transaksi muamalah sebaiknya para pihak berakal dan baliq. yang dimaksud dengan berakal atau dalam fiqh disebut 'aqil (عاقِل) adalah warasnya akal seseorang, dalam arti keduanya bukan orang yang gila, alias tidak waras. Hal ini menunjukkan apabila transaksi jual beli dilakukan oleh orang yang tidak berakal atau tidak sehat maka secara syariah jual beli tidak sah.

Selain berakal para pihak telah baliq, baliq adalah istilah agama berkaitan dengan pubertitas dengan kewajiban kepada sang pencipta atas perubahan yang terjadi pada dirinya. Sedangkan menurut Islam Akil" berasal dari bahasa Arab "“Āqil” (ism fa“il dari kata kerja „aqala) yang bermakna orang yang cakap, cerdas atau pintar, isim masdarnya “aqlun” yang berarti akal. Remaja yang pintar, cakap dan sudah mampu menentukan pilihan terhadap sesuatu yang dianggap baik, disebut akil.

Menurut hukum Islam seseorang dapat dikatakan akil apabila mampu mengetahui, memahami, dan membedakan mana yang baik dan mana yang buruk. Mereka harus dalam kondisi sadar dengan sempurna tanpa tekanan, mereka bukan anak kecil, juga bukan lansia yang mengalami kelemahan mengingat, tidak sedang tidur, tidak sedang mabuk atau gila.

## B. MA'QUD 'ALAIHI (OBJEK AKAD)

Harus jelas bentuk, kadar dan sifat-sifatnya dan diketahui dengan jelas oleh penjual dan pembeli. Jadi, jual beli barang yang samar, yang tidak dilihat oleh penjual dan pembeli atau salah satu dari keduanya, maka dianggap tidak sah. Imam Syafi'i telah mengatakan, tidak sah jual beli tersebut karena ada unsur penipuan. Para Imam tiga dan golongan ulama madzhab kita juga mengatakan hal yang serupa sedangkan objek yang ingin diperjual belikan harus memiliki sifat sifat sebagai berikut:

### 1. Suci

Dalam melakukan jual beli objek yang diperjual belikan hendak adalah barang yang suci bukakan barang yang najis apalagi barang yang haram. Hal ini sesuai dengan hadis nabi

" ان الله ورسوله حرم بيع الخمر والميتة والخنزير والاصنام

“Sesungguhnya allah mengharamkan jual beli minuman keras, bangkai, daging babi, dan berhala (HR Mutafaqu alaih) “ dalam hadis yang lain rasullah saw bersabda “

نهى رسول الله عن ثمن الكلب

Artinya “ rasullah melarang haraga jual beli anjing”

Dari kedua teks hadits di atas, muncul persoalan, yaitu: apakah dilarangnya jual beli di atas, semata-mata karena alasan tidak sucinya barang sehingga larangan itu termasuk mutlak, ataukah karena ada faktor lain yang membolehkannya untuk diperjualbelikan sehingga larangan jual beli barang najis adalah bersifat terbatas (muqayyad)?

Jika menilik bahwa khamr ternyata memiliki manfaat untuk diubah menjadi cuka, bangkai bisa untuk diberikan kepada hewan piaraan, anjing untuk menjaga rumah, dan minyak yang diperoleh dari hasil penyulingan beberapa jenis hewan haram untuk bahan bakar lampu dan menambal perahu, maka hal ini menguatkan bahwa dilarangnya jual beli barang-barang seperti khamr, bangkai dan anjing adalah semata-mata karena wujud barangnya adalah najis (najis 'ainiyah) dan bukan segi manfaatnya.

Sebagaimana diketahui bahwa khamr bisa berubah kesuciannya manakala ia sudah berubah menjadi cuka. Cuka adalah barang suci dan bisa dimanfaatkan di rumah tangga, oleh karenanya ia bisa diperjualbelikan. Demikian pula dengan anjing. Ia adalah hewan najis

sehingga tidak bisa diperjualbelikan. Namun, ternyata keberadaannya diperbolehkan untuk dimanfaatkan sebagai penjaga rumah, atau untuk berburu.

Dasar ini setidaknya menjadi dasar pijakan, bahwa anjing menjadi boleh diperjualbelikan manakala telah berubah fungsinya menjadi suatu barang manfaat, yakni sebagai anjing berburu dan anjing penjaga. Tidak ketinggalan pula dengan bangkai, yang menjadi sangat dibutuhkan manakala sudah berhubungan dengan fungsinya untuk memberi makan hewan buas piaraan, seperti burung elang, dan lain sebagainya.

Semua contoh ini merupakan alasan, bahwa barang yang asalnya najis tidak sepenuhnya mutlak menjadi dilarang jual belinya, manakala telah mengalami “perubahan fungsi/manfaat” (istihâlah) dari asalnya.

## 2. **Punya Manfaat**

Maksudnya punya manfaat adalah bahwa yang diperjual belikan bermanfaat bagi sang penjual dan pembeli tidak mengndung kemudharatan. Imam Syafi*“i* menyatakan bahwa setiap binatang buas yang tidak dapat diambil manfaatnya, seperti burung rajawali, burung nasar (burung pemakan bangkai), dan burung bughats (sejenis burung kecil); ataupun beberapa jenis burung yang tidak dapat diburu dan tidak dapat dimakan dagingnya tidak boleh diperjualbelikan dengan cara utang ataupun dengan cara lainnya.

Begitu pula dengan binatang yang tidak bermanfaat seperti tikus kecil, tikus besar, dan cicak, juga tidak boleh (haram) untuk diperjualbelikan. Para fuqaha lainnya, seperti yang dikemukakan Ibnu Wahb dari kalangan Malikiyah mempunyai pendapat yang sama dengan Imam Syafi*“i* dengan merujuk kepada hadits yang riwayat Jabir RA yang berbunyi :

حدَّثنا عبد الله ابن يوسف، اخبرنا مالك، عن ابن شهاب، عن ابي بكر بن عبد الرحمن، عن ابي مسعود الانصاري رضي الله عنه، أنّ رسول الله صلى الله عليه و سلم نهى عن ثمن للكب، ومهر البغي، وحلوان الكاهن.

Artinya: “Diceritakan Abdullah Bin Yusuf mengabarkan kepada Malik, dari Bin Syihab, dari Abu Bakar Bin Abdurrahman, dari Abi Mas*“ud* Bin Anshori RA bahwa Nabi Muhammad SAW melarang uang hasil

penjualan anjing, upah pelacur, dan bayaran dukun.” (H.R. BukhariMuslim)

### **3. Dimiliki oleh penjualnya**

Tidak sah berjual-beli dengan selain pemilik langsung suatu benda, kecuali orang tersebut menjadi wali (al-wilayah) atau wakil. Yang dimaksud menjadi wali (al-wilayah) adalah bila benda itu dimiliki oleh seorang anak kecil, baik yatim atau bukan, maka walinya berhak untuk melakukan transaksi atas benda milik anak itu. Sedangkan yang dimaksud dengan wakil adalah seseorang yang mendapat mandat dari pemilik barang untuk menjualkannya kepada pihak lain. Dalam prakteknya, makelar bisa termasuk kelompok ini. Demikian juga pemilik toko yang menjual barang secara konsinyasi, dimana barang yang ada di tokonya bukan miliknya, maka posisinya adalah sebagai wakil dari pemilik barang.

Adapun transaksi dengan penjual yang bukan wali atau wakil, maka transaksi itu batal, karena pada hakikatnya dia bukan pemilik barang yang berhak untuk menjual barang itu. Dalilnya adalah sebagai berikut : Tidak sah sebuah talak itu kecuali dilakukan oleh yang memiliki hak untuk mentalak. Tidak sah sebuah pembebasan budak itu kecuali dilakukan oleh yang memiliki hak untuk membebaskan.

Tidak sah sebuah penjualan itu kecuali dilakukan oleh yang memiliki hak untuk menjual. Tidak sah sebuah penunaian nadzar itu kecuali dilakukan oleh yang memiliki hak berkewajiban atasnya. (HR. Tirmizi)

### **4. Bisa diserahkan**

Hal ini tidak berarti harus dapat diserahkan seketika. Yang dimaksud adalah pada waktu akad yang telah ditentukan, objek akad dapat diserahkan, karena memang benar-benar berada di bawah kekuasaan yang sah pihak yang bersangkutan. Dengan demikian, ikan di laut, burung di udara, binatang yang masih berkeliaran di hutan tidak memenuhi syarat untuk menjadi objek akad. Untuk dapat diserahkan, maka objek akad tersebut harus memenuhi criteria sebagai berikut:

- a. Tujuan objek akad tidak bertentangan dengan transaksi. Dengan kata lain, sesuatu tidak dapat ditransaksikan bila transaksi bertentangan dengan tujuan yang ditentukan untuk sesuatu tersebut. Misalnya

wakaf, karena barangnya ini sudah dilembagakan untuk dimanfaatkan untuk kepentingan agama atau umum, maka milik individu atas benda tersebut sudah berubah menjadi milik umum (milik Allah). Aturannya benda wakaf dilarang untuk dijual. Akan tetapi aturan umum ini dapat disimpangkan dengan adanya alasan syar'i. misalnya, gedung sekolah yang tidak bisa lagi menjalankan fungsi pendidikan seperti yang disebutkan dalam ikrar wakaf, maka benda tersebut boleh dijual dan diganti di tempat lain. Begitu juga dengan objek akad perbuatan. Pengerjaan sholat dan menjalani hukuman tidak bisa digantikan oleh orang lain.

- b. Sifat objek akad tidak bertentangan dengan transaksi, dengan kata lain sesuatu tidak dapat ditransaksikan bila sifat atau hakikat sesuatu itu tidak memungkinkan untuk diadakan transaksi. Benda yang tidak berharga atau bertentangan dengan aturan syariat, maka objek akad yang seperti ini tidak bisa ditransaksikan.
- c. Objek akad tersebut tidak bertentangan dengan ketertiban umum. Tidak sah akad terhadap benda-benda yang bertentangan dengan ketertiban umum. Termasuk ke dalam perbuatan yang bertentangan dengan ketertiban umum ini adalah riba dan klausul-klausul perjanjian yang bertentangan dengan syarak.

## 5. Objek akad harus dapat ditentukan dan diketahui

Objek akad harus dapat ditentukan dan diketahui oleh kedua belah pihak yang melakukan akad. Ketidak jelasan objek akad akan mudah menimbulkan sengketa di kemudian hari, sehingga tidak memenuhi syarat objek akad. Syarat ini diperlukan agar para pihak dalam melakukan akad benar-benar atas dasar kerelaan bersama. Ketidak jelasan tidak mesti berkaitan dengan semua satuan barang yang akan menjadi objek akad, tetapi cukup sebagian saja, apabila barang tersebut merupakan suatu jenis yang dapat diketahui contohnya atau keterangan yang jelas tentang sifat-sifatnya. Untuk menentukan apakah syarat kejelasan suatu objek akad itu sudah terpenuhi atau belum, adat kebiasaan ('urf) mempunyai peranan penting. Apabila 'urf memandang jelas, misalnya jual beli kacang tanah yang sudah waktunya dipanen, tetapi masih berada dalam tanah, maka kacang yang ada dalam tanah tersebut dipandang sudah memenuhi syarat kejelasan. Yang penting

jangan sampai mengenyampingkan prinsip keadilan dalam muamalat; penjual jangan menerima harga yang jauh di bawah harga yang wajar dan dapat dijamin tidak akan terjadi sengketa di belakang hari

### C. SHIGHAT (IJAB DAN QABUL)

Ijab adalah perkataan dari penjual, seperti “aku jual barang ini kepadamu dengan harga sekian”. Dan qabul adalah ucapan dari pembeli, seperti “aku beli barang ini darimu dengan harga sekian”. Dimana, keduanya terdapat persesuaian maksud meskipun berbeda lafaz seperti penjual berkata “aku milikan barang ini”, lalu pembeli berkata “aku beli” dan sebknya. Selain itu tidak terpisah lama antara ijab dan qabulnya, sebab terpisah lama tersebut membuat boleh keluarnya (batalnya) qabul tersebut. Menurut jumhur ulama, yang disebut dengan ijab adalah : "ما يصدر من البائع دالاً على الرضا" . Apa saja yang timbul dari pihak penjual yang menunjukkan keridhaannya . Agar ijab dan qabul ini menimbulkan akibat hukum, maka disyaratkan dua hal. Pertama, adanya persesuaian (tawafuq) antara ijab dan qabul yang menandai adanya persesuaian kehendak sehingga terwujud kata sepakat. Kedua, persesuaian kehendak tersebut haruslah disampaikan dalam satu majelis yang sama (kesatuan majelis)

#### 1. Persesuaian Ijab dan Kabul

Dalam Melakukan jual beli barang yang diperjual belikan harus sesuai dengan ijab dan Kabul. Apabila pernyataan tidak sesuai dengan ijab tidak dinamakan sebagai Kabul. Penjual beras menjual beras dengan harga 12.000/Kg, kemudian pembeli menyatakan qabul harga Rp 5000 maka akad seperti ini tidak sah.

#### 2. Kesatuan Majelis Akad

Tempat dan waktu merupakan dua kompoen untuk menyatakan kehendak pembeli dan penjual. Penjual dan pembeli bertemu dan pada saat itu diadakan negoisasi samapai dengan berakhirnya negoisasi inilah yang disebut majlis akad. Teori ini menjelaskan kesepatann yang diperoleh kedua belah pihak seehingga lahirlah khiyar Kabul.



