

Editor: Safarinda Imani, S.E., M.SEI.



# MANAJEMEN BISNIS SYARIAH



Risma Ayu Kinanti., SE., M.SEI  
M. Zikwan, S.Sy., MH. I Rachmawati, S.E.Sy., M.E.  
Bahrina Almas, S.E., M.SEI. I Fitri Nurma Sari, S.E., S.Sos.  
Ullya Nindyningtyas, S.Ei., M.SEi.  
Iswatul Hasanah, S.E.I., M.E.  
Fatkhur Rohman Albanjari, S.E., M.E.  
Dunyati Ilmiah, S.E.I., M.E. I Ninda Ardiani, S.EI., M.SEI  
Alfin Maulana, S.EI., M.SEI. I Siti Nur Mahmudah, S.E.I., M.SEI  
Suharyono, S.E.I., M.E. I Arum Indiharwati, S.ST, M.SEI  
An'im Kafabih, S.E., M.E  
Andi Martina Kamaruddin, Lc., M.Si.  
Fatimatuzzahro., SHI., M.SEI I Fitryani, S.EI., M.SEI



BUNGA RAMPAI

**MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

## **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).

# MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Risma Ayu Kinanti., SE., M.SEI  
M. Zikwan, S.Sy., MH.  
Rachmawati, S.E.Sy., M.E.  
Bahrina Almas, S.E., M.SEI.  
Fitria Nurma Sari, S.E., S.Sos.  
Ullya Nindyaningtyas, S.Ei., M.SEi.  
Iswatul Hasanah, S.E.I., M.E.  
Fatkhur Rohman Albanjari, S.E., M.E.  
Dunyati Ilmiah, S.E.I., M.E.  
Ninda Ardiani, S.EI., M.SEI  
Alfin Maulana, S.EI., M.SEI.  
Siti Nur Mahmudah, S.E.I., M.SEI  
Suharyono, S.E.I., M.E.  
Arum Indiharwati, S.ST, M.SEI  
An'im Kafabih, S.E., M.E  
Andi Martina Kamaruddin, Lc., M.Si.  
Fatimatuzzahro., SHI., M.SEI  
Fitryani, S.EI., M.SEI

Editor:

Safarinda Imani, S.E., M.SEI.

Penerbit



CV. MEDIA SAINS INDONESIA  
Melong Asih Regency B40 - Cijerah  
Kota Bandung - Jawa Barat  
[www.medsan.co.id](http://www.medsan.co.id)

Anggota IKAPI  
No. 370/JBA/2020

## **MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

Risma Ayu Kinanti., SE., M.SEI  
M. Zikwan, S.Sy., MH. | Rachmawati, S.E.Sy., M.E.  
Bahrina Almas, S.E., M.SEI. | Fitria Nurma Sari, S.E., S.Sos.  
Ullya Nindyaningtyas, S.Ei., M.SEi.  
Iswatul Hasanah, S.E.I., M.E.  
Fatkhur Rohman Albanjari, S.E., M.E.  
Dunyati Ilmiah, S.E.I., M.E. | Ninda Ardiani, S.EI., M.SEI  
Alfin Maulana, S.EI., M.SEI.  
Siti Nur Mahmudah, S.E.I., M.SEI  
Suharyono, S.E.I., M.E.  
Arum Indiharwati, S.ST, M.SEI  
An'im Kafabih, S.E., M.E  
Andi Martina Kamaruddin, Lc., M.Si.  
Fatimatuzzahro., SHI., M.SEI  
Fitryani, S.EI., M.SEI

Editor :

**Safarinda Imani, S.E., M.SEI.**

Tata Letak :

**Syahrul Nugraha**

Desain Cover :

**Syahrul Nugraha**

Ukuran :

**A5 Unesco: 15,5 x 23 cm**

Halaman :

**vi, 267**

ISBN :

**978-623-362-677-4**

Terbit Pada :

**September 2022**

Hak Cipta 2022 @ Media Sains Indonesia dan Penulis

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

**PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA**

(CV. MEDIA SAINS INDONESIA)

Melong Asih Regency B40 - Cijerah

Kota Bandung - Jawa Barat

[www.medsan.co.id](http://www.medsan.co.id)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil alamin, Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, shalawat dan salam kami sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga buku kolaborasi dalam bentuk *book chapter* dapat dipublikasikan dan dapat sampai di hadapan pembaca. *Book chapter* ini disusun oleh sejumlah akademisi dan praktisi sesuai dengan kepakarannya masing-masing. Buku ini diharapkan dapat hadir memberi kontribusi positif dalam ilmu pengetahuan khususnya terkait dengan Manajemen Bisnis Syariah.

Manajemen Bisnis Syariah turut mengisi khazanah keilmuan untuk para akademisi maupun praktisi. Manajemen Bisnis Syariah dalam beberapa tahun ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat membutuhkan suatu sistem bisnis yang lebih terpercaya berdasarkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah dari segala aspek kehidupan. Sistematika buku Manajemen Bisnis Syariah mengacu pada pendekatan konsep teoritis dan contoh penerapan. Buku ini terdiri atas 18 bab yang dibahas secara rinci. Kami menyadari bahwa tulisan dalam 18 bab ini jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat banyak kekurangan, sejatinya kesempurnaan itu hanya milik Yang Kuasa. Oleh sebab itu, kami tentu menerima masukan dan saran dari pembaca demi penyempurnaan lebih lanjut.

Akhir kata kami mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah mendukung dalam proses penyusunan dan penerbitan buku ini, secara khusus kepada Penerbit Media Sains Indonesia sebagai inisiator *book chapter* ini. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Agustus, 2022

Editor

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
1    URGENSI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH .....	1
Pendahuluan .....	1
Konsep Manajemen.....	2
Konsep Bisnis .....	7
2    PRINSIP-PRINSIP DALAM BISNIS SYARI'AH.....	11
Pendahuluan .....	11
Prinsip-Prinsip Bisnis Syari'ah.....	13
Penutup.....	22
3    ETIKA DALAM BISNIS SYARIAH .....	25
Pengertian Etika Bisnis Syariah.....	25
Landasan Syariah dalam Etika Bisnis.....	28
Penerapan Etika dalam Bisnis Syariah .....	31
Prinsip-Prinsip Etika dalam Bisnis Syariah.....	33
Manfaat Etika dalam Bisnis Syariah .....	34
Urgensi Etika Bisnis dalam Syariah.....	36
4    KONSEP ETIKA BISNIS RASULULLAH .....	39
Jejak Langkah Bisnis Rasulullah.....	39
Etika Rasulullah dalam Berbisnis.....	42
Meneladani Rasulullah: Orientasi Bisnis dan Nilai- Nilai Etis.....	48
5    STRATEGI BISNIS RASULULLAH.....	55
Perjalanan Bisnis Muhammad SAW.....	55
Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW .....	59
Penutup.....	62

6	HUKUM DAN BADAN USAHA BISNIS SYARIAH ....	67
	Pendahuluan .....	67
	Hukum Bisnis Syariah.....	71
	Badan Usaha Bisnis Syariah.....	76
	Perkembangan Bisnis Syariah .....	79
	Kesimpulan.....	81
	Rangkuman .....	82
7	MEMPERSIAPKAN SUMBER DAYA INSANI (SDI) ..	85
	Islam dan Sumber Daya Manusia .....	85
	Karakteristik Sumber Daya Insani.....	88
	Strategi Penyiapan Sumber Daya Insani .....	92
	Manajemen Sumber Daya Insani .....	94
8	KONSEP PEMASARAN SYARIAH .....	103
	Pengertian Pemasaran Syariah .....	103
	Strategi Pemasaran Syariah .....	105
	Peran dan Fungsi Manajemen Pemasaran Syariah .....	107
	Konsep Pemasaran dalam Islam .....	110
9	MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH .....	117
	Konsep Dasar Manajemen Keuangan Syariah.....	117
	Kebijakan dan Penentuan Tujuan Perusahaan Syariah .....	121
	Kontrak dalam Keuangan Syariah .....	123
	Manajemen Keuangan dalam Memperoleh dan Menggunakan Dana.....	127
10	TRANSAKSI DALAM BISNIS SYARIAH.....	133
	Akad Tijarah .....	133
	Akad Tabarru' .....	139



	Transaksi Jasa .....	140
	Transaksi yang Tidak Diperbolehkan .....	143
11	LANDASAN & PRINSIP AKUNTANSI SYARIAH.....	149
	Pengantar Akuntansi Perbankan Syariah.....	149
	Tujuan Akuntansi Syariah .....	153
	Proses (Siklus) Akuntansi Perbankan Syariah.....	155
	Cakupan Akuntansi Perbankan Syariah .....	156
	Asumsi Dasar Akuntansi Perbankan Syariah.....	157
	Pengakuan Akuntansi dan Konsep Pengukuran .	159
	Persamaan Akuntansi Perbankan Syariah .....	161
12	TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN .....	165
	Pendahuluan .....	165
	Tanggung jawab Sosial (CSR) .....	166
	Perkembangan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) .....	167
	Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	170
	Kepentingan <i>Stakeholders</i> dalam Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	171
	Tahapan Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	174
13	SISTEM EKONOMI SYARIAH PADA BISNIS SYARIAH.....	179
	Pengertian Ekonomi Syariah .....	179
	Bisnis Syariah .....	181
	Perbedaan Sistem Bisnis Syari'ah dan Non Syari'ah .....	186
14	PELAKU BISNIS SYARIAH DI PASAR GLOBAL ....	193
	Peluang Bisnis Syariah di Pasar Global.....	193

	Indikator Ekonomi Syariah Dunia.....	194
	Perdagangan dan Investasi .....	196
	Industri Keuangan Syariah ( <i>Islamic Finance</i> ) .....	197
	Industri Halal .....	201
	Industri Fesyen Muslim Dunia.....	203
	<i>Muslim-Friendly Travel</i> .....	204
15	KEMITRAAN DALAM BISNIS SYARIAH.....	211
	Pendahuluan .....	211
	Etika Bisnis Syariah .....	213
	Jenis-Jenis Kemitraan .....	215
	Masalah Keagenan dalam Kemitraan .....	218
	Kesimpulan.....	221
16	PELUANG DAN TANTANGAN BISNIS SYARIAH DI INDONESIA .....	227
	Pendahuluan .....	227
	Prinsip Bisnis Syariah.....	229
	Sejarah Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia .....	231
	Peluang dan Tantangan Bisnis Syariah.....	232
	Penutup.....	241
17	STRATEGI BISNIS SYARIAH JANGKA PENDEK DAN PANJANG .....	245
	Pengertian Strategi Bisnis Syariah.....	245
	Strategi Bisnis Syariah Jangka Pendek dan Jangka Panjang.....	246
	Peran Penting Strategi Bisnis Syariah.....	249
18	MAQASHID PADA BISNIS SYARIAH.....	257
	Maqashid Syariah .....	257

Tingkatan Maqashid Syariah .....	258
Maqashid dan Ekonomi Islam.....	259
Maqashid pada Bisnis Syariah.....	262

---

# URGENSI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

**Risma Ayu Kinanti., SE., M.SEI**  
STAI DARUTTAQWA

## **Pendahuluan**

Bisnis merupakan salah satu bagian penting dalam kehidupan manusia dimuka bumi ini. Nilai etika bisnis Islam semestinya menjadi dasar pengelolaan bisnis. Sehingga tujuan melakukan bisnis yang baik yakni untuk beribadah kepada Allah SWT dan mengamalkan ajaran agama juga mencari keridhoan Allah SWT. Sejarah mencatat, Nabi Muhammad adalah seorang pedagang yang jujur dan adil dalam dunia bisnis. Beliau tidak pernah mengecewakan para pelanggannya. Beliau selalu menjaga janji dan menyerahkan barang-barang yang dipesan tepat waktu. Beliau senantiasa berkata jujur dalam berdagang. Reputasinya sebagai seorang pedagang yang baik telah dikenal luas sejak beliau usia muda. Hal ini membuat Nabi Besar Muhammad mempunyai manajemen yang mumpuni dalam menjalankan bisnisnya. Manajemen yang baik dan benar akan menjadi landasan bagi berkembangnya usaha yang tentu tidak terlepas dari nilai-nilai Agama. Manajemen Bisnis Islami akan menjadi panduan sukses dalam berbisnis seorang muslim. Sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Nabi Besar Muhammad SAW.

## **Konsep Manajemen**

Semua kegiatan bisnis tentu harus dikerjakan secara tertib dan tertata dalam rangka peningkatan pengelolaan dan hasil bisnis itu sendiri. Maka kemudian pada pengelolaan bisnis sangat diperlukan suatu system manajemen yang baik. Manajemen bisnis pada dasarnya dibagi menjadi tiga, yaitu manajemen pemasaran, manajemen keuangan, dan manajemen sumber daya manusia. Manajemen memiliki peranan penting dalam pengelolaan organisasi. Tujuan utama dari penerapan sistem manajemen yaitu guna mencapai efektifitas dan efisiensi sumber daya yang ada pada organisasi. Pada sistem manajemen terdapat empat fungsi utama yaitu lebih dikenal sebagai POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*).

Menurut Aditama (2020) Fungsi manajemen yaitu:

### *Planning* (perencanaan)

Perencanaan merupakan proses pendefinisian tujuan organisasi, pembuatan strategi untuk mencapai tujuan, serta pengembangan rencana aktivitas organisasi. Tahap perencanaan sangat penting dan tidak boleh dilewatkan. Perencanaan juga bermanfaat untuk memastikan jika visi misi perusahaan sudah sejalan dengan arah dan tujuannya.

### *Organizing* (pengorganisasian)

Pengorganisasian adalah proses penyusunan atau penentuan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan. Sumber daya organisasinya meliputi sumber daya manusia (karyawan dan atau tenaga ahli), sumber daya fisik (mesin, tanah, gedung), sumber daya operasional (kebijakan, sistem informasi, merk atau brand). Fungsi pengorganisasian dilakukan dengan pembagian tugas untuk sumber daya manusia, penetapan struktur perusahaan dan garis wewenangnya, mengalokasi sumber daya alam, serta merekrut, menyeleksi dan melatih sumber daya manusia.

### *Actuating* (pelaksanaan)

Pelaksanaan merupakan proses penerapan atau implementasi dari semua rencana, konsep, ide, serta gagasan yang telah dibuat sebelumnya, untuk meraih tujuan bersama. Dalam implementasinya, wajar jika ditemui beberapa kendala, namun ada pula yang langsung sukses dan berhasil. Fungsi pelaksanaan biasanya dilakukan dengan membimbing serta memberi motivasi kepada sumber daya manusia serta peningkatan kemampuan bekerja karyawan. Pada tahap ini, semua rancangan yang telah disusun, dipastikan berjalan dan diimplementasikan dengan baik.

### *Controlling* (pengendalian)

Pengendalian adalah bentuk kontrol atau evaluasi terhadap kinerja organisasi. Hal ini dilakukan untuk memastikan jika apa yang telah direncanakan, disusun serta dijalankan sudah sesuai dengan apa yang telah dirancang sebelumnya. Fungsi pengendalian dilakukan dengan mencari tahu apa saja yang tidak sesuai dengan rancangan, menentukan dan menganalisa letak permasalahannya, berusaha mencari solusinya, serta melakukan pengawasan kinerja sumber daya manusia. Rasulullah SAW mengajarkan 4P dalam pengelolaan organisasi yaitu:

#### 1. Perencanaan

Perencanaan berguna untuk menetapkan tujuan yang jelas. Selain itu keberadaan tujuan juga berfungsi untuk menentukan tindakan yang sesuai agar mencapai tujuan itu. Sebelum melaksanakan hijrah, Rasulullah dibantu sahabatnya untuk merumuskan rencana perjalanan ke Madinah dengan rapi, termasuk memikirkan cara-cara yang perlu dilakukan kalau ada perlawanan dari kaum Quraisy. Menurut Hartanto (2016) Berikut berapa strategi yang dirumuskan Nabi Bersama sahabatnya:

- a. Pelaksanaan hijrah dilakukan pada waktu malam hari
- b. Jalur hijrah melewati jalan alternatif

- c. Saat berhijrah, para sahabat tidak membawa harta benda yang akan menimbulkan kegaduhan dan kecurigaan penduduk Mekkah.
- d. Sebelum berangkat, harus dipastikan terlebih dahulu bahwa penduduk Madinah bersedia menerima para sahabat sebagaimana yang mereka nyatakan pada perjanjian Aqabah I dan II.

Semua perencanaan hijrah Rasulullah ini dilakukan dengan sangat teliti dan cermat sehingga mengurangi adanya misi yang dapat berbahaya bagi para sahabat yang mengikuti hijrah Rasulullah, dari hijrahnya Rasul ini kita dapat mengambil sebuah kesimpulan bahwa perencanaan harus dilakukan dengan matang sehingga dapat dengan tepat untuk dilakukan dan mengurangi adanya kerugian yang didapat. Begitu juga ketika di perusahaan, seorang manajer hendaknya benar-benar merencanakan segala macam hal, mulai dari strategi pemasaran, strategi penetrasi pasar, dan juga strategi dalam pengembangan Sumber Daya Insani.

## 2. Pembagian Tugas

Pembagian berkaitan dengan proses penentuan dan pembagian tugas serta bagaimana tugas itu dikoordinasikan. Dalam proses ini, kita harus memperhatikan dan mempertimbangkan perubahan budaya, perkembangan teknologi, dan sumber daya yang dimiliki. Sehingga organisasi yang kita kelola bisa beradaptasi dengan setiap perubahan yang terjadi didalam atau diluar. Dalam buku-buku sirah Rasulullah SAW., dikisahkan bahwa beliau mengordinasikan dan mendelegasikan berbagai tugas kepada beberapa orang sahabat sebelum pelaksanaan hijrah diantaranya:

- a. Ali ditugaskan untuk tidur di kamar Rasulullah.
- b. Asma' binti Abu Bakar ditugaskan untuk membawa bekal makanan saat beliau dan Abu Bakar berada di gua Thur

- c. Golongan Anshar juga ditugaskan untuk menyambut dan menjaga keselamatan golongan Muhajirin yang ikut berhijrah ke Madinah. Dari penjelasan diatas maka dapat kita simpulkan bahwa, Rasulullah SAW tidak mengambil semua pekerjaan akan tetapi mendelegasikan seseorang untuk menggantikan dirinya. Dalam sebuah perusahaan yang baik apabila ada sebuah tugas yang mengarah pada pengembangan keterampilan, tidak selalu yang disasar adalah manajer puncak, akan tetapi manajer lini dan juga mungkin karyawan biasa yang dilihat memiliki kompetensi dapat diajukan guna menggantikan pimpinan. Karena dalam pendelegasian yang ada dapat melatih karyawan dan juga meningkatkan loyalitas dari seorang karyawan.

### 3. Pemimpin

Memimpin memiliki makna memberi motivasi dan dukungan kepada anggota kelompok agar bersama-sama berusaha dan bekerja sama mencapai tujuan organisasi. Pemimpin merupakan kunci utama keberhasilan sebuah organisasi. Oleh karena itu, seorang pemimpin harus:

- a. Memiliki pemahaman yang jelas terhadap visi dan misi organisasi (*Visionary*)
- b. Memiliki kemampuan dalam mempengaruhi orang lain. (*Charismatic*)
- c. Mempunyai kemahiran yang tinggi (*competency*)

Suatu organisasi/ perusahaan jika ingin maju dan berkembang maka harus memiliki pemimpin yang bertanggung jawab

### 4. Pengawasan

Pengawasan adalah proses pengawasan kinerja sebuah organisasi. Caranya dengan mengevaluasi rencana awal dan kenyataan yang terjadi.

Kalau ditemukan masalah, langkah-langkah perbaikan bisa dilakukan dengan cepat dan tepat.



Oleh karena itu, dalam setiap pengawasan harus dibarengi dengan proses pemilihan solusi penyelesaian masalah yang terbaik.

Beberapa alasan pentingnya mengapa manajemen mesti diimplementasikan dalam kegiatan bisnis adalah:

- a. Manajemen merupakan kekuatan yang berfungsi sebagai pengkoordinir berbagai kegiatan bisnis
- b. Manajemen merupakan sistem kerja yang digunakan dalam pencapaian tujuan organisasi yang berefek pada efektifitas dan efisiensi pengelolaan bisnis

Ada empat pilar etika manajemen bisnis menurut Islam seperti yang dicontohkan Nabi Muhammad saw. Pertama, tauhid, adil, kehendak bebas dan pertanggungjawaban yang harus dimiliki seorang muslim yang jika dijabarkan sebagai berikut:

1. Pilar Pertama Tauhid

Tauhid artinya memandang bahwa segala aset dari transaksi bisnis yang terjadi di dunia adalah milik Allah, manusia hanya mendapatkan amanah untuk mengelolanya.

2. Pilar kedua Adil

Adil artinya segala keputusan menyangkut transaksi dengan lawan bisnis atau kesepakatan kerja harus dilandasi dengan akad saling setuju.

3. Pilar ketiga Kehendak Bebas

Kehendak bebas artinya adalah manajemen Islam mempersilahkan umatnya untuk menumpahkan kreativitas dalam melakukan transaksi bisnisnya sepanjang memenuhi asas hukum ekonomi Islam, yaitu halal.

4. Pilar keempat Tanggung Jawab

Tanggung jawab artinya Semua keputusan seorang pimpinan harus dipertanggung jawabkan oleh yang bersangkutan.

---

## **Konsep Bisnis**

Kata bisnis menurut istilah bahasa Inggris, yaitu business yang artinya usaha atau melakukan kegiatan yang dapat memberikan keuntungan. Bisnis secara Islam pada dasarnya sama dengan bisnis secara umum, hanya saja harus berdasarkan ajaran Al-Qur'an, As-Sunnah, Al-Ijma, dan Qiyas serta memperhatikan batasan-batasan yang tertuang dalam sumber-sumber tersebut. Bisnis dalam pandangan ekonomi Islam harus memperhatikan etika dan moral. Moral merupakan sesuatu yang mendorong orang untuk melakukan kebaikan, etika bertindak sebagai rambu-rambu yang merupakan kesepakatan secara rela dari semua anggota suatu kelompok. Dunia bisnis yang bermoral akan mampu mengembangkan etika yang menjamin kegiatan bisnis yang seimbang, selaras dan serasi. Islam telah mengatur seluruh lini kehidupan manusia termasuk dalam ber muamalah. Agama Islam secara rinci menjabarkan batasan-batasan dalam melakukan segala hal dimuka bumi ini. Telah dibedakan hal-hal yang halal dan haram dalam segala hal termasuk dalam kegiatan berbisnis. Pada pola bisnis syariah tentu saja selalu wajib dilaksanakan sesuai ajaran Agama Islam. Segala Batasan yang ada pada dasarnya sebagai arahan agar umat manusia tidak tersesat di muka bumi ini. Rasulullah SAW telah memberi teladan yang baik dalam berbisnis. Rasulullah SAW dalam berbisnis senantiasa didasari oleh akhlak mulia dengan kejujuran dan tutur kata yang baik. Allah SWT menyuruh hamba-hambanya bahkan mewajibkan untuk mencari harta-kekayaan. Seperti yang dijelaskan dalam surat al-Mulk ayat 15 yang jika diterjemahkan "Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya lah kamu (Kembali setelah) dibangkitkan".

Akan tetapi kenyataan sekarang ini semakin banyak pergeseran etika dalam dunia berbisnis, misalnya pelaku bisnis yang terlibat dalam transaksi riba, mengambil keuntungan terlalu besar, gharar, penipuan, penimbunan, hal tersebut menimbulkan penurunan nilai kejujuran, etika, dan tanggung jawab, sehingga terjadilah

persaingan yang sehat diantara para pelaku bisnis. Semua kegiatan bisnis tentu memerlukan pelaku bisnis. Para pelaku bisnis cenderung melakukan berbagai upaya untuk bisa mencapai profit. Diharapkan para pelaku usaha agar tidak mencoba berbagai cara yang dilarang oleh agama. Sehingga perlu etika dan moral yang baik dalam berbisnis.

Apabila disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah akhlak dalam melakukan bisnis sesuai dengan syariat Islam sehingga dalam berbisnis dapat berbisnis dengan baik. Dalam bisnis Islam, manajemen berfungsi sebagai elemen penting yang selalu ada dan melekat pada proses bisnis. urgensi dari manajemen dalam bisnis yang dirancang mencakup fungsi *Planning*, *Organizing*, *Actuating* dan *Controlling*. Bisnis dalam Islam tidak hanya bertujuan untuk mencapai profit tetapi juga berkah dan ridho Allah SWT. Manajemen bisnis Islam sangat penting untuk diterapkan dalam bisnis seorang muslim karena dalam bisnis Islam, manajemen secara umum berperan sebagai elemen dasar yang selalu ada pada proses bisnis untuk mencapai *goal* dari suatu usaha yang harus sesuai dengan ajaran agama Islam.

## Daftar Pustaka

- Aditama, Roni Angger. (2020). Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi. AE Publishing:Malang
- Hartanto, Selamat. (2016). Manajemen Ala Rasulullah Dalam Perspektif Entrepreneur. Jurnal Intelegensia – Vol. 04 No. 1 Januari-Juni 2016
- Warsono. (2018). Majalah Manajemen & Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ganesha. STIE Ganesha Press: Jakarta.

## Profil Penulis



### **Risma Ayu Kinanti**

Penulis menyelesaikan study S1 Jurusan Manajemen Konsentrasi Keuangan di Universitas Negeri Surabaya pada tahun 2015. Penulis melanjutkan pendidikan ke S2 Jurusan Sains Ekonomi Islam di Universitas Airlangga pada tahun 2016. Penulis memiliki kepakaran dibidang Keuangan. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen professional dan sejak 2021 diangkat menjadi Kepala Program Studi Ekonomi Syariah STAI Daruttaqwa Gresik, penulis pun aktif sebagai peneliti dibidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh penulis diantaranya aktif menulis jurnal baik jurnal nasional maupun Internasional. Penulis aktif dalam melakukan penelitian dengan harapan dapat memberikan kontribusi bagi bangsa dan negara tercinta ini.

Email Penulis: [rismakinanti93@gmail.com](mailto:rismakinanti93@gmail.com)



# PRINSIP-PRINSIP DALAM BISNIS SYARI'AH

**M. Zikwan, S.Sy., MH.**  
Universitas Ibrahimy Situbondo

## **Pendahuluan**

Setiap manusia yang terlahir ke dunia ini, diiringi dengan kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi demi untuk memberlangsungkan kehidupan. Kebutuhan tersebut berupa sandang, pangan dan papan. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, seseorang senantiasa membutuhkan usaha agar setiap kebutuhannya dapat terpenuhi.

Bisnis termasuk usaha yang dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pokok manusia. Dari aspek kebahasaan bisnis berasal dari bahasa Inggris "business" (Ibrahim Jones dan Sewu Lindawaty, 2007). Sedangkan secara umum bisnis dapat diartikan sebagai rangkaian aktivitas produksi, pembelian barang dan jasa yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (M. Zikwan, 2021). Bisnis juga diartikan sebagai aktivitas atau kegiatan menjual barang dan jasa dengan tujuan mendapatkan laba untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat (R Lukman Fauroni, 2006).

Hingga saat ini, kata bisnis selalu dipersepsikan sebagai aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan tujuan meraih keuntungan sebesar-besarnya dengan modal sekecil-kecilnya. Persepsi mencari keuntungan dalam aktivitas bisnis tidaklah salah namun dalam Islam yang menjadi tujuan dari aktivitas bisnis tidak hanya mencari keuntungan material semata, akan tetapi keuntungan material dan spiritual.

Dalam Islam bisnis bukanlah sesuatu yang memiliki konotasi buruk bahkan umat muslim dianjurkan mencari rezeki yang halal dan bekerja atau berbisnis untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan masyarakat sekitarnya. Oleh karena itu seseorang yang bekerja untuk kebutuhan keluarganya serta memperhatikan kebutuhan tetangganya atau masyarakatnya akan dibalas oleh Allah berupa wajah yang berseri seperti bulan purnama pada saat hari kiamat kelak, sebagaimana hadis nabi SAW.

مَنْ طَلَبَ الدُّنْيَا حَلَالًا اسْتِغْفَافًا عَنِ الْمَسْأَلَةِ وَسَعْيًا عَلَىٰ أَهْلِهِ وَتَعَطُّفًا عَلَىٰ جَارِهِ بَعَثَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَجْهَهُ كَالْقَمَرِ لَيْلَةَ الْبَدْرِ.

Artinya: *Barang siapa yang mencari rezeki yang halal untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan berbaqi dengan tetangganya karna hawatir meminta-minta, maka allah akan membangkitkan orang tersebut dihari kiamat dengan wajah yang berseri-seri seperti bulan purnama.*

Islam sebagai agama yang terakhir dimuka bumi memiliki tugas mulia, yaitu sebagai agama *rahmatan lil 'alamin*, agama yang membawa pemeluknya menuju kebahagiaan dunia dan akhirat. Tugas mulia ini diimbangi dengan karakteristik ajaran Islam yang komprehensif dan universal. Komprehensif maksudnya bahwa ajaran Islam mencakup kepada seluruh aspek kehidupan manusia baik urusan ibadah maupun mua'malah atau urusan sosial, sedangkan universal berarti syari'at Islam dapat dilaksanakan dimana saja dan kapan saja (Muhammad Syafi'i Antonio, 2014).

Islam sebagai agama yang sempurna telah memberikan *guidance* (panduan) yang sangat jelas dalam melakukan setiap aktivitas, termasuk memberikan rambu-rambu dalam aktivitas bisnis. Bisnis dalam pandangan Islam tidak hanya berorientasi kepada *profit oriented* semata akan tetapi bisnis dalam Islam berorientasi pada *profit falah oriented*. Untuk mencapai *profit falah oriented* aktivitas bisnis harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, oleh karena itu, tulisan ini akan menjelaskan prinsip-prinsip bisnis dalam Islam.

## Prinsip-Prinsip Bisnis Syari'ah

Prinsip merupakan suatu kebenaran yang dijadikan sebagai pokok dasar berfikir dan bertindak (Departemen Pendidikan Nasional, 2002). dalam bisnis prinsip merupakan pijakan atau sandaran seseorang dalam menjalankan aktivitas bisnis. Oleh karena itu, prinsip bisnis syari'ah merupakan pokok dasar berfikir dan bertindak dalam menjalankan aktivitas bisnis berdasarkan tuntunan syari'at Islam. Secara umum terdapat beberapa prinsip dasar dalam bisnis syari'ah, namun dalam tulisan ini penulis akan membahas tujuh prinsip bisnis syari'ah, yaitu: Prinsip tauhid, Prinsip Kenabian, Prinsip Kemaslahatan, kesukarelaan, keadilan, persaudaraan, kebebasan dan tanggung jawab.

### 1. Prinsip Tauhid (مبادئ الربنية)

Prinsip tauhid atau prinsip *ilahiyyah* merupakan pilar utama dalam segala aktivitas manusia dimuka bumi ini. Inti tauhid adalah لا إله إلا الله bahwa Allah adalah zat yang maha mencipta, mengatur dan maha memelihara alam semesta. Dengan prinsip tauhid akan menimbulkan tiga asas pokok yang dapat dipegang oleh pebisnis muslim (M. Nur Rianto Al Arif, 2015),

- a. Dunia dan seluruh isinya adalah milik Allah, dan berjalan sesuai kehendak Allah
- b. Semua makhluk adalah ciptaan Allah dan wajib tunduk dan patuh terhadap titah Allah
- c. Iman kepada hari kiamat akan mempengaruhi tingkah laku manusia menurut horizon waktu.

Dalam bisnis prinsip tauhid akan mengintegrasikan dan mengkoneksikan antara dimensi material dan dimensi spiritual. Dalam bisnis Islam dimensi material tidak berjalan sendiri-sendiri dengan dimensi spiritual, akan tetapi keduanya merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan. Oleh karena itu, Sebagai makhluk sosial seseorang butuh bekerja (berbisnis) untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, akan tetapi dalam setiap bisnis atau pekerjaan yang dilakukan,



sesorang tetap memiliki kewajiban spiritual berupa ibadah kepada Alla, hal ini menarik jika diilustrasikan dalam firman Allah Surat al-Jumu'at ayat 9-10:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَوَدَّيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ۗ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ (9) فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (10)

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Apabila telah diseru untuk melaksanakan salat pada hari Jum'at, maka segeralah kamu mengingqat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.*

Ayat tersebut berisi ajaran normatif yang sangat indah sekali, bagaimana tugas seseorang untuk memenuhi kebutuhan duniawi nya dengan berbisnis yang diimbangi dengan tugas manusia sebagai makhluk ciptaan Allah yang harus melakukan ibadah penghambaan terhadap Allah. Dalam ayat berikutnya, manusia diingatkan kembali bahwa hidup didunia bukan hanya untuk ibadah semata, akan tetapi ada kewajiban untuk bekerja sebagai wasilah untuk memenuhi kebutuhan didunia.

Pada intinya prinsip tauhid dalam bisnis Islam merupakan penegasan bahwa pelaksanaan bisnis harus disertai dengan penyerahan diri kepada Allah. Bahwa Allah adalah zat yang mengatur semua urusan hambanya, seorang pebisnis tidak hanya berbisnis semata akan tetapi berbisnis disertai dengan ibadah kepada Allah.

## 2. Prinsip Kenabian (مبادئ النبوة)

Nabi Muhammad SAW, merupakan insan kamil (manusia paripurna) yang diutus oleh Allah sebagai pembawa ajaran kebenaran dibelahan dunia ini, sebagai nabi pembawa kebenaran dan rahmat seluruh

alam, rasulullah tidak hanya membawa ajaran tentang persoalan iman dan ibadah *makhdhah* semata, akan tetapi ajaran yang dibawa oleh rasulullah adalah ajaran yang universal yang mencakup seluruh aktivitas manusia baik dari segi keimanan, ibadah, sosial, politik, ekonomi, bisnis dan lain sebagainya.

Secara historis nabi Muhammad adalah sumber sekaligus *founding father* bisnis dalam Islam. Hal ini tercermin dalam diri nabi Muhammad saat menjalankan usaha perniagaan dari hasil kerjasama antara nabi Muhammad dengan Siti Khadijah. Bisnis perniagaan dilakukan pertama kali oleh nabi Muhammad saat berusia 25 tahun dengan membawa barang dagangan Siti Khadijah untuk dipasarkan di Syiria (Tim FKI Sejarah Atsar, 2010).

Prinsip *an-nubuwwah* adalah prinsip bisnis dalam Islam yang disandarkan kepada sifat nabi yang empat yaitu: *siddiq* (jujur), *amanah* (terpercaya), *tabligh* (komunikatif) dan *fathanah* (cerdik atau pandai)

a. *Siddiq* (jujur)

Kejujuran merupakan prinsip yang sangat esensial dalam bisnis, dalam Islam kejujuran merupakan syarat utama dalam aktivitas bisnis, dengan menerapkan sifat kejujuran seorang pebisnis akan menciptakan ketentraman baik bagi pebisnis itu sendiri maupun bagi masyarakat sekitarnya. Rasulullah sangat memperhatikan sifat jujur dalam aktivitas bisnis, rasulullah memberi predikat bagi para pedagang (pebisnis) yang jujur akan bersama para nabi dan para syuhada' dihari kiamat kelak, sebagaimana hadis nabi SAW.