## DAFTAR PUSTAKA

- Dimyaudin Djuwaini, 2008 Pengantar Fiqih Muamalah, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Nonon, mursyidah dkk, 2016 Haid dan Kesehatan Menurut Ajaran Islam, (Jakarta: Sekolah Pascasarjana Universitas Nasional Majelis Ulama Indonesia)
- Sulaiman Rasjid, 2010, Fiqih Islam, cet. XLIX (Bandung: Sinar Baru Algesindo,)
- Ahmad Sarwat, 2018, Fiqih Jual Beli, Rumah Fiqih Publishing Jalan Karet Pedurenan no. 53 Kuningan Setiabudi Jakarta Selatan 12940
- <https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/kedudukan-barang-suci-dan-barang-najis-dalam-jual-beli-XU8J6>
- Imam Syafi'i Abu Abdullah Muhammad bin Idris, Ringkasan kitab Al Umm, penerjemah: Imron Rosadi, Amiruddin dan Imam Awaluddin, Jilid 2, Pustaka Azzam, Jakarta, 2013
- Ibnu Rusyd, Bidayatu'l Mujatahid, 1990, Terjemah oleh M.A. Abdurrahman dan A. Haris Abdullah, Juz III, Semarang: Asy-Syifa",
- Anwar, Syamsul. 1996. "Hukum Perjanjian dalam Islam; Kajian Terhadap Masalah Perizinan (Toestemming) dan Cacat Kehendak (Wilsgerbrek)". Laporan Penelitian Pada Balai Penelitian P3M Institut Agama Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Taqiyuddin abu Bakar, 1995. Kifayatul Akhyar Fii Halli Ghayatil Ikhtisa, CV Bina Iman

## PROFIL PENULIS

N0	BIODATA	
1	Nama	Amsari Damanik, SH.M.Kn
2	T/ Tgl Lahir	Bartong, 03 Januari 1986
3	Alamat	Jalan Bengkuring Raya 1, Samaarinda Kalimantan Timur
4	Hp	082367472055
5	Insitusi	UNMUL
6	email	amsaridamanik@fh.unmul.ac.id

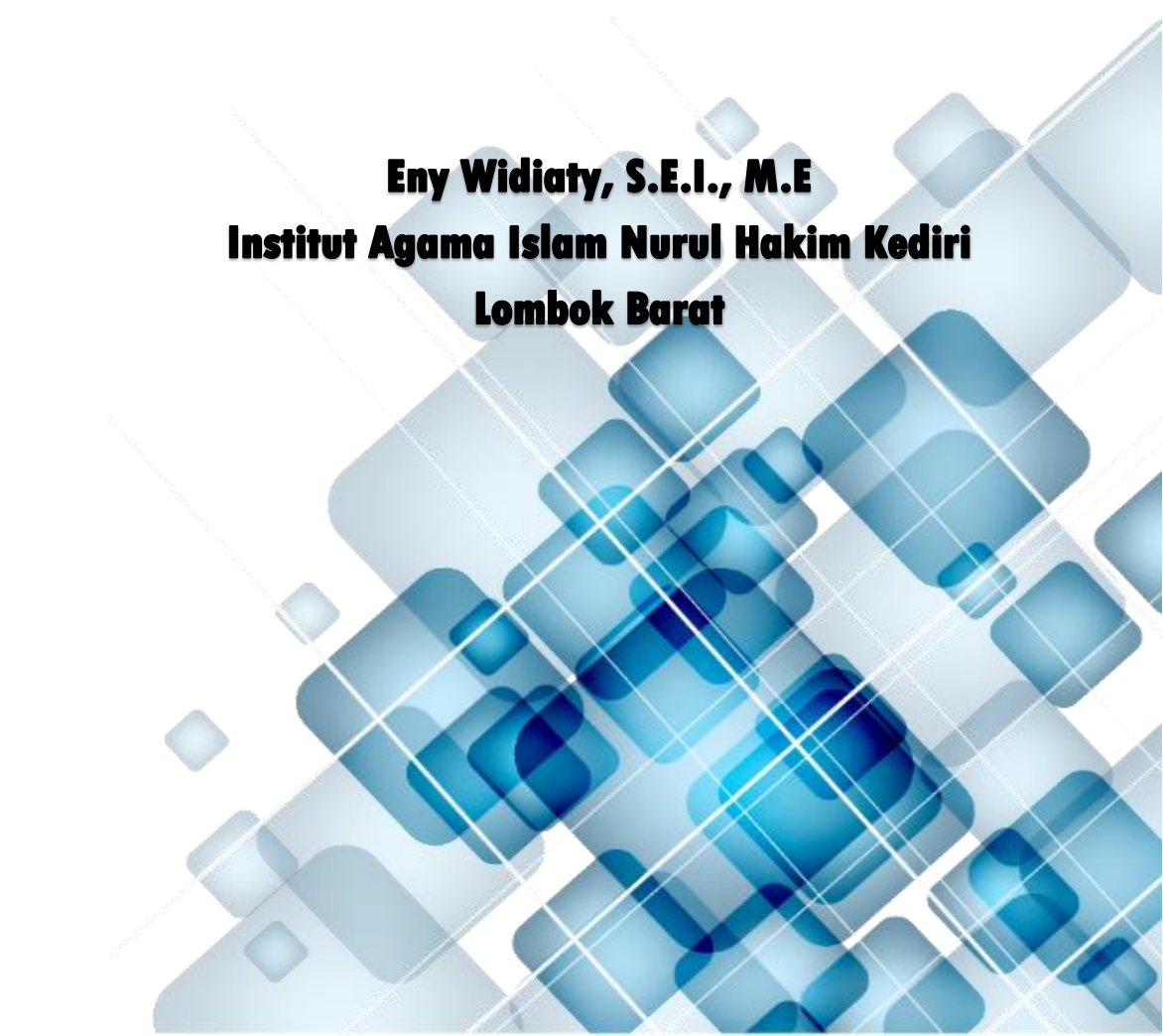


# **BAB 7**

# **SHARIA MARKETING**

# **(PEMASARAN SYARIAH)**

**Eny Widiaty, S.E.I., M.E**  
**Institut Agama Islam Nurul Hakim Kediri**  
**Lombok Barat**



## A. PENGERTIAN PEMASARAN

Pemasaran (marketing) bukan merupakan istilah baru bagi para pelaku bisnis. Pemasaran adalah salah satu faktor penting bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha. Kemampuan produk suatu perusahaan menguasai segmentasi pasar bukan hanya ditentukan dari *price* atau *quality* sebuah produk, namun ditentukan juga oleh strategi marketing yang dilakukan. Banyak definisi pemasaran yang berkembang, seperti disampaikan (Kotler & Keller, 2012) bahwa: *“Marketing is about identifying and meeting human and social needs. One of the shortest good definitions of marketing is “meeting needs profitably”.*” Pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi paling sederhana dari marketing adalah “memenuhi kebutuhan secara menguntungkan.”

The American Marketing Association memberikan definisi bahwa: *“Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large.”* Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan menukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat luas.

Menurut (Shinta, 2011) pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.

Pemasaran menurut (Indrasari, 2019) adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum. Berdasarkan berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Pemasaran dianggap sebagai proses pengenalan produk atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen potensial sehingga

- kebutuhan mereka terpenuhi dan perusahaan yang memiliki produk atau jasa memperoleh keuntungan.
2. Pemasaran merupakan aktivitas yang dilakukan oleh organisasi kaitannya dengan mengidentifikasi, menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan menawarkan produk barang dan jasa yang bernilai bagi konsumen sehingga dalam hal ini organisasi akan mendapatkan keuntungan.
  3. Pemasaran merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan dengan menggerakkan barang dan jasa yang berasal dari produsen kepada konsumen.

## **B. PEMASARAN SYARIAH**

Pemasaran dalam Islam adalah salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang diperbolehkan karena merupakan bagian dari muamalah dalam Islam. Muamalah erat kaitannya dengan hubungan manusia dalam interaksi sosial yang sesuai dengan syariat Islam. Seorang marketer akan berinteraksi secara langsung dengan konsumen dalam kegiatannya mengenalkan produk, namun seorang marketer tidak boleh berbuat zalim dalam berbisnis. Seorang marketer dituntut untuk jujur, tidak menipu, tidak berbuat curang, dan sebagainya yang dapat merugikan orang lain.

Secara umum, (Kartajaya & Sula, 2006) menjelaskan: *“syariah marketing is a strategic business discipline that directs the process of creating, offering, and exchanging values from one inisiator to its stakeholders and the whole process should be in accordance with muamalah principles in Islam.”* Pemasaran syariah adalah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan pertukaran nilai dari satu inisiator kepada para pemangku kepentingan dan seluruh proses harus sesuai dengan prinsip-prinsip dalam Islam.

Adapun menurut (Miftah, 2015) pemasaran syariah adalah suatu disiplin bisnis strategis yang diarahkan kepada suatu proses di mana terdapat perubahan nilai serta penawaran dari satu penggagas kepada bagian yang lain dalam keseluruhannya sesuai dengan prinsip-prinsip kegiatan muamalah dalam Islam.

Praktik bisnis dan pemasaran dewasa ini telah melahirkan pemahaman baru dari level intelektual (rasional) kepada emosional, dan berakhir pada

level spiritual. Pada level rasional motif bisnis yang paling utama adalah untuk mendapatkan keuntungan finansial yang sebesar-besarnya dengan memperhatikan berbagai strategi pemasaran, seperti *segmentation* (segmentasi pasar), *targeting* (target pasar), *positioning* (penanaman karakter pemasar kepada konsumen), *marketing mix* (bauran pemasaran), *branding* (merek), dan sebagainya. Sedangkan pada level emosional praktik bisnis didasarkan pada kemampuan pemasar untuk memahami emosi pelanggan. Sehingga seorang marketer di level emosional ini lebih tertuju kepada apa yang konsumen butuhkan dibanding apa yang marketer akan dapatkan. Rasa empatik pada level ini menjadikan bisnis lebih manusiawi karena konsumen bukan hanya diposisikan sebagai objek bisnis akan tetapi juga sebagai subjek yang perlu dipenuhi kebutuhannya. Namun pada level spiritual, praktik pemasaran didasarkan pada bisikan nurani yaitu pemasaran yang berasaskan pada moralitas yang tinggi.

Pemasaran spiritual menurut (Alma & Priansa, 2016) memandang bahwa pesaing bisnis bukanlah musuh, namun mitra yang harus dijalin hubungan baik dan kemitraannya. Pesaing merupakan mitra sejajar yang mampu memacu kreativitas dan inovasi perusahaan. Persaingan adalah hal yang baik karena akan turut membesarkan pasar. Pemasaran spiritual bertujuan untuk mencapai sebuah solusi yang adil dan transparan bagi semua pihak yang terlibat.

### C. KARAKTERISTIK PEMASARAN SYARIAH

Menurut (Kartajaya & Sula, 2006) pemasaran syariah harus bertumpu pada empat karakteristik dasar: ketuhanan (*rabbaniyyah*), menjunjung tinggi akhlak mulia (*akhlaqiyyah*), mewaspadaikan keadaan pasar yang selalu berubah (*waqi'iyah*), dan selalu berorientasi untuk memartabatkan manusia (*al-insaniyyah*).

#### 1. Ketuhanan (*Rabbaniyyah*)

Ketuhanan atau *Rabbaniyyah* adalah prinsip paling dasar yang dimiliki dalam pemasaran syariah sebagaimana asas Ketuhanan yang menjadi piranti utama dalam rukun Islam, hal ini yang membedakan dengan pemasaran konvensional yang cenderung bersifat rasional sedangkan pemasaran syariah menekankan sifat religius (*dinniyyah*). Nilai Ketuhanan (*Rabbaniyyah*) merupakan keyakinan yang bersifat bulat dan

mutlak yang melekat atau mendarah daging dalam pribadi setiap muslim, sehingga seorang *marketer* akan merasa bahwa Allah SWT selalu dekat dan mengawasinya ketika melakukan aktivitas bisnis karena segala perbuatannya akan dimintai pertanggungjawaban di akhirat kelak.

*Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingat Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang. (QS. An-Nur: 37)*

Hal ini yang menjadikan pemasaran syariah lebih adil dan tidak mengandung tipu muslihat, serta terhindar dari perilaku *maysir*, *gharar*, dan *riba* karena para *marketer* merasa bahwa kegiatan bisnis dilandasi semangat beribadah kepada Allah SWT untuk mencapai kesejahteraan bersama bukan kepentingan golongan atau individu.

2. Menjunjung tinggi akhlak mulia (*Akhlaqiyyah*)

Dalam menjalankan aktivitas bisnis aspek etiks merupakan hal yang perlu diperhatikan. Jika Ketuhanan (*Rabbaniyyah*) adalah dasar berdirinya pemasaran syariah, maka pemasaran syariah yang dijalankan dengan asas Ketuhanan yang akan membentuk etika Islam dalam berbisnis. Seorang *marketer* yang menjunjung tinggi akhlak mulia akan selalu menanamkan nilai-nilai amanah, jujur, bersikap adil, tidak memaksakan kehendak, transaksi yang humanis dan ramah. (Cipta, 2019) mengungkapkan bahwa implementasi akhlak dalam transaksi bisnis ekonomi Islam dikenal juga dengan ekonomi berbasis moralitas dan ekonomi beretika akan berpengaruh terhadap tingkat keuntungan suatu perusahaan, karena konsep akhlak yang diterapkan membuat konsumen merasa dilayani dengan nyaman dan tentunya perusahaan dikenal mempunyai citra yang positif.

3. Realistis (*Waqi'iyah*)

Kondisi pasar yang terus berkembang perlu diwaspadai oleh para *marketer* atau pelaku bisnis, karena pasar akan berpengaruh terhadap konsep pemasaran yang digunakan. Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang dinamis dan fleksibel, bukan pemasaran yang bersifat statis dan anti modernis. Akan tetapi konsep pemasaran syariah tetap harus mengedepankan nilai religius, kesalehan, aspek moral, dan kejujuran dalam segala aktivitas. Dikutip dari buku (Kartajaya & Sula,

2006) bahwa pemasaran syariah seharusnya tidak kaku selama tidak melanggar hukum Islam. Namun bukan berarti bebas menggunakan segala cara untuk mencapai tujuan, atau selalu berada dalam keadaan darurat di mana pemasar Muslim bisa melakukan sesuatu yang melanggar prinsip-prinsip hukum Islam.

4. Humanisme (*al-Insaniyyah*)

Humanisme (*al-Insaniyyah*) dalam pemasaran syariah adalah berperikemanusiaan, mementingkan kepentingan sesama umat manusia, dan saling menghormati sesama. Dengan memegang teguh nilai humanisme dalam melakukan pemasaran menjadikan seorang marketer dapat terkontrol dan seimbang (*tawazun*), bukan sebaliknya menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Adapun secara harfiah humanisme diartikan sebagai suatu pandangan terhadap manusia atau kepentingan manusia sebagai objek yang terpenting. Kehadiran Islam sebenarnya adalah untuk mengajarkan manusia tentang nilai-nilai yang bisa membedakan manusia dari segala makhluk lain yang ada di bumi, sehingga seorang Muslim harus mampu menjauhkan diri dari perbuatan yang tidak manusiawi (Kartajaya & Sula, 2006).