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ، قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : التَّاجِرُ الْأَمِينُ الصَّدُوقُ مَعَ النَّيِّبِ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ (رواه الترمذی) وَفِي رِوَايَةٍ أَحْمَدَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّيِّبِ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

Artinya: dari Abu Sa'id al-Khudzri r.a. beliau berkata, bahwa Rasulullah SAW telah bersabda: *pedagang yang terpercaya, jujur akan bersama dengan para nabi, para shiddiqin dan para syuhada' (H.R. at-Tirmizi). Sedangkan dalam riwayat imam Ahmad, Rasulullah SAW bersabda: pedagang yang jujur lagi terpercaya akan bersama dengan para nabi, para shiddiqin dan para syuhada' dihari kiyamat".*

Hadis tersebut telah memberikan gambaran terhadap betapa pentingnya sikap jujur dalam bisnis, oleh karena itu rasulullah sangat melarang para pembisnis melakukan penipuan atau praktik bisnis yang jauh dari nilai-nilai kejujuran. Suatu ketika rasulullah pernah menemukan seorang pedagang yang mencampurkan barang dagangan yang kering dengan yang basah, rasulullah menegur orang tersebut agar memisahkan barang dagangan yang kering dengan yang basah agar pedagang tersebut terhindar dari penipuan yang dapat merugikan para konsumen

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى صُنْبِرَةِ طَعَامٍ، فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا، فَتَأَلَّتْ أَصَابِعُهُ بَلًّا، فَقَالَ مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ؟ قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ، قَالَ أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَمَا يَرَاهُ النَّاسُ؟ مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي (رواه مسلم)

Artinya: *diriwayatkan dari Abu Hurairah ra, Rasulullah pernah lewat dihadapan orang yang menjual setumpuk makanan, lalu rasulullah memasukkan tangannya kedalam tumpukan tersebut, ternyata tangan rasulullah mengenai makanan yang basah didalam tumpukan itu, lalu rasulullah bertanya kepada orang tersebut, mengapa ini basah wahai pedagang makanan? Pedagang tersebut menjawab "makanan tersebut terkena hujan ya rasulullah", rasulullah bersabda, "mengapa tidak engkau letakkan di paling atas agar manusia dapat melihatnya?" barang siapa yang menipu dia bukan dari golonganku (HR. Muslim)*

b. *Amanah* (terpercaya)

Selain jujur sikap amanah adalah termasuk sikap yang harus ada dalam bisnis. Amanah merupakan sifat seseorang yang mampu menjaga kepercayaan yang telah diberikan kepada dirinya. Secara umum kata amanah telah termaktub didalam al-quran seperti didalam surah an-nisa' ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: *Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat*

Praktik amanah dalam bisnis telah dicontohkan oleh rasulullah pada saat Siti Khadijah menginvestasikan hartanya. Potret tersebut memberikan gambaran bagaimana rasulullah memiliki sifat amanah, sebab dalam bisnis yang dijalankan oleh rasululullah semua modal adalah milik Siti Khadijah. Dalam bisnis amanah juga bisa berbentuk tidak mengurangi takaran atau timbangan, termasuk amanah dalam bisnis adalah menyampaikan hal-hal yang baik atau yang buruk dari barang dagangannya.

c. *Tabligh* (komunikatif)

Secara harfiah *tabligh* adalah menyampaikan, tabgligh merupakan salah satu sifat rasulullah, dalam hal ini rasulullah manyampaikan semua risalah atau perintah Allah kepada umatnya. Inti dari tabligh adalah menyampaikan sesuatu secara totalitas. Dalam bisnis *tabligh* adalah mampu menyampaikan terhadap bisnis yang sedang dijalani dengan baik dan benar tanpa menggugurkan sifat jujur dan amanah. Dalam

sejarah perdagangan atau bisnis yang telah dijalankan oleh Rasulullah, dengan sifat *tabligh* yang dimiliki, Rasulullah mampu meraih keuntungan tanpa menimbulkan *kedzaliman*.

d. *Fathanah* (cerdik atau pandai)

Dalam perjalanan bisnis yang dijalankan oleh Rasulullah, telah menorehkan sejarah bagaimana seorang bisnis atau *treder* yang memiliki kepiawaan dalam berbisnis hingga meraih keuntungan dari perjalanan bisnis yang dilakukan diberbagai daerah. Pada dasarnya *fathanah* adalah memiliki pengetahuan luas yang dapat diartikan sebagai kecerdasan, intelektual. Dalam menjalankan bisnis seseorang tidak cukup hanya memiliki sifat jujur dan amanah semata, agar bisnis yang dijalankan menjadi efektif dan efisien maka seseorang perlu memiliki kecerdasan dalam mengatur, mengelola dan mengembangkan bisnis.

3. Membawa kebaikan (الإصلاح الإجتماعي)

Kegiatan bisnis bertujuan untuk meningkatkan taraf kehidupan sosial masyarakat. Bisnis dalam pandangan Islam bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat agar menjadi lebih baik yang disebut dengan *falah* (فلاح). *Falah* bisa berdimensi dunia dan akhirat. Artinya bisnis tidak hanya bertujuan untuk perbaikan secara duniawi saja akan tetapi sampai *ukhrawi*. Dalam prinsip ini yang diutamakan adalah *kemashlahatan* umat. Artinya setiap pelaku bisnis selalu menghindari hal-hal yang akan merugikan pihak lain. Oleh karena itu dalam bisnis harus dihindari praktik-pratik yang dapat menimbulkan kenestapaan bagi orang lain.

4. Kesukarelaan (عن تراض)

Prinsip ini menyatakan bahwa setiap bentuk bisnis baik antar individu ataupun dengan pihak lain harus berdasarkan kerelaan atau suka sama suka. Yang dimaksud dengan kerelaan disini adalah kerelaan dalam menerima atau menyerahkan harta yang

menjadi objek bisnis. Dalam bisnis selalu didasari kesukarelaan, setiap bisnis yang dijalani merupakan kehendak sendiri bukan atas dasar paksaan dari pihak lain. Setiap tindakan bisnis yang terjadi merupakan faktor alamiah, artinya bukan tekanan dari orang lain atau sebagainya. Akan tetapi dalam prinsip ini harus diperhatikan status kehalalan objek transaksi, jika objek transaksi adalah sesuatu yang dilarang, maka prinsip kesukarelaan ini menjadi sia-sia (M. Zikwan, 2022). Seperti contoh pelaku bisnis yang melakukan transaksi riba, maka kesukarelaan dalam transaksi ini menjadi sia-sia. Sebab kesukarelaan merupakan rukun atau prinsip dari bisnis bukan merupakan prinsip menghalalkan atau melegalkan bisnis yang dilarang dalam Islam.

#### 5. Keadilan (العدل)

Secara umum keadilan dapat diartikan sebagai (وضع (شيئ في محله) menempatkan sesuatu pada tempatnya (secara proporsional). Adil merupakan suatu keadaan dimana setiap orang dapat mencapai apa yang menjadi hak nya. Prinsip keadilan menjadi titik sentral dalam aktivitas bisnis, sekalipun bisnis yang dijalankan tidak sesama orang muslim. Keadilan merupakan prinsip utama dalam ajaran Islam. Dalam bisnis prinsip keadilan merupakan hal yang paling urgen.

Termasuk adil dalam bisnis adalah adil dalam menentukan harga dari objek bisnisnya sehingga barang yang dijadikan objek bisnisnya dapat terjangkau oleh masyarakat pada umumnya. Disamping hal tersebut antara sesama bisnis juga harus berlaku adil yaitu dengan memberikan kesempatan yang sama untuk tumbuh dan berkembang bersama. Oleh karena itu para pebisnis diharuskan untuk berhati-hati agar tidak melakukan bisnis yang dapat merugikan orang lain atau sebaliknya dapat merugikan terhadap pebisnis itu sendiri (Mustaq Ahmad , 2000).

Adil merupakan pilar penyangga terhadap kebebasan dalam ekonomi dan bisnis. Karena adil merupakan fondasi atau dasar yang memasuki semua ajaran Islam, baik berupa hukum, syari'ah ahklak dan moral (Yusuf Qordhawi , 2021).

#### 6. Persaudaraan (أخوة)

*Ukhuwah* atau persaudaraan merupakan salah satu tujuan atau misi dalam bisnis. Aktivitas bisnis dilakukan agar umat Islam menyatu dalam koridor yang sama untuk mendapatkan sebuah kesejahteraan dan kemakmuran yang sama. Dalam Islam sangat dianjurkan untuk bekerja sama atau selalu berjamaah dalam melakukan apapun termasuk dalam bisnis, karena dalam Islam antara pebisnis terhadap pebisnis yang lain bukanlah permusuhan tetapi tetap persaudaraan.

Secara umum bisnis adalah dunia kompetisi yang didalamnya terdapat rivalitas dan persaingan antara pebisnis dengan pebisnis yang lainnya. Akan tetapi dalam Islam terdapat prinsip persaudaraan, bahwa setiap pebisnis adalah sama dihadapan Allah. Oleh karena itu persaingan bisnis dalam Islam bukan seperti persaingan bisnis yang menghilangkan aspek persaudaraan melainkan saling menguatkan sebagaimana hadis Rasulullah.

الْمُؤْمِنُ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا

Artinya: *Orang mukmin dengan orang mukmin yang lain seperti sebuah bangunan, sebagian menguatkan sebagian yang lain.*

Esensi dari prinsip *ukhuwah* (persaudaraan) adalah terjalinnnya keharmonisan dan tercapainya jiwa *ta'awun* (saling tolong-menolong). Dengan demikian dalam bisnis seseorang tidak dibenarkan meraih keuntungan diatas penderitaan orang lain atau diatas penderitaan pebisnis lain.

## 7. Kebebasan dan tanggung Jawab (الحرية والمسؤولية)

### a. Kebebasan (الحرية)

Dalam gramatikal arab kata *al-Hurriyah* memiliki terjemahan kebebasan berarti kebebasan. Dalam bisnis seseorang memiliki kebebasan untuk menjalankan bisnis selama bisnis tersebut tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

Hal ini menarik jika di ilustrasikan dengan sebuah kaidah fikih:

الأصل في المعاملة الإباحة حتى يدل الدليل على تحريمه

Artinya: *Hukum asal dalam transaksi (bisnis) adalah boleh selama tidak ada argumentasi yang melarang transaksi (bisnis) tersebut.*

Kaidah tersebut memberikan gambaran bahwa dalam Islam seorang pebisnis memiliki kebebasan dalam berbisnis selama bisnis tersebut tidak menyalahi aturan-aturan dalam Islam. prinsip *al-Hurriyah* akan memberikan peluang kepada setiap orang untuk memiliki kreatifitas dan inovasi dalam berbisnis.

### b. Tanggung jawab (المسؤولية)

Prinsip Kebebasan dalam bisnis akan senantiasa diimbangi oleh prinsip pertanggungjawaban. Dalam Islam setiap perbuatan seseorang akan dimintai pertanggungjawaban baik pertanggungjawaban secara horizontal (sesama manusia) maupun pertanggungjawaban secara vertikal (dengan Allah). Oleh karena itu, setiap bisnis yang dilakukan oleh seseorang akan dimintai pertanggungjawaban. Prinsip *al-masuliyah* akan melahirkan kehati-hatian bagi para pebisnis, agar bisnis yang dilakukan tetap sesuai dengan ajaran Islam.

Dalam Islam, setiap pelaku bisnis diberikan kebebasan untuk menentukan dan memilih model atau metode bisnis akan tetapi setiap apa yang menjadi keputusan bisnis akan dimintai



pertanggungjawaban tidak hanya dihadapan manusia akan tetapi juga dihadapan Allah. Hal ini yang menjadi pembeda antara bisnis dalam Islam dengan bisnis yang dilakukan oleh kaum kapitalis. Oleh karena itu prinsip kebebasan dan tanggung jawab (الحرية والمسؤولية) merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan dalam aktivitas bisnis.

### **Penutup**

Bisnis merupakan aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam Islam bisnis bukan sesuatu yang memiliki konotasi buruk, bahkan Islam juga menganjurkan agar setiap muslim untuk bekerja berbisnis untuk memenuhi kebutuhan. Oleh karena itu Islam memberikan beberapa prinsip dasar dalam menjalankan bisnis. Adapun prinsip-prinsip tersebut diantaranya adalah: Prinsip tauhid, Prinsip Kenabian, Prinsip kemaslahatan, kesukarelaan, keadilan, persaudaraan, kebebasan dan tanggung jawab.

**Daftar Pustaka**

- Departemen Pendidikan Nasional. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia ed.3*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ibrahim Jones dan Sewu Lindawaty. (2007). *Hukum Bisnis dalam Persepsi Manusia Modern*. Bandung: PT Rafika Aditama.
- M. Nur Rianto Al Arif. (2015). *Pengantar Ekonomi Syariah, Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- M. Zikwan. (2021). ANTARA AGAMA dan BISNIS "Bisnis dalam Pandangan Islam". *Al-Idarah*, 123-132.
- M. Zikwan. (2022). WASATHIYYAH AL-IQTISHADIYAH, Integrasi Nilai Moderasi pada Ekonomi Islam. *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars (AnCoMS)* (hal. 1058-1068). Surabaya: Kopertais Wilayah IV Surabaya.
- Muhammad Syafi'i Antonio. (2014). *Bank Syari'ah: dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Mustaq Ahmad . (2000). *Etika Bisnis dalam Islam* . Jakarta: al-kautsar.
- R Lukman Fauroni. (2006). *Etika Bisnis dalam al Qur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pesantren.
- Tim FKI Sejarah Atsar. (2010). *Sejarah Kehidupan Nabi Muhammad Lentera Keigelapan Untuk Mengenal Pendidik Sejati Manusia*. Lirboyo : Pustaka Gerbang Lama.
- Yusuf Qordhawi . (2021). *Norma dan Etika Ekonomi dalam Islam* . Jakarta: Gema Insani.

## Profil Penulis



### **M. Zikwan**

Lahir disalahsatu provinsi pulau andalas tepatnya Desa Baru kec. Air Hitam Kab. Sarolangun Prov. Jambi pada tanggal 08 September 1989. Pengalaman pendidikan sejak Pendidikan Dasar 110/VII Desa Baru dan MI Nurussa'adah, (2004) kemudian melanjutkan pendidikan Tsanawiyah Swasta di Pondok Pesantren Darussyafi'iyah Muaro Bulian (2007), Pendidikan Madrasah Aliyah Swasta di Pondok Pesantren As'ad Olak Kemang Kota Jambi (2010), Madrasah Aliyah Diniyah Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo Situbondo (2013) menempuh pendidikan Tinggi pada program Studi Mu'amalah di Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Ibrahimy (2014) program Pascasarjana Institut Agama Islam Ibrahimy (2016). Ma'had Aly Situbondo (*Marhalah Ula*) (2014-2016). Saat ini penulis sebagai dosen tetap pada Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Universitas Ibrahimy Situbondo. Penulis juga aktif dalam beberapa karya ilmiah dan beberapa konferensi Ilmiah. Disamping sebagai Dosen, penulis juga aktif memberikan bimbingan kajian fikih dan kitab kuning di madrasah I'dadiyah Pondok pesantren salafiyah syafi'iyah Sukorejo Situbondo. Dibidang pengalaman kerja Penulis merupakan sekretaris program studi manajemen dan bisnis syari'ah Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Universitas Ibrahimy Situbondo.

Email Penulis: [ziksaririzik@gmail.com](mailto:ziksaririzik@gmail.com)

## ETIKA DALAM BISNIS SYARIAH

**Rachmawati, S.E.Sy., M.E.**  
STEI Bina Muda Bandung

### **Pengertian Etika Bisnis Syariah**

Dalam bahasa Yunani etika berasal dari kata “ethos” yang mempunyai makna moral atau moralitas (Prihatminingtyas, Budi: 2019). Moral atau moralitas merupakan standar perilaku yang memungkinkan setiap orang untuk dapat hidup secara kooperatif (bekerjasama) dalam suatu kelompok. Moral juga dapat mengacu kepada sanksi sanksi masyarakat terkait perilaku yang benar dan bisa diterima. Selain itu moral atau moralitas dapat diartikan sebagai: “nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau kelompok dalam mengatur tingkah lakunya”. Secara terminologis etika berarti pengetahuan yang membahas baik dan buruknya tingkah laku atau tindakan manusia serta menyoroti kewajiban-kewajiban manusia (Haris, 2007).

Menurut Saban Echdar dan Maryadi dalam bukunya yang berjudul “*Business Ethics and Entrepreneurship*”, “etika” merupakan sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana berperilaku jujur, benar dan adil. Etika di kelompokkan sebagai “filsafat moral” atau “etika normatif” (Saban, dkk, 2019). Etika normatif mendasarkan diri pada sifat seperti kejujuran, disiplin, serta tanggungjawab. Etika dalam pengertian lain adalah “model perilaku yang diikuti untuk mengharmoniskan hubungan antara manusia dalam meminimalkan penyimpangan dan berfungsi dalam mensejahterakan masyarakat” (Al-Alwani, 2005). Dalam dunia bisnis tentunya tidak semua orang menginginkan

adanya perlakuan yang tidak jujur. Praktek kecurangan tidak akan terjadi jika dilandasi moral yang tinggi. Moral dan tingkat kejujuran yang rendah akan menghancurkan tata nilai etika bisnis itu sendiri (Alma, 2009).

Pada umumnya aktifitas bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan keuntungan, tetapi bukan berarti setiap pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk mencapai tujuannya. Untuk itu setiap pelaku bisnis haruslah menerapkan etika dalam menjalankan aktifitas bisnisnya. “Etika bisnis adalah tindakan yang dilakukan dalam kegiatan bisnis dengan cara tidak menyalahi aturan organisasi dan masyarakat. Pengertian lain dari etika bisnis adalah peraturan tidak tertulis sebagai landasan norma dan perilaku yang harus dipatuhi oleh seluruh pelaku bisnis. Berbisnis dengan mengedepankan etika akan menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dengan karyawan, perusahaan dengan konsumen, serta perusahaan dengan kompetitornya. Jika nilai etika di implementasikan dengan benar, hal ini akan menjauhkan seseorang dari perilaku curang atau perilaku yang bersifat merugikan.

Dalam konteks syariah, aktifitas bisnis tentulah bukan hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan saja, namun untuk mendapatkan keberkahan Allah Subhanahu wata’ala. Aspek lain yang tidak kalah pentingnya dalam berbisnis adalah “*qimah ruhiyah*”, yaitu setiap aktivitas bisnis harus dapat menumbuhkan jiwa yang dekat kepada Allah, bukan merasa jauh dari Allah. Islam tidak membiarkan begitu saja pemeluknya bekerja sesuka hati untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Islam memberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Perilaku dalam aktifitas bisnis atau usaha juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis.

---

Etika bisnis dalam Islam merupakan perilaku etis bisnis “*akhlaq al Islamiyah*” yang didasarkan dengan nilai-nilai syariah dalam mengedepankan halal dan haram, dalam arti menjalankan apa yang diperintah-Nya dan menjauhi apa yang dilarang-Nya (Zam-zam, dkk, 2020:10). Etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai yang berdasarkan kepada prinsip syariah Islam, bahwa Islam tidak mengajak pelaku bisnis dalam mengejar keuntungan saja tetapi juga keberkahan (Parakkasi, 2021: 252). Dalam bisnis, ketika pelaku bisnis memperoleh keberkahan maka dengan sendirinya keuntungan yang didapat pun akan mengikuti. Dalam artian, ketika usaha yang dijalankan berkah maka insyaAllah Allah akan profitkan.

Menurut Yusuf Qardhawi (2001:173), etika bisnis dalam Islam adalah sebagai berikut:

1. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
2. Bersikap benar, amanah, dan jujur.
3. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.
4. Mengharamkan monopoli.
5. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.
6. Berpegang prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.

Islam membimbing manusia dalam berbisnis, karena hal ini merupakan bagian dari aspek kehidupan yang tidak bisa dihindari (Riyanto, Sofyan, 2011:57). Rasulullah Saw dalam kehidupannya juga menjadi sebuah tauladan dalam penerapan etika, termasuk dalam keseharian beliau sebagai seorang *entrepreneur*. Dalam berbisnis nabi Muhammad selalu memperhatikan kejujuran, keramahan, menerapkan prinsip bisnis Islami dalam bentuk nilai-nilai *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathonah*, serta nilai moral dan keadilan. Selain itu juga nabi dan sahabat merupakan pemimpin pengusaha muslim yang tidak kapitalis dan menjadi teladan kita semua dalam menjalankan bisnis yang Islami. Dengan mengikutinya dalam berbisnis maka kita sudah menuju kearah yang sebenarnya yaitu kesuksesan dunia akhirat (Husein, 2009: 68).

---

Fenomena yang terjadi pada zaman sekarang banyak sekali orang yang melakukan bisnis yang tidak sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam. Banyak orang yang mengetahui etika bisnis Islam tetapi mereka jarang atau tidak sama sekali menerapkannya. Ada juga yang tidak mengetahui sama sekali etika bisnis dalam Islam, sehingga banyak pebisnis atau pedagang yang melakukan tindakan kecurangan dalam transaksinya seperti mengurangi timbangan, menjual barang yang kualitasnya kurang baik, melakukan praktik riba, dan lain sebagainya. Praktek ekonomi, bisnis, wirausaha, dan lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat, haruslah dipandu baik oleh aturan-aturan ekonomi yang bersifat rasional maupun dituntun oleh nilai-nilai agama. Islam sangat mendukung bisnis dan persaingan, namun tetap bersikap tegas dalam hal yang dianggap haram.

### **Landasan Syariah dalam Etika Bisnis**

Islam adalah agama yang universal, dimana Islam telah mengatur tata cara etika bisnis yang baik sehingga tidak merugikan salah satu pihak maupun keduanya. Ada beberapa landasan syariah dalam etika bisnis adalah sebagai berikut (Alma, dkk, 2016: 387):

#### 1. Memegang teguh janji

Seorang muslim selalu diajari untuk selalu menepati janji. Rasulullah shalallahu alaihi wa sallam telah banyak memberikan contoh dalam hal ini, termasuk larangan keras melanggar janji dengan orang-orang kafir. Allah Subhanahu wata'ala berfirman di dalam Al-qur'an Surat An-Nahl: 91)

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ  
اللَّهُ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya: *“Dan tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu).*

*Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.”* (QS An-Nahl: 91).

## 2. Utang Piutang

Utang piutang pada dasarnya diperbolehkan dalam syariat Islam. Bahkan orang memberikan utang atau pinjaman kepada orang lain yang sangat membutuhkan adalah hal yang di anjurkan, karena di dalamnya memiliki pahala yang besar (Abdul Aziz, dkk, 2016: 126). Sebagaimana firman Allah Swt., dalam Al-Quran:

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَبُضِعْفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْسُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ

Artinya: *“Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), maka Allah akan melipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. Dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki) dan kepada-Nya lah kamu dikembalikan.”* (QS Al-Baqarah: 245).

Walaupun utang piutang di perbolehkan dalam Islam, tetapi kita harus memperhatikan adab dalam utang piutang. Adapun beberapa adab yang harus diperhatikan dalam utang piutang:

- a. Diperbolehkan berhutang jika keadaan benar-benar terpaksa
- b. Jika berhutang hendaknya diiringi dengan niat yang kuat untuk mengembalikannya.

*Dari Abu hurairah, ia berkata bahwa Rasulullah SAW bersabda: “Barang siapa yang mengambil harta orang lain (berhutang) dengan tujuan untuk membayarnya (mengembalikannya), maka Allah SWT akan tunaikan untuknya. Dan barangsiapa yang mengambilnya untuk menghabisinya (tidak melunasinya), maka Allah akan membinasakannya”.* (HR. Bukhari)



- c. Tidak diperbolehkan adanya tambahan dalam pengembalian hutang (riba), tetapi diperbolehkan pemberian hadiah dari yang berhutang sebagai ucapan terimakasih. Dan hal ini tidak di syaratkan atau dicantumkan dalam akad perjanjian.
  - d. Hutang piutang dalam Islam diatur bahwa transaksi tersebut harus ditulis dan ada yang menjadi saksi.
  - e. Segera melunasi hutang jika sudah mampu untuk membayar dan tidak menunda-nunda pembayaran hutangnya (Choliq, 2015: 179).
3. Jual beli harus jujur dan ada hak khiyar

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ وَتُدْءُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui”. QS. Al-Baqarah: 188.

“Sumpah itu melariskan barang dagangan, akan tetapi menghapus keberkahannya.” (HR. Bukhari).

Mengenai hak khiyar yang diajarkan Rasulullah SAW pada prinsipnya adalah menghargai pelanggan. Sudah sejak lama produsen berkuasa dan menempatkan pelanggan dalam posisi yang lemah. Akhirnya lahir lembaga konsumen yang memperjuangkan hak-hak pelanggan dalam menghadapi tipuan produsen. Rasulullah Saw sejak dulu mengajarkan bahwa ada hak khiyar, yaitu hak menuntut dan hak membatalkan jual beli jika pelanggan keberatan dengan transaksi yang sudah terjadi.

#### 4. Mengambil hak orang lain

*“Barang siapa memotong sejenkal tanah secara aniaya, maka Allah SWT akan mengalungkan pada orang itu tujuh lapis bumi pada hari kiamat.”* (HR. Bukhari-Muslim).

*“Tidak halal mengambil harta seorang muslim melainkan dengan kerelaannya.”* (HR. Daruquthni).

#### 5. Adakan penghijauan, dan tidak membuat kerusakan dimuka bumi.

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ  
لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ

Artinya: *“Telah tampak kerusakan di darat dan dilaut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah nerasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).”* (QS. Ar-Rum: 41).

#### 6. Batasan-batasan agar tidak mengumpulkan dan pamer kekayaan

إِنَّمَا أَمْوَالُكُمْ وَأَوْلَادُكُمْ فِتْنَةٌ وَاللَّهُ عِنْدَهُ أَجْرٌ عَظِيمٌ

Artinya: *“Sesungguhnya hartamu dan anak-anakmu hanyalah cobaan (bagimu) dan di sisi Allah lah pahala yang besar.”* (QS. At-Taghabun: 15).

### **Penerapan Etika dalam Bisnis Syariah**

#### 1. Jujur

*“Berdaganglah kalian dengan jujur dan amanat, niscaya orang-orang yang jujur dan orang-orang yang mati syahid akan bersama dengan Nabi”* (HR. Al-Hakim dan Tirmidzi).

#### 2. Murah hati dan ramah terhadap mitra bisnis

*“Allah mengasihi orang yang bermurah hati saat menjual, saat membeli, dan menagih hutang.”* (HR. Bukhari dan Tirmidzi).

3. Tidak menunda gaji pegawai

*“Berikanlah pekerja upahnya sebelum keringatnya kering.”* (HR. Ibnu Majah)

4. Tidak menjelekan bisnis orang lain, sehingga dapat memutus rezeky nya.

5. Tidak melakukan praktik Riba

Agama Islam melarang umatnya untuk mengambil atau memberikan bunga, atau yang dikenal sebagai riba. Al-Qur'an melarang riba dan bunga (riba) (Veithzal Rivai, 2010: 105). Riba dapat diartikan sebagai pengambilan tambahan, yang disyaratkan dalam transaksi, baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam meminjam secara batil atau bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam (Muftisany, 2021: 1). sebagaimana firman Allah Swt., dalam Al-Quran:

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

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan harta sesama mu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah maha penyayang kepadamu.”* (QS An-Nisa: 29).

6. Memberi Infaq dan Shadaqah

*“Apabila anak Adam meninggal dunia, maka terputuslah semua amalnya, kecuali tiga perkara: shadaqah jariah, (infak dan shadaqah), ilmu yang bermanfaat, dan anak saleh yang mendoakan.”* (HR. Muslim).

Adapun beberapa manfaat atau keajaiban dari sedekah:

- a. Perasaan tenang
- b. Pada saat sedekah banyak melahirkan energy positif

- c. Melatih keyakinan bahwa, ketika kamu sedekah, kamu akan dapat yang lebih. Makanya, banyak orang atau pengusaha di luaran sana yang bisnisnya bertumbuh, karena mereka sering bersedekah.
  - d. Dapat kesehatan dan keselamatan
  - e. Sedekah bisa mendapatkan banyak do'a.
7. Membayar zakat sesuai ketentuan

Istilah zakat itu sendiri, mempunyai makna ganda. Di satu sisi, bermakna membersihkan. Pembersihan harta, dapat mengarahkan manusia membersihkan hati dan jiwa. Di sisi lain, zakat berarti tumbuh dan menumbuhkan (Muhammad, 2014: 639). Sebagaimana dalam firman Allah subhanahu wa ta'ala dalam Al-Qur'an surat At-Taubah ayat 103, yang artinya: *"Ambilah zakat dari harta mereka, guna membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menumbuhkan) ketentraman jiwa/ bagi mereka. Allah maha mendengar lagi maha mengetahui."* (QS At-Taubah: 103).

### **Prinsip-Prinsip Etika dalam Bisnis Syariah**

Pada dasarnya etika bisnis yang baik adalah sebagaimana yang dicontohkan oleh teladan kita yaitu Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis yang diterapkan adalah sebagai berikut:

1. Setiap perdagangan harus di dasari sikap saling rida, sehingga para pihak tidak merasa dirugikan atau di dzalimi.
2. Penegakan prinsip keadilan, baik dalam takaran timbangan maupun pembagian keuntungan
3. Setiap harta yang diperoleh terdapat hak orang lain
4. Kasih sayang, tolong-menolong, dan persaudaraan

5. Prinsip larangan riba (mengambil tambahan), gharar (ketidakjelasan) tadlis (melakukan kecurangan) dan maysir (perjudian). (Sobana, 2018: 59).
6. Maslahat, bermanfaat dan membawa kebaikan bagi seluruh aspek kehidupan.

### **Manfaat Etika dalam Bisnis Syariah**

1. Adanya pengendalian diri  
Hal ini diharapkan agar membawa dampak bagi kelancaran bisnis yang dijalankan seperti adanya rasa saling menghargai, baik terhadap sesama rekan kerja maupun terhadap bisnisnya.
2. Menciptakan suasana persaingan yang sehat  
Pada saat menjalankan suatu bisnis harus menerima resiko-resiko yang ada, dan menghadapinya dengan hati-hati. Kreatif dan inovatif adalah modal utama dalam bersaing. Kreatif dalam mendesain produk dan mendesain pelayanan yang baik adalah perbuatan yang dapat mendatangkan keuntungan, baik keuntungan materi maupun berupa pahala (Husein, 2019: 86).
3. Membentuk sikap saling percaya  
Adanya sikap saling percaya antar individu atau komponen dalam suatu perusahaan sangat perlu untuk menciptakan suasana bisnis yang lebih sehat.
4. Menjaga kenyamanan dalam berbisnis  
Kenyamanan bisnis ini mampu mendorong pelaku bisnis bekerja lebih optimal, sehingga hal tersebut akan memberikan dampak bagi bisnis seperti kesesuaian target dan waktu penyelesaian tugas.
5. Menjadi pengusaha muslim yang tidak kapitalis  
Kapitalis dalam sebuah bisnis adalah mengkultuskan kepentingan pribadi dan kebebasan secara mutlak dalam kepemilikan dan pembelanjaan harta. Kepentingan umum dibelakangkan dibanding kepentingan pribadi, sehingga tidak heran jika sering

kali terjadi penindasan bahkan kezaliman terhadap pedagang kecil (Husein, 2009: 171). Adapun Ciri-ciri dari pengusaha yang memiliki jiwa kapitalis adalah sebagai berikut (Husein, 2009: 174-179):

- a. Mementingkan kepentingan individu secara mutlak serta tidak menilai kepentingan orang lain dan masyarakat.

Pengusaha kapitalis selalu meletakkan hawa nafsu di garda depan dengan tidak mengenal belas kasihan, tidak kenal kompromi bahkan tidak kenal istilah kasih sayang. Pengusaha yang kapitalis adalah pengusaha yang hanya memikirkan kepentingan individu dan tidak memandang penting orang lain. Segala bisnisnya hanya didasarkan dengan keuntungan semata.

- b. Adanya penindasan dan kezaliman

Jika kapitalis yang muncul dan menjadi sebuah budaya dalam bisnis maka akan selalu ada penindasan terhadap pedagang-pedagang kecil, ketidakadilan bahkan kezaliman dalam bisnis.

- c. Harta adalah milik mereka secara mutlak

Pengusaha yang memiliki prinsip bahwa harta adalah milik mereka secara mutlak tidak akan membiarkan hartanya disentuh oleh orang lain, bahkan tidak akan pernah diberikan kepada orang lain walau sepeser pun.

- d. Bebas mengumpulkan dan menyimpan harta walaupun dengan riba.

Tantangan yang luar biasa dalam bisnis adalah mempertahankan keimanan terhadap sebuah keuntungan. Seringkali orang berpindah prinsip hanya karena keuntungan besar.

Banyak pengusaha yang hanya mementingkan keuntungan saja tanpa memperhatikan bagaimana dia berbisnis dan apa yang dibisniskan.

## **Urgensi Etika Bisnis dalam Syariah**

Mempelajari dan menerapkan etika bisnis merupakan suatu keharusan. Adapun urgensi mempelajari etika bisnis dalam Islam dapat dilihat dari berbagai aspek. Menurut Muhammad Djakfar, dalam bukunya Mardani yang berjudul “Hukum Bisnis Syariah”, ada beberapa aspek yang menjadi urgensi dalam etika bisnis Islam sebagai berikut (Mardani, 2017:30):

### 1. Aspek teologis

Aspek teologis pada dasarnya adalah aspek ketuhanan. Etika dalam Islam merupakan ajaran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang berlandaskan kepada Al-Quran dan Sunnah. Oleh karena itu, dalam berbisnis kita harus berhati-hati, karena Allah selalu mengawasi segala apa yang kita perbuat. Dan dalam mencari penghidupan, kita harus yakin bahwa Allah lah yang mendatangkan rezeki.

### 2. Aspek manusia yang cenderung mendahulukan keinginan (*will*) daripada kebutuhannya (*need*)

Oleh sebab itu, jika seandainya dalam berbisnis tidak mengedepankan etika, maka mereka akan melanggar etika Islam itu sendiri.

### 3. Aspek Sosiologis

Ketika bisnis yang dijalankan keluar dari koridor Islam, maka akan memunculkan persaingan yang tidak sehat. Oleh karena itu etika bisnis dalam Islam di perlukan agar setiap pelaku bisnis dapat memahami hal apa saja yang dilarang dalam menjalankan aktifitas bisnis.

### 4. Aspek perkembangan teknologi yang semakin pesat

Teknologi pada umumnya bersifat positif, seperti memudahkan dalam memenuhi kebutuhan hidup, namun tidak sedikit seseorang memanfaatkan teknologi tersebut untuk hal yang bersifat negatif. Untuk mencegah hal yang bersifat negatif dalam pemanfaatan teknologi, maka menerapkan etika dalam bisnis syariah sangatlah penting.

**Daftar Pustaka**

- Al-Alwani, Taha Jabir. (2005). *Bisnis Islam*. Yogyakarta: Ak Group.
- Alma, Buchari. *Kewirausahaan*. (2009). Bandung: ALFABETA.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. (2016). *Manajemen Bisnis Syariah Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: ALFABETA.
- Aziz, Abdul dan Ramdansyah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. “Esensi Utang dalam Konsep Ekonomi Islam”, Vol 4, No. 1, (Juni, 2016): 126.
- Echdar, Saban dan Maryadi. (2019). *Business Ethics and Entrepreneurship*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Haris. (2007). *Pengantar Etika Islam*. Sidoarjo: Al-afkar.
- Husein, Abdul Rachman. (2009). *Seven Motivations Of Islamic Business*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Mardani. (2017) *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muftisany, Hafidz. (2021). *Hukum Riba*. Karanganyar: INTERA.
- Muhamad. (2014). *Manajemen Keuangan Syari’ah Analisis Fiqh & Keuangan* Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- MT, Abdul Choliq, *Jurnall at-Taqaddum*, “Etika Bisnis Islami: Kajian Terhadap Konsep Kredibilitas, Citra Bisnis dan Manajemen Utang-Piutang Bagi Individu dan Perusahaan”, Vol.7, No. 1, (Juli, 2015): 179.
- Rivai, Veithzal dkk. (2010). *Islamic Financial Management*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Parakkasi, Idris. (2021). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bogor: Anggota IKAPI.
- Prihatminingtyas, Budi. (2019). *Etika Bisnis Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders*. Purwokerto: CV IRDH.
-



Qardhawi, Yusuf. (2001). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.

Sobana, Dadang Husen. (2018) *Manajemen Keuangan Syari'ah*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.

Zamzam, Fakhry dan Havis Aravik. (2020). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: DEEPUBLISH CV Budi Utama.

### **Profil Penulis**



#### **Rachmawati**

Penulis bernama Rachmawati, lahir di Kabupaten Sumedang pada tanggal 29 Oktober 1992. Pada tahun 2015 Penulis menyelesaikan S1 pada Program Studi Manajemen Keuangan Syari'ah di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Pada tahun 2016 penulis menempuh pendidikan S2 pada Program Studi Ekonomi Syariah Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Dan pada tahun 2018 Penulis menyelesaikan pendidikan S2 Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dan menjadi Dosen Tetap di STEI Bina Muda Bandung. Penulis pernah menjabat sebagai Sekretaris Jurusan Program Studi Ekonomi Syariah di STEI Bina Muda Bandung, dan pada tahun 2022 penulis menjabat sebagai Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Syariah di STEI Bina Muda Bandung. Penulis pernah menulis beberapa jurnal tentang: 1. Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Busana Muslim pada Butik PRQUEEN di Kota Bandung, 2. Kewirausahaan dalam Perspektif Islam dan Peranannya dalam Perekonomian, 3. Sistem Pengupahan Pekerja dalam Perspektif Ekonomi Islam, 4. Analisis Strategi Pemasaran Islam dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. Selain bekerja sebagai seorang dosen, penulis juga merupakan seorang wirausaha.