#### **D. PARADIGMA PEMASARAN SYARIAH**

Ada empat paradigma yang membangun pemasaran syariah menurut (Alma & Priansa, 2016), yaitu: strategi pemasaran syariah (*sharia marketing strategy*), taktik pemasaran syariah (*sharia marketing tactic*), nilai pemasaran syariah (*sharia marketing value*), dan citra pemasaran syariah (*Sharia Marketing Image*).

1. Strategi Pemasaran Syariah (*Sharia Marketing Strategy*)

Strategi pemasaran adalah ujung tombak suksesnya suatu bisnis, karena di dalamnya terkandung tujuan, sasaran, kebijakan, dan aturan yang memberikan arahan pada usaha-usaha pemasaran. Baik bisnis yang sifatnya konvensional maupun bisnis syariah memandang bahwa strategi pemasaran ini penting dan perlu menjadi pertimbangan dalam menjalankan usaha. (Alma & Priansa, 2016) mengatakan tujuan strategi pemasaran adalah untuk mencapai "*how to win the market.*" Hal ini



disebabkan ketatnya persaingan di dalam pasar, sehingga setiap pebisnis harus membuat strategi agar bisa bertahan. Lebih detail menurut (Handayani & Fathoni, 2019), strategi pemasaran Islam (*Islamic marketing strategy*) bertujuan untuk memetakan pasar berdasarkan ukuran pasar, pertumbuhan pasar, keunggulan kompetitif, dan situasi persaingan. Tahap awal yang perlu dilakukan adalah membidik pasar rasional yang potensial dan dilanjutkan dengan melakukan *positioning* di benak para konsumen.

2. Taktik Pemasaran Syariah (*Sharia Marketing Tactic*)

Taktik merupakan aktivitas menggunakan berbagai teknik promosi, pengabdian kepada masyarakat dalam mengusahakan penguasaan pasar atau “*how to penetrate a market*”. Jadi, taktik menyangkut teknik yang dapat digunakan untuk merekrut calon pelanggan (Alma & Priansa, 2016). Adapaun taktik pemasaran syariah menurut (Handayani & Fathoni, 2019) perlu dilakukan diferensiasi terkait dengan apa yang ditawarkan (*content*), bagaimana menawarkan (*context*), dan infrastruktur apa yang dibutuhkan.

3. Nilai Pemasaran Syariah (*Sharia Marketing Value*)

Dalam memasarkan suatu produk, seorang konsumen tidak hanya tergantung pada produk itu sendiri, namun juga pada nilai (*value*) dari produk tersebut. (Usman, Sobari, & Sulthani, 2020) memaparkan bahwa nilai menjadi kunci untuk bertahan bahkan untuk menang dalam persaingan, di mana nilai yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Lebih lanjut (Handayani & Fathoni, 2019) menjelaskan kalau nilai yang tinggi dari suatu produk bisnis akan mampu membangun merek yang kuat, kepuasan konsumen, dan loyalitas pelanggan. Adapun yang membedakan nilai yang melekat pada pemasaran syariah dan konvensional adalah jika pemasaran konvensional lebih kepada nilai fungsional produk pemasaran, sedangkan pemasaran syariah mempertimbangkan nilai fungsional dan nilai emosional. Bahkan di kalangan konsumen Muslim nilai emosional ini lebih dominan dibanding nilai fungsional. Konsumen Muslim akan memilih produk dengan label halal meskipun kurang lezat dibanding memilih makanan lezat tapi tidak ada label halal pada produk.

#### 4. Citra Pemasaran Syariah (*Sharia Marketing Image*)

Pemasaran spiritual adalah puncak dari paradigma pemasaran syariah, bahwa pemasaran spiritual inilah yang memayungi strategi pemasaran, taktik pemasaran, dan value pemasaran. Artinya pemasaran syariah berusaha memasukkan nilai-nilai Islam dalam rangka bangun pemasaran. Melalui pemasaran spiritual perusahaan dapat menguasai *segmentasion, targeting, positioning, differentiation, selling, marketing mix, brand, dan service*.

### E. ETIKA PEMASARAN SYARIAH

Secara umum ada tujuh etika pemasaran yang menjadi prinsip-prinsip dalam syariah marketing menurut (Usman, Sobari, & Sulthani, 2020) sebagai berikut.

#### 1. *Unity* (Kesatuan)

*Unity* (Kesatuan) merupakan refleksi dari *tauhid* bahwa tidak ada Tuhan selain Allah dan Allah adalah satu-satunya yang berhak disembah. Makna *tauhid* dalam pemasaran syariah bahwa dalam praktik bisnis tidak boleh bersikap diskriminatif terhadap pekerja, penjual, pembeli, pemasok, mitra bisnis, dan semua pihak yang terlibat di dalamnya. Karena hakikat *tauhid* adalah penyerahan diri secara mutlak kepada Allah SWT kaitannya dengan ibadah maupun muamalah (Maghfur, 2016).

*Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling takwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal. (QS. Al-Hujurat: 13)*

#### 2. Iman

Etika paling pokok yang juga harus dimiliki oleh seorang marketer adalah keimanan. Keimanan identik dengan *aqidah*, yang berarti kepercayaan, keyakinan dan merupakan kekuatan jiwa (ruh) yang dapat mengikat manusia dalam ikatan Tuhan yang diimaninya (Maghfur, 2016). Oleh karena itu aktivitas pemasaran yang dilandasi rasa iman senantiasa akan melahirkan kejujuran dalam berbisnis, tidak melakukan riba, *gharar*,

*maysir*, dan segala transaksi yang tidak memberikan maslahat baik bagi produsen maupun konsumen.

*Barang siapa 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. (QS. An-Nahl: 97)*

3. *Khalifah* (Amanat/Perwakilan)

Manusia sebagai *khalifah* telah dijelaskan dalam al-Qur'an (al-Baqarah: 30, al-An'am: 165; Faathir: 39; Shaad: 28; dan al-Hadiid: 7). Hakikat *khalifah* sebagai wakil Allah SWT adalah untuk memakmurkan bumi. Allah SWT telah menciptakan manusia dengan berbagai sumber daya di dalamnya untuk dikelola oleh manusia dan tidak melakukan kerusakan. Semua sumber daya yang ada di bumi adalah untuk kepentingan bersama, maka harus didistribusikan secara merata untuk kesejahteraan bersama. Sehingga implikasi *khalifah* di dalam pemasaran adalah hendaknya seorang marketer tidak melakukan kegiatan bisnis yang merugikan orang lain, seperti berbohong tentang produk, mengurangi jumlah barang, dan bahkan menggunakan bahan yang haram dalam kegiatan produksi.

4. *Balance* (Keseimbangan)

Dalam menjalani kehidupannya, manusia dituntut untuk melakukan perannya secara seimbang, yaitu keseimbangan antara dunia dan akhirat, atau seimbang melaksanakan hak dan kewajibannya. Seorang Muslim bukan hanya berbisnis untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, namun juga membantu konsumen memenuhi kebutuhannya, ikut memberikan kesejahteraan, serta turut aktif mendidik konsumen agar tidak berperilaku konsumtif. Keseimbangan juga dapat diimplementasikan pada kualitas produk dan harga, di mana seorang marketer dituntut untuk memberikan informasi yang jelas terkait produk maupun jasa dan harga, dilarang melakukan monopoli, tidak menimbun barang yang bisa merusak pasar.

*Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagiamu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan*

*janganlah kamuberbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan. (QS. Al-Qasas: 77)*

5. Keadilan

Implikasi logis keadilan dalam bisnis adalah menjauhi segala bentuk penipuan atau menyembunyikan informasi atas produk, menimbun barang, termasuk memberikan upah tepat waktu bagi pekerja (Usman, Sobari, & Sulthani, 2020). Islam senantiasa memerintahkan berlaku adil kepada orang lain. Oleh karena itu, dalam Islam tidak boleh adanya diskriminasi atau eksploitasi di dalam bisnis.

*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. (QS. an-Nahl: 90)*

6. *Free Will* (Kebebasan Berkehendak)

Seorang manusia oleh Allah SWT telah dibekali dengan pemikiran dan kemampuan bertindak. Sehingga setiap manusia dapat memilih jalan hidupnya masing-masing, yaitu antara melakukan perbuatan baik atau melakukan perbuatan buruk. Maka, dalam menjalankan bisnis seorang pengusaha diberikan kebebasan apakah akan menjual barang dengan cara curang atau menerapkan kejujuran dalam bertransaksi. Seorang marketer yang beriman tidak akan melanggar prinsip-prinsip syariah, karena kebebasan berkehendak yang dibebankan kepada manusia diikuti dengan pertanggung jawaban kepada Allah SWT.

7. *Benevolence* (Kebajikan)

Kebajikan sering diartikan dengan berbuat kebaikan atau melakukan perbuatan yang terpuji. Dalam pemasaran, perbuatan kebajikan dapat dilihat dari cara perusahaan menjalankan bisnisnya, yaitu service kepada pelanggan, keterbukaan terhadap produk yang dipasarkan, tidak mematahkan pesaing, bahkan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk menukar bahkan mengembalikan barang dengan alasan tertentu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B., & Priansa, D. J. (2016). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Cipta, H. (2019). Konsep Islamic Ethic Marketing di Perbankan Syariah. *Asy Syar'iyah: Jurnal Ilmu Syariah dan Perbankan Islam*, 3.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kartajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New York: Pearson Education Inc.
- Maghfur, I. (2016). Membangun Ekonomi dengan Prinsip Tauhid. *Jurnal Malia*, 238.
- Miftah, A. (2015). Mengenal Marketing dan Marketing Syariah. *Islamicconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 16.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Usman, H., Sobari, N., & Sulthani, E. A. (2020). *Islamic Marketing Sebuah Pengantar*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.

## PROFIL PENULIS



**ENY WIDIATY** lahir di desa Penedagandor pada 01 Oktober 1994. Pada tahun 2013 berhijrah ke Yogyakarta dan memperoleh gelar Serjana Ekonomi Islam (S.E.I) pada jurusan Ekonomi dan Perbankan Islam dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2017. Pada tahun 2017 juga melanjutkan kuliah di Magister Ilmu Agama Islam konsentrasi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia dan dinyatakan lulus pada 22 November 2019 dengan gelar Magister Ekonomi (M.E). Setelah pulang diterima mengajar di Sekolah Tinggi Ekonomi Islam HAMZAR-Lombok Timur pada Februari 2020 dan September 2020 mulai mengajar juga di Institut Agama Islam Nurul Hakim Kediri Lombok Barat. Pada tahun 2021 diminta bergabung di jurnal Muslim Preuner sebagai editor.



# **BAB 8**

# **GLOBALISASI DAN**

# **PERMASALAHAN RIBA**

**Dr. Muh. Ihsan Said Ahmad, SE., M.Si**  
**Universitas Negeri Makassar**



## A. KONSEP DASAR

Kata globalisasi diserap dari suatu kata *Globalization*. Dimana kata global memiliki suatu arti mendunia, sedangkan pada kata ization yang memiliki arti suatu proses. Pada kamus besar globalisasi memiliki suatu arti yakni suatu peristiwa dimana masuknya kedalam ruang lingkup dunia. Menurut istilah Selo Soemardjan sangh ahli sosiologi dimana arti dari globalisasi yaitu suatu peristiwa yang dapat membentuk sistem komunikasi dan organisasi dengan masyarakat yang ada pada penjuru dunia.

Pada Scholte mengungkapkan globalisasi yakni hubungan internasional yang semakin maju dan berkembang. Setiap negara yang ada didunia ini akan selalu mengamankan identitas dari negara itu sendiri, akan tetapi akan mempunyai suatu ketergantungan dengan negara yang lain. secara ringkasnya, Globalisasi dapat pula juga kita artikan akan fenomena setiap negara akan terhubung, ini disebabkan teknologi yang mempunyai perkembangan yang cepat dari waktu ke waktu. Globalisasi ini juga memiliki dampak pada budaya populer, perdagangan, perjalanan, investasi dan lain sebagainya.

Ilmu ekonomi yaitu suatu pengetahuan dimana membahas akan tingkah manusia untuk melakukan pilihan maupun membentuk kemakmuran. Adapun inti masalah yang ada dalam ekonomi yaitu terdapatnya ketidak seimbangan dengan alat pemuas akan kebutuhan yang diperlukan oleh manusia dengan kebutuhan manusia yang ada saat ini. Dari masalah itu memiliki efek akan memunculkan keadaan yang mana dapat kita sebut dengan suatu kelangkaan. Sistem yang ada dalam ekonomi terdapat beberapa macam. Ini terdiri dari perekonomian fasisme, kapitalisme, merkantilisme, sosialisme, dan yang terakhir perekonomian komunisme.

Menurut bahasa riba berarti tambahan ( ziyadah-Arab, addition-Inggris), sedangkan menurut istilah, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok sebagai syarat terjadinya suatu transaksi. A Jurjani mengemukakan riba sebagai imbalan/ kelebihan/ penambahan akan bayaran dimana tidak memiliki ganti, ini telah disetujui dan diberikan syarat pada kedua belah pihak yang akan melakukan transaksi. Jadi dapat kita artikan bahwa riba yaitu penentuan akan bunga ketikan melakukan suatu pinjaman berupa uang dan ketika pengembalian akan memberikan kelebihan dari apa yang kita pinjam.



## B. GLOBALISASI

Globalisasi yaitu suatu istilah yang mempunyai ikatan pada meningkatnya terkait antar manusia dan bangsa yang ada pada penjuru dunia dengan cara budaya populer, perdagangan, perjalanan, investasi dan lain-lainnya. Atau globalisasi adalah sebuah proses yang dipengaruhi oleh beberapa hal yang tentu saja sudah banyak yang mengetahuinya seperti ilmu pengetahuan, kebudayaan, telekomunikasi, transportasi, dan perkembangan teknologi yang mempengaruhi aspek kehidupan masyarakat.

Dalam hal tersebut, globalisasi ini memiliki kataestik dengan internasionalisasi secara sama, maka dari itu dari 2 istilah tersebut kadang kala sering diganti satu sama lain. Beberapa pihak kadang kala menggunakan kata globalisasi dimana ini berkaitan akan batas negara maupun berkurangnya suatu perann pada negara.

Berikut merupakan beberapa ciri yang menandakan semakin berkembangnya fenomena globalisasi di dunia ;

1. Perubahan dalam konsep, ruang, dan waktu, dalam hal ini, setiap orang dapat mempermudah mengakses apa saja yang mereka inginkan karena berkembangnya teknologi. Barang yang mempunyai perkembangan yang sangat peat seperti internet, telepon genggam, maupun televisi satelit, memperlihatkan dimana komunikasi global mengalami pertumbuhan yang sangat cepat, sedangkan dari gerakan sekelompok turisme mampu kita rasakan banyaknya budaya yang memiliki perpedaan.
2. Produksi dan pasar, perekonomian yang dimiliki pada setiap negara yang ada akan saling terkait (bergantung) dimana ini akibat akan perkembangan perniagaan internasional, penguasaan pada organisasi sepeti WTO, dan meningkatnya pengaruh yang ada pada perusahaan multinasional.
3. Peningkatan interaaksi, melewati pertumbuhan media sosial mapun media massa.
4. Menularnya kebudayaan, melalui globalisasi mampu mengkonsumsi dan mengalami berbagai gagasan dan pengalaman baru mengenai suatu hal yang melintasi bernaeka ragam budayaa seperti pada makanan, literatur dan fashion.
5. Meningkatnya masalah bersama, seperti dalam inflasi regional, krsis multinasional, lingkungan hidup dan lain sebagainya.

Beberapa penyebab yang bisa membuat terbentuknya globalisasi: 1. Pertumbuhan teknologi tranportasi maupun informasi, ini akan berakibat pada aktivitas jual beli pada setiap negara akan lebih dimudahkan, bahkan mampu

menjual maupun membeli suatu produk ketikan melakukan aktivitas rebahan tanpa adanya saling bertatap langsung. 2. Peningkatan kerjama dalam internasional, terjadinya kemudahan dalam transaksi dengan negara lain, dimana ini akan jumlah produk dari dalam dan luar akan mengalami peningkatan yang drastis. 3. Kemudahan transportasi, keseluruhan dalam melakukan pengiriman jasa dan barang di setiap negara akan menjadi lebih mudah dan kebanyakan produk dari luar yang ada akan menjadi sautu bagian pada masyarakat. Tidak jarang produk asing ini kemudian diadaptasi oleh masyarakat setempat sehingga terjadi penggabungan kebudayaan. 4. Ekonomi terbuka, perdagangan global yang terjadi dikarenakan negara-negara di dunia semakin terbuka satu sama lain sehingga terjadi pertukaran produk dari satu negara ke negara lain. Produk ini sendiri tidak lepas dari elemen dan budaya negara asalnya, yang kemudian bisa saja mempengaruhi negara lain.

### **C. DAMPAK TERJADINYA GLOBALISASI EKONOMI**

Globalisasi yaitu proses tatanam pada masyarakat yang berubah menjadi modern, dimana komunikasi yang cepat dan mudah tanpa adanya suatu batasan dari setiap negara. Globalisasi ekonomi yaitu proses menyebarkan produksi, maupun distribusi pada setiap pelosok negara yang ada dengan tidak memiliki halangan seperti pada geografis negara tersebut. Perdagangan bebas mampu kita kaitkan dengan istilah globalisasi ekonomi. seluruh upaya yang dilakukan pada globalisasi ini berusaha agar mampu mengtiadakan suatu hambatan pada perdagangan internasional dengan keseluruhan.

Globalisasi ekonomi mengalami penyebaran yang cukup tinggi atau cepat, hal ini memiliki kaitan dengan teknologi yang semakin maju dan antusias masyarakat dunia dalam menjalankan globalisasi itu sendiri. Beberapa bentuk globalisaasi ekonomi ;

#### **1. Globalisasi Produksi**

Agar mampu menurunkan suatu biaya, pada setiap negara para perusahaan akan menciptakan produksi. Ini disebabkan akan faktor misalnya gaji para buruh akan lebih murah dan kondisi pada politik negara tersebut lebih baik.

## 2. Globalisasi Pembiayaan

Usaha global yang mempunyai suatu akses pada pembiayaan misalnya investasi maupun pinjaman keseluruh dunia. Investasi ini mampu dikerjakan dengan cara langsung atau hanya menggunakan portofolio.

## 3. Globalisasi Tenaga Kerja

Globalisasi dapat membuat pekerja asing masuk didalam suatu negara. Perusahaan tersebut akan memakai para buruh yang ada pada setiap negara, ini akan disesuaikan pada tingkat skill atau kemampuan. Penggunaan jasa tenaga kerja dalam sektor tertentu di negara berkembang atau staf ahli dari luar negeri adalah contoh jelas globalisasi tenaga kerja.

## 4. Globalisasi Jaringan Informasi

Sesuai pada kemajuan teknologi yang semakin canggih informasi yang ada dapat diterima diseluruh dunia dengan lebih akurat dan cepat. Dengan jaringan informasi yang nyaman dan aman, maka merek-merek terkenal dari seluruh dunia akan lebih mudah memasarkan produk mereka.

## 5. Globalisasi Perdagangan

Dengan konsistensi, penurunan tarif serta penghapusan hambatan non-tarif, bisa dibilang akan menjadi faktor percepatan globalisasi perdagangan. Dengan faktor ini perdagangan secara dunai akan menjadi dinamis maupun kompetitif dan akan memberikan banyak pihak suatu keuntungan.

Globalisasi ekonomi menyimpan beberapa dampak yang harus dipahami masyarakat sebagai bagian dari globalisasi dunia itu sendiri. Dampak ini dapat dilihat dalam sisi negatif maupun positif tergantung dari bagaimana kita menyikapi hal tersebut.

### 1. Dampak Negatif

- a. Meningkatkan Ketimpangan Pendapatan, Meskipun akan meningkatkan perekonomian suatu negara secara keseluruhan, tidak menutup fakta bahwa globalisasi ekonomi menghasilkan ketidakseimbangan dalam hal pendapatan. Sebab, biasanya manfaat globalisasi hanya terjadi di daerah perkotaan yang jauh lebih maju.
- b. Mengurangi Tingkat Keamanan Pekerjaan, Karena ruang lingkup yang cukup besar, efek negatif yang dihasilkan dari globalisasi

- ekonomi adalah tingkat keamanan kerja akan berkurang. Karena pasar yang terlibat dalam skala besar akan sulit untuk menjamin keamanan selama pekerjaan atau transaksi.
- c. Meningkatkan Ketidakstabilan dan Ketidaksensitifan Ekonomi, Globalisasi Ekonomi Dunia akan memicu ketidakstabilan ekonomi dan ketidaksensitifan kepada fenomena di semua negara.
  - d. Kerusakan Lingkungan di Tingkat Dunia, Globalisasi akan menembus batas negara dalam hal eksploitasi sumber daya alam. Eksploitasi yang berlebihan umumnya didorong perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan lebih tanpa memperhatikan aspek pemanfaatan sumber daya yang harmonis dan kebutuhan akan generasi selanjutnya.

## 2. Dampak Positif

- a. Mendorong Pertumbuhan Ekonomi di Berbagai Negara Berkembang, Adanya globalisasi ekonomi mendorong pertumbuhan ekonomi di negara-negara berkembang, termasuk Indonesia.
- b. Mendorong Pertumbuhan Ekonomi di Dunia Secara Keseluruhan, Globalisasi dalam ekonomi akan mempromosikan secara keseluruhan ekonomi di dunia. Salah satu cara dengan secara efektif mengubah lokasi industri, arus modal internasional, termasuk investasi internasional.
- c. Menurunkan Tingkat Kemiskinan Global dalam Jangka Panjang, Tingkat kemiskinan adalah salah satu masalah bersama oleh semua negara di seluruh dunia. Salah satu yang dianggap paling efektif dalam mengurangi kemiskinan adalah globalisasi ekonomi. Hal ini memungkinkan peningkatan jumlah penerimaan negara bertambah dari perdagangan yang terjadi secara internasional.
- d. Meningkatkan Variasi Komoditas Barang atau Jasa yang Tersedia di Berbagai Negara, Komoditas variasi atau jenis barang atau jasa yang ada di pasar dunia akan semakin bertambah berkat banyaknya jumlah negara yang menawarkan barang atau jasa ke negara lain..

#### **D. GLOBALISASI EKONOMI DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

Globalisasi dalam pandangan Islam adalah sebuah keniscayaan, karena Islam sendiri adalah ajaran yang bersifat global, tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Dalam Al-Qur'an surat Al-Hujurat (49):13 yang artinya : *“Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui Lagi Maha Mengenal”*. Su'aba wa Qabaila li ta'arofu dalam ayat di atas menggambarkan bahwa manusia itu akan terdiri dari berbagai macam suku bangsa, tetapi ujungnya adalah lita'arofu (untuk saling kenal mengenal). Kata-kata lita'arofu merupakan perintah untuk memahami dan mengerti suku-suku bangsa. Implikasinya bermakna bahwa seorang muslim harus mengglobal jauh melintas batas kesukuan dan teritorial.

Dalam Ayat 13 surat Al-Hujurat itu menegaskan bahwa dalam mengsikapi globalisasi seorang muslim harus mempunyai sikap taqwa. Taqwa mempunyai makna seorang muslim harus mempunyai kekuatan dan kemandirian serta ketundukan kepada Allah SWT dalam keseluruhan tatanan kehidupan. Taqwa tercermin dalam kekuatan aqidah, kekuatan ilmu pengetahuan, kekuatan ukhuwwah dan sinergi serta kekuatan pendidikan dan budaya. Jika ummat Islam menjadi ummat yang kuat, ia akan memberikan arahan dan warna terhadap setiap perubahan dalam era globalisasi, ia akan mampu pula melakukan seleksi terhadap berbagai fenomena.

Untuk menghadapi globalisasi diperlukan kekuatan-kekuatan atau daya saing, antara lain: 1). daya saing kualitas, 2). daya saing harga, 3). daya saing Marketing, dan 4). daya saing Networking (jaringan) yang dilandasi oleh ketakwaan.

#### **Pengaruh Globalisasi Ekonomi terhadap Hukum Ekonomi Islam di Indonesia**

Dunia saat ini sedang mengalami krisis global yang juga dirasakan oleh Indonesia. Sementara Indonesia sedang berusaha untuk sistem perekonomian setelah dilanda krisis yang berkepanjangan sejak Juli 1997. Salah satu jalan keluar dari masalah tersebut adalah jalan pengembangan sistem perekonomian

syariah yang telah teruji tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi. Hal ini disebabkan sistem perekonomian yang digunakan tidak terpengaruh oleh tingkat bunga perbankan yang mendorong timbulnya inflasi.

Dalam aspek hukum penerapan ekonomi Islam harus secara komprehensif, mulai dari tataran teoritik-konseptual sampai pada problematika dan implementasinya. Sejumlah eksperimen penerapan sistem perekonomian yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah menunjukkan banyak indikasi keberhasilan, seperti yang ditunjukkan pada perkembangan Islamic Development Bank (IDB) yang pesat. Berbagai lembaga ekonomi dan program aksi yang dilaksanakan di negara-negara Islam dan negara-negara yang mayoritas penduduknya memeluk agama Islam seperti Aljazair, Pakistan, Bangladesh, dan Turki. Bahkan sejumlah lembaga keuangan bank dan non-bank berbasis nilai syariat telah berkembang pesat dengan pesat di kota-kota bisnis terkemuka seperti London, New York, dan Jenewa.

## **E. KONSEP RIBA**

### **Pengertian Riba**

Menurut bahasa riba berarti tambahan (ziyadah-Arab, addition-Inggris), sedangkan menurut istilah, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok sebagai syarat terjadinya suatu transaksi. Sedangkan menurut Al Jurjani merumuskan riba sebagai kelebihan atau tambahan pembayaran tanpa ada ganti atau imbalan, yang disyaratkan bagi salah seorang dari dua orang yang membuat akad (transaksi).

Dampak pada kegiatan riba dapat menimbulkan pemerasan pada pihak miskin. Seseorang yang mempunyai modal tinggi tidak menyalurkan terhadap usaha yang mampu menghasilkan, akan tapi malah menyalurkan kedalam kredit yang berbunga dan tidak mampu produktif, hal ini dapat membuat bangkrutnya suatu usaha. Terdapat beberapa jenis riba, dapat dijelaskan sebagai berikut ;

1. Riba Fudul, yaitu penukaran dua barang sejenis dalam jumlah yang tidak sama. Contoh : menukar 2 gram emas dengan 2,5 gram emas yang sama.
2. Riba Qardi, istilah riba qardi yaitu dalam bentuk hutang piutang atau pinjaman dengan syarat ada tambahan atau keuntungan bagi yang memberi pinjaman. Contoh : si A memberikan pinjaman uang Rp 10.000 kepada si B dengan syarat si B harus mengembalikan sebesar Rp 11.000.

3. Riba Yad, yaitu Riba yang dilakukan dalam transaksi jual beli yang belum diserahkan terimakan namun oleh si pembeli sudah dijual lagi kepada orang lain. Contoh : si A menjual motor kepada si B tetapi si B belum menerima motor tersebut, tetapi si B sudah menjual motor tersebut kepada si C.
4. Riba Nasa (Nasiah), yaitu Riba dengan cara melipat gandakan tambahan karena penundaan waktu pembayaran. Contoh : si A memberikan pinjaman kepada si B sebesar Rp 100.000 dan harus dikembalikan minggu depan, dan ketika sudah jatuh tempo si B tidak bisa mengembalikannya maka si A memperpanjang waktu pembayarannya menjadi satu minggu lagi dengan syarat si B harus mengembalikan sebesar Rp 110.000.

### **Dalil tentang Larangan Riba**

Adapun dalil dalil yang didasarkan pada larangan agar terjerumus dalam kegiatan perekonomian riba dapat dijelaskan dalam ayat Al-Qur'an sebagai berikut:

- a. QS Al Baqarah ayat 275, Artinya : *“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.*
- b. QS Al Baqarah ayat 276  
Artinya : *“Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa”.*
- c. QS Al Baqarah ayat 278  
Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman”.*

- d. Hadits dari Ahmad, Bab Musnad Said bin Zaid, No. 1564 bahwa; Dari Sa'id bin Zaid dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam, bahwa beliau bersabda: *“Sesungguhnya riba yang paling buruk adalah merusak kehormatan seorang muslim tanpa hak, dan sesungguhnya rahim dijalinan oleh Ar Rahman, barangsiapa yang memutuskannya niscaya Allah mengharamkan baginya syurga.”*
- e. Hadits dari Bukhari Muslim, Bab Ramyul Muhsanat, No. 6351 bahwa; Dari Abu Hurairah radliallahu 'anhu dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: *“Jauhilah tujuh perkara yang membinasakan”*. Para sahabat bertanya: *“Wahai Rasulullah, apakah itu? Beliau bersabda: “Syirik kepada Allah, sihir, membunuh jiwa yang diharamkan oleh Allah kecuali dengan haq, memakan riba, makan harta anak yatim, kabur dari medan peperangan dan menuduh seorang wanita mu'min yang suci berbuat zina”*.