Email Penulis: rachmawati2910@gmail.com

## KONSEP ETIKA BISNIS RASULULLAH

**Bahrina Almas, S.E., M.SEI.**  
Ascarya Solution Group

### **Jejak Langkah Bisnis Rasulullah**

Rasulullah Muhammad SAW adalah manusia agung dan paripurna yang menjadi suri tauladan bagi setiap insan di muka bumi. Bahasan tentang *akhlaqul karimah* Rasulullah Muhammad SAW dalam segi kejujuran, kesederhanaan, toleransi adalah sesuatu yang sangat sering kita dengar. Akan tetapi, sulit dan jarang sekali terdengar bagaimana keteladanan beliau sebagai ekonom dan pebisnis handal. Seperti halnya keteladanan beliau dalam hal ketaatan beribadah, perilaku dan peran Rasulullah sebagai ekonom juga sangat patut dan relevan untuk dikaji, dieksplorasi dan direlevansikan dalam konteks perekonomian masa kini. Terlebih lagi, kondisi perekonomian dunia yang pasang surut. Carut marutnya perekonomian negeri ini, seharusnya membuat jiwa kita semakin tergugah untuk menggali lebih dalam dan memahami lebih dalam bagaimana Rasulullah mencontohkan keberhasilan peradaban ekonomi berabad-abad lalu.

Dalam buku *History of the Muslim Thought and Civilization* atau Sejarah Pemikiran dan Peradaban Islam karya M. Abdul Karim (2007), penduduk Arab terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu *al-Arab al-Badi'ah* (Arab kuno), *'Arab al-'Arabiyyah* (Arab pribumi) dan *'Arab al-Mustaribah* (Arab pendatang). Kondisi tanah bangsa Arab yang kering,

tandus, padang pasir, pegunungan penuh bebatuan memberikan peluang untuk melangsungkan kehidupan dengan jalan berdagang. Perdagangan dilakukan oleh orang-orang yang bermukim di daerah perkotaan. Makkah menjadi pusat aktivitas perdagangan, selain menjadi pusat kota karena orang sering berziarah dan berkumpul di ka'bah juga menjadi daerah pasar musiman untuk tempat berdagang. Hal ini didukung oleh letak Makkah yang strategis, menghubungkan lalu lintas perekonomian internasional, yaitu Syam (Yordania, Palestina, Libya), Yaman dan Habasyah (Ethiopia).

Abdullah bin Abdul Muthalib, ayah Rasulullah meninggal dalam usia muda, yakni tiga bulan setelah pernikahannya dengan Aminah binti Wahab. Ia meninggalkan sedikit warisan berupa lima ekor unta, beberapa ekor kambing dan seorang budak perempuan bernama Ummu Aiman (Cholil, 2006). Kemudian, pada tahun 577 M ibunya meninggal saat Rasulullah berusia 6 tahun. Sepeninggal ibunya Rasulullah diasuh oleh kakeknya, Abdul Muthalib. Bersama kakeknya kehidupan Rasulullah lebih baik, karena Abdul Muthalib adalah orang kaya dan memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat suku Quraisy. Akan tetapi, pada tahun 579 M, Abdul Muthalib meninggal dunia sehingga Rasulullah kemudian diasuh oleh pamannya, Abu Thalib. Pemeliharaan Rasulullah oleh Abu Thalib berdasarkan wasiat Abdul Muthalib ketika ia sedang sakit.

Perjalanan bisnis Rasulullah SAW dimulai ketika usia 12 tahun bersama pamannya, Abu Thalib, yang telah merencanakan ekspedisi dagang ke Syiria pada tahun 583 M. Alkisah, pada waktu itu sepeninggal kakeknya, Abdul Muthalib, Rasulullah SAW tinggal dan diasuh oleh Abu Thalib. Pada saat Abu Thalib dan kelompok dagang bersiap akan meninggalkan Makkah, Rasulullah kecil merangkul Abu Thalib, sehingga Abu Thalib merasa iba. Kemudian berkata, "Aku akan membawanya bersamaku dan kami tidak akan pernah berpisah". Setelah itu, diajaklah Rasulullah dalam perjalanan dagang ke Syam (Syiria) bersama Abu Thalib dan kelompok dagangnya. Ayahanda Rasulullah SAW, Abdullah bin Abdul

Muthathalib, juga seorang pedagang yang wafat dalam perjalanan dagang ke Syam saat Rasulullah masih dalam kandungan sang ibunda, Aminah binti Wahab.

Negeri Syam merupakan salah satu negeri terpenting bagi Semenanjung Arabia. Negeri ini terkenal subur dan kaya raya, sehingga tersohor menjadi salah satu tujuan bisnis. Bahkan sebagian pedagang dari luar Syam menetap dan menggembala kambing serta mengembangkan bisnisnya di Syam. Hal ini kemudian menciptakan hubungan yang baik antara Syam dan Jazirah Arab dan tidak pernah putus dari waktu ke waktu, yang secara umum berfokus dalam bisnis ekspor-impor bahan makanan dan hasil industri. Jalur Hijaz dan Syam adalah jalur penting yang selalu dipadati oleh kafilah-kafilah dagang yang hilir mudik membawa barang dagangan mereka dari satu negeri ke negeri lain (Suyanto, 2008).

Rasulullah dibesarkan dalam lingkungan perdagangan, apa yang Rasulullah lihat dan rasakan di Makkah membentuk jiwa entrepreneur seiring bertambahnya usia beliau. Pada masa asuhan Abu Thalib, Rasulullah sering diajak berkunjung dan berjualan di pusat-pusat keramaian, seperti pasar Ukaz, Majinna, Dzul Majaz, Basra, Habasyah dan lain sebagainya. Pasar Ukaz berada di al-Athdia yang terletak antara Thaif dengan Nakhla dan antara Majinnah dengan Dzul Majaz. Pasar Ukaz digelar setiap tanggal 1-20 Dzulqad'ah dan dikenal sebagai pasar kuna sejak tahun 500 SM di Semenanjung Arabia. Pasar Majinnah dan Dzul Majaz yang berada diantara Makkah dan Thaif juga menjadi tempat tujuan Rasulullah. Pasar Majinnah digelar setelah pasar Ukaz, yakni tanggal 21 Dzulqad'ah hingga tanggal 30 Dzulqad'ah. Setelah pasar Majinnah selesai digelar, kemudian pasar Dzul Majaz digelar mulai tanggal 1 hingga tanggal 7 Dzulhijjah (Suyanto, 2008).

Maududi (1978) menyebutkan bahwa Rasulullah melakukan kunjungan dagang ke pasar Habasyah, yang merupakan kota dagang di Tihamah, pernah juga berdagang ke Syiria, Jorasy, serta melakukan perjalanan ke Bahrain di bagian timur Semenanjung Arab. Wilayah Sofa, Musaqqhar, Hajar dan Absinia menurut geografi Arab

---

Kuno, juga pernah menjadi tempat tujuan perjalanan dagang Rasulullah. Ketika Abu Thalib sudah tua, ia memanggil Rasulullah dan berkata, “Hai anak saudaraku, sebagaimana telah kamu ketahui bahwa pamanmu ini sudah tak 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 (Cholil, 2006). Rasulullah pun kemudian mengikuti nasihat pamannya dan profesi pebisnis ini ia tekuni hingga diangkat menjadi Rasul.

Menurut Syarifuddin (2016), suatu waktu, Abu Thalib membawa Rasulullah menemui Khadijah binti Khuwailid, seorang pengusaha wanita sukses dan terkenal di Makkah. Abu Thalib berkeinginan mempekerjakan Rasulullah kepada Khadijah dengan imbalan tinggi. Khadijah menerima permintaan Abu Thalib, meskipun gaji yang dimintanya empat kali lipat dari gaji yang Khadijah berikan kepada karyawan lain. Hal ini karena julukan *al-Amin* yang melekat dalam diri Rasulullah dan dikenal sebagai orang yang jujur dalam perkataan maupun perbuatannya. Setelah memperistri Khadijah, Rasulullah bekerja keras untuk menjalankan bisnis yang dimiliki oleh istrinya hingga semakin berkembang pesat.

### **Etika Rasulullah dalam Berbisnis**

Muhammad bin Abdullah bin Abdul Muthalib bin Hisyam bin Abdi Manaf bin Qushay bin Kilab bin Murrah bin Kinanah bin Khuzaimah bin Mudrikah bin Ilyas bin Mudhar bin Ma'ad bin Adnan. Pada usia 40 tahun, Muhammad menerima wahyu dan diangkat menjadi Rasul, sehingga sejak saat itu sepanjang hidupnya berjalan atas bimbingan Al-Quran yang diturunkan melalui malaikat Jibril. Ayah Rasulullah bernama Abdullah bin Abdul Muthalib, cucu Hisyam, seorang tokoh pendiri klan Hasyimiyah suku Quraisy. Apabila dirunut dari kakeknya, Rasulullah berasal dari kalangan kaya raya. Kakek Rasulullah, Abdul Muthalib merupakan orang berada yang memiliki jabatan tinggi dan pembesar kaum Quraisy (Saifullah, 2011).

Dua tahun dalam pengasuhan Abdul Muthalib, Rasulullah harus menerima kenyataan pahit atas meninggalnya kakek terkasih. Abdul Muthalib menitipkan pengasuhan Rasulullah kepada Abu Thalib. Tak seperti saudara-saudaranya yang lain, Harits dan Abbas, Abu Thalib bukanlah orang yang kaya raya meski sangat disegani oleh kaum Quraisy. Oleh karena itu, Abu Thalib sering melakukan perjalanan bisnis ke kota-kota besar, seperti Syam. Abu Thalib sering membawa Rasulullah dalam perjalanan bisnisnya bersama dengan kafilah dagang. Rasulullah diajak mengunjungi pekan-pekan perdagangan dan secara tidak langsung mengamati dan mempelajari apa dan bagaimana bisnis itu. Sehingga, Rasulullah lambat laun terinspirasi untuk berbisnis.

Pada saat bekerja sebagai karyawan Khadijah, kontribusi Rasulullah terhadap bisnis Khadijah sangat besar dibandingkan sebelumnya. Saifullah (2011) mengungkapkan, kemampuan mengelola bisnis tampak pada keberanian Rasulullah membawa dagangan Khadijah dengan hanya ditemani oleh seorang karyawan, yaitu Maisarah. Rasulullah bertanggung jawab penuh atas barang dagangan Khadijah yang ia bawa dari pasar ke pasar atau pusat-pusat perdagangan. Dikisahkan bahwa Maisarah memuji kemuliaan-kemuliaan Rasulullah saat perjalanan bisnis, contohnya kafilah yang juga dalam perjalanan bisnis selalu dilindungi oleh awan putih sehingga tidak terkena panas terik matahari.

Maisarah juga menyampaikan kebajikan dan kemuliaan yang melekat dalam diri Rasulullah di setiap aktivitas bisnisnya, seperti pada waktu Rasulullah dan kafilah dagang tiba di pasar, Rasulullah selalu tersenyum ramah dan halus budi dalam melayani para pembeli. Rasulullah juga selalu memberitahukan kepada pembeli harga asli barang dan kelebihan serta kekurangan barang sehingga pembeli merasa senang. Kemudian, Rasulullah selalu menyampaikan secara rinci jumlah barang yang dijual dan keuntungannya sehingga memudahkan Maisarah dalam mencatat dan melaporkannya kepada Khadijah. Cerita Maisarah menyentuh hati Khadijah hingga kagum dan bersimpati kepada Muhammad karena hal ini belum

---

pernah dilakukan oleh pedagang manapun pada saat itu (Suwandi, 2017). Kisah-kisah tersebut adalah bukti bahwa Rasulullah adalah seorang pribadi mulia, memiliki sifat jujur, rendah hati, terhormat, menepati janji dan sangat menghargai orang lain. Berikut etika bisnis Rasulullah yang dapat menjadi suri tauladan bagi kita:

Pertama, kejujuran. Dikisahkan dalam suatu riwayat, suatu hari ada pembeli menanyakan kain yang pernah dibeli temannya, karena barang yang diinginkan pembeli tersebut habis, Rasulullah kemudian menawarkan kain berbeda dan menyebutkan secara detail perbedaan kualitas dan harga kain tersebut. Akan tetapi, pembeli merasa Rasulullah akan menaikkan harga kain tersebut karena pada waktu itu sedang ramai orang membelinya. Kemudian, pembeli menanyakan kepada Rasulullah, “Apakah engkau akan menaikkan harga kain ini?” Lalu Rasulullah menjawab, “Tidak, justru kain yang kutawarkan ini harganya lebih murah dari kain yang kau inginkan, meskipun kain ini sama persis tetapi kualitasnya berbeda.” (Kamaluddin dan Richmuslim, 2010).

Dari riwayat tersebut kita dapat melihat bagaimana Rasulullah sangat menjunjung tinggi kejujuran dalam kegiatan bisnisnya. Rasulullah tidak mengambil kesempatan menaikkan harga di tengah permintaan yang begitu tinggi dari masyarakat. Dikisahkan, ketika Rasulullah berdagang di Syam, ia pernah bersitegang dengan salah satu pembelinya karena kondisi barang yang dipilih pembeli tersebut. Calon pembeli tersebut menyuruh Rasulullah bersumpah atas nama Lata dan Uzza. Akan tetapi, Rasulullah menolak sehingga si pembeli tersebut berkata kepada Maisarah, “Demi Allah, ia adalah seorang Nabi yang tanda-tandanya telah diketahui oleh para pendeta kami dari kitab-kitab kami.” (Ahmad, 2006).

Kedua, amanah. Amanah adalah bentuk *mashdar* dari *amuna*, *ya'munu* yang memiliki arti dapat dipercaya. Amanah juga memiliki arti pesan, perintah atau wejangan. Sedangkan dalam konteks fiqh, amanah memiliki arti kepercayaan yang diberikan kepada seseorang yang

---

berkaitan dengan harta benda (Saifullah, 2011). Selain selalu bertindak jujur dalam kegiatan bisnisnya, Rasulullah juga memegang teguh prinsip amanah. Pada waktu menjadi karyawan Khadijah, Rasulullah dipercaya untuk membawa barang-barang Khadijah untuk dijual di Syam. Rasulullah membawa sekaligus menjaganya dengan baik selama dalam perjalanan. Barang tersebut habis terjual. Rasulullah memiliki kebiasaan menuliskan rincian pengeluaran dan pendapatan dengan hati-hati agar tidak salah perhitungan.

Ketiga, tidak melakukan ikhtikar. Dalam bahasa arab *al-ikhtikar* mengandung makna *azh-zhulm* (aniaya) dan *isa'ah al-mu'asyirah* (merusak kekerabatan) (Adzkiya', 2018). Pada dasarnya, monopoli tidak dilarang, siapapun boleh berbisnis tanpa peduli apakah hanya dia satu-satunya penjual ataupun ada penjual lain asal tidak melanggar nilai-nilai syariat Islam. Akan tetapi, ikhtikar adalah hal yang dilarang dan Rasulullah melarang ikhtikar. Dalam istilah ilmu ekonomi, ikhtikar disebut sebagai *monopoly's rent seeking behavior*, yakni kegiatan menimbun barang dan menjualnya ketika permintaan terus naik sehingga harga menjadi naik dan penjual mendapatkan keuntungan diatas keuntungan normal. Rasulullah bersabda, "Tidaklah orang melakukan ikhtikar kecuali ia berdosa." (HR. Muslim, Abu Dawud, at-Tirmidzi dan Ibnu Majah) Dalam riwayat lain, Rasulullah bersabda, "Barangsiapa melakukan ikhtikar bahan makanan selama empat puluh hari, maka sesungguhnya ia telah berlepas diri dari Allah dan Allah berlepas diri darinya." (HR. Ahmad)

Keempat, keadilan. Rasulullah dalam kegiatan bisnisnya sangat berhati-hati dan menghindari ketidakadilan, yakni menipu takaran, ukuran dan timbangan. Etika yang Rasulullah contohkan dalam menjual barang harus seimbang, yakni barang yang kering hanya bisa ditukar dengan barang yang kering. Rasulullah menghindari *muzabana* dan *muhaqala*. Muzabana adalah menjual kurma dengan anggur segar (basah) dengan kurma atau anggur kering dengan cara menimbang (Imam Malik, 1999). Sedangkan muhaqala adalah jual beli antara

---



gandum belum dipanen dengan gandum yang sudah digiling atau menyewakan tanah untuk ditukarkan dengan gandum. Keadilan atau ketepatan Rasulullah dalam menimbang barang sudah tersebar ke seluruh pasar-pasar besar, seperti Ukaz, Majinna dan lainnya. Rasulullah lebih mengutamakan keberkahan daripada keberhasilan penjualan. Keberkahan jual beli juga dapat diperoleh jika menimbang atau menakar barang sesuai dengan ukurannya, tidak melebih-lebihkan tidak pula mengurangi.

Kelima, tidak melakukan *gharar*. Menurut Saifullah (2011), *gharar* memiliki arti *al-khatar*, yaitu sesuatu yang tidak diketahui pasti benar atau tidaknya. Dalam akad, *gharar* bisa berarti tampilan barang dagangan menarik dari kemasan (*zhahir*), namun substansinya belum tentu baik. *Gharar* adalah akad yang mengandung unsur penipuan karena tidak adanya kepastian, baik mengenai ada atau tidak adanya objek akad, besar kecilnya jumlah, maupun kemampuan menyerahkan objek dalam akad tersebut. Rasulullah menghindari praktik *gharar* karena akan mengakibatkan perselisihan antara penjual dan pembeli. Ketika transaksi, Rasulullah selalu menjelaskan barang dagangan sesuai dengan kondisi sebenarnya sehingga pembeli dapat menawar dengan harga yang diinginkan berapapun harga yang telah disepakati.

Keenam, menghindari *al-ghab* dan *tadlis*. *Al-ghab* artinya *al-khada* (penipuan), yakni membeli sesuatu dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harta rata-rata. Sedangkan *tadlis* adalah penipuan yang dilakukan oleh pihak penjual atau pembeli dengan cara menyembunyikan kecacatan ketika bertransaksi. Dalam bisnis modern, perilaku *al-ghab* dan *tadlis* bisa terjadi dalam proses *mark-up* yang melampaui kewajaran atau wanprestasi (Saifullah, 2011). Rasulullah menetapkan harga yang sedang, tidak terlalu rendah dan tidak terlalu tinggi. Hal ini karena Rasulullah mementingkan sirkulasi barang diantara pedagang dan pembeli agar barang tidak hanya berputar pada sekelompok tertentu sehingga terdistribusi dengan baik ke semua kalangan masyarakat.

---

Ketujuh, persaingan sehat (*fair competition*). Dalam beberapa riwayat, Rasulullah melarang keras persaingan yang tidak sehat dalam bisnis. Islam menganjurkan berlomba-lomba dalam kebaikan atau *fastabiqul khairat*, yang bermakna bahwa persaingan bisnis bukanlah usaha untuk mematikan pedagang lain akan tetapi berusaha semaksimal mungkin untuk melakukan yang terbaik bagi bisnisnya. Dalam riwayat Bukhari, dari Abdullah bin Umar r.a, Rasulullah bersabda: “Janganlah kamu menjual untuk menyaingi penjualan saudaramu.” (HR. Bukhari) Dalam riwayat lain disebutkan, dari Abu Hurairah r.a, “Rasulullah melarang orang kota menjualkan barang (dagangan) orang desa dan janganlah kamu membohongi harga barang dan janganlah seseorang menjual untuk menyaingi harga jual saudaranya, janganlah menawarkan sesuatu yang sedang dalam penawaran saudaranya dan janganlah seorang wanita minta supaya diceraikan saudaranya (madunya) untuk menunggangkan isi bejananya.” (HR. Bukhari)

Kedelapan, saling menguntungkan. Bertens (2000) berpendapat bahwa bisnis harus berlangsung sebagai komunikasi sosial yang menguntungkan bagi pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Etika Rasulullah dalam berbisnis mengajarkan bahwa para pihak yang terlibat harus merasa untung dan puas. Keuntungan dalam bisnis tidaklah sepihak, akan tetapi diadakan dalam interaksi antara penjual, pembeli dan pihak-pihak lain di dalamnya. Sebelum teori kepuasan konsumen muncul, berabad-abad sebelumnya Rasulullah telah mencontohkan dalam praktik bisnisnya. Afzalurrahman (1997) mengungkapkan etika Rasulullah dalam berbisnis, yakni menjunjung tinggi nilai kejujuran dan keadilan, tidak pernah membuat pelanggan mengeluh atas barang yang dibelinya. Rasulullah selalu menepati janji, menawarkan barang-barang yang kualitasnya bagus dan harganya disepakati baik oleh dirinya dan pembeli. Rasulullah selalu menunjukkan rasa tanggung jawab yang besar dan integritas yang tinggi kepada orang lain.

Kesembilan, sopan santun dan kasih sayang. Rasulullah senantiasa menciptakan suasana yang menyenangkan ketika bertransaksi dengan pembeli. Senyum tulus dan ramah tamah selalu melekat dan menjadi karakter khas dalam diri Rasulullah yang tidak dimiliki oleh pedagang-pedagang lainnya. Penampilan Rasulullah sangat menawan dengan wajah tampan, ceria, telapak tangan yang lembut dan wangi. Diriwayatkan dari al-Barra' r.a, ia berkata, "...Aku tidak pernah sama sekali melihat orang lebih tampan daripada beliau." (Bukhari dan Muslim). Rasulullah juga menyatakan bahwa membangun silaturahmi atau membangun relasi merupakan kunci keberhasilan dalam berbisnis. Dari Anas bin Malik r.a, ia mendengar Rasulullah bersabda: "Barangsiapa ingin supaya dimudahkan Allah rizkinya atau dipanjangkan Allah umurnya, maka hendaklah ia menjalin silaturahmi (hubungan kasih sayang)" (HR. Bukhari). Rasulullah juga sangat memahami pembeli dan memberikan pelayanan yang luar biasa kepada para pelanggannya.

### **Meneladani Rasulullah: Orientasi Bisnis dan Nilai-Nilai Etis**

Rasulullah secara langsung memberikan suri tauladan baik melalui perilaku maupun tutur kata. Ada beberapa nilai-nilai etis yang dicontohkan Rasulullah dalam menjalankan bisnis, sebagai berikut: *Pertama*, kejujuran. Kejujuran dalam berbisnis adalah hal paling utama. Rasulullah selalu berperilaku jujur dalam bermuamalah. Hal ini sesuai dengan sabda Rasulullah, yang berbunyi: "Siapapun yang membuat penipuan itu dari golongan kami." (HR. Al-Quzwani). *Kedua*, jual beli harus dilakukan atas dasar kesepakatan (*'an taradin*) antara penjual dan pembeli bukan atas paksaan. Sesuai dengan sabda Rasulullah, "Sesungguhnya jual beli itu hanya sah jika dilakukan atas dasar suka sama suka (*'an taradin*). *Ketiga*, barang atau komoditi yang dijualbelikan harus halal dan suci, bukan barang-barang yang dilarang oleh syariat. Hal ini sesuai dengan hadits: Dari Jabir bin Abdullah r.a, bahwa ia mendengar Rasulullah bersabda pada waktu fathul Makkah:

“Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya telah mengharamkan menjual *khamr*, bangkai, daging babi dan berhala.” (HR. Bukhari).

*Keempat*, menjauhi transaksi ribawi. Diriwayatkan dari Jabir, ia berkata bahwa Rasulullah mengutuk pemakan riba, orang yang memberi pinjaman, orang yang mewakilinya (orang yang utang), orang yang mencatatnya dan orang yang menjadi saksinya. Dan ia berkata: “Mereka semuanya sama (hukumnya).” (HR. Muslim). *Kelima*, tidak melakukan *gharar* (penipuan). Hal ini sesuai dengan hadits: “Dari Abu Hurairah bahwa Nabi SAW melarang jual hashah dan jual beli *gharar* (yang belum jelas harga, barang, waktu dan tempatnya)”. (HR. Muslim). *Keenam*, tidak menimbun barang (ikhtikar). Menimbun barang bertujuan untuk meraih keuntungan berlipat ganda tanpa mempedulikan dampaknya terhadap kestabilan ekonomi. Dari Ibn ‘Umar (bahwa) Nabi SAW bersabda: “Barangsiapa yang menimbun makanan selama empat puluh hari (dengan tujuan menaikkan harga) ia telah berlepas diri darinya.” (HR. Ahmad)

*Ketujuh*, dilarang menjelekkkan barang dagangan orang lain dengan maksud agar pelanggan membeli barang dagangannya. Rasulullah bersabda: “Janganlah seseorang diantara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkkan apa yang dijual oleh orang lain (Muttafaqun ‘Alaih). *Kedelapan*, bersegera dalam membayar upah. Diriwayatkan dari Abdillah bin ‘Umar berkata, Rasulullah bersabda: “Berikanlah upah pekerja sebelum kering keringatnya.” (HR. Ibnu Majah). *Kesembilan*, barang yang diperdagangkan merupakan hak milik. Hal ini disebutkan dalam hadits riwayat Ahmad, “Sesungguhnya Hakim bin Hizam telah menceritakannya, berkata: “Wahai Rasulullah, sesungguhnya saya telah membeli suatu barang, apakah yg halal untuk saya dan apa yang haram?” Rasulullah menjawab: “Apabila engkau membeli sesuatu janganlah engkau jual sampai engkau sendiri memegangnya.” (HR. Ahmad)

*Kesepuluh*, takaran, ukuran dan timbangan harus benar. Dalam berdagang, ketiga hal tersebut harus diperhatikan dan diutamakan. Dalam QS. Al-Muthaffifin: 1-3), Allah

berfirman: “Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan. Dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi.” *Kesebelas*, tidak melakukan *bai’ najasy*. Dari Ibnu Umar r.a, bahwa: “Sesungguhnya Rasulullah SAW melarang melakukan najasy.” (HR. Bukhari) Bai’ najasy merupakan rekayasa pasar dalam permintaan (*demand*), yaitu seorang produsen menciptakan permintaan palsu seolah-olah ada banyak permintaan suatu barang sehingga harga jual produk naik.

Bisnis atau usaha perniagaan atau usaha komersil merupakan salah satu hal penting untuk keberlanjutan hidup manusia. Etika mengambil peran untuk mengemukakan pertanyaan-pertanyaan tentang tepat tidaknya suatu bisnis dalam sistem ekonomi berjalan. Al-Qur’an memberikan informasi yang cukup banyak berkaitan dengan hal tersebut. Diantaranya QS. An-Nisa’: 29, “Hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” Menurut Aziz (2013), dalam melakukan bisnis tentulah seseorang perlu bekerja, bekerja adalah sebuah aktivitas yang menggunakan daya yang dimiliki oleh manusia yang merupakan pemberian Allah.

Dalam Islam, bekerja memiliki nilai ibadah sesuai dengan QS. Adzariyat: 56, “Sesungguhnya tidak aku ciptakan jin dan manusia kecuali agar beribadah kepada-Ku.” Bisnis bernilai ibadah apabila didasari oleh keikhlasan, berpegang teguh pada nilai-nilai etis sehingga tidak hanya mengejar keuntungan duniawi semata. Rasulullah memiliki misi penting dalam penyempurnaan akhlak, sehingga dalam bisnis pun ada norma-norma dan nilai-nilai yang mengikat. Hal ini bertujuan untuk kemashlahatan, tidak hanya kemashlahatan individu saja tetapi kemashlahatan untuk seluruh alam dan bukan

hanya kemashlahatan dunia saja tetapi juga kemashlahatan kelak di akhirat. Sebab itu, bekerja dengan cara bisnis adalah salah satu *wasilah* (jalan) untuk mendapatkan harta yang baik (*barakah*) agar dapat melaksanakan perintah-perintah Allah.

Bisnis dalam Islam menurut (Yusanto dan Karebet, 2002), memiliki tujuan untuk mencapai profit-materi dan benefit-nonmateri, pertumbuhan, keberlangsungan dan keberkahan. Islam memandang bahwa tujuan amal perbuatan tidak hanya berorientasi dunia. Orientasi bisnis harus dipahami sebagai jalan untuk tidak hanya mencari profit (*qimah madiyah*), tetapi juga memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat nonmateri), seperti halnya membantu orang lain yang membutuhkan (*qimah insaniyah*), menciptakan hubungan persaudaraan, baik dengan penjual lain maupun pembeli (*qimah khuluqiyah*) serta tidak hanya sekedar hubungan fungsional ataupun professional dan sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah (*qimah ruhiyah*).

Pemahaman orientasi bisnis dalam Islam menciptakan norma-norma dan nilai-nilai etis yang tidak ada dalam konsep etika bisnis konvensional. Keseimbangan antara pencapaian tujuan duniawi dan ukhrawi menjadi poin penting bagaimana aturan-aturan dalam berbisnis secara Islami dilaksanakan. Rasulullah memberikan tauladan melalui bagaimana ia menyambut dan menyenangkan hati pembeli, berkata jujur atas barang dagangannya, tidak bersumpah palsu, tidak bermain harga, adil dalam mengukur, menakar dan menimbang, tidak memuji-muji barang dagangannya dan menghina barang dagangan orang lain dan sebagainya. Akhlak Rasulullah mencerminkan nilai-nilai kebaikan dan keutamaan dalam mencapai tujuan luhur dalam berbisnis sekaligus bekerja. Tujuan yang baik tidaklah menghalalkan segala cara. Oleh karena itu, orientasi seorang pebisnis yang Islami adalah berkesadaran untuk mencapai kemashlahatan hidup dunia dan akhirat dengan berpegang teguh terhadap nilai-nilai dan norma-norma etis sesuai Al-Quran dan Sunnah.

---

**Daftar Pustaka**

- Al-Quran dan Terjemahannya. (2016). Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Adzkiya', Ubbadul. (2018). Analisis Etika Bisnis dan Marketing Nabi Muhammad SAW. *Jurnal Iqtisad Vol. 4, No. 1*.
- Afzalurrahman. (1997). *Muhammad as a Trader, edisi bahasa Indonesia, Muhammad sebagai Seorang Pedagang*. Jakarta: Yayasan Swarna Bhummy.
- Ahmad, Mahdi Rizqullah. (2006). *Al-Sirah al-Nabawiyah fi Dhauq'I al-Masadir al-Asliyyah: Dirasah Tahliliyyah*, terj. Yessi HM. Jakarta: Qisti Press.
- Al-Albani, Muhammad Nashiruddin. (2007). *Ringkasan Shahih Bukhari, Jilid 1*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Al-Albani, Muhammad Nashiruddin. (2007). *Ringkasan Shahih Muslim, Jilid 1*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Aziz, Abdul. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Bertens, K. (2000). *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Cholil, Moenawar. (2006). *Kelengkapan Tarikh Nabi Muhammad, Jil. 1*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Kamaluddin, Laode dan Richmuslim, Aboza M. (2010). *Cerdas Bisnis Cara Rasulullah*. Jakarta: Richmuslim Adikarya Bangsa.
- Karim, M. Abdul. (2007). *History of the Muslim Thought and Civilization, edisi bahasa Indonesia, Sejarah Pemikiran dan Peradaban Islam*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Malik, Imam. (1999). *Al-Muwaththa'*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Saifullah, Muhammad. (2011). Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan Vol. 19, No. 1, 127-156*.

- Suwandi. (2017). Commerce Ethics of Muhammad PBUH' and Universal Values in Era of Prophet Hood. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia Vol. 7, No. 1, 49-60.*
- Suyanto, M. (2008). *Muhammad Business Strategy and Ethics*. Yogyakarta: Andi Ofset.
- Syarifuddin. (2016). Analisis Sejarah Dagang Muhammad Pra Kerasulan. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah Vol. 5 No.2.*
- Yusanto, Muhammad Ismail dan Widjajakusuma, Muhammad Karebet. (2004). *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.

### Profil Penulis



#### **Bahrina Almas**

Penulis mengenyam pendidikan S-1 Prodi Ekonomi Syariah di Universitas Brawijaya (2011-2015) dan menjadi Lulusan Terbaik Program Sarjana pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan S-2 di Universitas Airlangga Prodi Magister Sains Ekonomi Islam (2016-2019). Pernah mengajar di Prodi Ekonomi Syariah Universitas Jember (2019-2021) dan Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Jember (2019-2021). Pada tahun 2018 menjadi salah satu perwakilan Sekolah Pascasarjana Universitas Airlangga dalam Student Exchange-Outbond Program di Universiti Islam Sultan Sharif Ali (UNISSA), Brunei Darussalam. Penulis berkesempatan mengikuti Islamic Economics Summer School PEBS FEB UI pada tahun 2020 dan memperoleh grade *satisfactory*. Aktif berkontribusi dalam kegiatan ilmiah mahasiswa, diantaranya sebagai Juri Lomba Business Plan Nasional (2020), Dosen Pembimbing PKM Raya Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Intelektual (2021) dan Juri Lomba Karya Tulis Ilmiah Nasional (2021). Saat ini, penulis menjadi instruktur riset (*research instructor*) bidang kekhususan Ekonomi dan Keuangan Syariah di Ascarya Solution Group dan Book Editor di GetPress Publisher. Beberapa hasil riset telah dipublikasikan di jurnal internasional maupun nasional dan beberapa kali menjadi presenter dalam konferensi internasional ekonomi dan keuangan syariah, salah satunya adalah 2<sup>nd</sup> ASEAN *International Conference on Islamic Finance* yang diselenggarakan oleh UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2014).





## STRATEGI BISNIS RASULULLAH

**Fitria Nurma Sari, S.E., S.Sos.**  
Universitas Airlangga

### **Perjalanan Bisnis Muhammad SAW**

Seiring dengan munculnya kembali konsep kajian ekonomi Islam, perhatian umat Islam khususnya tertuju salah satunya pada aspek bisnis dan ekonomi yang islami. Dalam prosesnya, selain membangun kerangka teori bisnis Islam tentunya juga dibutuhkan adanya tokoh atau figur yang dapat dijadikan teladan dalam pengelolaan sumberdaya ekonomi. Nabi Muhammad SAW merupakan figur yang paling tepat untuk dijadikan sebagai teladan utama umat dalam menjalankan bisnis dan perilaku ekonomi yang baik, karena beliau tidak hanya memberikan tuntunan bagaimana kegiatan ekonomi dijalankan namun beliau juga menjalani sendiri menjadi seorang *entrepreneur* yang sukses.

Sejarah perjalanan bisnis Nabi Muhammad dimulai saat usia beliau masih 12 tahun. Saat itu beliau telah dikenalkan pada dunia bisnis oleh Abu Thalib pamannya dengan melakukan perjalanan bisnis ke wilayah Syam (Syiria) (Heriyansyah, 2018). Beliau merintis karir bisnisnya selama kurang lebih 25 tahun yang dimulai saat usia 17 tahun sampai saat beliau menjelang menerima wahyu usia 37 tahun. Rentang waktu 25 tahun tersebut sedikit lebih lama jika dibandingkan dengan masa kerasulan beliau yang berlangsung selama kurang lebih 23 tahun.

Dalam riwayat lain disebutkan bahwa Nabi Muhammad, sebagaimana biasanya pada masa kanak-kanak dia kembali ke pekerjaannya menggembala kambing, kambing keluarga dan kambing penduduk Mekah yang lain yang dipercayakan kepadanya. Pekerjaan menggembala kambing ini membuahkan didikan yang amat baik pada diri Nabi, karena pekerjaan ini memerlukan keuletan, kesabaran, dan ketenangan serta keterampilan dalam tindakan. Secara tidak langsung sebagai media pendidikan pembelajaran bisnis awal beliau, ialah gimana mengorganisasi, memanage, serta mengelola seluruh suatu yang dipercayakan kepadanya. Sehingga dia berkembang jadi pribadi yang kredibel, bertanggung jawab, cermat, empati, terbuka, mandiri, berani, gampang menyesuaikan diri, tabah, lugas, visioner, dll dalam usia yang masih sangat muda. Beliau sering turut dalam perjalanan bisnis ke negara- negara orang sebelah yang sekarang dikenal dengan nama, Irak, Yordania, Bahrain, Suriah, serta Yaman. Dikala itulah beliau sudah belajar bagaimana sebagai seseorang eksportir handal sekaligus menyandang posisi sebagai eksekutif muda di masa itu.