### **Bahaya Riba bagi Kehidupan Manusia**

Riba yaitu kejahatan yang mampu menghancurkan tujuan dan kahikat islam maupun iman seseorang ini disebutkan oleh Buya Hamka. Riba mampu menghancurkan ukhuwah yang ada didalam orang beriman dan mampu menimbulkan perselisihan dengan umat manusai dan umat manusia lainnya. Riba ini mampu kita nyatakan pemerasan kepada masyarakat. Di ibaratkan bahwa riba menggambarkan segelintir orang yang menghisap keuntungan dengan enak-enaknya menggoyang-goyangkan kakinya dari tahun ke tahun mendapatkan kekayaan yang berlimpah dengan tidak bekerja sama sekali. Sementara orang yang mengambil riba hampir disamakan dengan sapi perah atau budak karna harus bekerja keras untuk memberikan uang kepada orang lain.

Allah sebelumnya telah memberikan pengingat buat kita akan bahay dari riba ini yang mana tertera pada QS. Al Baqarah dalam ayat 275, pada ayat ini telah diberikan penjelasan suatu keadaan orang yang melakukan riba, dimana akan mendapatkan perasaan selalu gelisah dan pengasiilan yang didapat dari riba ini sungguh besar. Orang yang melakukan hal tersebut dapat kita umpamakan akan orang yang resah, gelisah maupun kacau dikarenakan syaitan yang masuk. Salah satu ekonom kapitalis sendiri, Keynes, menyebutkan bahwa riba hanyalah angan-angan manusia belaka, manusia



dipaksa untuk menerima riba sebagai sesuatu yang baik dan wajar padahal sebenarnya tidak demikian. Lebih parahnya lagi riba telah menyebabkan inefisiensi dan ketidakproduktifan di dalam masyarakat. Dengan melakukan aktivitas riba ini mampu menyebabkan beberapa masyarakat mempunyai perilaku spekulatif, eksploitatif dan malas.

### **Riba dalam Globalisasi Ekonomi**

Pewrtumbuhan globalisasi perekonomian memberikan tuntutan pada lembaga keuangan misalnya transaksi valas, bank, transaksi obligasi dan asuransi dihadapkan dalam suatu kondisi sangat sulit, dikarenakan hampir seluruh kegiatan ekonomi mempunyai unsur riba. Ini dapat terjadi dikarenakan belum ada penerpan syariat islam yang mampu menjaga maupun menjamin akan kehidupan masyarakat. Riba pada saat ini telah menjadi dan dilegitimasi akan sistem maupun pada lembaga. Saat ini sistem riba sudah ada didalam seluruh bank sentral pada negara misalnya Bank Indonesia, ini merupaka kebijakan mengenai keuangan.

Agar mampu menguru uang dengan jumlah yang ada dan beredar di dalam masyarakat, agar mampu menjaga kestabilan dalam kurs rupiah pada sektor keuangan maka dari itu Bank Indonesia memberikan permainan mengenai suku bunga yang memiliki SBI (Sertifikat Bank Indonesia) dimana akan menurunkan ataupun memberikan kenaikan pada suku bungan SBI. Dalam hal kebijakan bank sentral ini sangat berpengaruh terhadap kehidupan perekonomian dalam negeri, bahkan bagi suatu negara yang mempunyai pengaruh yang luas dalam perekonomian dunia seperti Amerika Serikat, kebijakan bank sentralnya (The Fed) dalam menaikkan atau menurunkan tingkat suku bunga Amerika walaupun hanya satu persen saja akan membawa pengaruh yang besar terhadap perekonomian global termasuk Indonesia.

Pada perekonomian yang sangat kayapun, bank mempunyai suatu peran yang lumayan penting pada kehidupan perekonomian negara maupun masyarakat. Hampir keseluruhan kegiatan ekonomi yang dimiliki oleh masyarakat dengan bank misalnya penyimpanan dana yang berbentuk tabungan, giro, deposito maupun berbentuk modal dan mengembangkan usaha, juga jasa-jasa perbankan lain misalnya LC (*letter of credit*) untuk transfer uang, kartu kredit, ekspor impor, dan lainnya. Namun, hampir seluruh jasa-jasa perbankan konvensional tersebut terkait dengan bunga yang secara

sadar ataupun tidak sadar turut dinikmati masyarakat. Selain bank, riba juga bisa dijalankan oleh lembaga-lembaga keuangan lainnya seperti koperasi simpan pinjam, asuransi, pegadaian, dana pensiun.

Dalam sektor yang tidak resmi, riba telah diciptakan dari masyarakat dimana menyerahkan suatu pinjaman secara pribadi pada seseorang dan telah diberikan bunga. Orang yang meminjam dalam hal ini misalnya para petani, nelayan dan pedagang kecil yang notabenehnya orang-orang kecil, sedangkan yang memberikan pinjaman merupakan para juragan kaya. Kemunculan sumber-sumber keuangan riba yaitu pasar uang dan pasar modal, melalui diterbitkannya instrumen-instrumen keuangan seperti obligasi (bonds) dan surat utang, saham, reksadana, yang kemudian dapat diperdagangkan dalam transaksi derivatif (financial derivatives).

Selain aktivitas meminjam terhadap pihak bank, BUMN, swasta maupun pemerintah mampu mendapatkan modal didalam pasar keuangan dan pasar modal ini dengan mengeluarkan obligasi dan saham. Pada pasar keuangan diberikan syarat dengan aktivitas spekulasi yang dimana mempunyai nilai ratusan miliar dolar pada tiap harinya. Di sinilah sektor moneter dengan cepat menggelembung sehingga tercipta ekonomi balon (*buble economic*) yang sangat rawan krisis. Banyak negara yang mengerjakan hutang piutang dengan negara lain ataupun pada organisasi keuangan yang bersifat internasional misalnya ADB, IMF dan *World Bank* (Bank Dunia) dimana akan mempunyai bunga dengan tingkat tertentu dan syarat yang sangat berat.

### **Antara Riba dan Ekonomi Masyarakat**

Riba ini telah masuk didalam keseluruhan perekonomian suatu negara. Kegiatan riba ini seperti halnya pinjam meminjam dimana telah ditambahkan bunga seperti sudah wajar ataupun hal biasa bagi para masyarakat. Padahal apabila kita melihat suatu dampak akan riba ini sangat tinggi, gara-gara dengan memiliki bunga tinggi akan membuat keluarga menderita dikarenakan tingginya bunga yang dimana seharusnya mampu membuat keluarga itu bagagia dengan hidupnya.

Untuk terlibat pada kegiatan riba ini memiliki banyak faktor seperti kegiatan konsumtif pada masyarakat yang sangat tinggi, kebahagiaan dapat kita ukur dengan suatu bendar dan materi. Ini akan memaksa diri agar mampu memiliki barang yang sangat mewah dengan cara pinjam dan mempunyai

bunga yang tinggi. Sudah banyak pelaku bisnis yang dibentuk oleh masyarakat ini tergolong dalam riba qard. Beberapa lembaga seperti pemberian kredit motor dapat digolongkan dengan kata riba. Riba akan muncul dikarenakan nominal rupiah yang telah disepakati dimana harus kita cicil pada setiap bulan, tanpa adanya perhitungan akan bagaimana perekonomian nasabah tersebut, bahkan perusahaan tersebut akan menyerahkan denda apabila nasabah tersebut telah melakukan pembayaran.

Secara umum riba qardh sebagaimana yang dijelaskan Adiwarmanto dalam bukunya Bank Islam menyatakan bahwa riba qardh merupakan riba yang terjadi pada transaksi utang-piutang yang tidak memenuhi kriteria untung muncul bersama risiko (al-ghunmu bil hurmi) dan hasil usaha muncul bersama biaya (al-kharaj bidh dhaman). Sehingga terlihat dalam prakteknya, pihak peminjam terkesan mengabaikan unsur kemanusiaan dimana tidak memperhatikan kondisi perekonomian seseorang yang dalam keadaan susah kemudian diwajibkan untuk membayar pinjaman beserta dengan bunganya. Seperti orang yang mempunyai perekonomian rendah akan melakukan kegiatan pinjaman agar mampu menutupi akan kebutuhan makan setiap harinya, tetapi ini akan memberikan tekanan yang berat pada saat membayar cicilan dan bunga yang ada. Hal ini akan membuat suatu tindakan yang zalim pada pihak nasabah. Sesuai dengan hukum yang berlangsung pada agama islam riba qardh ini mampu kita masukkan dalam golongan haman sesuai dengan Ijma ulama dan Al-Qur'an.

Ada beberapa dampak yang bersifat negatif bagi para pelaku riba: 1) dampak pada perekonomian keluarga, 2) berdampak pada sosial kemasyarakatan, riba yang telah dilakukan mampu mengakibatkan suatu ketidakadilan pada pendapatan. Untuk penerima riba akan selalu diberikan tuntutan agar selalu melakukan untung apabila melakukan perputaran duit yang telah dipinjamkan.

### **Hikmah dan Manfaat Larangan Riba**

Didalam seluruh hikmah mengenai keharaman riba sebagai tambahan akan hikmah tersebut seluruh tuntunan akan syariat yakni keimanan akan hamba dapat di uji dengan ketaatan. Agar dapat memberikan perlindungan pada harga seseorang diambil secara batil maupun tidak batil, memperbanyak

harta yang dimiliki melalui cara yang bersih maupun terhormat pada tipuan atau rekayasa.

Beberapa ini manfaat akan larangan kepada melakukan riba untuk masyarakat: 1) uang tidak dapat kita jadikan sebagai benda niaga, 2) agama islam takmengenal suatu untung apabila tidak mersakannya kerugian, melainkan harus berani rugi. 3) Rba jahiliah akan menyalahi kaidah fikih, 4) menahan lintah darat agar berbuat zhalim terhadap para peminjam.

### **Tantangan Praktik Riba di Masyarakat**

Pada era modernisasi dan glonalisasi, manusia yang memiliki kehidupan akan selalu melaraskan dengan perubahan zaman. Dengan perubahan dari tiap waktu ini akan berdampak kepada perubahan gaya hidup masyarakat diseluruh aspek. Salah satu bentuk yang dapat mendapatkan dosa dimana telah melalui perkembangan zaman yaitu aktivitas Riba. Riba merupakan salah satu penghancur akan ekonomi yang dimiliki oleh masyarakat. Semua fuqaha' menyepakati dimana hukum yang dimiliki pada riba yakni haram, ini telah ada pada hadist maupun al-qur'an. Bukan hanya agama islam saja tapi banyak agama yang melarang dan memiliki pandangan secara serius mengenai riba. Selama 2000 tahun ini kajian akan riba selalu dibahas tiap waktunya. Permasalahan mengenai riba telah lama dibahas pada kaum Romawi, Yunani maupun Yahudi.

Menghindari bunga yang dimana telah beranggapan riba yaitu satu permasalahan tersendiri yang tengah dilawan masyarakat globalat pada waktu ini. Suatu hal yang sangat menggembirakan bahwa para ekonom muslim telah mencurahkan perhatian besar guna menemukan cara untuk menggantikan sistem bunga pinjaman dalam transaksi perbankan dan keuangan yang lebih sesuai dengan etika Islam. Usaha ini dikerjakan agar mampu membentuk model teori ekonomi dimana akan memiliki kebebasan dalam hal bunga dan akan diujikan pada perkembangan ekonomi. Maka itu sistem dalam perbankan yang memiliki bebas bunga mampu kita sebut juga Bank Syariah.

Bank syariah dibentuk dengan dasar dalam filosofis ataupun praktek. Dalam filosofis ini telah diberikan larangan pada pengambilan riba ketika melakukan transaksi non keuangan maupun keuangan. Secara praktik, terdapat kelemahan yang ada didalam sistem perbankan konvensional, seperti: 1) Transaksi berbasis bunga melanggar keaslian atau kewajaran bisnis 2)

Tidak fleksibelnya transaksi berbasis bunga menyebabkan kebangkrutan 3) Komitmen bank untuk menjaga keamanan uang deposan berikut bunganya membuat bank cemas untuk mengembalikan pokok dari bunganya 4) Sistem transaksi berbasis bunga menghalangi munculnya inovasi usaha kecil 5) Dalam sistem bunga bank tidak akan tertarik dalam kemitraan usaha kecuali bila ada jaminan kepastian pengambilan modal dan pendapatan bunga mereka


Menurut Pasal 1 angka 1 UU 21/2008, perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah yaitu suatu bank dimana melakukan aktivitas usaha yang berlandaskan dengan suatu prinsip syariah, dan bank ini terbagi atas pembiayaan rakyat syariah dan bank umum syariah sesuai dengan jenisnya. Sesuai dengan pengertian riba yang telah dijelaskan islam sangat melarang keras segala hal dalam bentuk riba. Prinsip pada bank syariah ini sesuai dengan yang telah islam ajarkan dimana akan memiliki kaitan pada ekonomi.

## **F. KESIMPULAN**

Globalisasi yaitu suatu istilah yang mempunyai ikatan pada meningkatnya terkait antar manusia dan bangsa yang ada pada penjuru dunia dengan cara budaya populer, perdagangan, perjalanan, investasi dan lain-lainnya. Atau globalisasi adalah sebuah proses yang dipengaruhi oleh beberapa hal yang tentu saja sudah banyak yang mengetahuinya seperti ilmu pengetahuan, kebudayaan, telekomunikasi, transportasi, dan perkembangan teknologi yang mempengaruhi aspek kehidupan masyarakat.