Nabi Muhammad telah melakukan konsep kerja magang atau *internship* selama menjalankan aktivitas penggembalaan kambing dan juga selama mengikuti bisnis dagang yang dimiliki oleh pamannya, *skill* dasar tersebut lah yang di kemudian hari sangat berguna ketika beliau mengelola bisnis pribadinya (Mukhlas, 2020). Beliau memutuskan karirnya di sektor perdagangan karena menyadari bahwa pamannya Abu Thalib ini bukan seseorang yang kaya raya dan memiliki beban ekonomi keluarga yang cukup besar dikala itu. Oleh karena itu, Nabi Muhammad berpikiran untuk turut serta membantu meringkankan beban yang ditanggung pamannya dengan berdagang. Disamping itu, mayoritas keturunan Nabi Muhammad yaitu suku quraisy berprofesi sebagai pedagang, maka beliau pun diharapkan dapat melanjutkan profesi turun temurun tersebut. Kebiasaan suku quraisy dalam berprofesi sebagai pedagang tertulis dalam Al Qur'an Surat Quraisy ayat 1-4 sebagai berikut:

لَا يَأْتِيهِمْ فِيهِمْ رَحَلَةَ الشِّتَاءِ وَالصَّيْفِ فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ الَّذِي  
 أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ

Artinya:

*Karena kebiasaan orang-orang Quraisy, (yaitu) kebiasaan mereka bepergian pada musim dingin dan musim panas. Maka hendaklah mereka menyembah Tuhan Pemilik rumah ini (Ka'bah). Yang telah memberi makanan kepada mereka untuk menghilangkan lapar dan mengamankan mereka dari ketakutan.*

Sejarah dibalik ayat ini adalah Hasyim bin Abdul Manaf (kakek besar Nabi Muhammad) menjadi tokoh penting di Makkah, dia berhasil membuka jalur perdagangan setahun dua kali bagi orang-orang Quraisy, yaitu ke Yaman dan Syria. Ekspedisi dagang ke selatan (kota Yaman) dilakukan sewaktu musim panas, sedangkan perjalanan dagang ke utara (Kota Syam atau Syria) ditempuh pada musim dingin.

Di dalam keluarga besar Nabi Muhammad, hampir seluruh karib kerabatnya adalah pedagang. Darah pedagang dalam diri beliau rupanya sudah mengalir dari kakek besar Hasym bin Abdu manaf, turun ke Abdul Muttalib sang kakek, mengalir ke darah Abdullah sang ayah juga ke paman-pamannya, seperti Sayyidina Abbas dan Abu Thalib. Dengan demikian juga kerabat setingkat paman seperti Abu Sufyan.

Sehingga dari fakta bahwa Nabi Muhammad merupakan keturunan suku quraisy tersebut menjadi hal yang wajar tidak mengherankan apabila beliau diharapkan pula menjadi seorang pedagang. Beliau memulai merintis karirnya secara pribadi dengan berjualan kecil-kecilan di kota Makkah, dari mulai membeli barang dari satu pasar kemudian menjualnya di tempat lain. Sampai dengan level selanjutnya yakni beliau mengelola modal dari para investor yang juga terdiri dari janda kaya raya dan anak-anak yatim yang tidak sanggup menjalankan sendiri bisnis mereka (Gusriani and Faulidi, 2017). Dalam menjalankan bisnis dengan para investor, Nabi Muhammad menjalankannya dengan akad *mudharabah*.

Akad mudharabah adalah akad kerjasama suatu usaha antara dua pihak dimana pihak pertama yakni pemilik modal menyediakan seluruh modal sedangkan pihak kedua bertindak selaku pengelola, dan keuntungan usaha dibagi di antara mereka sesuai kesepakatan dalam kontrak (Fatwa DSN MUI, 2000). Dengan menjalankan akad yang demikianlah membuat beliau membuka pintu yang lebih luas untuk masuk dunia bisnis, baik dengan imbalan berupa upah (*fee based*) ataupun sistem bagi hasil (*profit sharing*).

Salah seorang pemilik modal yang menginvestasikan modalnya ke Nabi Muhammad adalah Khadijah binti Khuwailid yang menawarkan akad kerjasama mudharabah (bagi hasil). Setelah lama menjalankan kerjasama tersebut, diketahui kemudian beliau menikah dengan Khadijah. Sebuah riwayat menyatakan bahwa sebelum mereka menikah, Nabi Muhammad pernah menjadi manajer perdagangan Khadijah di pusat perdagangan Habasyah di Yaman, kemudian memimpin ekspedisi perdagangan ke Jorash di Yordania sebanyak 4 kali perjalanan (Gusriani and Faulidi, 2017).

Beliau juga pernah melakukan perjalanannya ke Bahrain, sebelah timur semenanjung Arab, kota-kota perdagangan di Bahrain seperti Safa, Musaqqar, dan Hajar. Sehingga dapat dikatakan bahwa dimasa muda, Nabi Muhammad sudah menjadi pedagang regional karena daerah perdagangannya hampir meliputi seluruh Jazirah Arab. Kemudian setelah beliau menikah dengan Khadijah dan menjalankan bisnis bersama, wilayah perdagangannya semakin meluas lagi, dan tercatat bisnis mereka berkembang cukup pesat.

Karir bisnis Nabi Muhammad semakin kuat ketika usia 25 tahun. Usia ini merupakan titik keemasan *entrepreneurship* Muhammad setelah mendapatkan *back up* finansial yang lebih mapan dari istri beliau Khadijah. Keberhasilan dan kesuksesan ini tentunya juga karena didukung oleh kuatnya jiwa *entrepreneurship* yang telah diasah sejak usia dini dan sifat-sifat mulia beliau yang diimplementasikan dalam kehidupan, termasuk dalam berbisnis.

---

Catatan sejarah yang menunjukkan dan merekam tentang perjalanan Nabi Muhammad dalam menjalankan bisnis setelah menikah dengan Siti Khadijah memang tidak banyak, namun sebagaimana yang dikatakan oleh Afzalurrahman (2000) dalam bukunya yang berjudul *Muhammad is a trader*, terdapat catatan tentang hubungan dagang beliau dengan berbagai macam orang. Hal tersebut memberikan petunjuk bahwa beliau benar-benar menggeluti bidang perdagangan. Seperti dalam suatu riwayat menceritakan Rabi bin Badr pernah melakukan kerjasama dagang dengan Nabi Muhammad, ketika suatu saat mereka bertemu lagi, beliau mengatakan, “Apakah engkau mengenalku?” Ia menjawab “Kau pernah menjadi mitraku dan mitra yang paling baik pula. Engkau tidak pernah menipuku dan tidak pernah berselisih denganku”. Riwayat-riwayat seperti itulah yang menjadi bukti koneksi perdagangan Nabi Muhammad kala itu.

### **Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW**

Saat ini banyak pelaku bisnis yang hanya mementingkan tujuan guna mendapat keuntungan dengan menghalalkan banyak cara (Muhammad Saifullah, 2011) bahkan tak jarang mereka mengabaikan etika bisnis maupun tanggungjawab sosial. Dalam islam umat muslim telah mengenal Nabi Muhammad SAW sebagai pelaku usaha yang sukses. Kesuksesan beliau tak terlepas dari keteladanan dan kebijaksanaan sebagai pelaku usaha sejati. Agar dalam pelaksanaannya selaras untuk menghasilkan kebermanfaatn, maka kita wajib untuk melaksanakan nilai-nilai etika bisnis. Dalam usaha memperoleh rizki yang halal merupakan sebuah kewajiban. Hal tersebut akan berdampak pada kehidupan sosial (Antonio, 2018).

Dalam menjalankan bisnisnya, Nabi Muhammad senantiasa menerapkannya dengan penuh kejujuran, keteguhan memegang janji, dan sifat-sifat mulia selainnya.

Akibatnya, banyak penduduk kota Makkah saat itu memberikan julukan pada beliau dengan sebutan Al-Amin yang bermakna seseorang yang terpercaya.

Muhammad Sulaiman PhD dan Aizuddinur Zakaria dalam *Jejak Bisnis Rasul* menuturkan, terdapat empat sifat nabi yang harus ada dalam diri seorang pengusaha. Empat sifat tersebut yaitu shiddiq (jujur), yakni jujur pada diri sendiri dan orang lain akan melahirkan sifat keyakinan dan keberanian menghadapi ujian.

Kemudian, amanah (dapat dipercaya), mendorong seseorang untuk bertanggung jawab, membangun kekuatan diri dan memperbaiki kualitas hubungan sosial. Lalu tablig (komunikatif), yang berarti pebisnis harus menjadi marketing yang hebat dan seorang pembicara yang unggul. Dan terakhir, fathonah (cerdik), yaitu pebisnis harus memiliki kemampuan melihat sesuatu dari sudut pandang berbeda, lalu muncul kreativitas, ide, dan wawasan. Sehingga, produk atau jasa yang dihasilkan menjadi unggulan (MOHSEN, 2007).

Selain sifat dan karakter dasar positif yang dimiliki oleh Nabi Muhammad tersebut di atas, terdapat beberapa implementasi nilai-nilai yang diterapkan beliau ketika menjalankan usaha atau bisnisnya secara langsung, dan nilai-nilai inilah yang menjadi pondasi strategi beliau dalam menjalankan bisnisnya.

Pertama, kejujuran. Kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda: "Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya," (H.R. Al-Quzwani). "Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami," (H.R. Muslim). Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.

Kedua, menolong atau memberi manfaat kepada orang lain, kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar

mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap ta'awun (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis, bukan mencari untung material semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.

Ketiga, tidak boleh menipu, takaran, ukuran dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan. Firman Allah: "Celakalah bagi orang yang curang, yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi". (QS 83: 112).

Keempat, tidak boleh menjelekkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya. Nabi Muhammad SAW bersabda, "Janganlah seseorang diantara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkan apa yang dijual oleh orang lain," (H.R. Muttafaq 'alaih).

Kelima, tidak menimbun barang. Ihtikar ialah menimbun barang (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menja di naik dan keuntungan besar pun diperoleh). Rasulullah melarang keras perilaku bisnis semacam itu.

Keenam, tidak melakukan monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara dan tanah dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral. Individu tersebut mengeruk keuntungan secara pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain. Ini dilarang dalam Islam.

Ketujuh, komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dsb. Nabi Muhammad SAW bersabda, "Sesungguhnya Allah mengharamkan bisnis miras, bangkai, babi dan patung- patung," (H.R. Jabir).



Kedelapan, bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba. Firman Allah, "Hai orang-orang yang beriman, tinggalkanlah sisa-sisa riba jika kamu beriman," (QS. al-Baqarah:: 278). Pelaku dan pemakan riba dinilai Allah sebagai orang yang kesetanan (QS. 2: 275). Oleh karena itu Allah dan Rasulnya mengumumkan perang terhadap riba.

Kesembilan, bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan. Firman Allah, "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan bisnis yang berlaku dengan suka-sama suka diantara kamu," (QS. 4: 29).

Kesepuluh, membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Nabi Muhammad SAW bersabda, "Berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya." Hadis ini mengindikasikan bahwa pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan kerja yang dilakukan.

Untuk lebih detailnya mencermati visi dan strategi bisnis Rasulullah ada baiknya kita kaji dengan seksama pasar-pasar regional yang sering kali dikunjungi Rasul dari bulan ke bulan dalam siklus pameran dagang regional dan global saat itu. Dari sirah tampak jelas bahwa Muhammad SAW adalah pemain bisnis yang tangguh yang senantiasa *alert* dengan pasar pasar regional yang harus dikunjungi. Beliau menjemput bola memperluas jaringan mencari produk terkini dan mencari mitra strategis diberbagai kawasan dagang dan industri. *Value driven business* sebagai seorang calon rasul Muhammad SAW telah menunjukkan keluhuran akhlak sejak usia belia dan ini ia terapkan dalam dunia bisnis. Oleh karena itu ia terkenal dengan julukan al- Amin yaitu seseorang yang terpercaya.

## **Penutup**

Rasulullah merupakan seorang pelaku bisnis yang sangat berhasil di zamannya. Ada dua prinsip utama yang patut kita contoh dari perjalanan bisnisnya.

Pertama, ternyata uang bukanlah modal utama dalam berbisnis, modal utama dalam berbisnis adalah membangun kepercayaan dan dapat dipercaya (Al Amin). Pelajaran kedua adalah kompetensi dan kemampuan teknis yang terkait dengan usaha. Beliau juga mengetahui seluk beluk aktivitas perdagangan dan perekonomian serta tempat perdagangan di jazirah Arab. Beliau mengetahui untungnya perdagangan dan bahayanya riba sehingga beliau menganjurkan jual beli dan menghapuskan sistem riba. Beliau berhasil dalam bisnisnya tanpa melalui cara yang tidak baik. Teladan dan tuntunan yang diberikan oleh nabi Muhammad dalam bisnis dan berekonomi ini semakin banyak dibuktikan oleh teori-teori ekonomi dan manajemen modern. Teori-teori tersebut semakin dekat dengan ajaran-ajaran Rasulullah tentang bagaimana seharusnya roda ekonomi digerakkan dan bagaimana seharusnya bisnis dijalankan.

**Daftar Pustaka**

- Antonio, Muhammad Syafii. (2015) 'Muhammad SAW the Super Leader Super Manager', Jakarta: Tazkia Publishing.
- Gusriani, R. Y. and Faulidi, H. (2017) 'Dakwah dalam Bisnis dan Enterpreneur Nabi Muhammad SAW', *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 11(21), pp. 17–24. Available at: <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/view/1783>.
- Heriyansyah. (2018) 'Perjalanan Bisnis Nabi Muhammad S.A.W.', *Ad Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(02), p. 190. doi: 10.30868/ad.v2i02.356.
- Mohsen, N. R. M. (2007) 'Leadership From The Qur'an Relationship Between Taqwa, Trust And Business Leadership Effectiveness', *Universiti Sains Malaysia*, (235), p. 245. Available at: [http://digilib.unila.ac.id/11478/16/16.BAB II.pdf](http://digilib.unila.ac.id/11478/16/16.BAB%20II.pdf).
- Mukhlas, A. A. (2020) 'Manajemen Bisnis Rasulullah', *Jurnal Al-Iqtishod*, 8(Januari), pp. 1–6.

## Profil Penulis



### **Fitria Nurma Sari**

Ketertarikan penulis terhadap dunia manajemen bisnis dimulai pada tahun 2018 silam. Hal tersebut membuat penulis mengikuti rekrutmen tenant di inkubator bisnis Universitas Airlangga dan sempat memenangkan beberapa kompetisi bisnis di beberapa event seperti Kompetisi Sosiopreneur Nasional Semethon II 2020, 10 besar finalis 1000 startup digital regional Surabaya 2019, dsb. Penulis juga pernah menjadi mentor di komunitas UMKM di NTT yaitu Bengkel Advokasi Pemberdayaan dan Pengembangan Kampung 2020, dan mentor Program Kewirausahaan Sosial (PROKUS 2021) dari Kemensos RI. Dalam proses pendidikan, penulis tidak lepas dengan dunia keislaman terutama studi ekonomi islam dan manajemen dakwah, pendidikan S1 ditempuh di dua kampus secara bersamaan yaitu di prodi EKONOMI ISLAM UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA dan prodi MANAJEMEN DAKWAH di STID AL-HADID SURABAYA pada tahun 2014. Setelah lulus S1 di tahun 2018, penulis melanjutkan studi S2 di prodi MAGISTER SAINS EKONOMI ISLAM.

Penulis memiliki keinginan untuk memulai karir dalam bidang kepenulisan, baik menulis penelitian, buku maupun karya tulis lainnya. Dengan karya pertama di salah satu bagian buku manajemen bisnis syariah ini penulis berharap dapat memberikan kontribusi positif terhadap khazanah keilmuan bidang manajemen bisnis syariah.

Email Penulis: [fitria.nurma.sari@pasca.unair.ac.id](mailto:fitria.nurma.sari@pasca.unair.ac.id)



# HUKUM DAN BADAN USAHA BISNIS SYARIAH

**Ully Nindyaningtyas, S.Ei., M.SEi.**  
Universitas Islam Kadiri

## **Pendahuluan**

Hukum menjadi hal yang sangat penting dalam setiap kegiatan sosial maupun ekonomi di seluruh negara, dimana setiap negara mempunyai hukum yang diciptakan berdasarkan prinsip kebersamaan. Aturan hukum dihadirkan untuk menjadi dasar/patokan/batasan/aturan yang harus dipatuhi rakyat atau masyarakatnya guna tercipta tatanan yang berdaulat, demokratis, dan keadilan bagi masyarakat, serta menjadikan masyarakat memiliki kehidupan yang madani, khususnya di Indonesia.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki macam suku, etnis, agama dan budaya yang sangat beragam. Oleh karena indonesia terbentuk berdasarkan masyarakat plural, maka tatanan hukum yang terbentuk di Indonesia juga akan sangat berbeda penerapannya dibandingkan dengan tatanan hukum di negara lain. Ada beberapa jenis hukum yang ada di Indonesia, yaitu:

1. Hukum Civil/Barat
2. Hukum Adat
3. Hukum Islam

## 1. Hukum Civil/Barat

Muwardi dan Anis (2014) menjelaskan bahwa sistem Civil Law yang berasal dari hukum Romawi dianut di Eropa Barat kontinental dan di bawa ke negeri-negeri jajahan atau bekas jajahannya oleh pemerintah Kolonial Barat dahulu. *Civil Law* diterjemahkan dalam bahasa Indonesia secara harfiah menjadi Hukum Sipil. Sistem hukum ini mulai muncul pada abad ke XIII dan sejak saat itu senantiasa mengalami perkembangan, perubahan atau singkat kata menjalani suatu evolusi. Selama evolusi ini ia mengalami penyempurnaan yaitu menyesuaikan kepada tuntutan dan kebutuhan masyarakatnya yang berubah.

Sistem hukum di Indonesia saat ini sendiri masih menganut hukum civil. Dikulik dari sejarah dan politik hukum, sistem ini digunakan di negara-negara Eropa seperti Belanda, Jerman, dan Prancis. Indonesia yang merupakan bekas koloni negara Eropa pun meneruskan sistem hukum ini seperti sejumlah negara bekas koloni Eropa lain di sebagian wilayah Asia dan Amerika Latin.

Pemerintah Indonesia membuat aturan hukum salah satunya berdasarkan Pancasila, dimana sifat masyarakat yang plural baik itu budaya, agama maupun agama. Aturan hukum tersebut dibuat pada peraturan pemerintah yang tertera pada Undang-Undang Dasar 1945, yakni pada pasal 28 dalam Undang-Undang Dasar 1945 yang mengatur tentang Hak Asasi Manusia: “Kemerdekaan berserikat berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan dan sebagainya ditetapkan dengan undang-undang”.

## 2. Hukum Adat

Hukum adat merupakan aturan yang diciptakan oleh golongan masyarakat yang mempunyai keyakinan tertentu dalam suatu daerah, dimana masing-masing daerah memiliki hukum adat yang berbeda-beda pula seiring dengan tradisi yang dibawa oleh masing-

masing daerah. Rosdalina (2017) menyebutkan beberapa contoh hukum adat dari beberapa daerah, seperti keyakinan penduduk Jawa yang masih menggunakan kalender Jawa ketika akan mengadakan acara besar (mengatur tanggal pernikahan atau waktu yang baik untuk pindah rumah) guna mendapatkan ridho sang pencipta. Adapun hukum adat terkait pada pelanggaran sebagai contoh adalah hukum adat yang diterapkan di Aceh, dimana laki-laki dan perempuan yang bukan suami istri atau keluarga berada dalam satu ruangan (berduaan) maka Tindakan keduanya akan dikenai sanksi hukuman cambuk.

Keberadaan dari hukum adat diakui oleh pemerintah sebagaimana disebutkan dalam Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 18B ayat 2 yang menjelaskan bahwa “Negara mengakui dan menghormati kesatuan-kesatuan masyarakat hukum adat beserta hak-hak tradisionalnya sepanjang masih hidup dan sesuai dengan perkembangan masyarakat dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia, yang diatur dalam Undang-Undang”.

### 3. Hukum Islam

Zaka dan Rizkisyabana (2019) menyatakan bahwa sejak masuknya agama Islam ke Nusantara, dapat dikatakan bahwa secara empiris hukum Islam merupakan hukum yang hidup (*the living law*) dalam masyarakat Indonesia. Selanjutnya penerimaan Hukum Islam secara normatif dan otoritatif dimulai sejak berlakunya UUD 1945. Hukum Islam pun semakin kuat diakui secara konstitusional dalam Pasal 29 UUD 1945. Pada masa tersebut, Hukum Islam diterima sebagai sumber persuasif. Seiring perkembangan jaman, hukum Islam makin berbaur dengan budaya dan masyarakat Indonesia. Pemberlakuan hukum Islam pun juga erat dengan budaya tiap daerah di Indonesia, hal tersebut seiring dengan berlakunya otonomi daerah, dimana daerah mulai memiliki kewenangan untuk mengatur sendiri segala urusan daerahnya masing-masing.



Ketiga hukum diatas (hukum civil, hukum adat dan hukum Islam) merupakan 3 (tiga) jenis hukum yang dibuat atas dasar dan sudut pandang yang berbeda dan penerapannya pun akan disesuaikan dengan kondisi dan daerah masing-masing. Meski begitu, masing-masing memiliki tujuan yang sama, yaitu demi menciptakan masyarakat yang madani.

Al-Qur'an menjelaskan di surat As-Saba' ayat 15 menjelaskan bahwa:

لَقَدْ كَانَ لِسَبَإٍ فِي مَسْكِنِهِمْ آيَةٌ جَنَّتَانِ عَنْ يَمِينٍ وَشِمَالٍ كُلُوا مِنْ رِزْقِ رَبِّكُمْ وَاشْكُرُوا لَهُ بَلْدَةٌ طَيِّبَةٌ وَرَبٌّ غَفُورٌ

15. Sesungguhnya bagi kaum Saba' ada tanda (kekuasaan Tuhan) di tempat kediaman mereka yaitu dua buah kebun di sebelah kanan dan di sebelah kiri. (kepada mereka dikatakan): "Makanlah olehmu dari rezeki yang (dianugerahkan) Tuhanmu dan bersyukurlah kamu kepada-Nya. (Negerimu) adalah negeri yang baik dan (Tuhanmu) adalah Tuhan Yang Maha Pengampun".

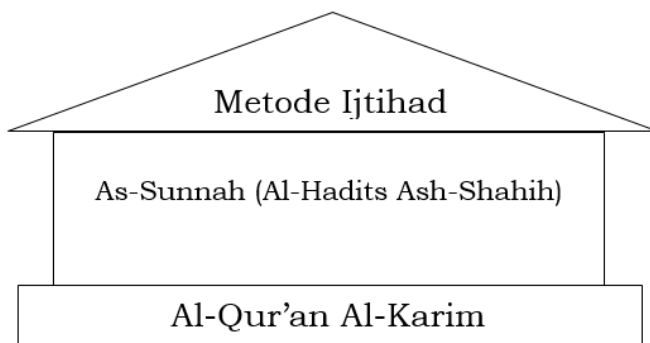
Shihab (2001) menjelaskan bahwasanya pada masa itu kaum kota Saba' diceritakan sebagai negeri yang baik dan menyenangkan. Rezeki yang berlimpah dapat diperoleh dengan mudah oleh seeluruh penduduknya, dekat dengan kota lain dan saling terhubung, wilayah kota dikelilingi kebun yang bukan hanya memberikan hasil kebun untuk kehidupan penduduk saja melainkan Allah SWT juga menganugerahkan kebun yang indah. Penduduk saba' Makmur karena mereka berhasil membangun masyarakat dan membangun hubungan harmonis antar sesama. Namun, pada saat hubungan antar mereka tidak lagi baik karena kebun tidak lagi memberikan hasil yang baik melainkan hasil yang pahit sehingga mereka bercerai-berai karena penduduk akhirnya berpindah-pindah sehingga wilayah itu sepi.

Shihab (2001) menjelaskan dengan mengambil contoh yang sama dengan keadaan masyarakat di Indonesia yang lebih memilih untuk bekerja di luar negeri, padahal Indonesia sebenarnya jauh lebih kaya dibandingkan dengan negeri yang dikunjungi. Hanya saja, bisa jadi rakyat Indonesia yang tidak pandai mengelola atau menjalin hubungan harmonis antarsesama. Maka, penting adanya rasa syukur dan sabar sebagai titik balik untuk membangun kembali dan mengelola dengan baik apa yang sudah Allah SWT berikan dengan mengesampingkan ego (ingin memperkaya diri sendiri) dan berusaha saling gotong-royong bersama membangun (baik masyarakat kecil serta pemerintah), sehingga kemajuan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dapat berjalan efisien dan optimal.

### **Hukum Bisnis Syariah**

Penerapan bisnis syariah memiliki dasar hukum berbeda dengan ketetapan hukum bisnis konvensional. Hukum bisnis syariah tidak didasarkan pada teknis bisnis seperti kepemilikan modal, kegiatan usaha atau profit. Hukum bisnis syariah lebih berfokus pada konsep halal dan haram pada Islam, dalam hal ini halal dan haramnya muamalah. Hukum bisnis syariah menjadi halal apabila tiap unsur akad atau jual belinya masih dalam batas syariat Islam dan menjadi haram apabila terdapat unsur yang menentang ketentuan agama Islam. Konsep halal dan haram ini pun bermakna luas meliputi banyak aspek bisnis seperti jenis transaksi, perjanjian, cara pemerolehan harta, dan semua aktivitas keuangan di dalamnya. Misno (2021) menyimpulkan bahwa konteks hukum Islam adalah aturan-aturan yang terkait dengan hukum-hukum yang berhubungan antara manusia dengan manusia lainnya, di mana secara khusus dalam fiqh Islam termasuk bagian dari fiqh muamalah. Sementara Asmuni & Mujiatun (2013) mengemukakan bahwa hukum bisnis syariah memiliki tiga sumber utama yakni Al Quran, as-Sunnah (Al-Hadits Ash-Shahih), dan Metode Ijtihad. Di bawah ini merupakan penjelasan dari sumber hukum bisnis islam:

---



Gambar 1.1. Sumber Hukum Bisnis Syariah

Berdasarkan gambar di atas, sumber hukum bisnis syariah ada 3 (tiga) hal, yaitu yang pertama adalah bersumber dari Al-Qur'an Karim, yang kedua adanya dukungan dari as-sunnah yaitu al-hadits kemudian yang ke tiga adalah metode ijtihad dibentuk. Badan usaha bisnis syariah menggunakan metode hukum yang disusun sesuai dengan aturan syariah, yakni memperhatikan landasan yang utama yaitu Al-Qur'an dan didukung oleh hadits yang shahih sebelum akhirnya pembentukan aturan yang sah dengan metode Ijtihad. Al-Qur'an menjadi dasar yang shahih dari semua hukum Islam yang ada,

1. Al-Qur'an sebagai sumber hukum bisnis syariah

Al-Qur'an merupakan sumber hukum yang pertama. Artinya, dalam menetapkan hukum hendaklah dicari ketentuannya dalam al-Quran. Ketentuan yang berdasarkan atas Al-Qur'an kemudian didukung dengan adanya hadits shahih, dimana kedua hal tersebut membentuk pondasi yang kuat sebelum akhirnya ditutup dengan metode ij'tihad. Metode ijtihad. Allah SWT menyatakan dalam Al-Qur'an surah an-Nisa ayat 59:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ  
فَإِن تَنَزَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِن كُنتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ  
وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

59. Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al Quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.

Berdasarkan ayat diatas, maka jelas sudah ketentuan yang harus diperhatikan dalam membuat aturan terkait hukum Islam, agar dalam penerapannya sesuai dengan syariah serta terciptanya kebenaran yang adil dan tercapainya masalah.

## 2. As-Sunnah sebagai sumber hukum bisnis syariah

As-Sunnah kedudukannya adalah sebagai sumber hukum kedua setelah al-Quran. Artinya, jika tidak ada ketetapan hukum dalam al-Quran, dicari ketentuannya dalam as-Sunnah. Jual beli secara umum dihalalkan oleh al-Quran, tetapi as-sunnah ada menjelaskan bahwa jual beli ada yang dilarang seperti jual beli yang di dalamnya ada unsur tipu daya, jual beli barang-barang haram dan lain-lain.

## 3. Ijtihad sebagai sumber hukum bisnis syariah

Kedudukan ijtihad adalah sebagai salah satu metodologi penetapan hukum Islam. Ijtihad boleh digunakan setelah tidak ada menemukan hukum dalam al-Quran dan as-Sunnah. Adapun metode ijtihad menurut Miswanto (2018) yang menjadi patokan dalam hukum Islam, yaitu yang *Pertama* adalah Ijma'(kesepakatan seluruh *Mujtahid* Islam). *Kedua* Qiyas (sebuah prinsip untuk menerangkan hukum yang terkandung dalam Al-Qur'an atau ketetapan sunnah pada permasalahan yang tidak

jelas ketetapannya di dalam kedua sumber hukum Islam tersebut). *Ketiga* Istishan (memindahkan hukum masalah karena adanya suatu dalil khusus dari Al-Qur'an dan as-sunnah) *Keempat* Istishlah /Maslahah Mursalah (pembinaan atau penetapan hukum berdasarkan masalah/kebaikan, kepentingan yang tidak ada ketentuannya dalam syar'a, baik itu dari ketentuan umum maupun ketentuan khusus). *Kelima* 'Urf (sikap saling pengertian dan kesepakatan diantara manusia, yang lebih kepada kesepakatan terhadap suatu perbuatan oleh suatu masyarakat) *Keenam* Istishab (menetapkan hukum sesuatu menurut keadaan yang terjadi sebelumnya sampai ada dalil yang merubahnya dengan penanggapan lain) *Ketujuh* Syar'u man Qablana. *Kedelapan* Manhaj Sahabat Nabi (pendapat atau fatwa sahabat Nabi SAW tentang suatu kasus yang tidak jelas hukumnya secara tegas di dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits).

Dalam penerapannya, setiap kegiatan ekonomi yang berjalan khususnya dalam bisnis syariah, haruslah mengandung 7 nilai syariah dalam bisnis yaitu:

a. *Shiddiq*

Sifat jujur yang ditanamkan dalam setiap pelaku bisnis khususnya berlandaskan syariah ini nanti yang akan membawa pelaku bisnis tersebut untuk bisa mendapatkan kepercayaan dari rekan bisnis yang loyal, sehingga kuat kemungkinan bisnis yang dijalankan akan bertahan dalam kurun waktu yang lama.

b. *Istiqomah*

Istiqamah dalam suatu perusahaan tercermin dari konsistensi, komitmen dan loyalitas perusahaan tersebut dalam melakukan kegiatan bisnis syariah.

c. *Tabligh*

Sikap transparansi dan terkontrol baik dari segi organisasi maupun keuangan, edukatif dan

komunikatif dalam memanager kelompok organisasi menjadi kunci bagaimana perusahaan dapat membawa bisnis syariah dengan baik.

d. *Amanah*

Dapat dipercaya dan menjaga tanggung jawab merupakan hal yang krusial dalam menjalankan bisnis syariah. Hal ini tak terlepas dari dalam setiap bisnis pasti berhubungan dengan pihak lain, sangat penting menjaga kepercayaan, reputasi, dan kredibilitas dengan pihak lain atau mitra kerja dalam menjalankan bisnis agar keberkahan dalam menjalankan bisnis syariah dapat terjaga.

e. *Fathanah*

Fathanah dapat diartikan sebagai intelektual atau kecerdasan, hal ini berkaitan dengan prinsip kebijaksanaan, kompeten, dan profesional dalam menjalankan bisnis syariah. Tiap insan yang menjalankan bisnis haruslah memahami penuh tugas dan kewajibannya agar langkah-langkah yang diambil dalam menjalankan bisnis selalu tepat dan sesuai syariah yang berlaku.

f. *Ri'ayah*

Ri'ayah mencerminkan semangat solidaritas, kepedulian dan empati dalam menjalankan bisnis. Pelaku bisnis syariah seyogyanya tidak hanya memikirkan keuntungan dalam bisnis namun juga kepedulian dan empati, baik pada mitra kerja, karyawan, sampai lingkungan.

g. *Mas'uliyah*

Tanggungjawab atau responsibilitas menjadi hal yang penting dalam menjalankan bisnis syariah. Dengan memegang teguh tanggung jawab dalam berbisnis maka pebisnis tidak akan merugikan pihak lain.

## **Badan Usaha Bisnis Syariah**

Makin populernya bisnis syariah di masyarakat Indonesia beriringan pula dengan makin beragamnya jenis badan usaha bisnis syariah yang berkecimpung di beragam bidang bisnis seperti perdagangan, agen perjalanan, perbankan, kuliner, sampai kosmetik.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menyebutkan bahwa badan usaha adalah sekumpulan orang dan modal yang mempunyai perdagangan atau dunia usaha/perusahaan. Sementara Murti Sumarni (1997) menjelaskan bahwa badan usaha adalah sebuah unit kegiatan produksi yang mengolah sumber daya ekonomi untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan tujuan memperoleh keuntungan dan memuaskan kebutuhan masyarakat.

Badan usaha dalam Islam dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis, yaitu badan usaha perorangan (tjjaratun fardiyah), usaha bersama (patnership/syirkah), dan perusahaan bisnis negara.

### **1. Usaha Perseorangan (Tjjaratun Fardiyah)**

Djakfar (2009) menyampaikan bahwa Islam membenarkan adanya hak milik pribadi dengan melalui usaha yang sah (legal). Islam menghargai dan memberikan kompetensi pada pemiliknya untuk mengambil inisiatif dalam mengelola dan mengatur agar usaha yang dibangun bisa berkembang.

Jenis badan usaha ini menuntut pemilik usaha benar-benar memahami strategi bisnis serta memiliki kekuatan mandiri dalam menyediakan modal usaha. Kendati dimiliki perseorangan secara penuh, namun usaha yang dijalankan haruslah sesuai dengan syariah Islam.

### **2. Usaha Bersama (Partnership/Perseroan/Syirkah)**

Islam mengenal usaha bersama atau kerja sama dua orang atau lebih untuk melakukan sebuah usaha yang disebut dengan istilah syirkah. Mengenai bentuk usaha syirkah ini, Mahmud Syaltut berpendapat

bahwa syirkah merupakan hal yang baru karena belum dikenal oleh fuqaha zaman dahulu. Djakfar (2009) menerangkan 6 (enam) ragam syirkah yang dikenal akhir-akhir ini dalam Islam, yaitu:

- a. Syirkah 'abdan, yakni syirkah yang berbentuk kerja sama antara dua orang atau lebih untuk melakukan suatu usaha/pekerjaan yang hasilnya/upahnya dibagi antara mereka menurut perjanjian, misalnya usaha konveksi, bangunan, dan sebagainya. Abu Hanifah dan Malik membolehkan syirkah ini, sedangkan Syafi'i melarangnya.
- b. Syirkah muwafadhah, yakni kerja sama antara dua orang atau lebih untuk melakukan suatu usaha dengan modal uang atau jasa dengan syarat sama modalnya, agamanya, mempunyai wewenang melakukan perbuatan hukum dan masing-masing berhak bertindak atas nama syirkah. Para imam mazhab melarang syirkah muwafadhah ini, kecuali Abu Hanifah yang membolehkannya.
- c. Syirkah wujuh, yakni kerja sama antara dua orang atau lebih untuk membeli sesuatu tanpa modal uang, tetapi hanya berdasarkan kepercayaan para pengusaha dengan perjanjian profit sharing (keuntungan dibagi antara mereka sesuai dengan bagian masing-masing). Ulama Hanafi dan Hambali membolehkan syirkah ini, sedangkan ulama Syafi'i dan Maliki melarangnya, karena menurut mereka syirkah hanya boleh dengan uang atau pekerjaan, sedangkan uang dan pekerjaan tidak terdapat dalam syirkah ini.
- d. Syirkah inan, yakni kerja sama antara dua orang atau lebih dalam permodalan untuk melakukan suatu bisnis atas dasar profit and loss sharing (membagi untung dan rugi) sesuai dengan jumlah modalnya masing-masing. Syirkah semacam ini disepakati oleh ulama tentang bolehnya (ijma' ulama).



- e. Syirkah Mudharabah, yakni perseroan yang disebut juga dengan qiradh. Yakni apabila ada badan dengan harta melebur untuk melakukan suatu syirkah (perseroan). Dengan kata lain, ada seseorang memberikan hartanya kepada pihak lain yang digunakan untuk bisnis, dengan ketentuan keuntungan (laba) yang diperoleh akan dibagi oleh masing-masing pihak sesuai dengan kesepakatan. Hanya saja, ketika terjadi kerugian dalam syirkah ini, kerugiannya tidak dialamatkan kepada pihak-pihak yang melakukan syirkah, namun dikembalikan kepada ketentuan syara'.
  - f. Paroan perkebunan (Musaqah) adalah termasuk syirkah di mana pemilik kebun memberikan hak pemeliharaan atas kebunnya, sedangkan hasil dibagi menurut akad. Musaqqah terbagi dua macam yaitu muzara'ah yaitu mengelola tanah orang dengan memperoleh sebagian hasilnya. Paroan sawah atau ladang,  $\frac{1}{2}$  atau  $\frac{1}{3}$  yang bibitnya dari pemilik tanah. Sedangkan yang kedua, mukhabarah, yakni paroan sawah atau ladang  $\frac{1}{2}$  atau  $\frac{1}{3}$  yang bibitnya dari yang mengelola tanah. Pembagian hasil hendaknya ditentukan seperberapa bagian masing-masing, seperti  $\frac{1}{2}$ ,  $\frac{1}{3}$ , dan seterusnya dari hasil bersih supaya tidak ada pihak yang dirugikan.
3. Perusahaan Bisnis Negara

Pada negara berkembang lazim negara memiliki aset perekonomian guna memasok dan menyediakan kebutuhan masyarakat. Djakfar (2009) memaparkan bahwa di negara-negara Islam modern, seperti halnya di Kuwait, Departemen Keuangan Kuwait menguasai 49%, sedangkan di Bank Islam Dubai, negara memasok (menguasai) 20% dari produk perusahaan. Selebihnya, negara bertanggung jawab untuk mengatur (legulator) dan mendistribusikannya untuk kepentingan rakyat.

Di Indonesia sendiri perusahaan bisnis negara ini lazim disebut dengan Badan Usaha Milik Negara atau

---

BUMN. Contoh BUMN dan perannya antara lain PT Perusahaan Listrik Negara (PLN) yang berperan menyediakan serta memberikan subsidi kebutuhan masyarakat berupa listrik serta PT Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara (Pertamina) yang juga memiliki peran untuk menyediakan serta memberikan subsidi kebutuhan masyarakat berupa bahan bakar kendaraan maupun gas. BUMN ini sendiri selain untuk memasok dan menyediakan kebutuhan masyarakat juga memiliki peran melakukan antisipasi atau kontrol atas pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh sektor swasta.

### **Perkembangan Bisnis Syariah**

Perkembangan bisnis dari waktu ke waktu menjadi bagian penting yang tak terpisahkan dari masyarakat. Di Indonesia, aktivitas bisnis juga dikenal dengan istilah dagang. Hal tersebut tercantum pada Kitab Undang-Undang Hukum Dagang Stbl 1938 No.276. Dagang atau berdagang dijelaskan sebagai aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk memperoleh laba yang dilakukan sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan masyarakat.

Merujuk definisi bisnis dari Richard D Steade, James R. Lowry, and Roymond E.Glos, Misno (2021) menyebut bahwa bisnis adalah kegiatan industri dan komersial yang menyediakan barang atau jasa sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas hidup.

Bisnis pun berkaitan erat dengan perkembangan ekonomi di masyarakat. Di Indonesia perkembangan ekonomi pun berjalan seiring dengan perkembangan zaman dan makin bervariasi. Salah satu yang makin populer dalam masyarakat adalah bisnis syariah yang berlandaskan hukum dan prinsip Islam. Asmuni & Mujiatun (2013) menyatakan bahwa 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. Tegasnya,

Berbisnis menurut ketentuan syariah tidak boleh bebas dari ketentuan syariat dan harus dibedakan antara halal dan haram atau yang hak dan yang batil tidak boleh dicampuradukkan. Dalam melakukan bisnis yang sesuai dengan aturan syariah, maka tidak hanya melakukan kegiatan dengan mengharap keuntungan saja, akan tetapi juga harus memperhatikan akad, kehalalan produk, akhlak dan etika dalam berbisnis haruslah sesuai dengan hukum syariat Islam.

Bisnis syariah belakangan ini pun makin berkembang di Indonesia diantaranya di bidang keuangan dalam bentuk perbankan syariah, *baitul mal wat tamwi* (BMT), serta produk investasi seperti saham, reksa dana, dan surat berharga berjangka. Selain itu marak pula bisnis syariah yang merambah bidang usaha lain seperti kosmetik halal, kuliner halal sampai produk pakaian islami.

#### 1. Perbankan Syariah

Perbankan syariah berkembang dengan pesat di Indonesia sejak kehadiran Undang-Undang no.10 tahun 1998 menyatakan bahwa Bank Indonesia mengakui keberadaan bank syariah (Bank Muamalat) dan bank konvensional diperkenankan untuk membuka KC syariah (Bank Danamon Syariah, Bank Mega Syariah, BCA Syariah serta Bank Syariah Indonesia (BSI) yang merupakan merger dari BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Mandiri syariah). Model bisnis Perbankan Syariah ini harus menjalankan prinsip dan etika bisnis sesuai syariat Islam sebagai identitas pembeda dari bank konvensional.

#### 2. Baitul mal wat tamwi (BMT)

BMT merupakan lembaga atau organisasi usaha mandiri sejenis koperasi yang menjalankan kegiatan komersi dan sosial. BMT umumnya memiliki misi untuk mengembangkan kegiatan usaha yang bersifat produktif di kalangan masyarakat dengan maksud

untuk memajukan perkonomian masyarakat khususnya para masyarakat kecil dan pelaku usaha kecil. Berbeda dengan koperasi yang menerapkan sistem bunga pada kegiatan usahanya, BMT menerapkan prinsip syariah dalam kegiatannya seperti akad berbasis bagi hasil, jual beli, dan juga pembiayaan.

### 3. Produk investasi

Kesadaran investasi masyarakat Indonesia mulai meningkat mengikuti era digital dan perkembangan global. Beragam produk investasi pun mulai dilirik, salah satunya adalah produk investasi syariah seperti saham syariah, sukuk syariah, sampai reksa dana syariah. Produk investasi syariah tersebut dalam penerapannya diharuskan telah memenuhi prinsip syariah dan telah diakui validitasnya oleh Pasar Modal Indonesia.

### 4. Produk barang dan jasa syariah

Dewasa ini mulai marak pelaku bisnis yang menjalankan prinsip syariah dan mengutamakan label dan klaim halal pada produknya. Selain karena faktor masyarakat di Indonesia yang mayoritas muslim, menjalankan prinsip syariah dalam menjalankan usaha dianggap lebih memberikan keberkahan dalam usaha yang dijalankan. Beragam produk dan jasa syariah pun mulai menjamur dan dapat menjadi pilihan bagi masyarakat seperti kosmetik halal, produk kuliner halal, produk fashion islami, paket wisata halal, hotel dan penginapan syariah sampai pendirian lembaga kursus dan sekolah islami.

## **Kesimpulan**

Hukum badan usaha bisnis syariah adalah kegiatan ekonomi yang sifat dan penerapannya mengandung aturan dan nilai Islam yang harus diperhatikan dan dilaksanakan guna terciptanya masalah yang tidak hanya di dunia tapi juga ancaman hukuman yang akan ditanggung di akhirat. Hukum bisnis syariah bersifat

fleksibel untuk digunakan serta tidak terbatas keadaan, tempat dan waktu.

Itulah sebabnya mengapa hukum bisnis Islam berbeda dengan hukum bisnis lainnya, dimana tidak hanya membahas hukum secara lahiriyah (*dhahir*), tetapi juga memperhatikan bathiniyah.

### **Rangkuman**

Dalam kehidupan bermasyarakat yang majemuk baik itu secara agama, ras, suku dan budaya, pelaku kegiatan ekonomi dan bisnis di Indonesia harus memperhatikan aspek hukum dan aturan dalam melakukan kegiatan ekonomi di bidang bisnis syariah. Bisnis syariah bergerak mengikuti hukum yang sesuai dengan kaidah Islam di Indonesia menjadi salah satu bisnis yang mengikuti era digital dan perkembangan global. Sumber hukum bisnis syariah ada 3 (tiga) hal, yaitu yang pertama adalah bersumber dari Al-Qur'an Karim, yang kedua adanya dukungan dari as-sunnah yaitu al-hadits kemudian yang ke tiga adalah metode ijtihad. Berbisnis menurut ketentuan syariah di bidang keuangan dalam bentuk perbankan syariah, baitul mal wat tamwi (BMT), produk investasi seperti saham, reksa dana, dan surat berharga berjangka, serta pengembangan usaha bisnis di bidang kosmetik halal, kuliner halal dan fashion muslim.

**Daftar Pustaka**

Al-Quran Karim

Undang-Undang Dasar 1945

Dr. Abdurrahman Misno B.P., M.E.I (2021). *Hukum Bisnis Islam*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.

H. M. Mawardi Muzamil, SH, SE, MM, SpN dan Anis Mashdurohatun, SH, M.Hum (2014). *Perbandingan Sistem Hukum (Hukum Barat, Adat Dan Islam)*. Semarang: Madina Semarang.

Mahkamah Agung Republik Indonesia Direktorat Jenderal Badan Peradilan Agama (2011). *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Edisi Revisi*. Jakarta: Mahkamah Agung Republik Indonesia Direktorat Jenderal Badan Peradilan Agama.

Agus Miswanto, S.Ag., MA (2018). *Ushul Fiqh.: Metode Ijtihad Hukum Islam*. DI Yogyakarta: Magnum Pustaka Utama.

Murti Sumarni (1997). *Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.

Prof. Dr. H. Asmuni, MA dan Hj. Siti Mujiatun, SE, MM (2013). *BISNIS SYARIAH: Suatu Alternatif Pengembangan Bisnis yang Humanistik dan Berkeadilan*. Medan: Perdana Publishing.

Rosdalina. 2017. *Buku Ajar Hukum Adat*. Yogyakarta: Deepublish.

Zaka Firma Aditya dan Rizkisyabana Yulistyaputri (2019). *Romantisme Sistem Hukum Di Indonesia : Kajian Atas Kontribusi Hukum Adat Dan Hukum Islam Terhadap Pembangunan Hukum Di Indonesia*. Jakarta: Jurnal Rechts Vinding Media Pembinaan Hukum Nasional.

Dr. H. Muhammad Djakfar, S.H., M.Ag (2009). *Perusahaan dalam perspektif Islam*. Malang: UIN-Malang Press.

### **Profil Penulis**



#### **Ullya Nindyningtyas**

Penulis memiliki ketertarikan pada bidang sejarah dan perkembangan ekonomi Islam di dunia dari masa ke masa. Karena hal tersebut, selepas menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas, penulis memilih melanjutkan pendidikan di jurusan Program Studi S1 EKONOMI ISLAM UNIVERSITAS AIRLANGGA pada tahun 2011 dan berhasil lulus pada tahun 2016. Satu tahun berselang, penulis melanjutkan studi ke tingkat PASCASARAJANA S2 EKONOMI ISLAM UNIVERSITAS AIRLANGGA dan berhasil lulus dengan predikat *cum laude* pada tahun 2019 dengan judul tesis PENGARUH RELIGIOUS BELIEF, BRAND IMAGE DAN PERSEPSI LABEL HALAL TERHADAP NIAT BELI ULANG KOSMETIK HALAL DI SEKOLAH PASCASARJANA UNIVERSITAS AIRLANGGA SURABAYA.

Saat ini penulis aktif menjadi dosen pengajar pada bidang ilmu ekonomi dan manajemen di Universitas Islam Kadiri. Penulis pun terus berupaya aktif sebagai peneliti di bidang ekonomi Islam dengan senantiasa melakukan penelitian serta aktif menulis baik dalam bentuk artikel, karya ilmiah, jurnal maupun buku sebagai bentuk pengabdian pada masyarakat serta kontribusi positif pada bangsa dan negara.

Email Penulis: [ullyanindyan@gmail.com](mailto:ullyanindyan@gmail.com)

## MEMPERSIAPKAN SUMBER DAYA INSANI (SDI)

**Iswatul Hasanah, S.E.I., M.E.**

Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Al-Anwar Bangkalan

### Islam dan Sumber Daya Manusia

Islam menempatkan manusia pada posisi yang paling tinggi derajatnya di antara makhluk lain. Pada hakikatnya manusia dipandang istimewa karena ia dianugerahi akal pikiran yang membuatnya mampu menganalisa perkara benar (*haq*) dan salah (*bathil*). Selain itu manusia diciptakan dengan bentuk tubuh yang sempurna seperti disebutkan dalam Firman Allah SWT Surat At-Tin, ayat 4:

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَن تَقْوِيمٍ

Artinya: *Sungguh, Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk sebaik-baiknya.*

Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 30 menyebutkan manusia memiliki tanggung jawab sebagai "*Khalifah fil Ard*":

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Artinya: *Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, "Aku hendak menjadikan khalifah di bumi". Mereka berkata "Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah disana,*



*sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?” Dia berfirman, “Sungguh, Aku mengetahui apa yang tidak kau ketahui.*

Kata “Khalifah” mengandung makna pengganti, pemimpin atau penguasa sehingga manusia ditempatkan sebagai wakil Allah SWT untuk memberdayakan sumber daya alam di bumi agar bermanfaat untuk dirinya sendiri dan makhluk hidup lainnya.

Manusia di dalam Al-Qur’an disebut dengan 5 istilah yaitu “Basyar, Ins, Naas, Bani Adam, dan Insan”. Al-Qur’an menggunakan kata “Basyar” sebanyak 35 kali, Kata “Ins” selalu disandingkan dengan "jin" disebutkan sebanyak 18 kali, Bani adam disebutkan 7 kali, kata “Naas” disebutkan 241 kali, dan kata “Insan disebutkan sebanyak 65 kali. Secara spesifik terdapat satu surat yang mengandung arti manusia di dalam al-Qur’an yaitu Surat Al-Insan. Penggunaan kata Insan lebih tepat digunakan pada manusia sebagai pemikul amanah atau tanggung jawab di bumi. Kata insan juga ditujukan agar manusia berpredikat sebagai “Insan Kamil” yaitu manusia mulia yang dikaruniai ilmu pengetahuan sehingga mampu mendorongnya untuk berpikir, berimajinasi dan berinovasi selain beribadah kepada Allah SWT.

Menurut Al-Attas (2010), manusia disebut Insan karena setelah bersaksi akan kebenaran perjanjian yang menuntutnya untuk memenuhi perintah dan larangan Allah SWT, ia lupa (*nasiya*) memenuhi kewajiban dan tujuan hidupnya itu.

إِنَّمَا سَمِّيَ الْإِنْسَانُ إِنْسَانًا لِأَنَّهُ عَاهَدَ إِلَيْهِ فَنَسِيَ

*Sesungguhnya manusia disebut insan karena setelah berjanji dengan-Nya, ia lupa (nasiya).*

Sifat lupa melekat pada diri manusia sehingga menyebabkan ia terjerumus pada perbuatan dosa. Namun demikian akal yang telah dianugerahkan kepadanya memberi manusia pilihan perbuatan apa yang hendak dipilihnya. Semuanya diserahkan kepada manusia itu sendiri.

Islam sebagai agama *syumuliyah* telah mengatur segala sesuatu untuk tujuan maslahat bagi manusia. Islam dijadikan *Way of Life* karena telah terbukti ajarannya kongkrit, layak untuk dijadikan pedoman untuk menuju *falah*. Cakupan Islam terdiri dari 3 aspek yaitu: Aqidah (*Faith*), Syariah (*Sharia*) dan Akhlak (*Morality*).

### 1. Aqidah

Secara etimologi Aqidah berasal dari Bahasa Arab *'aqada-ya'qidu-'aqdan* bermakna ikatan. Secara terminologi Aqidah adalah suatu keyakinan bahwa Allah SWT adalah Tuhan seluruh alam yang menciptakan segala sesuatu di bumi. Memurnikan tauhid dengan mempercayai seutuhnya bahwa tidak ada satupun yang berhak disembah selain Allah Azza wa Jalla. Mengimani dengan pasti bahwa Allah SWT berkuasa dan mampu melaksanakan apapun yang menjadi kehendakNya, serta mempercayai adanya Malaikat-malaikat-Nya, Rasul-rasul-Nya, Kitab-kitab-Nya, mengimani hari akhir serta qada'dan qadar (ketetapan-Nya).

### 2. Syariah

Syariah merupakan aturan-aturan dan hukum-hukum yang telah Allah SWT gariskan dan wajib ditaati oleh setiap muslim. Syariah berisi perintah dan larangan yang dibebankan kepada manusia yang menjadikannya penghubung dengan Allah SWT.

Aqidah bersifat konstan, sedangkan syariah mengalami perkembangan mengikuti zaman atau bersifat dinamis. Syariah atau aturan ini dirumuskan oleh ulama menjadi suatu ilmu yang disebut Fiqih. Fiqih ini kemudian diatur lebih spesifik dengan segala macam bidangnya seperti Fiqih Ibadah, Fiqih Mu'amalah, Fiqih Munakat dan Fiqih Jinayat. Sifat syariah yang dinamis bukan berarti Islam tidak konsisten dengan peraturannya, akan tetapi seiring perkembangan zaman manusia mengalami evolusi yang mengakibatkan suatu hukum akan sulit untuk dikerjakan sehingga sifat dinamis syariah mengantarkan pada kemudahan manusia untuk

menjalankan aturan Islam itu sendiri. Sesuai dengan Firman Allah (QS. Al-Baqarah 2:185) yang menyatakan bahwa Islam menghendaki kemudahan bukan malah menyulitkan penganutnya.

### 3. Akhlak

Akhlak adalah perangai atau kepribadian yang timbul dari dalam diri manusia yang sifatnya berkelanjutan. Menurut Alma (2014) kata akhlak selalu berkonotasi positif, yaitu orang yang baik seringkali disebut dengan orang yang berakhlak sedangkan orang yang buruk dimaknai tidak berakhlak.

Islam sangat memperhatikan masalah akhlak. Akhlak terpuji (*mahmudah*) adalah tujuan dari adanya aqidah dan syariah. Ketiga aspek Islam yaitu aqidah, syariah dan akhlak tidak dapat dipisahkan satu dengan lainnya. Iman sebagai pondasi manusia yang harus kokoh, keimanan tersebut direalisasikan dengan pengamalan syariah yang pada akhirnya akan menciptakan akhlak mulia. Aqidah menunjukkan kebenaran Islam, Syariah menunjukkan keadilan Islam dan Akhlak menunjukkan keindahan Islam (Karim, 2013).

### **Karakteristik Sumber Daya Insani**

Manusia (*Man*) merupakan sumber daya utama dalam Bisnis. Adanya faktor lain seperti modal (*Equity*), tanah (Sumber Daya Alam), teknologi dan Informasi (IT) merupakan aspek sekunder dalam tercapainya suatu tujuan bisnis. Pada hakikatnya hanya manusia yang mampu menggabungkan semua aspek tersebut hingga *goal* suatu perusahaan tercapai.

Sumber Daya Insani (SDI) dapat diartikan sebagai seseorang yang dipekerjakan pada suatu institusi atau perusahaan yang menjadi kunci utama keberhasilan organisasi. Adapun karakteristik Sumber Daya Insani adalah sebagai berikut:

## 1. Takwa

Berbagai informasi tentang perilaku manusia saat ini menunjukkan dekadensi moral. Seringkali manusia melakukan perbuatan tercela seperti korupsi, pelecehan, pemerkosaan, pembunuhan, pencurian, pembegalan dan lainnya. Hal ini disebabkan karena tak ada takwa dalam jiwa manusia tersebut. Takwa adalah suatu sikap yang tertanam dalam diri manusia untuk selalu melaksanakan perintah Allah SWT dan menjauhi segala laranganNya. Takwa menjadikan manusia mulia. Takwa mendorong manusia untuk selalu berbuat baik dan meninggalkan kemaksiatan. Dengan takwa, SDI akan merasakan bahwa ia dalam pengawasan Allah SWT.

## 2. Jujur

Jujur merupakan sikap terpuji yang harus dimiliki oleh manusia. Rasulullah SAW mencapai kesuksesan dalam berbisnis dan berdakwah karena memiliki sifat jujur hingga beliau dijuluki *Al-Amiin*. Hal ini harus dicontoh oleh SDI agar memperoleh keberkahan dalam kegiatan ekonomi dan mendapatkan kesuksesan.

## 3. Tanggung jawab (Amanah)

Tanggung jawab (amanah) merupakan aspek fundamental yang harus dimiliki oleh setiap SDI. Setiap individu lebih memperhitungkan orang yang memiliki tanggung jawab daripada yang tidak memiliki tanggung jawab. Pihak organisasi atau perusahaan akan melihat seberapa besar tanggung jawab karyawan dalam melaksanakan tugasnya. Tanggung jawab menunjukkan kredibilitas setiap insan.

## 4. Disiplin

Disiplin merupakan suatu bentuk sikap menghargai waktu. Disiplin menjadikan hidup manusia lebih terkonsep. SDI yang memiliki sikap disiplin mampu mengelola dirinya untuk lebih maju. Sikap disiplin mendorong setiap manusia menuju kesuksesan.

5. Konsisten Belajar

Seyogyanya setiap manusia memiliki mental untuk selalu belajar dan mengembangkan potensinya. Karena perubahan zaman menuntut adanya inovasi dan kreativitas dari manusia. Seseorang yang stagnan dan tidak mau belajar serta puas dengan apa yang dimilikinya maka akan tertinggal dengan manusia yang selalu ingin tahu dan banyak belajar. Maka setiap SDI harus menjadikan dirinya konsisten dalam belajar dan mengembangkan ilmu pengetahuan.

6. Etos kerja

Islam mengajarkan manusia untuk bersemangat dalam mencari rezeki. Bekerja di dalam Islam bukan semata-mata ditujukan untuk mencari uang dan memenuhi segala kebutuhan hidup. Lebih dari itu, Islam menjadikan kerja sebagai sarana Ibadah kepada Allah SWT. Manusia yang bekerja kedudukannya lebih mulia dibandingkan manusia yang bermalasan menunggu rezeki datang. Manusia dianugerahi akal pikiran dan bentuk tubuh yang sempurna agar memaksimalkan seluruh potensi yang dimilikinya untuk bekerja. Bekerja yang diniatkan untuk ibadah akan memperoleh ridho Allah SWT dan mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Dengan bekerja manusia terhindar dari sifat meminta-meminta. Bekerja menunjukkan manusia bisa hidup mandiri dan tidak bergantung kepada orang lain.

7. Simpati dan empati

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat hidup sendiri. Bukan hanya dalam bermasyarakat, dalam dunia kerja rasa simpati dan empati sangatlah dibutuhkan. Saling menghargai sesama dan peduli terhadap orang lain mencerminkan akhlak mulia. Sumber Daya Insani dalam suatu instansi atau organisasi hendaknya memiliki rasa simpati dan empati agar nyaman dalam bekerja sehingga tercipta rasa kekeluargaan dalam lingkungan kerja.

## 8. Profesional

Setiap manusia dituntut untuk profesional dalam bekerja. Mengenai profesionalisme bekerja Rasulullah SAW bersabda dalam sebuah hadits berikut:

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يُجِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُثِقَنَهُ

Artinya: *dari Aisyah r.a.. sesungguhnya Rasulullah SAW bersabda: "Sesungguhnya Allah SWT mencintai seseorang yang apabila bekerja, mengerjakannya secara profesional"* (HR. Thabrani, No. 891, Baihaqi No.334).

Profesional diartikan sebagai pengerahan seluruh perhatian dan tanggung jawab terhadap pekerjaan yang ditekuninya. Ia bekerja dengan penuh amanah dan selalu berusaha meningkatkan kualitas kerjanya. Sumber Daya Insani yang professional akan mendorongnya pada kesuksesan.

## 9. Syukur dan Sabar

Ujian diberikan kepada manusia agar mereka merasakan nikmatnya bersabar dan bersyukur. Dalam bekerja SDI hendaknya bersyukur ketika memperoleh rezeki. Dan bersabar ketika belum mendapatkan upah atau gaji dari jerih payahnya. Dengan sabar dan syukur manusia selalu diliputi oleh kebahagiaan yang hakiki.

## 10. Tawakkal

Karakteristik yang terakhir bagi SDI adalah tawakkal. Tawakkal bukan diartikan dengan diam tanpa berusaha. Tawakkal merupakan rangkaian akhir dari proses pencarian rezeki setelah melalui proses bekerja dan berdoa. SDI harus meyakini bahwa Allah SWT yang menentukan hasil akhir dari usahanya. Dengan tawakkal manusia akan diberikan jalan keluar dan diberikan rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka (QS. At-Talaq 65: 2-3)

## **Strategi Penyiapan Sumber Daya Insani**

Perkembangan ekonomi dan bisnis syariah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan secara signifikan. Potensi pasar halal global tumbuh seiring dengan meningkatnya permintaan produk halal. Pada tahun 2021, Indonesia menempati peringkat pertama dalam *Islamic Finance Country Index* (IFCI). IFCI merupakan indeks yang mengukur kondisi perkembangan industri keuangan dan perbankan syariah terhadap perannya dalam konteks nasional suatu negara (Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah Tahun 2021). Hal ini penting untuk dipertahankan mengingat kemajuan suatu negara dilihat dari perkembangan bisnisnya (Kasmir, 2012).

Salah satu hal krusial untuk memajukan dunia Bisnis Syariah yaitu dengan menyiapkan Sumber Daya Insani yang kompeten dalam bidangnya. Untuk mewujudkan hal tersebut diperlukan adanya integrasi antara Lembaga Pendidikan dan Lembaga Bisnis Syariah baik itu Perbankan Syariah maupun industri keuangan syariah dan lainnya. Adanya Program Studi Ekonomi Syariah di berbagai Perguruan Tinggi di Indonesia saat ini telah mencerminkan adanya perhatian besar masyarakat dalam mengembangkan Ekonomi Syariah. Hal ini tentu saja membawa ‘angin segar’ bagi Industri Keuangan Syariah. Namun fenomena yang terjadi supply SDI saat ini tidak memenuhi kriteria Industri Syariah.

Menurut Siswanto (2020) permasalahan yang muncul pada SDI di Indonesia disebabkan oleh 3 faktor yaitu:

1. Adanya ketidaksesuaian kurikulum mahasiswa di Perguruan Tinggi dengan kebutuhan Lembaga Syariah
2. Kurangnya pemahaman Sumber Daya Insani terhadap prinsip atau nilai-nilai syariah yang menjadi dasar operasional Lembaga Keuangan Syariah
3. Kurangnya kerjasama antara lembaga syariah dengan berbagai institusi pendidikan yang memiliki Program Studi Ekonomi Syariah

Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa realitas SDI saat ini dikategorikan menjadi 2 bagian yaitu:

1. Pemahaman terhadap ilmu syariah namun tidak menguasai ilmu manajemen operasional atau ilmu ekonomi umum
2. Penguasaan terhadap ilmu ekonomi dan manajemen namun tidak memahami ilmu syariah

Untuk permasalahan tersebut seharusnya kampus membuat program simulasi seolah-olah di Industri (Misno, 2020). Sehingga nantinya lulusan Program Studi Ekonomi Syariah sudah siap dengan operasional industri syariah. Beberapa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah sudah memiliki Bank Mini Syariah yang dijadikan sebagai latihan dasar bagi mahasiswa untuk mengelola keuangan sesuai dengan prinsip syariah. Bank Mini Syariah tersebut juga sebagai media latihan atau simulasi mahasiswa jurusan atau fakultas Ekonomi Syariah yang nantinya akan terjun kedalam Lembaga Keuangan Syariah. Program magang mahasiswa pada Lembaga Keuangan Syariah juga diharapkan lebih efektif sebagai media pembelajaran mahasiswa. Sehingga nantinya ketika akan melamar pekerjaan pada industri syariah mereka sudah siap secara mental dan pengalaman. Selain itu perlu diterapkan adanya kerjasama antara perguruan tinggi dan industri syariah yang nantinya keduanya akan memperoleh benefit masing-masing. Industri syariah dapat memperoleh Sumber Daya Insani yang siap pakai dan akan menambah *value* bagi Perguruan Tinggi dengan adanya MOU. Selain itu mahasiswa dapat membuat penelitian yang nantinya ditujukan untuk perkembangan industri syariah, kerjasama tersebut juga mempermudah mahasiswa mendapatkan data untuk penelitian guna meningkatkan nilai dan kompetensinya.

Bank Indonesia sebagai Bank Sentral telah melakukan beberapa upaya untuk mengembangkan Sumber Daya Insani di Indonesia, beberapa diantaranya yaitu:



- a. Menyelenggarakan program sertifikasi Bank Syariah bekerjasama dengan Lembaga Sertifikasi Profesi
- b. Melakukan kerjasama dengan lembaga pendidikan untuk mendesain dan menyelenggarakan program pelatihan bagi Sumber Daya Insani Bank Syariah
- c. Memerintahkan Bank Syariah untuk memperhatikan pengembangan Sumber Daya Insani dan menyediakan anggaran program pengembangan SDI tersebut
- d. Bekerjasama dengan berbagai universitas dalam penyusunan textbook Ekonomi Islam (Siswanto,2020).

Kedepan kerjasama antara Bank Indonesia, Industri Keuangan Syariah dan Lembaga Pendidikan diharapkan lebih solid lagi untuk menyiapkan Sumber Daya Insani yang kompeten dan memegang teguh terhadap prinsip-prinsip syariah.

### **Manajemen Sumber Daya Insani**

Manajemen Sumber Daya Insani menjadi aspek fundamental untuk meningkatkan efektivitas SDI dalam suatu organisasi. Manajemen Sumber Daya Insani adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian Sumber Daya Manusia dalam rangka pencapaian tujuan organisasi (Rahman, 2019). Manajemen Sumber Daya Insani dapat juga diartikan sebagai upaya penanganan masalah dan pengembangan kinerja karyawan, buruh, pegawai, manager dan tenaga kerja untuk dapat menunjang tercapainya tujuan yang telah ditentukan (Hardana, 2015). Bagian atau unit yang mengurus Sumber Daya Manusia adalah Departemen Sumber Daya Insani atau biasa dikenal dengan HRD atau *Human Resource Department*.

Manajemen Sumber Daya Insani merupakan proses penempatan tenaga kerja pada posisi yang tepat sesuai dengan minat dan kemampuannya. Pilar Manajemen Sumber Daya Insani adalah Rekrutmen dan seleksi karyawan, pelatihan dan pengembangan.

### 1. Rekrutmen dan seleksi karyawan

Kegiatan rekrutmen dan seleksi karyawan merupakan aspek yang perlu diperhatikan dalam sebuah perusahaan atau organisasi untuk mendapatkan Sumber Daya Insani yang mumpuni dalam menempati sebuah jabatan. Menurut Farid (2020) Rekrutmen adalah proses pencarian karyawan atau pelamar yang dimulai ketika para pelamar dicari dan berakhir bila lamaran-lamaran atau aplikasi tersebut diterima oleh perusahaan. Hasilnya berupa sekumpulan data para pencari kerja yang siap untuk diseleksi. Adapun proses seleksi merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk memutuskan apakah pelamar diterima atau tidak dalam perusahaan tersebut.

Islam memberikan perhatian terhadap rekrutmen dan seleksi karyawan yang tertuang dalam Syurat Al-Qashas ayat 26:

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ  
الْأَمِينُ

Artinya: *Dan salah seorang dari kedua (perempuan) itu berkata, "Wahai ayahku! Jadikanlah dia sebagai pekerja (pada kita), sesungguhnya orang yang paling baik yang engkau ambil sebagai pekerja (pada kita) ialah orang yang kuat dan dapat dipercaya.*

Dari ayat tersebut dapat dipahami bahwa konsep Islam memandang dalam sebuah hubungan perusahaan dan karyawan terjadi Akad Ijarah (sewa-menyewa). namun bukan diartikan menyewa suatu barang untuk diambil manfaatnya saja, melainkan pada penyewaan tenaga yang telah dihasilkan oleh

pekerja (karyawan) sehingga nantinya karyawan tersebut berhak mendapatkan upah. Dengan kata lain ijarah dalam rekrutmen dan seleksi karyawan dikategorikan sebagai *Ijarah al-a'mal* (Rohman, 2019).

Pada dasarnya Bisnis Syariah membutuhkan Sumber Daya Insani yang profesional dan amanah. Maka proses rekrutmen dan seleksi karyawan menjadi keniscayaan untuk menjalankan operasional Bisnis Syariah tersebut. Output yang diharapkan dari adanya rekrutmen dan seleksi ini adalah ketersediaan Sumber Daya Insani yang mampu memenuhi kebutuhan perusahaan. Selain itu dengan rekrutmen dan seleksi karyawan ini diharapkan adanya kesesuaian antara budaya perusahaan dengan kompetensi atau keterampilan Sumber Daya Insani.

Perusahaan dapat melakukan kegiatan rekrutmen melalui beberapa media antara lain:

- a. Koran (surat kabar)
- b. Internet (web, whatsapp, facebook, instagram)
- c. Universitas (lembaga pendidikan)
- d. Departemen Tenaga Kerja (Depnaker)
- e. Info internal (melalui orang dalam)
- f. *Executive Search (head hunter)*

Manager Sumber Daya Insani akan memilih salah satu alat rekrutmen diatas sesuai dengan kemampuan perusahaan. Setelah memilih alat rekrutmen tersebut maka langkah selanjutnya adalah mempersiapkan 2 hal yaitu:

- 1) Spesifikasi pekerjaan (*job spesification*) yang artinya pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk melaksanakan pekerjaan sesuai dengan standar
- 2) Spesifikasi orang (*man spesification*) yang artinya ciri pribadi yang perlu dimiliki oleh calon pemegang jabatan tertentu

Berikut contoh rekrutmmen yang berisi spesifikasi pekerjaan (*job spesifcation*) dan spesifikasi orang (*man spesifcation*):

**Lowongan Admin Lembaga Amil Zakat**

***Job Spesifcation***

- 1) Mampu mengoperasikan komputer
- 2) Memiliki kemampuan yang baik dalam berkomunikasi
- 3) Mampu membaca Al-Quran dengan baik

***Man Spesifcation***

- 4) Laki-laki/perempuan usia 25-30 tahun
- 5) Beragama Islam
- 6) Pengalaman kerja minimal 2 tahun di bidang keuangan

Adanya spesifikasi tersebut memberikan arahan bagi calon pekerja yang tidak memiliki kriteria diatas untuk tidak mengajukan aplikasi/lamaran kepada perusahaan. Tahap selanjutnya akan dilakukan seleksi. Seleksi adalah sebuah usaha untuk memilih dari banyaknya lamaran yang masuk kepada perusahaan dengan mempertimbangan jabatan yang dibutuhkan dalam suatu organisasi.

Adapun tahapan proses seleksi yaitu:

- a. Pemeriksaan surat lamaran
- b. Pengisian formulir lamatran
- c. Wawancara pendahuluan
- d. Tes intelegensi, kecerdasan, tes wawasan syariah, dan psikotes
- e. Wawancara pendalaman
- f. Tes kesehatan
- g. Penempatan

Dengan adanya rekrutmen dan seleksi karyawan ini memudahkan perusahaan mendapatkan Sumber Daya Insani yang kompeten, berintegritas tinggi, dan memegang teguh pada prinsip syariah yang pada akhirnya akan membawa kemajuan bagi perusahaan.

## 2. Pelatihan dan pengembangan

Karyawan yang bekerja dalam suatu perusahaan membutuhkan adanya pelatihan untuk mengembangkan skillnya. Bagi karyawan baru pelatihan dibutuhkan untuk memberikan informasi atau pengetahuan yang menjadi acuan dasar untuk bekerja. Bagi karyawan lama pelatihan dan pengembangan dibutuhkan sebagai pencerahan terhadap tugas yang sekarang diembannya dan mempersiapkan dirinya untuk promosi jabatan.

Adapun metode pelatihan dan pengembangan dilakukan dengan 3 cara yaitu:

### a. *Training* (latihan)

Adalah suatu kegiatan praktis yang didalamnya memberikan latihan-latihan guna meningkatkan keterampilan karyawan.

### b. *Education* (pendidikan)

Adalah suatu proses transfer pengetahuan dan pengalaman yang menjadikan karyawan mahir dalam memecahkan masalah dalam pekerjaannya.

### c. *Development* (pengembangan)

Adalah mempelajari sesuatu yang berorientasi pada perkembangan personal organisasi yang tidak terikat pada spesialisasi pekerjaan yang akan datang. Pada umumnya proses pengembangan ditujukan pada karyawan manajerial yang mempunyai wewenang terhadap orang lain, sehingga diharapkan mampu mengambil keputusan dengan tepat dalam mencapai tujuan (Hakim, 2014).

Tujuan dari adanya latihan dan pengembangan antara lain:

- a. Pekerjaan dapat dilakukan secara efektif dan efisien
- b. Tidak diperlukan pengawasan yang ketat
- c. Meningkatkan prestasi kerja karyawan
- d. Meningkatkan produktivitas karyawan
- e. Stabilitas karyawan lebih terjamin (Rohman, 2019).