Kata riba yang memiliki makna tambahan, sedangkan pada artinya riba adalah suatu pengambilan akan tambahan pada harta pokok dimana ini dijadikan akan syarat agar mampu dilakukan transaksi. Riba menurut Al Jurjani yakni tambahan ataupun kelebihan akan pembayaran tanpa adanya imbalan maupun ganti dimana ini merupakan syarat bagi kedua belah pihak agar mampu menciptakan transaksi.

Bisnis merupakan bagian yang penting dalam ibadah, sehingga jalan yang ditempuh akan sama dengan apa yang telah diajarkan didalam agama islam. Dalam agama islam memiliki pandangan yang cukup penting, ini dibuat agar manusai mampu melakukan suatu kewajiban seperti melaksanakan



ibadah yang lain misalnya membayar zakat, memberi nafkah pada keluarga sendiri, memberikan santunan terhadap anak yatim piatu dan lain sebagainya. Seorang wirausaha harus mempunyai suatu nilai-nilai yang diajarkan didalam agama islam seperti komukatif, kejujuran, kecerdasan, dan amanah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Hushari, Syaikh Ahmad Muhammad, (2014), *Tafsir Ayat-Ayat Ahkam: Telaah Ayat-ayat Hukum Seputar Ibadah, Muamalah, Pidana, dan Perdata (Terjemahan)*, Pustaka Al-Kautsar, Jakarta.
- Ali, Mohammad Daud, (2001), *Hukum Islam: Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Islam di Indonesia, (Cet. 9)*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Anshori, Abdul Ghofur, (2009), *Perbankan Syariah di Indonesia*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Antonio, M. Syafii, (2001), *Bank Syariah (Islamic Banking): Dari Teori ke Praktik*, Gema Insani dan Tazkia Cendekia, Jakarta.
- Anwar, Syamsul, (2007), *Studi Hukum Islam Kontemporer*, RM Books, Jakarta.
- Arifin, Zainul, (1999), *Memahami Bank Syariah: Lingkup, Peluang, dan Prospek*, Alfabet, Jakarta.
- Chaudhry, Dr. Muhammad Sharif. (2012) *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar*. Kencana Prenada Media Group
- <http://dinamikahukum.fh.unsoed.ac.id/index.php/JDH/article/viewFile/264/256>
- <http://juniarari.blogspot.com/2011/11/ekonomi-global-dan-permasalahan-riba.html?m=1>
- <https://dylaa.wordpress.com/2013/07/03/globalisasi-dan-permasalahan-riba/>
- <https://m.liputan6.com/hot/read/4639339/pengertian-globalisasi-menurut-para-ahli-dan-dampaknya-bagi-kehidupan?page=2>
- <https://m.merdeka.com/sumut/pengertian-riba-dan-contohnya-pahami-ketentuannya-dalam-islam-klm.html>
- <https://osf.io/zryjg/download/?format=pdf>
- <https://www.hukumonline.com/klinik/a/alasan-mengapa-riba-dilarang-dalam-perbankan-syariah-lt5c455168d3a59>

<https://www.kompasiana.com/aulia21002/5fae27b32da2372f391c9792/larangan-riba-dalam-ekonomi-perbankan-syariah>

[https://www.researchgate.net/publication/337816974\\_GLOBALISASI\\_EKONOMI\\_DALAM\\_PERSPEKTIF\\_ISLAM](https://www.researchgate.net/publication/337816974_GLOBALISASI_EKONOMI_DALAM_PERSPEKTIF_ISLAM)

<https://www.suara.com/bisnis/2021/02/06/191527/apa-itu-ekonomi-syariah-ini-prinsip-karakteristik-dan-tujuannya>

Karim, Adiwarmanto A. dan Oni Sahroni, (2015), *Riba, Gharar dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah: Analisis Fikih & Ekonomi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Karim, Adiwarmanto A., (2013), *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan (Edisi Kelima)*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.

Peraturan Bank Indonesia Nomor 10/16/PBI/2008 tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/19/PBI/2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan Dana Dan Penyaluran Dana Serta Pelayanan Jasa Bank Syariah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor DPbS 136, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4896).

Prof. DR Muhammad Abu Zahrah. *Beberapa Pembahasan Mengenai Riba*. Teluk Betung: Zaid Suhaili.

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 94, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4867).

Wikipedia. (2010). *Riba*. (online). Tersedia: <http://id.wikipedia.org/wiki/Riba>.

Yusuf Al Qaradhawi. (1991) *Haruskah Hidup dengan Riba*. Mesir: Darul Ma'arif, hml.60.



## PROFIL PENULIS



### **Muh. Ihsan Said Ahmad**

Lahir di Ujungpandang, 9 Juli 1973. Beliau lulus S1 dengan gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen Universitas Hasanuddin tahun 1998, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Ekonomi Sumberdaya di Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin dan lulus dengan gelar Magister Sains (M.Si.) tahun 2006. Pada tahun 2019 beliau mendapatkan gelar Doktor (Dr.) sebagai lulusan S3 pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana Universitas Negeri Makassar. Sekarang ini selain beliau merupakan Dosen Tetap di Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, beliau juga menjabat selaku Kepala Pusat Pelatihan dan Inkubator Kewirausahaan Lembaga Inovasi dan Pengembangan Kewirausahaan Universitas Negeri Makassar.

Beliau memiliki kepakaran di bidang Manajemen Bisnis, Kewirausahaan, Ekonomi Sumberdaya serta Pendidikan Ekonomi khususnya Literasi Kewirausahaan Informal dan UMKM. Untuk mewujudkan karirnya sebagai dosen profesional, selain aktif mengajar pada matakuliah; Pengantar Bisnis, Kewirausahaan, Manajemen SD Manusia, Manajemen Pemasaran, Manajemen Strategi, Ekonomi Sumberdaya, dan Ekonomi Publik beliau pun aktif sebagai peneliti dan pengabdian di bidang kepakarannya tersebut, termasuk menulis berbagai artikel ilmiah, beberapa buku ajar dan book chapter dengan harapan memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara di bidang pendidikan.

Email Penulis: [m.ihsansaid@unm.ac.id](mailto:m.ihsansaid@unm.ac.id)



# **BAB 9**

# **MANAJEMEN**

# **KEUANGAN DALAM**

# **SYARIAH**

**Nur' Aeni., S.E., M.Si**  
**Universitas Pelita Bangsa**



## A. PENDAHULUAN

Pandangan para ekonomi barat tentang system keuangan dalam syariah kini makin berkembang Seiring dengan terjadinya krisis keuangan global. Sebab, ketika keuangan konvensional Tumbang terkena krisis, keuangan syariah tetap bisa bertahan dan berkembang. Karena itu, banyak ahli ekonomi barat yang mulai mempelajari keuangan syariah. Bahkan sejumlah Negara maju seperti Inggris dan Amerika Serikat mulai mendirikan unit-unit ekonomi syariah. Keunggulan system Ekonomi syariah, termasuk bank syariah tidak hanya diakui oleh para tokoh di Negara - negara yang mayoritas penduduknya muslim. Ketahanan sistem ekonomi syariah terhadap hantaman Krisis keuangan global telah membuka mata para ahli ekonomi dunia. Banyak diantara mereka yang lalu melakukan kajian mendalam terhadap perekonomian yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Palsnya keuangan syariah tidak menggunakan instrumenderivatif seperti halnya keuangan konvensional. Meski keuangan syariah juga memiliki resiko, namun syariah jauh dari ketidak pastian Atau gharar. Jika terkena resiko, maka keuangan syariah akan berbagi resiko tersebut. Di bidang ritel, nasabah dan bank membagi resiko dari segala investasi sesuai dengan peraturan yang telah disetujui serta membagi keuntungan yang di dapat.

Manajemen berasal dari bahasa Prancis yang berarti seni mengatur dan melaksanakan. manajemen berarti seperti sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (goals) secara efektif dan efisien. Meskipun secara luas, manajemen berarti sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran atau tujuan secara efektif dan efisien.

Manajemen keuangan berkepentingan dengan bagaimana cara menciptakan dan menjaga nilai ekonomi atau kesejahteraan. Konsekuensinya, semua pengambilan keputusan harus difokuskan pada penciptaan kesejahteraan. Dalam memperkenalkan teknik pengambilan keputusan, kita akan lebih menekankan logika yang mendasari teknik- teknik itu.

## B. DEFENISI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH

Secara umum ilmu ekonomi mengajarkan tentang bagaimana usaha manusia memenuhi kebutuhan yang relatif terbatas dan bagaimana dapat memenuhi keinginannya yang tidak terbatas dengan sumber daya yang terbatas. Ekonomi mengajarkan bagaimana manusia memilih dan menentukan barang-barang yang akan dibeli dengan pendapatan yang dimiliki. Ekonomi juga mengajarkan bagaimana manusia mengalokasikan waktu, tenaga, dan modal dengan jumlah tertentu untuk meraih keuntungan yang maksimum. Apakah ada keterkaitan antara seluruh tindakan dan perilaku ekonomi kita sehari-hari dengan keyakinan agama? Bagaimana peran agama dalam mengambil, menuntun, dan mengarahkan sikap serta motivasi dalam berekonomi?

Manajemen dalam bahasa Arab disebut dengan *idarah*. *Idarah* diambil dari perkataan *adartasy-syai* atau perkataan *adarta bihi* juga dapat didasarkan pada kata *ad-dauran*. Pengamat bahasa menilai pengambilan kata yang kedua, yaitu *adarta bihi*. Oleh karena itu, dalam *Elias Modern Dictionary English Arabic* kata management (Inggris), sepadan dengan kata *tabdir*, *idarah*, *siyasah*, dan *qiyadah* dalam bahasa Arab. Dalam Al-Quran, tema-tema tersebut hanya ditemui ditemui tema *tabdir* dalam berbagai derivasinya. *Tabdir* adalah bentuk masdar dari kata kerja *dabbara*, *ydabbiru*, *tabdiran*. *Tabdir* berarti penertiban, pengaturan, pengurusan, perencanaan, dan persiapan. Secara istilah, sebagian pengamat mengartikannya sebagai alat untuk merealisasikan tujuan umum. Oleh karena itu, menurut mereka, *idarah* (manajemen) adalah aktivitas khusus menyangkut kepemimpinan, pengarahan, pengembangan personal, perencanaan dan pengawasan terhadap pekerjaan yang berkenaan dengan unsur-unsur pokok dalam suatu proyek. Tujuannya adalah hasil-hasil yang ditargetkan dapat tercapai dengan cara yang efektif dan efisien.

Secara terminologi, definisi syariah adalah peraturan-peraturan dan hukum yang telah digariskan oleh Allah SWT atau digariskan pokok-pokoknya dan dibebankan kepada kaum muslimin supaya mematuhiinya, supaya syariah ini diambil oleh orang Islam sebagai penghubung dengan Allah SWT dan sesama manusia. Menurut Syehk Yusuf Al-Qordhowi cakupan dari pengertian syariah menurut pandangan Islam sangat luas dan komprehensif (al-syumul). Di dalamnya mengandung seluruh aspek kehidupan mulai dari

aspek ibadah, aspek keluarga, aspek bisnis, aspek hukum dan peradilan serta hubungan antarnegara (Ahmad Ifham Solihin, 2010).

Kuangan syariah merupakan salah satu sistem yang digunakan dengan menggunakan metode prinsip Islami dasar syariah sebagai acuannya, juga menggunakan dasar hukum Islam sebagai pedoman. Guna sistem ini dapat dilakukan untuk aktifitas pada lembaga keuangan syariah. Intinya, sistem keuangan memiliki tugas utama yaitu mengalihkan dana (loanable funds) yang berasal dari nasabah ke pengguna dana.

Manajemen syariah adalah suatu pengelolaan yang mengatur organisasi untuk memperoleh hasil yang optimal dan bermuara pada pencarian keridaan Allah. Sama halnya di dalam manajemen konvensional di dalam manajemen syariah juga terdapat beberapa fungsi manajemen yaitu :

1. Fungsi Perencanaan (Planning)
2. Fungsi pengorganisasian (Organizing)
3. Fungsi Penggerakan (actuating)
4. Fungsi Evaluasi (controlling)

Menurut Karebet dan Yusanto, syari'ah memandang manajemen dari dua sisi berikut.

### 1. *Manajemen sebagai Ilmu*

Sebagai ilmu, manajemen dipandang sebagai salah satu dari ilmu umum yang lahir berdasarkan fakta empiris yang tidak berkaitan dengan nilai, peradaban (hadharah) mana pun. Sebagai ilmu, manajemen termasuk sesuatu yang bebas nilai atau berhukum asal mubah. Konsekuensinya, siapa pun boleh belajar. Imam Al-Ghazali dalam kitabnya, *Ihya Ulumuddin*, bab Ilmu membagi ilmu dalam dua kategori berdasarkan takaran kewajiban, yaitu:

- a. Ilmu yang dikategorikan sebagai *fardhu 'ain*, antara lain ilmu-ilmu *tsaqofah* bahasa Arab, *sirah nabawiyah*, *ulumul Qur'an*, *ulumul hadits*, tafsir, dan sebagainya.
- b. Ilmu yang dikategorikan sebagai *fardhu kifayah*, antara lain ilmu yang wajib dipelajari oleh salah satu atau sebagian dari kaum Muslim. Ilmu yang termasuk dalam kategori ini adalah ilmu, ilmu kehidupan yang mencakup ilmu pengetahuan dan teknologi serta keterampilan, seperti ilmu kimia, biologi, fisika, kedokteran, pertanian, teknik, dan manajemen.

## 2. Manajemen sebagai Aktivitas

Sebagai aktivitas, manajemen dipandang sebagai sebuah amal yang akan dimintai pertanggungjawaban di hadapan Allah SWT. Sehingga harus terikat pada aturan syara', nilai, dan hadharah Islam. Dalam ranah aktivitas, Islam memandang manajemen sebagai kebutuhan yang tak terelakkan dalam memudahkan implementasi Islam dalam kehidupan pribadi, keluarga, dan masyarakat. Implementasi nilai-nilai Islam berwujud pada difungsikannya Islam sebagai kaidah berpikir dan kaidah amal dalam kehidupan. Sebagai kaidah berpikir, akidah dan syari'ah difungsikan sebagai asas dan landasan pola pikir. Adapun sebagai kaidah amal, syari'ah difungsikan sebagai tolok ukur (standar) perbuatan.