Maka bagi perusahaan hendaknya mempersiapkan biaya (*cost*) untuk pelatihan dan pengembangan karyawan yang dimilikinya. Karena pelatihan dan pengembangan Sumber Daya Insani pada dasarnya ditujukan untuk memajukan perusahaan itu sendiri. Menurut Farid (2020) pelatihan dan pendidikan mahal, namun lebih mahal lagi bila tidak ada pelatihan untuk karyawan.

## Daftar Pustaka

- Al-Attas, Syed Muhammad Al-Naquib. (2010). *Islam dan Sekularisme*. Bandung: Institut Pemikiran Islam dan Pembangunan Insan.
- Alma, Buchari & Priansa, Donni Juni. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Bank Indonesia. (2021). Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah 2021.
- Hakim, Abdul. (2014). *Dinamika Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Semarang: EF Press Digimedia.
- Hardana, Ali. (2015). Manajemen Sumber Daya Insani. *AL-MASHARIF* Vol. 3, No. 1.
- Karim, Adiwarmanto A. (2013). *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Prawiro, Abdurrahman Misno Bambang & Farid. Muhammad Fahri. (2020). *Manajemen Sumber Daya Insani*. Tangerang Selatan: Penerbit Universitas Terbuka.
- RI, Lajnah Pentaashih Mushaf Al-Qur'an Kementerian Agama. (2014). *Al-Quran Terjemah dan Tajwid*. Surakarta: Penerbit Ziyad Books
- Rohman, Abdur. (2019). *Manajemen Sumber Daya Insani*. Malang: Nusantara Global Press.

## **Profil Penulis**



### **Iswatul Hasanah**

Penulis lahir di Jakarta, 15 Oktober 1992. Menamatkan Pendidikan Dasar di SDN Kemayoran 01 Bangkalan. Menghabiskan masa remajanya di Pondok Pesantren Al-Amien Prenduan Sumenep Madura. Setelah pengabdian, mengambil program S1 Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura. Kemudian melanjutkan Program Magister (S2) Program Studi Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Penulis merupakan Dosen Tetap di Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Al-Anwar Bangkalan. Konsentrasi pengajarannya adalah Manajemen Sumber Daya Insani dan Manajemen Koperasi dan UMKM. Penulis juga pernah menerbitkan beberapa antologi yaitu: Catatan Generasi Milenial, Kamu Tak Sendiri dan The Ways For Healing. Penulis berharap dapat melahirkan lagi karya-karya tulis untuk menjadi bekal jaryahnya. Penulis dapat dihubungi di email: [iswatulhasanah938@gmail.com](mailto:iswatulhasanah938@gmail.com)





## KONSEP PEMASARAN SYARIAH

**Fatkhur Rohman Albanjari, S.E., M.E.**  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

### **Pengertian Pemasaran Syariah**

Kata pemasaran tentunya sering terdengar dalam telinga kita. Dalam kehidupan sehari-hari pemasaran merupakan sebuah aktivitas sosial baik kelompok maupun individu untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan proses menciptakan harga, menawarkan dan menukarkan sebuah barang maupun jasa. Kotler berpendapat bahwa pemasaran merupakan suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2012).

Kotler juga menyebutkan bahwa pemasaran bisa disebut dengan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran (Angipora, 2007). Pemasaran bisa diartikan suatu proses perencanaan dan menjalankan harga, promosi dan distribusi sejumlah barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan individu dan organisasi.

Stanton dalam bukunya Bukhari Alma menyatakan bahwa pemasaran meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan kegiatan untuk merencanakan dan menentukan harga, sehingga mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun potensial. American

Marketing Association (AMA) pada tahun 1985 juga menyatakan pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi dan pendistribusian barang, jasa dan ide dan dapat memuaskan pelanggan dan tujuan perusahaan (Alma, 2005).

Islam tentunya juga mengatur cara berbisnis dengan baik dan benar. Dalam bisnis Islam tatacara pemasaran juga diperhatikan agar sesuai dengan kaidah. Hafidhuddin dan Tanjung menjelaskan bahwa manajemen pemasaran syariah adalah sebuah ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai yang unggul kepada pelanggan dengan berorientasi pada prinsip-prinsip syariah. (Hafidhuddin dan Tanjung, 2003)

Kartajaya dan Sula juga menyebutkan pemasaran syariah ialah sebuah disiplin bisnis strategis yang dapat mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari suatu inisiator kepada *stakeholders*, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam (Kartajaya dan Sula, 2006).

Hal tersebut didasarkan pada salah satu dalam bisnis Islami yang tertuang dalam kaidah fikih yang mengatakan: “*al-muslimuuna ‘alaa syaruuthihim illa syarthan harroma halaalan wa ahalla haraaman*” yang artinya bahwa kaum muslimin terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram. Dapat dijelaskan bahwa dalam pemasaran syariah seluruh proses baik penciptaan, penawaran, maupun perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada kegiatan-kegiatan yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah Islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan.

---

Jadi dapat disimpulkan bahwa pemasaran syariah merupakan kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan sebuah barang ataupun jasa kepada pembeli secara individu maupun kelompok yang keseluruhan proses kegiatannya tidak bertentangan dengan kaidah-kaidah syariat Islam.

### **Strategi Pemasaran Syariah**

*Marketing management* atau manajemen pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan maupun organisasi untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, berkembang dan mendapatkan profit. Manajemen pemasaran dimulai jauh sebelum barang-barang diproduksi dan tidak berakhir dengan penjualan. Kegiatan manajemen pemasaran perusahaan juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika perusahaan ingin bisnisnya terus berlangsung dan konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan (Rivai, 2012). Strategi pemasaran merupakan sebuah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran ialah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada perusahaan dari waktu ke waktu dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah. Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan pada analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya (Assauri, 2014). Dalam menyusun strategi pemasaran adalah keadaan pasar atau persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, peraturan dan kebijakan pemerintah, keadaan sosial budaya dan keadaan politik (Assauri, 2014). Penetapan strategi sasaran pasar merupakan hasil perkembangan terakhir dari pendekatan atau pandangan pimpinan perusahaan dalam memasarkan produknya, yaitu melalui tiga tahapan sebagai berikut:

1. **Pemasaran masal** yaitu penjual melakukan produksi secara besar-besaran dengan distribusi masal dan mempromosikan satu produk untuk seluruh pembeli.
2. **Pemasaran dengan diferensi produk** yaitu penjual menghasilkan dan memasarkan dua atau lebih produk dengan perbedaan pengambilan, gaya dan mutu, dan ukuran.
3. **Pemasaran sasaran target** yaitu penjual atau produsen membedakan diantara banyak segmen pasar, memilih satu atau lebih di antara segmen pasar tersebut.

Islam tentunya tidak melarang adanya strategi-strategi yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dalam melakukan pemasaran. Akan tetapi dalam membangun bisnis yang sehat yang sesuai dengan kaidah Islam, kegiatan pemasaran harus berlandaskan nilai-nilai Islami yang dijiwai oleh semangat dalam beribadah kepada Allah SWT. Dalam melakukan berbisnis harus berusaha sebisa mungkin untuk menciptakan kesejahteraan bersama (Putri dan Oktafia, 2021). Adapun beberapa hal yang harus diperhatikan oleh pemasaran sebagai etika dalam pemasaran menurut Islam yaitu:

1. Memiliki akhlak yang baik, akhlak yang sesuai adalah seperti sifat yang dimiliki Rasulullah SAW yaitu *siddiq, amanah, tabligh dan fathanah*. Memiliki kepribadian yang baik sehingga melakukan pemasaran tidak untuk kepentingan pribadi melainkan untuk membantu sesama.
2. Melayani konsumen dengan sikap rendah hati dan sikap lemah lembut sangat dianjurkan dalam Islam.
3. Bersikap adil, keadilan merupakan transaksi jual beli atau kegiatan pemasaran yang terjadi antara penjual dan pembeli dengan sikap tidak saling menzolimi.
4. Bersikap jujur dan terbuka, kejujuran ini larangan terhadap segala bentuk tindakan penipuan dalam perkataan atau perbuatan. Penjual juga harus terbuka dalam melakukan strategi pemasaran dan menawarkan barang/jasanya agar pembeli tidak mengalami kekecewaan dalam membelinya.

5. Tidak melakukan kegiatan yang dilarang oleh Islam seperti *maysir* (perjudian), *gharar* (spekulasi), riba maupun *risywah* (suap), keraguan, eksploitasi, pengambilan untung yang berlebihan, dan pasar gelap.

Etika bisnis diatas perlu untuk dijalankan oleh setiap kalangan umat Islam. Kegiatan berbisnis jangan sampai merugikan salah satu pihak, karena bisa menimbulkan kedzoliman. Terlebih lagi saat ini banyak transaksi berbasis online dimana penjual dan pembeli tidak saling bertemu. Tindakan kooperatif dalam transaksi jual-beli akan menimbulkan kehalalan dalam transaksinya.

### **Peran dan Fungsi Manajemen Pemasaran Syariah**

Peran penting manajemen pemasaran tidak hanya menyampaikan barang atau jasa hingga ketangan konsumen, tetapi barang maupun jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan menghasilkan keuntungan. Sasaran dari pemasaran ialah menarik konsumen baru dengan menjanjikan nilai yang baik, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif dan efisien, serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan konsumen. Oleh karena itu Allah SWT mengingatkan kita melalui firmanNya dalam surah Asy Syu'araa' ayat 183 yang berbunyi

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۗ

Artinya: “Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi” (QS- Asy Syu'araa' 26; 183)

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa kita sesama manusia jangan sampai berbuat dzolim diberbagai bidang apapun. Tentunya dalam melakukan pemasaran kita harus bersifat terbuka, jujur dan tidak menutupi kekurangan produk. Sifat tersebut akan menjadikan produsen amanah serta mampu untuk mempertahankan hak-hak konsumen.

Pemasaran tentunya juga berfokus pada aktivitas yang harus menampilkan tujuan yang jelas dan pertukaran yang baik. Dalam fungsi manajemen pemasaran ada kegiatan menganalisa, yaitu untuk mengetahui pasar dan segmentasi pemasaran sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar. Manajemen pemasaran juga bisa disebut kegiatan terpadu dan saling mendukung, antara lain:

### 1. Perencanaan Pemasaran

Dalam melakukan perencanaan hal-hal yang perlu dilakukan meliputi tujuan, strategi, kebijakan, serta taktik yang dijalankan. Islam mengajarkan dalam etika berbisnis memiliki kepribadian yang baik sehingga melakukan pemasaran tidak untuk kepentingan pribadi melainkan untuk membantu sesama. Mempunyai rencana dan strategi yang baik serta tidak saling menjatuhkan maupun menjelekkkan antar sesama produk.

### 2. Implementasi Pemasaran

Kegiatan ini yakni mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi sebuah tindakan pemasaran untuk mencapai tujuan bisnis yang telah diinginkan. Implementasi mencakup aktivitas sehari-hari serta bagaimana bisnis bisa terus berjalan dari waktu ke waktu secara efektif. Kegiatan ini membutuhkan tindakan yang mampu menarik semua individu maupun organisasi untuk menjalankan peran dalam menerapkan strategi pemasaran. Penerapan pemasaran sesuai dengan prinsip syariah sebenarnya sudah dicontohkan oleh Rasulullah itu sendiri, yakni:

#### a. Berbisnis cara Rasulullah SAW

Akhlaq yang sesuai adalah seperti sifat yang dimiliki Rasulullah SAW yaitu *siddiq, amanah, tabligh dan fathanah*. Memiliki kepribadian yang baik sehingga melakukan pemasaran tidak untuk kepentingan pribadi melainkan untuk membantu sesama.

Nilai transaksi yang terpenting dalam bisnis adalah *amanah* (kejujuran). Merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang yang beriman. Tanpa kejujuran, kehidupan agama tidak akan berdiri tegak dan kehidupan dunia tidak akan berjalan baik.

b. Muhammad SAW sebagai Syariah Marketer

Muhammad menjadi seorang pedagang, memberikan contoh yang baik dalam setiap transaksi bisnisnya. Beliau melakukan transaksi-transaksi secara jujur, adil, dan tidak pernah membuat pelanggannya kecewa. Reputasinya sebagai pedagang yang benar dan jujur dan juga selalu memperlihatkan rasa tanggung jawab terhadap setiap transaksi yang dilakukan.

c. Nabi sebagai pedagang profesional

Segala permasalahan antara Muhammad dengan pelanggannya selalu diselesaikan dengan adil dan jujur. Selalu menepati janji dan mengantarkan barang dagangannya dengan standar kualitas sesuai dengan permintaan pelanggan.

d. Nabi menghindari bisnis yang haram

Muhammad sebagai pebisnis yang jujur Muhammad telah mengikis habis transaksi-transaksi dagang dari segala macam praktek yang mengandung unsur *risywah*, *maysir*, *gharar*, riba, keraguan, eksploitasi, pengambilan untung yang berlebihan, dan pasar gelap. Beliau juga melakukan standarisasi timbangan dan ukuran, serta melarang orang-orang menggunakan timbangan dan ukuran lain yang tidak dapat dijadikan pegangan standar.

Beliau juga melarang beberapa jenis barang yang haram untuk dijual belikan. Al-Quran melarang mengkonsumsi daging babi, darah, bangkai, dan khamr.



## Konsep Pemasaran dalam Islam

Konsep pemasaran merupakan satu-satunya cara untuk meraih tujuan individu atau organisasi secara efektif dari para pesaing. Cara yang perlu dilakukan adalah memadukan kegiatan pemasaran guna menetapkan harga dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar. Segala kegiatan perusahaan dibidang produksi, teknik, keuangan, dan pemasaran diarahkan pada usaha untuk mengetahui keinginan konsumen dan kemudian memuaskan keinginan tersebut sehingga mendapatkan keuntungan. Pengertian lain dari konsep pemasaran adalah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan (Swastha DH dan Irawan, 2005).

Para penggiat bisnis bisa memilih berbagai konsep untuk melaksanakan kegiatan pemasaran. Tentunya pemilihan konsep ini didasarkan atas problematika yang dihadapi oleh masing-masing perusahaan/bisnisnya. Diantaranya:

### 1. Konsep Produk

Konsep produk ini menyatakan bahwa konsumen menyukai produk yang tersedia diberbagai tempat dan sesuai dengan kemampuannya. Konsep produk memusatkan pada usaha-usaha untuk mencapai efisiensi produksi dan distribusi yang merata. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surah al A'raaf: ayat 10 yang berbunyi:

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ ء

Artinya: “*Sesungguhnya Kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan Kami adakan bagimu di muka bumi (sumber) penghidupan. Amat sedikitlah kamu bersyukur*” (QS. al ‘Araaf 7: 10)

Konsep produk pada pemasaran syariah yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW selalu menjelaskan dengan baik kepada pembeli tentang kelebihan dan kekurangan produk yang dijualnya. Sesuai dengan firman Allah dalam surah al-Ahzab ayat 70-71 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَفُؤُلُوا قَوْلًا سَدِيدًا يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ  
وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. dan Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.” (QS. al Ahzab 33: 70-71)

Kejujuran dalam hal pemasaran merupakan kunci utama dalam perniagaan Nabi Muhammad SAW. Kejujuran ini merupakan cara yang termurah walaupun sulit dan langka ditemukan sekarang. Jika kita menjual produk dengan segala kelebihan dan kekurangannya kita ungkapkan secara jelas, maka yakin produk itu akan terjual dan juga akan dipercayai oleh konsumen. Mereka tidak akan meninggalkan kita karena merasa tidak dibohongi dengan ucapan kita.

## 2. Konsep Penjualan

Konsep penjualan menyatakan bahwa konsumen akan membeli produk jika produsen melakukan promosi dan penjualan yang menonjol. Strategi ini digunakan oleh produsen yang bergerak di bidang asuransi, alat-alat olahraga, makanan suplemen, dan barang yang kurang dipikirkan oleh konsumen. Sehingga dalam melaksanakan penjualan setiap produk seorang produsen perlu berupaya keras, cerdas dengan tepat mengedepankan atas ridha Allah sehingga akan dimudahkan dalam setiap upaya, sebagaimana firman Allah SWT, dalam surah Al-Ankabut ayat 69 yang berbunyi:

وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ ء

Artinya: “dan orang-orang yang berjihad untuk (mencari keridhaan) Kami, benar-benar akan Kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan kami. dan Sesungguhnya Allah benar-benar beserta orang-orang yang berbuat baik”. (QS al-Ankabut 29: 69)

Seorang produsen yang memiliki keuletan dan bekerja keras dalam melaksanakan kegiatan pemasaran tentunya akan menyebabkan konsumen lebih tertarik dan tentunya keuntungan dalam berbisnis akan didapatkannya. Bahkan dalam ayat diatas dijelaskan bahwa bersungguh-sungguh, maka Allah akan menunjukkan jalannya.

### 3. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci meraih tujuan perusahaan adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan berorientasi kepada kebutuhan konsumen. Hal ini secara asasi berbeda dengan falsafah bisnis terdahulu yang berorientasi pada produk dan penjualan.

Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Tiga unsur konsep pemasaran antar lain: 1) Orientasi pada konsumen; 2) Penyusunan kegiatan pemasaran secara terstruktur; 3) Kepuasan konsumen.

Kartajaya dan Sula menyatakan apabila dalam melakukan pemasaran barang atau jasa harus terdapat unsur pemasaran dan disisi lain juga harus memperhatikan tentang Etika dalam pemasaran. Prinsip-prinsip bagi syariah marketer dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran, diantaranya sebagai berikut (Kartajaya dan Sula, 2006):

- a. Memiliki kepribadian spiritual (*taqwa*)
- b. Berperilaku baik dan simpatik (*shidq*)
- c. Berperilaku adil dalam bisnis (*al-'adl*)
- d. Bersikap melayani dan rendah hati (*khidmah*)
- e. Menepati janji dan tidak curang
- f. Jujur dan terpercaya (*al-Amanah*)

- g. Tidak suka berburuk sangka (*su'udzan*)
- h. Tidak suka menjelek-jelekkkan (*ghibah*)
- i. Tidak melakukan sogok (*risywah*)

#### 4. Konsep Pemasaran Kemasyarakatan

Konsep Pemasaran Kemasyarakatan menyatakan bahwa tugas organisasi adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dan mempertahankan serta mempertinggi kesejahteraan masyarakat. Memiliki kepribadian yang baik sehingga melakukan pemasaran tidak untuk kepentingan pribadi melainkan untuk membantu sesama.

#### 5. Konsep Pemasaran Strategis

Konsep Pemasaran Strategis adalah konsep pemasaran yang mengubah fokus pemasaran dari pelanggan atau produk ke pelanggan dalam konteks lingkungan eksternal yang lebih luas. Konteks pelanggan eksternal yang lebih luas, menyangkut persaingan, kebijakan, dan peraturan pemerintah serta kekuatan makro, ekonomi, sosial-budaya, demografi, hukum, politik, dan teknologi. Perubahan lainnya adalah dalam hal tujuan pemasaran, yaitu dari profitabilitas menjadi keuntungan pihak yang berkepentingan. Serta yang dimaksud dengan pihak yang berkepentingan adalah individu dan kelompok yang mempunyai kepentingan dalam kegiatan perusahaan, meliputi pelanggan, karyawan, manajemen, masyarakat, dan pemerintah (Rivai, 2012)

Tabel 1

**Perbandingan Penjualan, Pemasaran dan Pemasaran Strategis**

<b>Konsep</b>	<b>Penjualan</b>	<b>Pemasaran</b>	<b>Pemasaran Strategis</b>
Titik awal	Pabrik	Pasar sasaran	Visi dan misi
Fokus	Produk	Kebutuhan pelanggan	Kebutuhan semuanya
Sarana	Penjualan dan promosi	Pemasaran yang berorientasi	Pengetahuan dan pengalaman
Akhir	Keuntungan melalui volume penjualan	Keuntungan melalui kepuasan pelanggan	Keuntungan melalui kepuasan semuanya

**Daftar Pustaka**

- Alma, Bukhari. (2005) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*. Bandung: Alfa Beta.
- Angipora, Marius P. (2007). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. (2014). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hafidhuddin, Didin dan Hendri Tanjung. (2003). *Manajemen Syariah dalam Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang. Edisi Terjemahan.
- Putri, Mahilda Anastasia dan Renny Oktafia. (2021) *Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo*. Jurnal Tabaru'; Islamic Banking dan Finance. Volume 4 No. 2 Tahun 2021. hlm. 431-444.
- Rivai, Veithzal. (2012). *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Swastha DH, Basu dan Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

### **Profil Penulis**



#### **Fatkhur Rohman Albanjari**

Ketertarikan penulis terhadap ilmu ekonomi dan perbankan dimulai pada tahun 2012. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke Perguruan Tinggi di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung dengan memilih Jurusan PERBANKAN SYARIAH dan berhasil lulus Strata-1 dengan peralihan status menjadi IAIN Tulungagung pada tahun 2016. Penulis kemudian melanjutkan jenjang Strata-2 di kampus yang sama tahun 2016 dengan beasiswa Rektor IAIN Tulungagung dengan prodi EKONOMI SYARIAH dan lulus tahun 2019 dengan predikat Cumlaude. Saat ini penulis sedang menyelesaikan Strata-3 di kampus yang sama yang sudah beralih status menjadi UIN Sayid Ali Rahmatullah (UIN SATU) Tulungagung dengan prodi STUDI ISLAM KONSENTRASI EKONOMI SYARIAH. Pada saat ini penulis juga menyelesaikan studi dengan beasiswa Rektor IAIN Tulungagung atas predikat cumlaude.

Penulis memiliki kepakaran dibidang Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah. Untuk mewujudkan karir sebagai dosen professional Ekonomi Syariah di Universitas Muhammadiyah Ponorogo, serta Dosen Luar Biasa bidang Perbankan Syariah dari tahun 2019 di UIN Sayid Ali Rahmatullah Tulungagung. Penulis aktif sebagai peneliti dibidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi. Selain itu peneliti, penulis juga aktif menulis jurnal dan buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini. Email Penulis: fatkhurrohmanalbanjari@gmail.com

# MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH

**Dunyati Ilmiah, S.E.I., M.E.**  
Universitas Alma Ata Yogyakarta

## **Konsep Dasar Manajemen Keuangan Syariah**

Manajemen keuangan syariah menggunakan prinsip dan dasar hukum islam sebagai pedomannya. Prinsip dasar hukum islam tidak hanya diaplikasikan pada sistem, tetapi juga berlaku pada Lembaga keuangan. Sekaligus produk-produk yang ditawarkan.

1. Prinsip Keuangan Syariah
  - a. Mengharap ridha Allah SWT
  - b. Bebas dari bunga dan riba
  - c. Menerapkan prinsip bagi hasil
  - d. Sektor yang dibiayai bukan sektor yang dilarang dalam syariat islam
  - e. Investasi halal
2. Kriteria Transaksi Syariah
  - a. Transaksi hanya dilakukan berdasarkan prinsip ridho dan saling paham
  - b. Objek transaksi halal dan baik (*thoyib*)
  - c. Uang hanya berfungsi sebagai alat tukar dan satuan pengukur nilai, bukan sebagai komonitas.



Uang berfungsi sebagai alat mediasi pertukaran antara satu pihak dengan pihak lainnya. Uang memiliki empat fungsi, yaitu: sebagai alat tukar, sebagai unit penghitung, sebagai alat penyimpan nilai/daya beli, sebagai standar pembayaran yang tertanggungkan.

- d. Tidak mengandung unsur riba

Riba adalah tambahan yang disyaratkan dan diterima pemberi pinjaman sebagai imbalan dari peminjam dalam transaksi bisnis. Allah dengan jelas dan tegas mengharamkan apa pun jenis tambahan yang diambil dari pinjaman.

- e. Tidak mengandung unsur kezaliman

- f. Tidak mengandung unsur maysir

Maysir atau perjudian adalah permainan yang menempatkan salah satu pihak sebagai pihak penanggung pihak beban yang lain akibat permainan tersebut. Setiap permainan atau pertandingan, baik dalam bentuk game of chance, game of skill maupun natural events, harus menghindari terjadinya zero sum game, yaitu menempatkan salah satu atau beberapa pemain sebagai penanggung beban pemain yang lain.

- g. Tidak mengandung unsur gharar

Gharar adalah mengubah sesuatu yang harusnya bersifat pasti (*certain*) menjadi (*uncertain*). Dalam referensi lain, gharar bermakna risiko, sesuatu yang berpotensi terhadap kerusakan.

- h. Tidak mengandung unsur haram

Transaksi yang objeknya dilarang dalam syariah

- i. Tidak menganut prinsip nilai waktu dari uang (*time value of money*) karena keuntungan yang didapat dalam kegiatan usaha terkait dengan risiko yang melekat pada kegiatan usaha tersebut sesuai dengan prinsip *al-ghunmu bil ghurmi* (*no gain without accompanying risk*)

- j. Transaksi dilakukan berdasarkan suatu perjanjian yang jelas dan benar serta untuk keuntungan semua pihak tanpa merugikan pihak lain sehingga tidak diperkenankan menggunakan standar ganda harga untuk satu akad serta tidak menggunakan dua transaksi bersamaan yang berkaitan (*ta'aluq*) dalam satu akad.
- k. Tidak ada distorsi harga melalui rekayasa permintaan (*najasy*), maupun rekayasa penawaran (*ihthikhar*).

*Bai' najasy* (rekayasa pasar dalam *demand*) yaitu bila seorang produsen (pembeli) menciptakan permintaan palsu seolah-olah ada banyak permintaan terhadap suatu produk, sehingga harga jual produk itu naik.

*Ihtikar* yaitu penjual mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi atau memproduksi lebih sedikit dari kemampuan produksinya untuk mendapatkan keuntungan yang lebih.

- l. Tidak mengandung unsur kolusi dengan suap-menyuap (*riswah*).

pemberian yang diberikan kepada seseorang agar mendapatkan kepentingan tertentu, suatu yang dinamakan *risyah* adalah jika mengandung unsur pemberian atau *athiyah*, ada niat untuk menarik simpati orang lain atau *istimalah*, serta bertujuan untuk membatalkan yang benar (*lbtholul haq*), merealisasikan kebathilan (*ihqoqul bathil*), mencari keberpihakan yang tidak dibenarkan (almahsubiyah bighoiri *haq*), mendapat kepentingan yang bukan menjadi haknya (*al hushul 'alal manafi'*) dan memenangkan perkaranya atau *al hukmu lahu*.

### 3. Fungsi Manajemen Syariah

Fungsi manajemen terikat dengan hukum hukum syara' yang didalamnya memiliki unsur pengelolaan sumber daya yang dimiliki untuk memperoleh hasil optimal yang bermuara para ridho Allah.

#### a. Fungsi Perencanaan

Seluruh fungsi bergantung pada perencanaan, manajer membuat perencanaan bisnis dengan baik dan dapat memberikan ide menyeluruh sehingga dapat membuat program jangka panjang untuk pengelolaan masa depan perusahaan.

#### b. Fungsi Pengorganisasian

Organisasi mengatur adanya atasan dan bawahan. Pimpinan harus menentukan struktur organisasi untuk menjalankan kegiatan ke arah tujuan yang telah ditetapkan, dari pembentukan organisasi ini dapat ditentukan pembagia tugas yang akan dibuat.

#### c. Fungsi kepemimpinan

Sebagai fungsi pemecah masalah (pemberi solusi) dan fungsi sosial (fasilitator). Fungsi pemecah masalah mencakup pemberian pendapat, informasi dan solusi dari suatu permasalahan yang disandarkan pada syariah. Fungsi sosial berhubungan dengan interaksi antar anggota dalam menjaga kebersamaan tim agar tetap sebagai tim solid dan setiap anggota harus dapat bersinergi dalam kesamaan visi, misi dan tujuan organisasi.

#### d. Fungsi Pengawasan

Untuk mengukur dan mengoreksi prestasi kerja karyawan untuk memastikan bahwa tujuan organisasi di semua tingkat bisa terlaksana. Pengawasan membutuhkan prasyarat adanya perencanaan yang jelas dan matang. Pada implementasi syariah diwujudkan melalui tiga pilar: ketaqwaan individu, control anggota (sesuai dengan arah yang telah ditetapkan), penerapan aturan jelas dan transparan.

---

## **Kebijakan dan Penentuan Tujuan Perusahaan Syariah**

Segala macam kegiatan ekonomi yang diajukan untuk mencari keuntungan tanpa berakibat pada peningkatan *utility* atau nilai guna tidak disukai dalam islam. Nilai universal lain dalam ekonomi islam tentang produksi adalah adanya perintah untuk mencari sumber-sumber yang halal dan baik bagi produksi dan memproduksi dan memanfaatkan output produksi pada jalan kebaikan dan tidak mendzalimi pihak lain. (Karim, 2012).

Tujuan utama perusahaan syariah tidak hanya fokus pada keuntungan, meskipun mencari keuntungan tidak dilarang. Pada tujuan produksi perlu memperoleh profit maksimal. Akan tetapi, konsep adanya suka sama suka di dalam islam akan menggerakkan pada keadilan dan kesejahteraan orang lain menjadi tujuan utama.

1. Tujuan kegiatan produksi menurut Siddiqi:
  - a. Pemenuhan kebutuhan sendiri secara wajar
  - b. Pemenuhan kebutuhan masyarakat
  - c. Persediaan terhadap kemungkinan pada masa mendatang
  - d. Persediaan bagi generasi yang akan datang
  - e. Pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah
2. Tata Kelola Perusahaan dalam Islam

Tingkat tertinggi manajemen adalah dewan syariah yang berwenang untuk mengawasi kegiatan perusahaan secara keseluruhan agar sesuai dengan prinsip syariah. Dewan syariah berperan memberikan nasihat dan mengawasi operasi perusahaan untuk memastikan kegiatan tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dewan direksi bertindak atas nama pemegang saham mempunyai tugas memantau dan mengawasi kegiatan bisnis secara keseluruhan. Para pemegang saham memiliki kewajiban menyediakan modal usaha. Para manajer mempunyai tugas mengelola perusahaan sebagai wujud pemberian kepercayaan dari seluruh stakeholder, bukan hanya

---

dari para pemegang saham. Selanjutnya, karyawan berkewajiban menjalankan tugas sesuai deskripsi jabatan masing-masing. Para stakeholder lainnya, seperti nasabah dan pelanggan, memiliki tugas memenuhi semua kewajiban kontrak mereka.

Sifat struktur kepemilikan dalam tata kelola perusahaan Islam menganggap para pemegang saham dan pemilik modal investasi sebagai pemilik yang sah, bukan hanya para pemegang saham. Ciri atau karakteristik yang nyata pada tata kelola perusahaan Islam adalah menggabungkan unsur tauhid, musyawarah, proses interaktif, integrasi, evolusi, aturan syari'at atau hukum Islam, memelihara tujuan pribadi tanpa mengabaikan kewajiban kesejahteraan sosial. Lingkup tata kelola perusahaan syariah yang lebih sempit, misalnya dapat dilihat melalui struktur organisasi yang terdapat dalam Bank Umum Syariah. Keharusan adanya Dewan Pengawas Syariah dalam struktur dan kegiatan perbankan syariah sudah diberlakukan secara formal dalam sejumlah hukum positif di Indonesia.

### 3. Kebijakan dan Perencanaan Pembiayaan Syariah

Perencanaan pembiayaan merupakan kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk memberikan pembiayaan dengan cara menetapkan sasaran, sektor ekonomi yang akan dibiayai, keuntungan dan resiko yang mungkin timbul terjadi. Sebelum dilaksanakannya perencanaan pembiayaan perlu melihat kondisi ekonomi moneter secara makro, kegiatan pasar modal, kemampuan bank dalam menghimpun dana, strategi pemasaran produk, kebijakan pemerintah. Faktor penting dalam kebijakan kredit (pembiayaan), sebagai berikut: (Sobana, 2018).

- a. Adanya asas pengkreditan (pembiayaan) sehat dan jelas
- b. Kebijakan pembiayaan berperan sebagai panduan dalam pelaksanaan semua kegiatan pembiayaan perbankan

- c. Berpedoman pada ketentuan Bank Indonesia
- d. Kebijakan pembiayaan menjadi acuan dalam pedoman pelaksanaan pembiayaan
- e. Bank wajib menyampaikan kebijakan pembiayaan dan wajib mendaftarkan persetujuan dewan komisaris
- f. Bank Indonesia memantau, mengawasi, dan menilai pelaksanaan kebijakan pembiayaan.

### **Kontrak dalam Keuangan Syariah**

Kontrak merupakan kesepakatan antara dua pihak atau lebih yang menimbulkan kewajiban dan secara hukum dapat ditegakkan. Dalam Kata Arab, kontrak adalah *aqd* yang berarti “mengikat” atau “memperkuat”.

1. Ciri-ciri akad yang sesuai syariah adalah:
  - a. Adanya dua pihak atau lebih dalam kontrak syariah
  - b. Penawaran dan penerimaan oleh kedua belah pihak mengenai tujuan dan ketentuan kontrak
  - c. Tujuan kontrak tidak boleh melanggar syariah
  - d. Subjek dari kontrak harus berpindah tangan setelah kontrak selesai
  - e. Bebas dari kegiatan spekulatif non produktif seperti judi atau maysir
  - f. Bebas dari hal-hal yang rusak, tidak sah atau batil
  - g. Bebas dari bunga
2. Kategori akad-akad syariah

Akad berasal dari bahasa Arab, yaitu ‘*aqoda* artinya mengikat atau mengukuhkan. Secara bahasa, akad adalah ikatan, mengikat. Dikatakan ikatan (*al-robath*) adalah menghimpun atau mengumpulkan dua ujung tali dan mengikatkan salah satunya pada yang lainnya hingga keduanya bersambung dan menjadi seperti seutas tali yang satu (Rivai, 2010). Menurut fiqh, akad merupakan perjanjian, perikatan yang

---

didalamnya adanya pernyataan ijab dan qobul yang sangat berpengaruh pada objek perikatan. Syarat yang harus dipenuhi suatu akad, antara lain pihak yang melakukan akad cakap hukum, objek akad harus ada dan dapat diserahkan ketiak akad berlangsung, akad dan objek akad tidak dilarang syara', ada unsur manfaatnya, ijab dan qobul dilakukan dalam satu majelis.

Dalam kaitannya dengan praktik perbankan syari'ah dan ditinjau dari segi maksud dan tujuan, akad dapat digolongkan dalam dua jenis.

### **Akad Transaksi Bank Umum Syariah**

Tijarah (Keuntungan)		Tabarru' (Tolong Menolong)
Natural Certainty Contract (NCC): kontrak atau akad bisnis dimana terdapat kepastian pembayaran baik dalam jumlah maupun waktu	Natural Uncertainty Contract (NUC): kontrak atau akad bisnis dimana tidak terdapat kepastian pembayaran baik dalam jumlah maupun waktu	Meminjamkan uang dengan agunan atau tanpa agunan Membebaskan hutang (ibra)
1. Jual beli: Murabahah , Salam, Istishna 2. Sewa: Ijarah, IMBT	1. Mudharabah 2. Musyarakah	Memberi jasa dengan mewakili nasabah (hawalah), menerima titipan nasabah, penjaminan (kafalah)
		Memberikan sesuatu (hibah)

#### 1. Tijarah

Akad tijarah merupakan akad yang berorientasi pada keuntungan komersial (*for profit oriented*), masing-masing pihak yang melakukan akad berhak untuk mencari keuntungan.

- a. Murabahah merupakan murabahah merupakan akad jual beli antara bank selaku penyedia barang dengan nasabah yang memesan untuk membeli barang. Dari transaksi tersebut, bank mendapatkan keuntungan jual beli yang disepakati bersama. Murabahah juga merupakan jasa pembiayaan oleh bank melalui transaksi jual beli dengan nasabah dengan cara cicilan.
- b. Salam merupakan suatu pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli barang, pembayarannya dilakukan di muka bukan berdasarkan fee, melainkan berdasarkan keuntungan (margin). Dengan kata lain, ba'i salam adalah suatu jasa free-paid purchase of goods.
- c. Istishna merupakan akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan (pembeli/mustashni') dan penjual (pembuat/shani'). Pembayaran pada jual beli istishna dapat secara tunai saat akad dilakukan, angsuran, maupun bayar di akhir ketika pesanan sudah siap.
- d. Ijarah disebut juga sewa, jasa, atau imbalan. Menurut syara', ijarah adalah salah satu bentuk kegiatan muamalah dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia, seperti sewa-menyewa dan mengontrak atau menjual jasa.
- e. IMBT (jarah Muntahiya Bittamlik) merupakan perpaduan antara akad (kontrak) jual beli dengan akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang di tangan penyewa. Sifat pemindahan kepemilikan inilah yang membedakan dengan ijarah biasa. akad ini bergantung pada apa yang disepakati kedua belah pihak yang berkontrak. Misalnya, al-ijarah dan janji menjual; nilai sewa yang



mereka tentukan dalam al-ijarah; harga barang dalam transaksi jual dan kapan kepemilikan itu dipindahkan.

- f. Mudharabah merupakan akad kerja sama usaha antara dua pihak, yaitu pihak pertama (shahibul mal) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak.
- g. Musyarakah merupakan akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan.

## 2. Tabarru'

Akad tabarru' merupakan tolong menolong hanya semata-mata mencari ridho Allah SWT., akad tabarru tidak berorientasi komersial atau *non-profit oriented*. Transaksi model ini pada prinsipnya bukan untuk mencari keuntungan komersial, tetapi lebih menekankan pada semangat tolong-menolong dalam kebaikan. Pada akad ini pihak yang berbuat kebaikan yaitu bank syariah tidak mensyaratkan keuntungan, pihak bank diperbolehkan meminta biaya administrasi untuk menutupi (*cover the cost*) kepada nasabah (*counter-part*) tetapi tidak boleh meminta laba dari akad ini.

- a. Ibra artinya melepaskan, mengikhlaskan atau menjauhkan diri dari sesuatu. Menurut istilah fiqh, ibra adalah pengguguran piutang. Menurut syariat Islam, ibra merupakan salah satu bentuk solidaritas dan sikap saling menolong dalam kebajikan.

- b. Hibah merupakan hadiah, pemberian sesuatu yang diikuti dengan adanya ijab dari orang yang memberikan. Pemberian (hibah) itu sah menurut syara' dengan ketentuan: pemberi hibah sudah bisa mengelola keuangannya, harta atau barang jelas, kepemilikan terhadap barang hibah itu terjadi apabila pemberian hibah sudah berada di tangan penerima.
- c. Kafalah merupakan jaminan, menurut istilah, kafalah adalah akad pemberian jaminan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain, dan pemberi jaminan (*kaafil*) bertanggung jawab atas pembayaran kembali suatu utang yang menjadi hak penerima jaminan (*makful*). Dalam pengertian lain, kafalah juga berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.
- d. Hawalah merupakan perpindahan, pengalihan atau perubahan. Menurut istilah, hawalah diartikan sebagai pemindahan utang dari tanggungan penerima utang kepada tanggungan yang bertanggung jawab. Dengan kata lain, pemindahan hak atau kewajiban yang dilakukan seseorang (pihak pertama) yang sudah tidak sanggup lagi untuk membayarnya kepada pihak kedua yang memiliki kemampuan untuk mengambil alih atau untuk menuntut pembayaran utang dari/atau membayar utang kepada pihak ketiga.

### **Manajemen Keuangan dalam Memperoleh dan Menggunakan Dana**

#### 1. Sumber Dana Perusahaan

Dalam aktivitas perusahaan, manajemen keuangan harus mengetahui jumlah dana yang tersedia dan menentukan sumber dana yang akan diperoleh. Sumber dana bisa diperoleh dari dua sumber, yaitu sumber dana internal perusahaan dan sumber dana eksternal perusahaan.

---

Sumber Dana Internal	Sumber Dana Eksternal
Merupakan dana yang dihasilkan atau dibentuk sendiri oleh perusahaan tersebut.	Merupakan dana dari luar perusahaan yang terbagi atas dua kelompok, yaitu sumber dana jangka pendek dan sumber dana jangka panjang
laba ditahan (retained earning),	1. Jangka pendek: kredit usaha, kredit dagang, kredit bank, surat berharga
penyusutan	2. Jangka panjang: obligasi, pinjaman hipotek
saham pemilik	

## 2. Penggunaan Dana Perusahaan

Dalam menjalankan aktivitas perusahaan, perusahaan harus merencanakan penggunaan atas dana yang diperoleh dengan sebaik baiknya serta semaksimal mungkin. Dana yang diperoleh diinvestasikan pada aktiva tetap maupun aktiva lancar. Dana yang diinvestasikan pada aktiva tetap diproyeksikan dalam rentang waktu satu tahun, sedangkan dana yang ditanam pada aktiva lancar diharapkan bisa kembali dalam waktu jangka pendek yaitu kurang dari satu tahun.

Aktiva Tetap	Aktiva Lancar
▪ Tanah	▪ Kas bank
▪ Gedung	▪ Piutang usaha
▪ Mesin	▪ Inventaris atau stok barang
▪ Hak Paten	▪ Deposito
▪ Lisensi	▪ Surat berharga

Dana yang dimiliki oleh perusahaan akan digunakan untuk membiayai aktivitas operasi, aktivitas investasi, aktivitas pendanaan perusahaan.

No	Aktivitas Operasi	Aktivitas Investasi	Aktivitas Pendanaan Perusahaan
1.	Pembayaran ke pemasok jasa	Pembelian saham	Pembayaran utang bank
2.	Pembayaan ke pemasok bahan baku	Obligasi	Pembayaran Utang Pembiayaan Sewa Guna Usaha (Leasing).
3.	Pembayaran Overhead pabrik	SBN	Pembayaran Utang Pemegang Saham.
4.	Pajak	Pembelian Hak Paten dan Merk	Pembayaran Utang Jangka Pajak Ke Perusahaan Lain.
5.	Sewa Gudang, pabrik	Investasi deposito jangka panjang	Pembayaran Prive untuk perusahaan berbentuk CV.
6.	Premi asuransi	Pembelian aktiva tetap: kendaraan, mesin	Pembayaran Dividen untuk Perusahaan berbentuk PT.
7.	Biaya listrik, telpon, air		Pembayaran SHU (Sisa Hasil Usaha) untuk perusahaan berbentuk Koperasi.

3.

#### 4. Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana Perbankan Syariah

Penyaluran Dana ( <i>Lending</i> )	Penghimpunan Dana ( <i>Funding</i> )
<u>Non Earning Assets</u> Kas Giro BI Aktiva Tetap	<u>Pihak III (DPK)</u> ✓ Giro-Wholesale ✓ Tabungan ✓ Deposito
<u>Earning Assets</u> Penempatan pd Bank Lain Sekuritas	<u>Pihak II/Bank,LKBB</u> ✓ SIMA
Pembiayaan (Bisnis) Kongsi/Basil ✓ Mudhorobah ✓ Musyarokah Jual beli ✓ Murabahah ✓ Salam ✓ Istishna' Sewa ✓ Ijarah ✓ Ijarah wa Iqtina	<u>Pihak I/Pemilik</u> ✓ Modal Sendiri Modal Disetor Cadangan Laba ditahan Laba Thn Berjalan Modal Pinjaman Modal Subordinasi
Penyertaan ✓ Musyarokah <u>Sosial</u> <u>Kemasyarakatan :</u> ✓ Qardh ✓ Rahn ✓ Hawalah	<u>Pihak III/Wadiah</u> ✓ Giro-Ritel ✓ Tabungan

## Daftar Pustaka

- Adiwarman A. Karim. (2011). *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Siddiqi R. Jafri S.A. (2009). Maternal Satisfaction After Spinal Anaesthesia for Cesarean Deliveries. *Journal of the College of Physicians and Surgeons Pakistan*.
- Husen Sobana, H. D. (2018). *Manajemen Keuangan Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rivai Veithzal dan Arfian Arifin. (2010). *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Ed. 1. Cet. 1. Jakarta: Bumi Aksara.

## Profil Penulis



### Dunyati Ilmiah

Penulis lulus S1 di Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Hamfara tahun 2012, lulus S2 di Program Magister Hukum Islam Konsentrasi Keuangan dan Perbankan Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2017. Saat ini adalah Dosen tetap Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Alma Ata Yogyakarta. Mengampu mata kuliah Bank dan Lembaga Keuangan, Pengantar Perbankan Syariah, Pengantar Bisnis Islam. Pernah menjabat sebagai Staff Assistant Accounting Kantor Akuntan Publik Purbalauddin dan Rekan, Jakarta Barat 2014-2015. Jurnal Ilmiah yang sudah dipublikasikan diantaranya : Optimalisasi Asset Wakaf Melalui Sukuk Wakaf di Indonesia, Consumer Confidence Index in Coronavirus Disease (Covid-19) Era, Pemanfaatan Teknologi untuk Peningkatan Layanan BPJS Pada Perbankan Syariah, Peran Perbankan Syariah dalam Implementasi Wakaf Uang untuk Pengembangan Industri Halal di Jawa Timur, Perbandingan Yield to Maturity dan (Rating) pada Sukuk Ijarah dan Sukuk Mudharabah, Analisis Sharih Akad Mudharabah dan Bay pada Sertifikat Investasi Mudharabah Antar Bank (SIMA).

Email Penulis : [dunyatiilmia@almaata.ac.id](mailto:dunyatiilmia@almaata.ac.id) |  
[dunyatiilmia@gmail.com](mailto:dunyatiilmia@gmail.com)



## TRANSAKSI DALAM BISNIS SYARIAH

**Ninda Ardiani, S.El., M.SEI**  
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Kegiatan yang ada dalam bisnis tidak terlepas dengan adanya perjanjian berupa akad ataupun transaksi. Secara garis besar Transaksi dalam bisnis syariah dapat dibedakan menjadi dua, yaitu transaksi dengan akad Tijarah dan akad Tabbaru. Transaksi dengan akad Tijarah umumnya bertujuan untuk mencari keuntungan, sedangkan transaksi dengan akad tabbaru bertujuan untuk memberikan kebaikan.

### **Akad Tijarah**

Bentuk transaksi yang paling umum dalam bisnis syariah adalah kegiatan jual beli. Dalam “syariah” jual beli ini dikenal dengan istilah tijarah. Tujuan kegiatan jual beli ini adalah bagaimana menghasilkan keuntungan dari output yang dihasilkan. Akad Tijarah adalah segala macam perjanjian yang menyangkut *for profit transaction*. Akad akad ini dilakukan dengan tujuan mencari keuntungan, karena bersifat komersil. Contoh akad tijarah adalah akad jual beli, bagi hasil dan sewa (Karim, 2014:70). Akad akad Jual beli berupa akad murabahah, salam dan istishna. Untuk bagi hasil dapat berupa akad musyarakah ataupun mudharabah, sedangkan dalam akad sewa dapat berupa Ijrah ataupun IMBT.



Karim (2014:70) menjelaskan dalam tingkat kepastian dari hasil yang diperoleh dari akad tijarah ini dapat dibagi menjadi dua, yaitu *natural uncertainty contracts* dan *Natural certainty contracts*. Akad dengan *natural certainty contracts*, cash flow dan waktu nya bisa diprediksi dengan relatif pasti, karena sudah disepakati oleh kedua belah pihak yang bertransaksi di awal akad. Bentuk dari *natural certainty contracts* berupa akad murabahah, salam, istishna dan ijarah. *Natural uncertainty contracts* cash flow dan waktu nya tidak pasti karena sangat bergantung pada hasil investasi. Tingkat pengembalian nya bisa positif, negatif ataupun nol. Contoh dari akad *natural uncertainty contracts* adalah *mudharabah* dan *musyarakah*.

### **Murabahah**

*Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan *margin* yang disepakati oleh penjual dan pembeli (Karim, 2014:113). *Murabahah* adalah akad jual beli antar penyedia barang dengan pihak lain yang memesan untuk membeli barang. Penjual menjual barang dengan meminta kelebihan atas harga beli dengan harga jual, perbedaan tersebut yang disebut margin keuntungan. Penyedia barang yang merupakan penjual atas obyek barang menyediakan barang yang dibutuhkan oleh nasabah dengan membelinya dari *supplier*, kemudian menjual dengan harga yang lebih tinggi kepada nasabah. Pembayaran atas transaksi *murabahah* dapat dilakukan dengan cara membayar lunas pada saat jatuh tempo atau melakukan pembayaran angsuran selama jangka waktu yang telah disepakati. Penyedia barang pun dapat memberikan potongan harga apabila nasabah mempercepat pembayaran cicilan atau melunasi piutang sebelum jatuh tempo. Selama akad belum berakhir maka harga jual-beli tidak boleh berubah. Apabila terjadi perubahan maka akad tersebut menjadi batal (Arifin, 2005:23). Pembiayaan *murabahah* sering diaplikasikan umumnya untuk transaksi jual beli barang investasi dan barang barang yang diperlukan individu. Untuk pembiayaan modal kerja dengan menggunakan produk ini kurang sesuai karena pembiayaan modal kerja yang membutuhkan dana tunai.

Harga jual barang telah ditetapkan sesuai dengan akad jual beli antara tidak dapat berubah pada saat perjanjian. Apabila ada uang muka yang diberikan nasabah akan mengurangi jumlah piutang *murabahah* yang di angsur nasabah. Apabila perjanjian *murabahah* batal, maka uang muka tersebut harus dikembalikan setelah dikurangi biaya biaya kepada nasabah. Jangka waktu pembiayaan *murabahah* tergantung kesepakatan diawal sesuai dengan kemampuan pembayaran oleh nasabah. Jangka waktu tersebut tidak dapat diubah oleh salah satu pihak. Adanya keterlambatan pembayaran, dikenakan denda diperkenankan dalam aturan perbankan syariah. Denda yang diberikan tersebut tidak menjadi pendapatan operasional tetapi dikelompokkan menjadi pendapatan non halal.

### ***Salam***

*Bai' as salam* adalah akad jual-beli suatu barang dimana harganya dibayar dengan segera, sedangkan barangnya akan diserahkan kemudian dalam jangka waktu yang disepakati (Arifin, 2005:23) Dalam pengertiannya, salam adalah akad jual beli barang pesanan anta penjual dan pembeli dengan pembayaran dilakukan dimuka pada saat akan dan pengiriman barang dilakukan pada saat akhir kontrak. Spesifikasi barang pesanan telah disepakati di awal antara pembeli dan penjual. Barang yang diterima pada saat akhir kontrak harus sesuai dengan kesepakatan di awal. Jika barang yang tidak sesuai maka pembeli dapat mengembalikannya pada penjual. Apabila barang yang diterima harganya lebih rendah dari harga pada saat akad, selisihnya menjadi kerugian pembeli sebagai pembeli begitupun sebaliknya bila harga nya lebih tinggi menjadi keuntungan bank syariah.

Pembiayaan salam diutamakan untuk pembelian dan penjualan hasil produksi pertanian, perternakan dan perkebunan. Petani dan perternak pada umumnya membutuhkan modal awal dalam melaksanakan aktivitasnya, Pembeli dapat memberikan dana pada saat akad. Setelah hasil panen, nasabah akan membayar kembali. Dengan melakukan *salam* petani dan peternak dapat mengambil manfaat tersebut. Hasil produksi dari

pertanian, perkebunan dan peternakan harus diketahui ciri cirinya yang bersifat umum seperti, jenis, macam, ukuran, kualitas dan kuantitasnya. Apabila ada kekeliruan maka produsen yang bertanggung jawab.

### ***Istisna***

Fatwa DSN-MUI dijelaskan bahwa jual beli *istishna* adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati anatar pemesan dan penjual. Arifin (2005:24) menjelaskan *Istishna* adalah akad jual beli antara pemesan/pembeli dengan produsen dimana penjual dimana barang yang akan diperjualbelikan harus dibuat lebih dahulu dengan kriteria yang jelas. Praktik pembiayaan *Istishna* tidak jauh berbeda dengan salam. Adanya pemesanan barang spesifikasi tertentu yang disepakati oleh keduanya. Dalam *istishna* pembayaran disepakati diawal dengan cara pembayaran dimuka, pembayaraan saat penyerahan barang dan pembayaran setelah aset diserahkan. Pembiayaan *Istishna* umumnya diterapkan untuk pembiayaan pembangunan proyek, sehingga *istishna pararel* dilakukan karena pembeli bukan produsen dari barang tersebut.

Spesifikasi dan harga barang disepakati di awal akad dengan pembayaran secara bertahap. Barang yang dipesan merupakan *fixed* asset seperti gedung, mesin, peralatan, alat transportasi dan lainnya. Atas permintaan nasabah, pembeli memesan barang tersebut ke pihak produsen, produsen melakukan pekerjaan sesuai dengan pesanan bank untuk memenuhi keperluan nasabah.

### **Sewa - Menyewa**

Sewa menyewa atau *ijarah* adalah dimana seseorang memberikan imbalan kepada seseorang lainnya atas jasa yang telah di berikan. Ijarah merupakan kontrak antara pihak yang menyewakan barang dan penyewa, dengan menentukan biaya sewa yang disepakati oleh kedua pihak(Ismail, 2011:157). Adanya penawaran produk ini dikarenakan adanya kebutuhan barang atau manfaat oleh nasabah yang tidak memiliki kemampuan keuangan. Jenis barang yang disewakan berupa aset tetap seperti

bangunan, barang produksi dan alat transportasi. Dalam transaksi perbankan, pihak yang menyewakan membeli aset tetap dari supplier kemudian disewakan kepada penyewa dengan biaya sewa yang tetap hingga jangka waktu tertentu (Ismail, 2011:157). Praktek *ijarah* secara teknis merupakan perubahan cara pembayaran sewa dari tunai dimuka menjadi angsuran atau pengunduran periode waktu pembayaran atas biaya sewa yang telah dibayarkan. *Ijarah* dibagi menjadi dua, yaitu *ijarah* dan *ijarah muntahiya bittamlik*. Hal yang membedakan antara *ijarah* dengan IMBT adalah status kepemilikan pada saat akhir, dimana dalam IMBT, kepemilikan barang menjadi kepemilikan nasabah atau penyewa.

*Ijarah muntahia bittamlik* pada dasarnya merupakan perpaduan antara *ijarah* dan jual beli (Antonio,2015:118). Dari sisi *ijarah*, perbedaan IMBT terletak dengan adanya opsi untuk membeli barang dimaksud pada akhir periode. Sedangkan dari sisi jual beli perbedaan IMBT terletak pada adanya penggunaan manfaat barang terlebih dahulu melalui akad *ijarah* sebelum transaksi jualbeli dilakukan. Harga sewa dan harga beli sudah ditetapkan pada saat awal perjanjian. Biaya sewa yang dibayar merupakan biaya sewa bukan angsuran yang dilakukan secara rutin hingga jatuh tempo.

### *Mudharabah*

Kerjasama antara dua orang lebih, dimana masing masing saling melengkapi kebutuhan modal yang diperlukan. Ada yang memberikan dalam bentuk Uang ataupun keahlian. Arifin (2005:19) menjelaskan pembiayaan *mudharabah* merupakan pembiayaan yang berbentuk *equity financing*. Hubungan kontrak yang ada antara pemberi modal (*shahibu maal*) dan pengusaha (*mudharib*). Pembiayaan antara *shahibul maal* dan *mudharib* untuk melakukan kegiatan usaha dimana 100% modal nya dari *shahibul maal* . Hasil usaha yang dilakukan oleh *mudharib* akan dibagi hasil sesuai nisbah yang sudah disepakati diawal antara kedua belah pihak.

Perhitungan bagi hasil pembiayaan *mudharabah* dapat berupa *revenue sharing* atau *profit/loss sharing*. Sesuai

dengan QS. Shaad : 24 yang menjadi landasan syariah dari *mudharabah*. Dalam ayat tersebut Allah SWT menjelaskan bahwasannya dalam melakukan perserikatan atau kerjasama, sebaiknya jangan sampai menimbulkan ke dzaliman bagi yang lain dengan meminta tambahan dari keuntungan yang di peroleh. Dijelaskan pula dalam ayat ini bahwa sedikit umat muslim yang tidak berbuat dzalim dalam perserikatan dengan rekannya, mereka itulah yang dikategorikan sebagai orang-orang beriman dan mengamalkan amal sholeh. Jika proyek sudah selesai, *mudharib* akan mengembalikan modal tersebut kepada penyedia modal berikut keuntungan yang telah disetujui sebelumnya. Bila terjadi kerugian maka kerugian dipikul oleh *shahibul maal*. Sedang *mudharib* kehilangan keuntungan atas kerja yang dilakukannya. Ketentuan dalam pemberian pembiayaan *mudharabah* antara lain:

1. Pembiayaan *mudharabah* digunakan untuk usaha yang produktif dan diberikan untuk pembiayaan modal kerja dan investasi
2. *shahibul maal* memberikan modal dalam bentuk tunai bukan piutang yang 100% dibiayai *shahibul maal*
3. *mudharib* boleh melakukan berbagai macam usaha sesuai akad yang sudah disepakati. *shahibul maal* tidak ikut serta dalam mengelola usaha namun memiliki hak untuk melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap *mudharib*.
4. Jangka Waktu pembiayaan, tata cara pengembalian modal, pembagian keuntungan diatur pada kesepakatan awal antara kedua belah pihak.

### ***Musarakah***

Kerjasama antar dua orang atau lebih dimana masing masing memberikan porsi yang sama dalam Kerjasama. Musarakah merupakan akad kerjasama dimana kedua belah pihak atau lebih dalam menjalankan usaha, dimana masing masing pihak menyertakan modalnya sesuai dengan kesepakatan, dan dibagihasilkan atas usaha bersama diberikan sesuai dengan kontribusi dana atau

sesuai kesepakatan bersama (Ismail, 2013:176). Bentuk kontribusi dari pihak yang bekerja sama dapat berupa dana, barang dagangan, skill, kepemilikan, peralatan atau barang-barang lainnya yang dapat dinilai dengan uang.

Dalam pembiayaan musyarakah semua modal disatukan untuk dijadikan modal usaha dan di kelola secara bersama. Setiap pemilik modal berhak turut serta dalam menentukan kebijakan usaha yang dijalankan. Biaya yang timbul dalam pelaksanaan proyek harus diketahui bersama dan keuntungan dibagi sesuai porsi yang sudah ditentukan. *Shahibul maal* mengaplikasikannya untuk pembiayaan proyek dimana masing-masing menyediakan dana untuk membiayai sebuah usaha. Ketika proyek tersebut sudah selesai, *mudharib* mengembalikannya bersama bagi hasil yang sudah disepakati.

### **Akad Tabarru'**

Akad Tabarru' adalah segala macam perjanjian yang menyangkut *no-for profit transaction* (transaksi nirlaba). Transaksi ini pada hakikatnya bukan transaksi bisnis untuk mencari keuntungan komersial. Akad *tabarru'* dilakukan dengan tolong-menolong dalam rangka berbuat kebaikan. Dalam akad ini pihak yang berbuat kebaikan tidak berhak mensyaratkan imbalan apa pun kepada pihak lainnya. Imbalan dari akad *tabarru'* berasal dari Allah SWT. Namun demikian pihak yang berbuat kebaikan boleh meminta kepada *counter-part* nya untuk sekedar menutupi biaya yang dikeluarkan untuk dapat melakukan akad *tabarru'* tersebut. Namun ia tidak diperbolehkan untuk mengambil laba dari akad tersebut. (Karim, 2014:66). Adanya akad *tabarru'* ini sesuai dengan perintah Al Quran dalam surat al Maidah ayat 2.

Karim (2014:67) membagi akad *tabarru'* menjadi tiga bentuk umum, yaitu meminjamkan uang, meminjamkan jasa dan memberikan sesuatu. Beberapa bentuk dari akad meminjamkan uang disini dapat berbentuk *qardh*, *rahn* atau *hiwalah*. *Qardh* diberikan tanpa mensyaratkan apapun, selalu mengembalikan pinjaman tersebut setelah jangka waktu tertentu. Jika dalam meminjamkan uang si pemberi pinjaman mensyaratkan suatu jaminan dalam

bentuk barang atau jumlah tertentu, maka bentuk pemberian ini disebut rahn. Jika pemberian pinjaman uang bertujuan untuk mengambil alih piutang dari pihak lain maka itu disebut hiwalah.

Akad meminjamkan jasa terbagi menjadi tiga bentuk yaitu dalam akad wakalah, wadiah dan kafalah. Apabila kita meminjamkan diri kita untuk melakukan sesuatu atas nama orang lain, hal tersebut merupakan wakalah. Bila dalam akad wakalah ini dirincikan bentuk tugasnya, yakni adanya penyediaan jasa makan pinjaman ini berbentuk wadiah. Jika terjadi akad wakalah bersyarat seperti melakukan pekerjaan jika terpenuhi kondisinya maka hal tersebut menjadi kafalah.

Bentuk memberikan sesuatu dalam akad tabarru' adalah akad akad seperti hibah, waqf, shodaqoh dan lain lain. Akad tersebut tidak boleh diubah menjadi akad tijarah. Dalam semua akad akad tersebut, si pelaku memberikan sesuatu kepada orang lain. Bila penggunaannya untuk kepentingan umum dan agama, akadnya berupa waqf. Sedangkan hibah dan hadiah adalah pemberian secara sukarela kepada orang lain.

Akad Tabarru' ini adalah akad akad untuk mencari keuntungan akhirat. Akad ini tidak ditujukan untuk tujuan tujuan komersil. Namun demikian bukan berarti akad tabarru' sama sekali tidak dapat digunakan dalam kegiatan komersil. Akad tabarru' dapat digunakan untuk menjembatani atau memperlancar akad tijarah (Karim, 2014:70)

### **Transaksi Jasa**

Jenis jenis produk yang digunakan dalam pelayanan jasa ini menggunakan akad akad *tabarru'* antara lain, *wakalah, kafalah, hiwalah, rahn. Qardh dan sharf.* Produk produk jasa pada umumnya menggunakan akad *tabarru'* yang tidak dimaksudkan untuk mencari keuntungan tetapi memfasilitasi dan membantu nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.

Dalam kegiatan bisnis, umumnya transaksi jasa ini di berikan oleh perbankan syariah sebagai salah satu bentuk

---

produk *fee based income*. Nasabah atau masyarakat dapat menggunakan nya untuk mendukung kegiatan bisnis mereka.

Akad wakalah yang digunakan untuk melakukan transfer, kliring, inkaso, *letter of credit* dan *payment*. Bank syariah sebagai wakil mendapat kuasa dari nasabah (*muwakil*) untuk melakukan tugas atas nama nasabah. Bank syariah dan nasabah sebelum melakukan suatu pekerjaan terikat suatu kontrak yang mengikat keduanya. Bank syariah mendapatkan *fee* setelah melakukan tugas atas nama nasabah.

*Kafalah* dalam aplikasi bank syariah merupakan penjaminan yang diberikan oleh bank syariah kepada pihak lain, bila pihak terjamin tidak mampu melakukan kewajibannya (Ismail, 2011:202). Penggunaan akad *kafalah* dalam perbankan syariah berupa pemberian bank garansi oleh bank. Bank garansi ini timbul karena adanya kebutuhan pengusaha yang mengikuti tender untuk memenuhi kewajiban yang diminta oleh pihak lain. Bank penerbit bank garansi akan mendapat *fee* dari dari pengusaha atau nasabah yang meminta bank garansi. Untuk menanggulangi adanya wanprestasi dari nasabah, pada umumnya bank syariah meminta agunan dari nasabah. Agunan jaminan yang diminta bank syariah berupa aset lancar atau aset tetap perusahaan.

Pemindahan kewajiban membayar hutang dari orang yang berhutang kepada orang yang berhutang lainnya atau akad *hiwalah* merupakan salah satu akad yang di terapkan dalam pemberian jasa oleh bank syariah (Ismail, 2011:206). *Hiwalah* dalam perbankan syariah terdapat tiga pihak yang terlibat yaitu Bank syariah sebagai *Muhal alaih*, Nasabah sebagai *Muhal* dan *Muhil* yang memiliki piutang pada *muhal*. Bank Syariah akan membayar hutang *muhal* kepada *muhil*, yang kemudian hari bank syariah akan menagih hutang tersebut ke nasabah selaku *muhal*. Akad *Hiwalah* dalam perbankan syariah di terapkan pada *factoring* atau anjak piutang, *post-dated check* dan *bill discounting* (Ismail, 2011:209).



Manfaat adanya produk yang menggunakan akad *hiwalah* ini adanya dana talangan untuk hibah bagi yang membutuhkan, penyelesaian utang dan piutang dengan cepat dan dapat menjadi *fee based income* bagi bank syariah. Adanya wanprestasi dari nasabah yang memberi tagihan palsu merupakan risiko yang dihadapi bank syariah dalam pengaplikasian akad *hiwalah* (Antonio, 2015:127). *Rahn* atau yang lebih dikenal dengan gadai juga termasuk dalam produk pelayanan jasa Bank syariah. Menurut Antonio (2015:128) *rahn* adalah menahan salah satu harta milik peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. *Rahn* dalam perbankan syariah dapat digunakan sebagai produk pelengkap dan produk tersendiri. *Rahn* sebagai produk pelengkap digunakan sebagai akad tambahan terhadap produk lain, seperti dalam pembiayaan *mudharabah* untuk menahan barang nasabah sebagai konsekuensi akad. *Rahn* sebagai produk tersendiri dapat digunakan untuk pemberian pembiayaan kepada masyarakat. *Rahn* antar nasabah dan bank syariah akan sah apabila memenuhi syarat sesuai syariah Islam. Bank syariah selaku *murtahin* akan menerima *marhun* dari nasabah (*rahin*) yang kemudian bank syariah memberikan pembiayaan. *Rahin* melakukan pembayaran kembali ditambah dengan *fee* yang berasal dari biaya sewa tempat dan biaya pemeliharaan.

*Qardh* merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan bank syariah tanpa adanya tambahan atau imbalan yang diminta. Dalam perjanjian *qardh*, Bank syariah memberikan pinjaman kepada nasabah dengan ketentuan bahwa penerima pinjaman akan mengembalikan pinjamannya sesuai jangka waktu yang telah diperjanjikan dengan jumlah yang sama dengan pinjaman yang diberikan. Pemberian pembiayaan ini dengan tujuan sosial, bank syariah tidak akan mengalami kerugian karena sumber dana sebagian besar berasal dari modal bank syariah, zakat, infaq, sedekah atau pendapatan non halal bank syariah.

Akad *qardh* diterapkan sebagai produk pelengkap kepada nasabah yang loyal, sebagai fasilitas untuk nasabah yang memerlukan dana cepat dan sebagai produk untuk menyumbang usaha yang sangat kecil atau membantu sektor sosial.

### **Transaksi yang Tidak Diperbolehkan**

QS Surat An Nisa ayat 29 menjelaskan bahwa dengan sesama kita tidak di perbolehkan untuk memakan harta dengan cara yang bathil. Begitu pula dalam kegiatan bisnis, transaksi yang dilakukan tidak boleh di lakukan dengan cara yang bathil dan dilarang oleh ketentuan syariah. Diantara bentuk transaksi yang tidak di perbolehkan adalah transaksi yang mengandung unsur Riba, Maisyir, Gharar, Transaksi yang di haramkan zat nya dalam Al Quran, seperti babi, khamr, bangkai dan darah. Kegiatan bisnis yang dengan sengaja merusak pasar pun tidak di perbolehkan, seperti adanya kegiatan *tadlis*, *taghrir*, *bay' najasy*, *tallaqi ruqbani* dan *ihtikar*.

Praktik riba dapat di artikan adanya Tambahan yang diberikan dalam pertukaran barang-barang tertentu dan tambahan yang diberikan kepada (pokok) utang dengan imbalan penangguhan pembayaran secara mutlak. Tambahan disini dapat diartikan kelebihan ukuran, takaran dan timbangan. Seperti 1 kg beras tertentu ditukar secara langsung dengan 1,5 kg beras tertentu yang lain atau kelebihan yang diberikan kepada pokok utang seperti utang Rp. 10.000,- harus dikembalikan Rp 11.000. Penangguhan pembayaran dalam transaksi ribawi adanya pinjaman pembayaran bunga dihubungkan dengan waktu tangguh pengembalian, misalnya bunga 10% untuk setahun. Diriwayatkan daripada Abu Hurairah r.a katanya: Rasulullah telah bersabda: “Jauhilah tujuh perkara yang dapat membinasakan kamu yaitu menyebabkan kamu masuk Neraka atau dilaknati oleh Allah. Para Sahabat bertanya: Wahai Rasulullah! Apakah tujuh perkara itu? Rasulullah bersabda: Mensyirikkan Allah yaitu menyekutukanNya, melakukan perbuatan sihir, membunuh manusia yang diharamkan oleh Allah melainkan dengan hak, memakan harta anak yatim,

memakan harta riba, lari dari medan pertempuran dan memfitnah perempuan-perempuan yang baik yaitu yang boleh dikahwini serta menjaga maruah dirinya, juga perempuan yang tidak memikirkan untuk melakukan perbuatan jahat serta perempuan yang beriman dengan Allah dan RasulNya dengan fitnah melakukan perbuatan zina”

Praktik Maisyir pun diharamkan dalam transaksi Bisnis Syariah, hal ini di karenakan adanya Permainan yang harus menghindari terjadinya *zero sum game*, yakni kondisi yang menempatkan salah satu atau beberapa pemain harus menanggung beban pemain lain. Masiyir dapat dikatakan seperti praktik perjudian karena di dalamnya terdapat unsur taruhan untuk mengadu nasib menang atau kalah dan juga ada hak orang lain yang di ambil. *Gharar* merupakan kegiatan yang mengandung ketidakpastian atau adanya spekulasi didalamnya. Kedua belah pihak dalam transaksi yang tidak memiliki kepastian terhadap barang yang menjadi obyek transaksi. Mengubah yang pasti menjadi tidak pasti. Terdapat empat macam bentuk praktik gharar, diantaranya gharar dalam kualitas seperti menjual anak sapi dalam kandungan, gharar dalam kuantitas dalam praktik ijon, gharar dalam harga seperti seorang pedagang yang membeli barang dagangan sebelum amsuk ke pasar atau *tallaqi rukbani* dan gharar dalam waktu penyerahan pada jual beri barang yang hilang.

Bentuk transaksi lainnya yang tidak di perbolehkan dalam bisnis Islam ialah melakukan kecurangan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih yang menyebabkan kerusakan pasar dengan sengaja. Gangguan yang terjadi atas kondisi ideal mekanisme pasar yang dilakukan secara sengaja oleh satu atau beberapa pihak tertentu. Gangguan ini berupa praktik Bai Najasy dimana produsen menyuruh pihak lain memuji produknya atau menawarkan dengan harga tinggi, sehingga orang akan terpengaruh, ihtikar atau penimbunan, *tadlis* dan *taghrir* yang merupakan praktik dengan ketidak sempurnaan Informasi. *Ikhtikar* yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menahan barang atau

---

menimbun (*hoarding*) untuk tidak beredar di pasar dengan tujuan untuk menaikkan harga. Suatu kegiatan masuk dalam kategori monopolistic rent, apabila komponen-komponen berikut ini terpenuhi dengan mengupayakan adanya kelangkaan barang baik dengan cara menimbun stok atau mengenakan entry – barriers, menjual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga sebelum munculnya kelangkaan dan Mengambil keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan keuntungan yang ada.

Kondisi ideal dalam pasar adalah apabila penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama tentang barang yang akan diperjualbelikan. Apabila satu pihak tidak memiliki informasi seperti yang dimiliki pihak lain, maka salah satu pihak akan merasa dirugikan dan terjadi kecurangan atau penipuan. Praktik Tadlis dapat kita temui dalam bentuk tadlis kuantitas, kualitas, harga ataupun waktu penyerahan. Salah satu bentuk tadlis kuantitas terjadi apabila menjual barang dalam jumlah yang banyak, semisal menjual baju sebanyak satu kontainer. Dikarenakan jumlahnya yang banyak tidak memungkinkan di hitung satuan, ataupun dalam mengurangi timbangan dalam jual beli termasuk tadlis kuantitas. Sedangkan praktik Taghrir ialah melakukan sesuatu secara membabi buta tanpa pengetahuan yang mencukupi atau mengambil risiko sendiri dari suatu perbuatan yang mengandung risiko tanpa mengetahui dengan persis apa akibatnya. Praktik taghrir pun sama seperti tadlis dapat kita temui dalam bentuk tadlis kuantitas, kualitas, harga ataupun waktu penyerahan. Salah satu bentuk taghrir kualitas dapat ditemu pada penjualan anak sapi yang masih dalam kandungan. Penjual sepakat menjual anak sapi tersebut ketika lahir seharga Rp. 1.000.000,- dalam hal ini penjual ataupun pembeli tidak dapat memastikan kondisi fisik dari anak sapi tersebut.