Urgensi manajemen syariah adalah menghendaki kegiatan yang halal, baik produk yang menjadi objek, cara perolehannya, maupun cara penggunaannya. Perbedaan manajemen syariah dan konvensional ada pada cara pengambilan keputusan manajer, di manajemen konvensional manajer menghadapi masalah dan memecahkannya dengan tindakantindakan yang diambil pada masa lalu, jadi selalu mendasar pada tradisi sedangkan manajer syariah langkah yang diambil seorang manajer dalam membuat keputusan atas suatu masalah harus berdasarkan aturan Allah yang terkandung pada Al-Quran dan Hadist serta contoh para sahabat.

### C. PRINSIP-PRINSIP EKONOMI ISLAM

Prinsip ekonomi Islam merupakan kaidah-kaidah pokok yang membangun struktur atau kerangka ekonomi Islam yang bersumber dari Alquran dan hadis. Prinsip ini berfungsi sebagai pedoman dasar bagi setiap individu dalam berperilaku ekonomi, namun agar manusia dapat menuju falah, perilaku manusia perlu diwarnai dengan spirit dan norma ekonomi Islam yang tercermin dalam nilai-nilai ekonomi Islam. Nilai-nilai ekonomi Islam yang telah dijelaskan sebelumnya, dengan didasari oleh fondasi akidah, akhlaq dan syariat (aturan/hukum) dapat disarikan lebih lanjut dan diformulasikan menjadi 6 (enam) prinsip dasar ekonomi dan keuangan syariah. Adapun 6 (enam) prinsip dasar ekonomi dan keuangan syariah adalah sebagai berikut :

### 1. *Pengendalian Harta Individu*

Harta individu harus dikendalikan agar terus mengalir secara produktif. Harta individu tidak boleh ditumpuk, namun keluar mengalir secara produktif ke dalam aktivitas perekonomian. Aliran harta yang dikeluarkan tersebut dapat berupa investasi produktif pada sektor riil dalam bentuk zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Dengan mengalirnya harta secara produktif, kegiatan perekonomian akan terus bergulir secara terus menerus.

### 2. *Distribusi Pendapatan yang Inklusif*

Pendapatan dan kesempatan didistribusikan untuk menjamin inklusivitas perekonomian bagi seluruh masyarakat. Berdasarkan prinsip ini distribusi pendapatan dari masyarakat dengan harta melebihi nisab disalurkan melalui zakat kepada 8 (delapan golongan yang berhak menerima (mustahik) yaitu : 1) Fakir, mereka yang hampir tidak memiliki sesuatu sehingga tidak mampu memenuhi kebutuhan pokok hidup. 2) Miskin, mereka yang memiliki harta, namun tidak cukup memenuhi kebutuhan dasar untuk hidup. 3) Amil, mereka yang mengumpulkan dan mendistribusikan zakat. 4) Muallaf, mereka yang baru masuk Islam dan membutuhkan bantuan untuk menguatkan dalam tauhid dan syariah. 5) Hamba sahaya, budak yang ingin memerdekakan dirinya. 6) Ghorimin, mereka yang berhutang untuk kebutuhan hidup dalam mempertahankan jiwa dan kehormatannya (izzah). 7) Fiisabilillah, mereka yang berjuang di jalan Allah SWT dalam bentuk kegiatan dakwah, jihad, dan sebagainya. 8) Ibnussabil, mereka yang kehabisan biaya di perjalanan dalam ketaatan kepada Allah SWT.

### 3. *Optimalisasi Bisnis (Jual Beli) dan Berbagi Risiko*

Ekonomi syariah menjunjung tinggi keadilan dan menekankan berbagi hasil dan risiko (risk sharing). Kebebasan pertukaran; kebebasan untuk memilih tujuan dan rekan dagang sesuai prinsip syariah; pasar sebagai tempat pertukaran; campur tangan dalam proses penawaran (supply); tidak ada batasan area perdagangan; kelengkapan kontrak transaksi; dan kewenangan pihak otoritas dan penegak hukum untuk menjaga kepatuhan atas aturan maupun kontrak.

#### 4. *Transaksi Keuangan*

Terkait Erat Sektor Riil Ekonomi syariah mensyaratkan bahwa setiap transaksi keuangan harus berdasarkan transaksi pada sektor riil. Menurut prinsip dasar ini, transaksi keuangan hanya terjadi jika ada transaksi sektor riil yang perlu difasilitasi oleh transaksi keuangan. Aktivitas atau transaksi ekonomi bersinggungan dengan sektor riil, usaha manusia, manfaat, harga atas barang dan jasa maupun keuntungan yang diperoleh. Dalam perspektif Islam, aktivitas ekonomi senantiasa didorong untuk berkembangnya sektor riil seperti perdagangan, pertanian, industri maupun jasa. Di sisi lain, ekonomi syariah tidak mentolerir aktivitas ekonomi nonriil seperti perdagangan uang, perbankan sistem ribawi, dan lain-lain.

#### 5. *Partisipasi Sosial untuk Kepentingan Publik*

Ekonomi Islam mendorong pihak yang memiliki harta untuk berpartisipasi membangun kepentingan bersama. Misalnya, mewakafkan tanah untuk pembangunan rumah sakit, membeli Sukuk untuk pembangunan jembatan atau tol dan sebagainya. Dalam ekonomi Islam pencapaian tujuan sosial diupayakan secara maksimal dengan menafkahkan sebagian hartanya untuk kepentingan bersama sebagaimana firmanNya:

أٰمِنُوۡا بِاللّٰهِ وَرَسُوۡلِهِۦ وَاَنْفِقُوۡا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُّسْتَخْلِفِيۡنَ فِيۡهِۗ فَاَلَّذِيۡنَ اٰمَنُوۡا مِنْكُمْ وَاَنْفَقُوۡا لَهُمْ اَجْرٌ كَبِيۡرٌ

“Berimanlah kamu kepada Allah dan RasulNya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar.” (QS Al Hadid (57): 7). Implementasi dari prinsip dasar ini jika dikelola secara optimal dan produktif akan menambah sumber daya publik dalam kegiatan aktif perekonomian.

#### 6. *Transaksi Muamalat*

Sejalan dengan nilai-nilai ekonomi Islam yang menjunjung tinggi keadilan serta kerja sama dan keseimbangan, setiap transaksi muamalat khususnya transaksi perdagangan dan pertukaran dalam perekonomian,



harus mematuhi peraturan yang telah ditetapkan dalam syariat. Aturan yang lebih khusus dalam mengatur transaksi perdagangan, telah ditetapkan langsung oleh Rasulullah SAW pada saat Rasulullah SAW mengatur perdagangan yang berlangsung di pasar Madinah yang esensinya masih terus berlaku dan dapat diterapkan sampai sekarang.

#### **D. KONSEP DASAR KEUANGAN SYARIAH**

Keuangan syariah merupakan salah satu wujud penerapan ekonomi syariah yang memberikan sebuah tatanan sistem ekonomi baru bagi perekonomian. Dalam implementasinya keuangan syariah berwujud lembaga keuangan syariah yang memiliki produk keuangan berbasis akad syariah. Prinsip lembaga keuangan syariah yaitu bebas maysir, gharar, riba, haram dan batil serta penerapan zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF). ZISWAF merupakan keunggulan dari pelaksanaan sistem keuangan syariah. Hadirnya lembaga keuangan syariah telah memberikan semangat baru bagi kesejahteraan umat secara menyeluruh. Keberadaan keuangan syariah merupakan rahmatan lil alamin untuk semua masyarakat.

Prinsip dasar syariah yang digunakan oleh sistem keuangan ini berasal dari aturan yang sudah ditetapkan pada Al Qur'an dan juga sunah yang dipercaya oleh agama Islam. Larangan yang dilakukan pada sistem keuangan syariah yaitu melarang adanya riba, perjudian, monopoli, penipuan, gharar, penimbunan barang dll. Oleh karena itu, segala aktifitas keuangan pada sistem ini harus sesuai dengan prinsip syariah sebagaimana sudah diatur melalui Al Qur'an dan sunah.

Keuangan syariah adalah sistem keuangan yang beroperasi sesuai dengan hukum dan prinsip syariah. Seperti halnya sistem keuangan konvensional, komponen keuangan syariah mencakup pasar, lembaga keuangan, instrumen keuangan, dan jasa keuangan. Keempat elemen ini diatur oleh hukum syariah dan peraturan industri keuangan yang berlaku. Sistem keuangan syariah selalu berinteraksi dengan sistem keuangan secara umum. Prinsip dasar syariah dalam keuangan adalah mengadopsi aturan (rules) syariah dalam muamalat, yaitu menghindari hal-hal yang diharamkan. Langkah selanjutnya, menerapkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang dianjurkan oleh syariah dalam setiap elemen sistem keuangan sebagai pengganti atas hal-hal yang

diharamkan, dalam rangka mewujudkan tujuan syariah, yaitu mencapai kemaslahatan. Berikut beberapa aturan atau batasan syariah dalam keuangan.

### **1. *Aturan Dasar Keuangan Syariah***

Keuangan Syariah harus terbebas dari unsur-unsur sebagai berikut: a. Maysir atau Perjudian Maysir secara bahasa bermakna judi (gambling) yaitu transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti. Kata maysir dan turunannya berulang sebanyak 44 kali dalam Alquran. Kata maysir sendiri ditemukan pada QS. Al-Baqarah (2): 219 dan Al-Maidah (5): 90-91. Alquran mengakui bahwa terdapat manfaat material dari maysir berupa memperoleh keuntungan besar secara mudah, namun dengan kerusakan yang ditimbulkan jauh lebih besar. Secara ekonomi, pelarangan judi membuat investasi dapat semakin terdorong untuk mengalir ke sektor produktif karena tidak ada investasi yang digunakan ke sektor perjudian. turunannya berulang sebanyak 44 kali dalam Alquran. Kata maysir sendiri ditemukan pada QS. Al-Baqarah (2): 219 dan Al-Maidah (5): 90-91. Alquran mengakui bahwa terdapat manfaat material dari maysir berupa memperoleh keuntungan besar secara mudah, namun dengan kerusakan yang ditimbulkan jauh lebih besar. Secara ekonomi, pelarangan judi membuat investasi dapat semakin terdorong untuk mengalir ke sektor produktif karena tidak ada investasi yang digunakan ke sektor perjudian.

### **2. *Gharar atau Ketidakpastian Akad***

Secara bahasa gharar berarti menipu, memperdaya, dan ketidakpastian. Gharar adalah suatu perbuatan yang dapat memperdayakan manusia di dalam bentuk harta, kemegahan, jabatan, syahwat dan lainnya. Gharar tidaklah sama dengan transaksi spekulatif atau melakukan suatu bisnis dengan tanpa diketahui hasilnya secara pasti. Gharar terkait dengan akad atau perjanjian yang membuat salah satu atau kedua pihak berada dalam kondisi ketidakpastian, sehingga dapat merugikan salah satu pihak.

Ketidakpastian ini bisa terjadi pada aspek barang yang menjadi objek transaksi, yaitu misalnya barang yang tidak jelas kualifikasinya, barang yang tidak dimiliki oleh penjualnya, barang yang tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan kecuali diatur lain dalam syariah. Ketidakpastian juga dapat terjadi pada

aspek harga, di mana harga tidak disepakati atau disepakati lebih dari satu harga sehingga membuat setiap pihak tidak pasti keadaannya. Tidak setiap bentuk gharar dilarang, bergantung dengan potensi bahaya yang ditimbulkan. Berbeda dengan judi yang dilarang dalam kondisi apapun, pelarangan gharar dapat berubah karena pengaruh teknologi dan peradaban. Adanya perbaikan teknologi dapat mengurangi ketidakpastian sehingga membuat transaksi yang semula berisiko menjadi tidak berisiko, seperti transaksi online yang berlaku saat ini. Secara ekonomi, pelarangan gharar akan mengedepankan transparansi dalam bertransaksi dan kegiatan operasional lainnya serta menghindari ketidakjelasan dalam berbisnis.

### 3. *Riba*

Secara bahasa riba berarti bertambah dan tumbuh. Riba adalah penambahan pendapatan secara tidak sah (batil), antara lain, dalam transaksi pinjam meminjam yang mempersyaratkan pemberi pinjaman menerima pengembalian dana melebihi pokok pinjaman karena berjalannya waktu (nasi'ah). Kata riba dengan berbagai bentuknya disebutkan 20 kali dalam Alquran antara lain dalam QS. Ali Imran (3): 130, QS. An-Nisa (4): 160-161, dan QS. Al-Baqarah (2): 275-280. Riba dalam sejarahnya merupakan praktik yang juga mengakar sangat kuat dalam tradisi masyarakat yang sangat sulit dihilangkan sampai sekarang. Secara ekonomi, manfaat pelarangan riba sejalan dengan pelarangan judi, yaitu untuk mendorong lancarnya arus investasi agar tidak terhambat oleh tingkat suku bunga yang dapat menyebabkan meningkatnya biaya investasi. Dengan dihapusnya bunga, maka semua potensi usaha memiliki akses yang sama terhadap modal yang ditawarkan oleh calon investor.

### 4. *Larangan terhadap Komoditi Haram*

Larangan terhadap yang haram dapat timbul karena beberapa kemungkinan, yaitu secara jelas disebutkan dilarang oleh Allah SWT. Pendapat adanya pertimbangan para ulama atas interpretasi oleh Allah SWT tidak dijelaskan secara langsung dalam Alquran. Kata haram dengan segala turunannya disebutkan sebanyak 83 kali dalam Alquran, antara lain, QS. Al-Baqarah (2): 173, QS. An-Nahl (12): 115 dan QS. Al-Maidah (5): 3. Dalam aktivitas ekonomi Islam setiap orang diharapkan


untuk menghindari hal-hal yang haram, baik haram zatnya maupun haram selain zatnya. Keuangan syariah hanya memberikan layanan keuangan untuk memproduksi, mengonsumsi dan mendistribusikan barang dan jasa yang halal, baik cara memperoleh, cara mengolah, maupun dari segi zatnya.

#### 5. *Larangan terhadap Cara yang Batil*

Batil secara bahasa bermakna batal atau tidak sah. Dalam aktivitas jual beli, Allah menegaskan manusia dilarang mengambil harta dengan cara yang batil sebagaimana tersebut dalam QS. Al-Baqarah (2): 188 dan QS. An-Nisa (4): 29. Hal ini menegaskan bahwa dalam aktivitas ekonomi tidak boleh dilakukan dengan jalan yang batil seperti mengurangi timbangan, mencampurkan barang untuk mendapatkan keuntungan lebih banyak, menimbun barang, dan menipu. Secara ekonomi, pelarangan terhadap batil ini akan semakin mendorong berkurangnya moral hazard atau bentuk kecurangan dalam berekonomi yang terbukti telah merugikan banyak pihak.

### **E. TUNTUNAN SYARIAH DALAM MANAJEMEN KEUANGAN PRIBADI DAN INVESTASI**

Sebagai manusia, terutama sebagai seorang Muslim, mengelola keuangan pribadi dengan baik merupakan hal yang wajib dilakukan serta tidak dapat dipandang sebelah mata. Pengelolaan keuangan yang buruk seperti sikap konsumtif yang berlebihan dapat menjadi titik awal akan potensi dari kehancuran finansial yang mungkin dapat terjadi di masa yang akan datang. Hal ini sesuai dengan sabda Nabi Muhammad SAW, “Allah akan memberikan rahmat kepada seseorang yang berusaha dari yang baik, membelanjakan dengan pertengahan dan dapat menyisihkan kelebihan untuk menjaga pada hari ia miskin dan membutuhkannya.” (HR. Ahmad dan Muslim). Selain sabda Rasulullah SAW pada hadits tersebut, dalam Al-Qur’an Surat Yusuf ayat 43 hingga 49 juga telah jelas diterangkan mengenai pentingnya pengelolaan harta yang dimiliki. Pada ayat-ayat tersebut, diceritakan bagaimana seorang Nabi Yusuf AS menafsirkan mimpi dari seorang raja dan kemudian menganjurkan untuk berhemat dan menyisihkan beberapa dari harta yang dimiliki pada saat itu untuk kemudian digunakan pada saat membutuhkan.



Dengan demikian, berdasarkan tuntunan syariah tersebut, kita sebagai seorang Muslim yang taat sudah seharusnya menerapkan manajemen keuangan yang benar. Di samping itu pula, para umat Muslim dianjurkan untuk menysihkan kelebihan harta yang dimiliki untuk menjamin kehidupannya di masa tersulit sekalipun. Di sinilah bagaimana umat Islam sangat dituntut untuk cakap dalam mengatur keuangannya dan mulai belajar investasi syariah. Seseorang juga diwajibkan untuk melakukan investasi syariah guna mengamankan masa depannya. Pemilihan investasi syariah juga harus sesuai dengan tujuan investasi masing-masing, seperti untuk kebutuhan menikah, membeli rumah, merintis bisnis pribadi, ataupun untuk kebutuhan pensiun kelak.

Terkait investasi syariah, seorang Muslim harus benar-benar mengerti perihal instrumen investasi yang akan dipilih. Berbagai macam produk instrumen investasi, baik riil maupun keuangan, yang tersedia tidak semuanya dapat dijadikan sebagai instrumen investasi yang tepat dan sesuai dengan tuntunan syariah. Oleh karena itu, wajib hukumnya untuk mengetahui instrumen investasi apa saja yang memenuhi prinsip-prinsip syariah atau investasi syariah. Bagi investor yang memiliki profil risiko konservatif, disarankan untuk memiliki aset investasi dalam bentuk surat hutang seperti Surat Berharga Syariah Negara di mana aset investasi ini mampu memberikan hasil yang moderat dengan tingkat risiko yang minimal. Prinsip dan proses investasi sukuk sendiri telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, artinya tidak terdapat unsur riba serta umumnya menggunakan akad ijarah. Pada intinya, sebagai Muslim yang baik dan taat akan agama serta berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah, wajib hukumnya untuk mengelola keuangan pribadinya dengan baik. Salah satu caranya adalah dengan berinvestasi syariah. Dana darurat sangat diperlukan untuk meminimalisasi risiko guncangan finansial yang tidak diinginkan dan dapat terjadi sewaktu-waktu. Investasi syariah juga sangat penting untuk pemenuhan berbagai kebutuhan di masa depan. Sebagai Muslim yang taat, prinsip-prinsip syariah harus selalu ditegakkan, baik ketika berinvestasi dalam bentuk surat utang maupun saham.

## **F. KEGIATAN MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH**

Kegiatan Manajemen Keuangan Syariah adalah sebagai berikut :

### **1. Perolehan Dana**

Kegiatan perolehan dana pada sistem keuangan syariah perlu memperhatikan beberapa hal berikut ini, seperti mudharabah, sala, murabahah, istishna, musyarokah, ijarah dan lain lain.

### **2. Prinsip Investasi**

Kegiatan yang kedua yaitu berkaitan dengan prinsip investasi. Jika anda ingin menginvestasikan uang, kenali dulu prinsip bahwa “fungsi uang sebagai alat tukar bukan sebagai barang dagangan atau komoditi yang diperjualbelikan”. Investasi bisa dilakukan melalui lembaga keuangan bank syariah ataupun dilakukan secara langsung.

### **3. Penggunaan Dana**

Ketiga, kegiatan penggunaan dana harus jelas. Dianjurkan untuk menggunakan dana dengan tujuan yang jelas dan tidak dilarang oleh syariat Islam, seperti memenuhi kebutuhan hidup, melaksanakan kewajiban zakat, waqaf, infaq, shadaqah dan lain lain.

## **G. LARANGAN DALAM PENGELOLAAN KEUANGAN SYARIAH**

Adapun hal yang wajib dihindari dalam pengelolaan Sistem Keuangan Syariah:

1. Riba, sesuai dengan surat Al Baqarah ayat 275-278 tentang “Meninggalkan riba atau sistem bunga dan kembali kepada sistem ekonomi syariah”
2. Maysir, sesuai dengan surat Al Maidah ayat 90 tentang “Meninggalakan segala bentuk usaha yang spekulatif atau perjudian”
3. Gharar, bersifat tidak jelas.
4. Boros, sesuai dengan surat Al Isra ayat 26-27 tentang “Meninggalkan segala bentuk pemborosan harta

## **H. FUNGSI MANAJEMEN SYARIAH**

Dalam konteks Islam, manajemen memiliki unsur-unsur yang tidak jauh berbeda dengan konsep manajemen secara umum. Hal ini telah tertuang dalam Al-Quran dan Al-Hadits sebagai falsafah hidup manusia.

## 1. Fungsi Perencanaan

Perencanaan merupakan fungsi manajemen yang utama, artinya seluruh fungsi sangat bergantung pada perencanaan. Manajer yang membuat perencanaan bisnis dengan baik merupakan sebuah strategi menuju sukses. Proses perencanaan strategis dapat memberikan ide menyeluruh sehingga seorang manajer dapat membuat program kerja jangka panjang untuk menentukan arah pengelolaan masa depan. Proses perencanaan ini adalah proses yang menyangkut upaya untuk :

- a. Menentukan tujuan yang akan dicapai pada masa mendatang
- b. Merumuskan tindakan-tindakan yang perlu dijalankan agar tujuan yang telah ditentukan tercapai
- c. Menentukan dana yang diperlukan dan faktor-faktor produksi lain yang akan digunakan.

## 2. Fungsi Pengorganisasian

Perlu merumuskan tindakan-tindakan yang akan dijalankan untuk mewujudkan berbagai tujuan tersebut. Ajaran Islam adalah ajaran yang mendorong umatnya untuk segala sesuatu secara terorganisasi dengan rapi. Pengorganisasian sangatlah urgen, bahkan kebatilan dapat mengalahkan suatu kebenaran yang tidak terorganisasi. Organisasi dalam pandangan Islam bukan semata-mata wadah, melainkan lebih menekankan pada cara sebuah pekerjaan dilakukan dengan rapi. Organisasi lebih menekankan pada pengaturan mekanisme kerja. Dalam sebuah organisasi tentu ada atasan dan bawahan. Pimpinan harus menentukan struktur organisasi yang terbaik untuk menjalankan kegiatan ke arah mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Melalui struktur organisasi ini dapat ditentukan pembagian tugas yang akan dibuat.

## 3. Fungsi Kepemimpinan

Ada beberapa istilah yang merujuk pada pengertian kepemimpinan, yaitu umara yang disebut juga dengan ulul amri. Ulil amri atau pejabat adalah orang yang mendapat amanah untuk mengurus urusan orang lain. Pemimpin sering disebut khadimul ummah yang berarti pelayan umat. Menurut istilah itu, pemimpin harus menempatkan diri pada posisi pelayan masyarakat (pelayan).

#### **4. Fungsi Pengawasan**

Falsafah dasar fungsi pengawasan dalam Islam muncul dari pemahaman tanggung jawab individu, amanah, dan keadilan. Islam memerintahkan setiap individu untuk menyampaikan amanah yang diembannya, jabatan (pekerjaan) merupakan bentuk amanah yang harus dijalankan. Pengawasan internal yang melekat dalam setiap pribadi Muslim akan menjauhkannya dari bentuk penyimpangan dan menuntunnya konsisten menjalankan hukum-hukum dan syariat Allah dalam setiap aktivitasnya, dan ini merupakan Islam. Sekalipun demikian, Islam belum merumuskan kaidah pengawasan yang baku dan detail serta bentuk-bentuk pengawasan yang wajib dijalankan. Islam memberikan kebebasan setiap individu Muslim untuk menjalankan pengawasan sesuai dengan pengalaman kondisi sosial atau manajemen yang terdapat dalam masyarakat.



## DAFTAR PUSTAKA

- A.M. Sadeq. 1989. “*Factor Pricing and Income Distribution from an Islamic Perspective.*” Dipublikasikan dalam *Journal of Islamic Economics*.
- Ahmad Ifham, Sholihin, 2010, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, Gramedia Pustaka. Utama Ahmad Ibrahim Abu Sinn. 2006. *Manajemen Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Anonimus. 1992. *Ensiklopedi Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*. Jilid 2. Jakarta: Cipta Adi Pustaka
- Arkanleema Djakman D Chaerul. 1999. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat
- Ashbaugh, Hollis., Daniel, W., Collins., dan Ryan, Lafond. 2004. “*Corporate Governance and the Cost of Equity Capital*”.
- Ayub, Muhammad. 2009. *Understanding Islamic Finance*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Dadang Muljawan, Priyonggo Suseno, Wiji Purwanta, Jardine A. Husman. 2020. *Ekonomi Syariah Untuk Sekolah Menengah Atas*. Jakarta : Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia
- Departemen Agama RI. 2009. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: PT. Sygma Examedia
- Didin Hafidhuddin, Hendri Tanjung. 2005. *Manajemen syariah dalam praktik*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Manulang, M. 1990. *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Muhammad Ismail Yusanto dkk., *Pengantar Manajemen Syariah*, Jakarta: Khairul Bayan, 2002, hlm. 2-3.
- Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta :Gema Insani Pres, 2001, hlm. 160 16
- Muhammad, 2004. *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia, hlm. 2.
- Muhammad. 2011. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN

- Najmudin. *Manajemen Keuangan dan Aktualisasi Syar'iyah Modern*, Yogyakarta: Andi, 2011, hlm. 39.
- Rivai dan Andria. *Islamic financial manajemen, teori, konsep dan aplikasi panduan praktis untuk lembaga keuangan, nasabah, praktisi dan mahasiswa*, (Jakarta: rajawali press,2008) hal 348
- Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2006, hlm. 3
- Soemitra, Andri. 2010. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana
- Tim advika. *Manajemen Keuangan Syariah*. Pegadaian syariah.co.id – <https://goo.gl/HMbtba>
- Working Paper.
- Yusanto, M. I. dan M.K. Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta : Gema Insani Press.
- Zainul Arifin. 2009. *Dasar-dasar Manajemen Bank Syari'ah*, Cet. ke-7.

## PROFIL PENULIS



Nur' Aeni., S.E., M.Si

Lahir di Tonasa/Pangkep Sulawesi Selatan pada Tahun 1975. Menempuh Pendidikan dari jenjang Sekolah Dasar SD dan SMP di Tonasa/Pangkep dan SMA di Palu Sulawesi Tengah. Menyelesaikan Sarjana Ekonomi (1999) di Universitas Tadulako (UNTAD) Palu Sulawesi Tengah. Lulus Magister Manajemen (2007) di Universitas Padjadjaran (UNPAD) Bandung. Sedang Menempuh Pendidikan Program Doktorat (S3) Ilmu

Manajemen Universitas Brawijaya (UB) Malang. Sebagai Dosen Manajemen di Universitas Pelita Bangsa Cikarang (UPB) Bekasi sejak tahun 2011 sampai sekarang. Lektor dengan Mengajar Mata Kuliah Pengantar Ilmu Ekonomi, Ekonomi Manajerial dan Manajemen Pemasaran.

## **BAB 1 MUHAMMAD SEBAGAI PELAKU BISNIS**

Jubaidi, S.E., M.E. (Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur)

## **BAB 2 BISNIS SYARIAH SEBAGAI PEKERJAAN YANG MULIA**

Nurdiana, S.P., M.Si. (Universitas Negeri Makassar)

## **BAB 3 ETIKA DALAM BISNIS SYARIAH**

Purwanti, SE.,ME (Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda)

## **BAB 4 SUMBER DAYA INSANI DAN ETOS KERJA DALAM BISNIS SYARIAH**

Latiful Hidayat, SE (MAN Kota Pasuruan)

## **BAB 5 TANGGUNG JAWAB SOSIAL DALAM BISNIS SYARIAH**

Dr. Ir. Marhawati, M.Si (Universitas Negeri Makassar)

## **BAB 6 KONSEP JUAL BELI DALAM SYARIAH**

Amsari Damanik, SH.M.Kn (Universitas Mulawarman)

## **BAB 7 SHARIA MARKETING (PEMASARAN SYARIAH)**

Eny Widiaty, S.E.I., M.E (Institut Agama Islam Nurul Hakim Kediri Lombok Barat)

## **BAB 8 GLOBALISASI DAN PERMASALAHAN RIBA**

Dr. Muh. Ihsan Said Ahmad, SE., M.Si (Universitas Negeri Makassar)

## **BAB 9 MANAJEMEN KEUANGAN DALAM SYARIAH**

Nur' Aeni., S.E., M.Si (Universitas Pelita Bangsa)



CV. Tahta Media Group  
Surakarta, Jawa Tengah  
Web : [www.tahtamedia.com](http://www.tahtamedia.com)  
Ig : tahtamedia group  
Telp/WA : +62 813 5346 4169

ISBN 978-623-0981-37-6