**Daftar Pustaka**

- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2015. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Pers
- Arifin, Zainul. 2005. *Dasar Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet
- Ascaraya. 2013. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers
- Huda, Nurul dan M Heykal. 2010. *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana
- Karim, Adiwarmanto A. 2014. *Bank Islam Analisis fiqh dan keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Muhammad. 2005. *Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah*. Yogyakarta: Unit penerbit dan percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN
- \_\_\_\_\_, 2002. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Ryandono, Muhamad Nafik dan Rofiul Wahyudi, 2018. *Manajemen Bank Islam Pendekatan Syariah dan Praktek*. Yogyakarta: UAD Press.
- Ryandono, Muhammad Nafik Hadi. 2008. *Sistem Lembaga Keuangan Islam*. Modul yang disajikan dalam *Pelatihan Lembaga Keuangan Syariah*. Surabaya: Islamic Finance Development Institute (IFDI)
- Sudarsono, Heri. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia

### **Profil Penulis**



#### **Ninda Ardiani**

Penulis lahir di Bandung, 18 Juni 1993. Menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar hingga Sekolah Menengah Atas di Sidoarjo, Jawa Timur. Meraih gelar Sarjana Ekonomi Islam di Universitas Airlangga Surabaya pada Jurusan Ekonomi Islam pada tahun 2015 selang satu tahun kemudian melanjutkan studi Magister Sains Ekonomi Islam di Universitas Airlangga Surabaya yang diselesaikan pada tahun 2019. Beberapa tulisan yang sudah di terbitkan, yaitu : (1) the Efficiency of Zakat Collection and Distribution: Evidence From Data Envelopment Analysis; 2) Gadai emas alternatif tambahan modal usaha mikro kecil dan menengah pada Lembaga Keuangan Syariah; (3) Investasi Raja Salman di Indonesia dalam Pandangan makro Islam; (4) Analysis of Efficiency for Zakat Management Organization in Indonesia: A Comparison Study of Super Efficiency and Free Disposal Hull. Sejak September 2019 sampai saat ini penulis menjadi dosen di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Selain mengajar, penulis pernah terlibat dan aktif dalam beberapa proyek penelitian dan pengabdian masyarakat dalam Bidang Ekonomi Islam.

Email Penulis: [nindaardiani@umsida.ac.id](mailto:nindaardiani@umsida.ac.id)



## LANDASAN & PRINSIP AKUNTANSI SYARIAH

**Alfin Maulana, S.EI., M.SEI.**  
Universitas Wijaya Putra Surabaya

### **Pengantar Akuntansi Perbankan Syariah**

Akuntansi syariah adalah bagian dari akuntansi yang relatif baru, sehingga tidak banyak negara yang mengadakan pembahasan tentang akuntansi syariah. Pada tahun 1993 Dewan Bahasa dan Pustaka Kementerian Pendidikan Malaysia-Kuala Lumpur menerbitkan buku yang berjudul “Sistem Perakaunan Dalam Islam” yang membahas tentang, antara lain Harta, Kaedah Perakaunan Islam, Unsur-unsur Perbelanjaan dan Pendapatan dalam Islam, Perakaunan Bank Islam, Perakaunan Harta Pustakan dan Waris dalam Islam dan sebagainya.

Pada tanggal 1 Safar 1410 H. yang bertepatan dengan tanggal 27 Maret 1991 M. berdiri badan usaha “*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*” di negara Bahrain. Yang merupakan badan usaha *nirlaba* yang otonom. Dan pada tahun 1998 menerbitkan buku akuntansi syariah yang berjudul “*Accounting and Auditing Standard for Islamic Financial Institution (AAOIFI)*” yang dapat dijadikan panduan dalam membahas akuntansi syariah, namun hanya sebatas pada *accounting* dan *auditing*. Namun pada tahun 1999 terdapat perubahan judul buku menjadi “*Accounting, Auditing and Governance Standard for Islamic Financial Institution*” yang dalam buku tersebut membahas tidak hanya *accounting* dan



*auditing* belaka tapi juga membahas tentang *Governance* serta terdapat pula perubahan cakupan organisasi tersebut.

Dalam Islam, akuntansi berhubungan terkait pengakuan, pengukuran dan pencatatan transaksi serta pengungkapan hak-hak dan kewajiban-kewajibannya secara adil. Sebagaimana firman Allah SWT. dalam surat al-Baqarah: 282) yang artinya:

*“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis diantara kamu menuliskannya dengan benar”.*

Allah SWT. juga berfirman dalam al-Qur’an surat an-Nisa’: 282, yang artinya:

*“Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan”.*

Dalam surat al-Muthaffin: 1-3 Allah menyatakan:

*“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi”.*

Akuntansi keuangan dalam Islam haruslah memfokuskan pada pelaporan yang jujur mengenai posisi keuangan, entitas, serta hasil-hasil operasinya, dengan cara yang dapat mengungkapkan apa saja yang halal dan apa saja yang haram. Hal ini sesuai dengan apa yang telah diperintahkan oleh Allah SWT. yang untuk selalu melakukan tolong-menolong dalam hal kebaikan. Sebagaimana yang telah disebutkan dalam al-Qur’an surat al-Maidah: 2 yang artinya: “Dan tolong menolonglah kalian dalam hal kebajikan dan takwa serta janganlah tolong menolong kalian dalam berbuat dosa dan pelanggaran”. Hal ini menunjukkan bahwa akuntansi dalam Islam memiliki landasan-landasan yang harus disadari dan dipatuhi bagi akuntan keuangan dalam Islam. Dia tidak boleh memasuki bidang ini tanpa adanya kesadaran serta pemahaman yang jelas terkait akuntansi

---

keuangan. Hal ini sesuai dengan penjelasan Allah SWT. dalam surat al-Baqarah: 282, yang artinya: “Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar”. Ketika itu khalifah Umar bin Khattab RA. pernah meminta kepada para pedagang yang ada di pasar untuk memahami hal yang halal dan haram. Beliau mengatakan, “Tidak seorangpun yang diperbolehkan untuk melakukan jual-beli di pasar kami kecuali mereka yang mempunyai pemahaman agama, jika tidak mau, maka mereka akan terjerumus pada transaksi yang bersifat *ribawi*”. Oleh karena itulah, orang-orang yang bertugas harus menetapkan aturan-aturan yang dibutuhkan guna melindungi hak-hak serta kewajiban perorangan serta menjamin pengungkapan yang memadai bagi akuntansi keuangan.

Dalam perkembangannya, akuntansi bank syariah secara konkrit baru dikembangkan sejak pada tahun 1999, Bank Indonesia merupakan pemrakarsa dalam pembentukan tim penyusunan PSAK Bank Syariah yang dituangkan dalam Surat Keputusan (SK) Gubernur Bank Indonesia Nomor 1/16/KEP/DGB/1999, yang meliputi unsur-unsur komponen dari Bank Indonesia (BI), Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), Bank Muamalat Indonesia serta Departemen Keuangan, hal ini seiring dengan pesatnya perkembangan perbankan syariah yang merupakan bentuk dari implementasi dari Undang-undang Nomor 10 tahun 1998.

Dalam pembahasannya memiliki beberapa cakupan tanggung jawab yang cukup jelas antara Ikatan Akuntan Indonesia (Dewan Standar Akuntansi) serta Dewan Syariah Nasional (DSN), namun kedua unit tersebut tidak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lainnya dalam hal melakukan pembahasan Akuntansi Perbankan Syariah. Yang mana, IAI bertanggung jawab terhadap pengukuran, pengakuan serta penyajian atau hal-hal lain yang berkaitan dengan dengan akuntansi, dengan memperhatikan fatwa dari DSN, dikarenakan unit inilah yang berkompeten dalam hal ini, sedangkan DSN bertanggung jawab terhadap syariah yang ada dalam pembahasan akuntansi tersebut unit inilah yang

berkompeten terkait syariah, sedangkan yang berkaitan dengan akuntansi ditanggung jawabkan kepada Dewan Standard Akuntansi. Tim Penyusun PSAK sudah menghasilkan sebagaimana dengan diterbitkannya Exposure Draft Kerangka Dasar Penyusunan Laporan Keuangan Perbankan Syariah dan Exposure Draft tentang PSAK Perbankan Syariah pada bulan Maret 2000. Dari hasil exposure tersebut memberikan masukan-masukan yang sangat berarti, di mana masukan-masukan tersebut memberikan tuntutan kepada tim untuk dapat mencermati lebih hati-hati, khususnya yang berhubungan dengan aspek syariah.

Ada dua hal yang perlu diperhatikan untuk dapat memahami Akuntansi Bank Syariah, yang pertama adalah Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan Perbankan Syariah yang memuat tentang Karakteristik Bank Syariah, pemakai kebutuhan informasi, tujuan akuntansi keuangan, tujuan laporan keuangan serta asumsi dasar. Adapun yang kedua yang berkaitan tentang PSAK 59 yang memuat atau mengatur tentang pengakuan, pengukuran, pengungkapan serta penyajian tentang produk, *mudharabah*, *musyarakah*, *murabahah*, *istishna'* dan *istishna'* paralel, *salam* dan *salam* paralel, *ijarah* dan *ijarah muntahiyah bit tamlik* (IMBT), *wadiyah*, *qardh*, *sharf* serta kegiatan yang berbasis imbalan.

Pada PSAK nomor 59 tentang Akuntansi Perbankan Syariah hanyalah membahas tentang ketentuan-ketentuan pokok saja serta sebagai upaya untuk dapat mendukung dan melengkapi PSAK Perbankan Syariah yang telah dibentuk begitu pula tim penyusun Pedoman Akuntansi Perbankan Syariah Indonesia (PAPSI) yang memuat pedoman secara rinci dan ilustrasi transaksi dari PSAK Perbankan Syariah tersebut.

Sudah seyogyanya penerbitan PSAK nomor 59 tentang Akuntansi Perbankan Syariah sudah menjadi sebuah kebanggaan bahwa Bank Syariah telah mempunyai panduan yang dapat digunakan sebagai pembukuan transaksinya, meskipun secara akademisi akuntansi Islam masih diperdebatkan, karena hal ini menunjukkan

---

bahwa akuntansi Indonesia merupakan kumpulan profesi yang pertama kali mengeluarkan standard yang harus diikuti oleh profesi tersebut. Telah disadari bahwa dalam Kerangka Dasar tersebut belum sempurna dan belum dilakukan pembahasan secara rinci. Oleh karenanya, kerangka dasar dalam akuntansi umum pun masih dapat dijadikan pedoman selagi tidak bertentangan dengan prinsip dasar syariah, hal disebabkan karena terbatasnya pemahaman serta contoh-contoh transaksi yang terdapat pada Bank Syariah. Melihat fenomena ini, diharapkan dapat dijadikan sebagai stimulus untuk selalu melakukan pengamatan, pembahasan dan forum diskusi yang berkaitan dengan akuntansi Bank Syariah yang mampu menuju pada sebuah kesempurnaan.

Jika ditelaah, cakupan PSAK nomor 59 tentang Perbankan Syariah, adapun perbankan syariah yang digunakan antara lain Bank Umum Syariah (BUS), Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), Cabang Syariah dari Bank Konvensional, sehingga entitas syariah yang lainnya, seperti Asuransi Syariah, *Multifinance* Syariah, Koperasi Syariah dan lain sebagainya belum tentu patuh terhadap PSAK tersebut. Dengan perkembangan yang begitu pesat terhadap entitas syariah di Indonesia, maka dilakukanlah revisi terhadap PSAK nomor 59 serta disempurnakan dan disahkan oleh Dewan Standard Akuntansi Keuangan pada tahun 2007, dan mulai dipergunakan pada tahun buku 2008. Pada PSAK yang telah direvisi dan disempurnakan (nomor 101-199) tersebut memiliki cakupan yang cukup luas dan tidak hanya untuk perbankan syariah, melainkan juga sudah mencakup lembaga keuangan syariah lainnya, seperti asuransi, lembaga pembiayaan termasuk koperasi syariah dan lain sebagainya.

### **Tujuan Akuntansi Syariah**

Akuntansi keuangan yang terutama berhubungan dengan penyediaan informasi yang dapat digunakan oleh para pemakai untuk mengambil keputusan. Bagi mereka yang menggunakan jasa bank syariah harus memiliki kepatuhan dalam mencari ridho Allah SWT dalam urusan

keuangan serta urusan lain mereka. Sebagaimana firman Allah SWT. dalam al-Qur'an surat al-Baqarah: 168 yang memiliki arti: "Wahai manusia sekalian, makanlah yang halal dan lagi baik dari apa yang terdapat di muka bumi ini, dan janganlah kalian mengikuti langkah-langkah setan. Karena sesungguhnya setan adalah musuh yang nyata bagi kalian."

Sasaran dari akuntansi keuangan bagi bank-bank secara umum ditetapkan oleh negara-negara yang *notabene* bukan negara Islam. Oleh karena itu, sudah menjadi kewajaran jika terdapat perbedaan sasaran-sasaran yang ditetapkan bagi bank konvensional dan bagi bank syariah. Perbedaan ini terutama bersumber dari perbedaan dalam menentukan sasaran-sasaran dari akuntansi keuangan yang dibutuhkan bagi mereka yang membutuhkan informasi tentang hal tersebut. Meskipun demikian, bukan berarti kita menolak semua hasil pemikiran akuntansi modern yang bersumber dari negara non-Islam. Dikarenakan adanya sasaran-sasaran yang sama antara pemakai informasi akuntansi Muslim dan non-Muslim. Sebagai contoh, investor Muslim dan non-Muslim sama-sama ingin meningkatkan kekayaan serta mendapatkan hasil yang bisa diterima dari investasi mereka. Ini merupakan sasaran atau keinginan yang sah dan tidak bertentangan dengan syariat, sebagaimana firman Allah SWT. dalam al-Qur'an surat al-Mulk: 15 yang artinya: "Dan Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rizki-Nya."

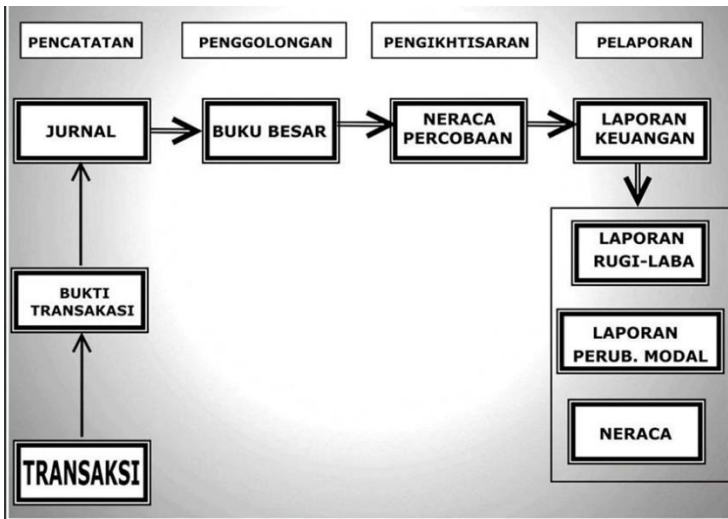
Adapun tujuan akuntansi keuangan bank syariah adalah:

1. Menentukan hak dan kewajiban pihak terkait, termasuk hak dan kewajiban yang berasal dari transaksi yang belum selesai dan atau kegiatan ekonomi lainnya, sesuai dengan prinsip syariah yang berasaskan pada konsep kejujuran, keadilan, kebijakan serta kepatuhan kepada nilai-nilai bisnis Islami;

2. Sebagai sumber informasi keuangan yang memiliki manfaat bagi para *stakeholder* (pemakai) laporan guna mengambil keputusan;
3. Untuk meningkatkan kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam segala transaksi serta kegiatan usaha.

**Proses (Siklus) Akuntansi Perbankan Syariah**

Proses (siklus) dalam akuntansi perbankan syariah sama halnya dengan akuntansi secara umum, yakni mulai dari bukti transaksi sampai dengan laporan keuangan (Harahap, 1999:9).

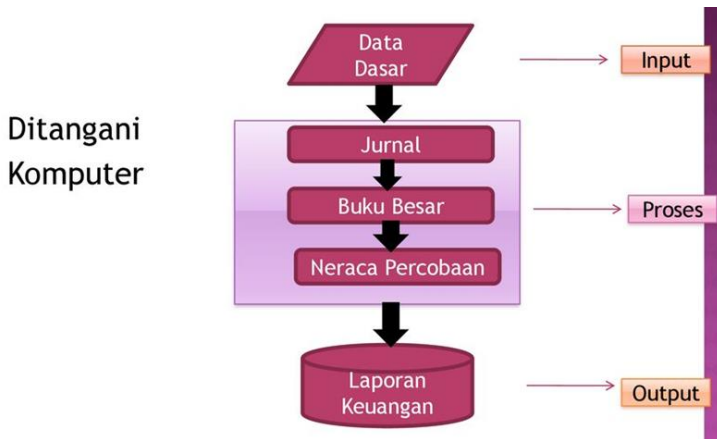


Gambar: Proses (siklus) Akuntansi

Pada praktiknya, khususnya bagi bank syariah di dalam penataan akuntansinya menggunakan komputer, alurnya akan dimulai dari bukti transaksi yang merupakan input dengan menggunakan kode debit serta kode kredit, selanjutnya setelah transaksi pada hari tersebut telah selesai, beberapa kegiatan proses akuntansi ditangani melalui komputer sebagai proses (jurnal, pembukuan dalam buku besar, neraca percobaan atau neraca saldo) sampai pada setiap transaksi di setiap akhir tanggal yang diterbitkan seperangkat laporan keuangan syariah sebagai dari outputnya.

Apabila bank syariah sudah menggunakan komputer dalam penyusunan atau penataan akuntansinya, maka yang diketahui oleh pelaksana hanyalah kode transaksi debit serta kode transaksi kredit, bahkan akan muncul beberapa transaksi yang jurnalnya secara otomatis pada komputer, sehingga pelaksana hanya akan mengetahui cetakan seperangkat laporan keuangan.

Proses akuntansi yang penyusunannya melalui komputer dapat dipahami melalui gambar di bawah ini.



Gambar: Proses Akuntansi (komputer)

### Cakupan Akuntansi Perbankan Syariah

Di dalam PSAK nomor 59 tentang Akuntansi Perbankan Syariah, hanyalah sebatas membahas tentang ketentuan-ketentuan akuntansi, seperti halnya pengukuran, pengakuan, pengungkapan maupun penyajian transaksi, baik yang dilakukan oleh Bank Syariah, Bank Umum Syariah (BUS), BPR Syariah maupun Cabang Syariah dari bank konvensional. Sehingga dapat diambil benang merahnya bahwa PSAK nomor 59 hanya teruntukkan bank semata.

Dengan banyaknya bermunculan Lembaga Keuangan Syariah, akan menuntut adanya perubahan terhadap PSAK nomor 59 yang hanya diperuntukkan bagi Bank Syariah semata, namun harusnya juga mencakup seluruh entitas yang melaksanakan transaksi syariah. Sehingga

menuntut PSAK nomor 59 untuk direvisi menjadi PSAK nomor 101 dan seterusnya. Dan pada akhirnya, PSAK yang telah direvisi (nomor 101 dan seterusnya) bisa mewadahi akuntansi Lembaga Keuangan Syariah maupun akuntansi yang berkaitan dengan Lembaga Keuangan Syariah tersebut.

Mengingat bahwa PSAK yang telah direvisi (syariah) belum dapat mencakup seluruh transaksi yang dilakukan oleh bank syariah, maka perlu menjadi pertimbangan:

1. Apabila hal-hal umum yang belum diatur, maka dapat mengacu pada PSAK dan atau prinsip akuntansi yang berlaku secara umum selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Untuk dapat mengetahui hal tersebut bertentangan atau tidak dengan prinsip syariah, maka haruslah memperhatikan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) dari transaksi yang bersangkutan. Sebagai contoh, transaksi *Letter of Credit* (LC) belum diatur dalam PSAK yang telah direvisi (syariah), maka untuk melakukan pembukuan transaksi tersebut dapat mengacu pada PSAK nomor 31 tentang Akuntansi Perbankan, akan tetapi harus diperhatikan pada Fatwa DSN MUI tentang LC, yaitu Fatwa nomor 34/DSN-MUI/IX/2002 tentang LC Impor Syariah serta Fatwa nomor 35/DSN-MUI/IX/2002 tentang LC Ekspor Syariah.
2. Laporan Bulanan Bank Syariah diatur tersendiri oleh bank sentral (BI), bukan pengaturan penyajian laporan keuangan permintaan khusus (*statutory*) pemerintah, lembaga pengawasan independen serta BI.

### **Asumsi Dasar Akuntansi Perbankan Syariah**

Dengan telah diterbitkannya PSAK nomor 59, maka bagi Bank Syariah hal ini merupakan sebuah kemajuan yang sangat luar biasa. Karena dengan telah dikeluarkannya PSAK tersebut, Bank Syariah telah mempunyai pedoman baku dalam melakukan pembukuan transaksinya.



Dalam PSAK tersebut, asumsi dasar konsep akuntansi perbankan syariah sama halnya dengan asumsi dasar konsep akuntansi keuangan secara umum, yaitu konsep kelangsungan usaha (*going concern*) serta dasar akrual (*accrual basis*). Sedangkan pendapatan yang dipergunakan untuk bagi hasil menggunakan dasar kas (*cash basis*). Hal tersebut sudah diuraikan dengan jelas dalam PSAK yang telah direvisi (syariah) yang berupa Kerangka Dasar Penyusunan Penyajian Laporan Keuangan Syariah (KDPPLKS) maupun dalam PSAK nomor 101 tentang Penyajian dan Penyusunan Laporan Keuangan Syariah.

Untuk mencapai tujuannya, laporan keuangan disusun atas dasar akrual. Dengan dasar ini, pengaruh transaksi dan peristiwa lain diakui pada saat terjadi (dan bukan saat kas atau setara kas diterima atau dibayarkan) dan diungkapkan dalam catatan akuntansi serta dilaporkan pada laporan keuangan dalam periode yang bersangkutan. Laporan keuangan yang disusun atas dasar akrual memberikan informasi tidak hanya transaksi di masa lalu yang melibatkan penerimaan serta pembayaran kas akan tetapi juga kewajiban pembayaran kas di masa mendatang serta sumber daya yang merepresentasikan kas yang akan diterimakan di masa mendatang kepada *stakeholder*. Oleh karenanya, laporan keuangan memberikan beberapa jenis informasi transaksi masa lalu serta peristiwa lainnya yang bermanfaat bagi berbagai *stakeholder* guna mengambil keputusan secara ekonomi. Akan tetapi di dalam penghitungan pendapatan yang berfungsi untuk bagi hasil menggunakan dasar kas (*cash basis*).

Dari uraian tersebut dapat dipahami bahwa untuk kepentingan laporan keuangan menggunakan dasar akrual, sedangkan untuk kepentingan perhitungan bagi hasil menggunakan dasar kas, yang dalam praktiknya bukan merupakan sesuatu yang mudah, karena bank syariah dituntut untuk memiliki administrasi yang tertib dan akurat sehingga mampu membedakan pendapatan akrual dan pendapatan yang diterimakan secara *cash* (tunai). Karena ketidakakuratan administrasi yang berkaitan dengan pendapatan akrual dan kas ini akan

memiliki pengaruh yang cukup fatal, hal ini berdampak pada perhitungan bagi hasil yang akan diterima oleh *shahibul maal*.

### **Pengakuan Akuntansi dan Konsep Pengukuran**

Pengakuan akuntansi mengacu pada pencatatan unsur-unsur dasar laporan keuangan. Konsep pengakuan akuntansi didefinisikan sebagai prinsip-prinsip dasar yang menentukan penentuan waktu pendapatan, biaya, pengakuan untung dan rugi pada laporan keuangan bank, yang kemudian prinsip-prinsip dasar yang menentukan penentuan waktu pengakuan aset dan kewajiban. Konsep pengakuan akuntansi juga menentukan penentuan waktu akan pengakuan rugi dan laba yang bersumber dari investasi terbatas pada laporan perubahan investasi terbatas. Pengukuran akuntansi mengacu pada penentuan jumlah dari aset, kewajiban dan selanjutnya modal dari pemilik rekening investasi terbatas dan sejenisnya serta modal pemilik akan diakui pada laporan posisi keuangan bank. Sehingga konsep pengukuran akuntansi merupakan prinsip-prinsip yang luas dalam menentukan jumlah dimana unsur-unsur tersebut diakui.

#### 1. Pengakuan Akuntansi

- a. Pengakuan Pendapatan. Prinsip dasar dari pengakuan pendapatan adalah pendapatan haruslah diakui ketika diterima atau diperoleh. Perolehan pendapatan terjadi jika memenuhi syarat sebagai berikut:
  - 1) Bank harus sudah mendapatkan hak untuk menerima pendapatan tersebut;
  - 2) Harus ada kewajiban bagi pihak lain untuk memberikan sejumlah tertentu atau yang bisa ditentukan kepada bank;
  - 3) Jika belum tertagih, maka jumlah pendapatan harus diketahui dan juga harus bisa ditagih dengan cukup kepastian.

- b. Pengakuan Biaya. Prinsip dasar dari pengakuan biaya adalah adanya realisasi atau perolehan, baik karena biaya tersebut berhubungan secara langsung dengan pendapatan yang telah diperoleh dan diakui maupun karena berhubungan dengan jangka waktu yang dalam cakupan laporan rugi/laba.
  - c. Pengakuan Laba dan Rugi. Prinsip dasar dari pengakuan laba dan rugi adalah di saat realisasi sebagai akibat dari:
    - 1) Selesainya transfer resiprokal atau non-resiprokal yang berasal dari keuntungan atau kerugian.
    - 2) Tersedianya alat bukti yang sesuai dan memadai yang dapat menunjukkan apresiasi atau depresiasi nilai aset atau kewajiban yang sudah dicatat serta bisa diukur, sebagai akibat dari perubahan permintaan dan penawaran.
  - d. Pengakuan keuntungan dan kerugian investasi terbatas. Keuntungan dan kerugian yang diperoleh dari transfer resiprokal dan non-resiprokal serta estimasi keuntungan atau kerugian yang belum bisa direalisasikan akibat revaluasi investasi terbatas, apabila hal itu bisa diterapkan.
2. Konsep Pengakuan Akuntansi
- a. Konsep Matching. Untung/rugi bersih selama jangka waktu tertentu harus ditentukan dengan mencocokkan pendapatan dan keuntungan dengan biaya-biaya dan kerugian yang berhubungan dengan periode atau jangka waktu tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip dasar pengakuan akuntansi.
  - b. Sifat-sifat Pengukuran. Sifat pengukuran mengacu kepada sifat-sifat aset dan kewajiban yang harus diukur untuk tujuan akuntansi keuangan.
-

Adapun sifat-sifat yang harus diukur di antaranya: 1) nilai setara kas yang diharapkan atau diperkirakan diperoleh atau dibayarkan; 2) revaluasi aset, kewajiban dan investasi terbatas pada akhir periode akuntansi; 3) kemampuan aset, kewajiban dan investasi terbatas untuk direvaluasi; dan 4) sifat pengukuran alternatif terhadap nilai setara kas (*cash equivalent value*).

### **Persamaan Akuntansi Perbankan Syariah**

Adanya akuntansi perbankan syariah merupakan sebuah kemajuan yang luar biasa, jika selama ini masih hanya akuntansi secara umum yang sudah mempunyai persamaan yang baku, maka dengan munculnya akuntansi perbankan syariah, yang mana persamaan akuntansi tersebut harus mengalami perubahan yang mendasar, yang mana persamaan tersebut belum didapati pada literatur akuntansi secara umum.

Sebagaimana penjelasan di atas bahwa bank syariah memiliki karakteristik tersendiri, yang mana hal ini akan membawa implikasi tersendiri pada akuntansi perbankan syariah.

Jika dalam akuntansi secara umum terdapat persamaan akuntansi pada unsur neraca sebagai berikut:

$$\boxed{\text{Aktiva}} = \boxed{\text{Kewajiban}} + \boxed{\text{Modal}}$$

Karena karakteristik dari akuntansi perbankan syariah berbeda dengan akuntansi secara umum (konvensional), maka persamaan akuntansi pada unsur neraca Bank Syariah sebagai berikut:

$$\boxed{\text{Aktiva}} = \boxed{\text{Kewajiban}} + \boxed{\begin{array}{c} \text{Dana Syirkah} \\ \text{Temporer} \end{array}} + \boxed{\text{Modal}}$$

Adapun unsur dalam laporan laba-rugi pada akuntansi secara umum (konvensional) memiliki persamaan akuntansi sebagai berikut:

$$\boxed{\text{Laba/Rugi}} = \boxed{\text{Pendapatan}} - \boxed{\text{Beban}}$$

Ada unsur yang membedakan dalam laporan laba-rugi dalam akuntansi perbankan syariah, yaitu "Hak Pihak Ketiga Dana Syirkah Temporer", yang mana unsur ini tidak dapat dikategorikan sebagai unsur beban bagi bank (*mudharib*), dan disajikan setelah pendapatan utama operasional sebelum pendapatan operasi lainnya, sehingga didapat persamaan sebagai berikut:

$$\boxed{\text{Laba/Rugi}} = \boxed{\begin{array}{c} \text{Pendapatan Utama} \\ \text{-/- Hak Pihak} \\ \text{Ketiga atas Bagi} \\ \text{Hasil DST} \end{array}} + \boxed{\begin{array}{c} \text{Pendapatan} \\ \text{Operasi Lain} \end{array}} - \boxed{\begin{array}{c} \text{Jumlah} \\ \text{Beban} \end{array}}$$

### Daftar Pustaka

- Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution.* (2000). *Accounting, Auditing and Governance Standard for Islamic Financial Institutions.* Bahrain: AAOIFI.
- Bank Indonesia. (2003). *Pedoman Akuntansi Perbankan Syariah Indonesia (PAPSI).* Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Muamalat Indonesia. (1999). *Fiqh Muamalah Perbankan Syariah (terjemahan dari al-Fiqh al-Islam wa Adillatuhu karya Dr. Wahbah Zuhaili).* Jakarta: Bank Muamalat Indonesia.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2002). *PSAK No. 59 – Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan – Akuntansi Perbankan Syariah.* Jakarta: IAI.
- Wiroso, Harahap, Safri, Soofyan & Yusuf, Muhammad. (2010). *Akuntansi Perbankan Syariah.* Jakarta: LPFE Usakti.

### **Profil Penulis**



#### **Alfin Maulana**

Ketertarikan penulis terhadap Ekonomi Syariah dimulai pada tahun 2009 silam sejak studi S1 pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Hal tersebut membuat penulis untuk melanjutkan studi ke Sekolah Pascasarjana Program Studi Sains Ekonomi Syariah UNAIR (2014) dan berhasil menyelesaikan studi pada tahun 2016. Dan pada tahun ini penulis hendak melanjutkan studi S3 Program Studi Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Syariah.

Penulis memiliki kepakaran dibidang Keuangan Syariah, Ekonomi Makro Syariah serta Pasar Uang dan Modal Syariah. Dan penulis sekarang sebagai Dosen Tetap di Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Putra Surabaya serta sebagai Dosen Luar Biasa (DLB) di Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya. Untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti dibidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi.

Email Penulis: [alfinmaulana@uwp.ac.id](mailto:alfinmaulana@uwp.ac.id)



# TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

**Siti Nur Mahmudah, S.E.I., M.SEI**  
IAIN Ponorogo

## **Pendahuluan**

Tanggung jawab sosial perusahaan biasa disebut dengan *Corporate social responsibility* (CSR) yaitu suatu konsep yang mana perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap pemegang saham, konsumen, karyawan, serta lingkungan yang berhubungan dengan segala aspek operasional perusahaan (Mardoni, 1979). Tanggung jawab sosial merupakan tindakan yang harus dilakukan dengan tujuan untuk melindungi dan meningkatkan kualitas kehidupan (Disemadi and Prananingtyas, 2020) serta kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Patel, 2019).

Di dalam perspektif Islam, tanggungjawab sosial hampir sama dengan konsep takaful yang menekankan pada tujuan untuk memenuhi maqashid syari'ah yaitu agama, kecerdasan, kehidupan, kehormatan, martabat serta harta benda (SULAEMAN, 2018). Takaful merupakan pemberian bantuan sosial dari orang-orang yang mampu kepada orang-orang yang lemah atau yang membutuhkan tanpa mengharapkan imbalan apapun yang berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadist.

Tanggung jawab sosial di dalam Islam dapat berupa kewajiban membayar zakat, membantu fakir miskin, dan melakukan bisnis sesuai dengan syari'at hukum Islam. Sementara tanggung jawab sosial dalam bentuk fikiran



adalah berinteraksi dengan masyarakat dengan menggunakan akal sehat karena tanpa akal sehat, wirausahawan tidak akan bisa menjalankan usahanya dengan baik. Seorang wirausahawan harus mempunyai rasa hormat dan cinta terhadap diri, keluarga dan masyarakat karena hal ini dapat membantu menjaga harkat dan martabatnya di dalam dunia bisnis. Tanggungjawab sosial terhadap kekayaan dapat dilakukan dengan sedekah dan berkeyakinan bahwa usaha yang sedang dijalankan akan diberkahi oleh Allah SWT.

### **Tanggung jawab Sosial (CSR)**

CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang juga dianggap inti dari Etika Bisnis yaitu bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal (artinya kepada *shareholder*) tapi juga kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*), namun lebih dari keajiban di atas karena perusahaan tidak bisa berdiri sendiri tanpa bantuan dari pihak lain. CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah pengambilan keputusan perusahaan yang dikaitkan dengan nilai-nilai etika, memenuhi kaidah dan keputusan hukum dan menghargai manusia, masyarakat dan lingkungan. Beberapa hal yang berkaitan dengan CSR adalah tata laksana perusahaan (*corporate governance*), kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja dan standar bagi karyawan, hubungan perusahaan-masyarakat, investasi social perusahaan. Jadi, tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya dalam bidang pembangunan sosial dan ekonomi tetapi juga lingkungan hidup (Ernawan, Manajemen and Pasundan, 2014).

Secara umum *Corporate Social Responsibility* adalah peningkatan kualitas kehidupan dimana kemampuan manusia sebagai dan anggota masyarakat dapat menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat menikmati, memanfaatkan serta memelihara lingkungan hidup atau dapat dikatakan sebagai proses penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari *stakeholders* baik secara internal

(pekerja, *shareholders* dan penanam modal) maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain).

Menurut Milton Friedman, tanggungjawab sosial perusahaan adalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan *owner*, biasanya dalam bentuk menghasilkan uang sebanyak mungkin dengan senantiasa mengindahkan aturan dasar yang digariskan dalam suatu masyarakat sebagaimana diatur oleh hukum dan perundang-undangan. Dengan demikian, tujuan utama dari suatu perusahaan korporasi adalah memaksimalkan laba atau nilai pemegang saham (*shareholders value*) (Ridwanullah,2017). Sedangkan menurut pandangan Roundtable bahwa keberadaan perusahaan sangat bergantung kepada dukungan masyarakat luas. Perusahaan juga memperoleh berbagai keistimewaan perlakuan (*privileges*) seperti kewajiban terbatas (*limited liabilities*), umur kegiatan usaha yang tidak terbatas (*indefinitelife*), dan perlakuan pajak khusus. Oleh sebab itu, perusahaan memiliki tanggungjawab terhadap masyarakat secara luas sebagai salah satu bagian dari konstituen, karena masyarakat dan para konstituen telah memungkinkan perusahaan memperoleh berbagai perlakuan istimewa tersebut.

### **Perkembangan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR)**

Pengembangan CSR berkaitan erat untuk mengimbangi pandangan keunggulan para pemegang saham (Hung, 2020) yang menegaskan bahwa, eksekutif manajemen terutama dan sebagian besar bertanggung jawab kepada pemegang saham atas keputusan bisnis mereka. Alternatif untuk perspektif ini adalah pandangan mengenai keunggulan pemegang saham adalah berfikiran sempit dan bisnis juga bertanggung jawab kepada masyarakat. Di awal tahun 1930-an terdapat perdebatan yang berpengaruh tentang tujuan korporasi antara dua sarjana hukum yang menerbitkan di *Harvard Law Review*: Berle (1931) berpendapat bahwa perusahaan harus

memajukan kepentingan keuangan pemegang saham, sementara Dodd (1932) menganjurkan untuk kepentingan public, mengingat bahwa perusahaan adalah lembaga sosial. Pertukaran ini disebut dengan debat Berle-Dodd yang merangsang diskusi sepanjang abad (MacIntosh, 1999).

Meringkas ide-ide inti CSR diperumit oleh satu abad penelitian akademis, inisiatif perusahaan, dan debat publik yang telah berkontribusi pada pengembangan CSR yang non linier (Kakabadse, Rozuel and Lee-Davies, 2008). Wood (1991) menyimpulkan bahwa perkembangan koseptual tentang CSR belum terintegrasi secara sistematis satu sama lain, tetapi biasanya diperlakukan sebagai ide yang berdiri sendiri dan bersaing secara implisit. Akibatnya tidak ada consensus yang kuat tentang definisi CSR ( McWilliams *et al.*, 2016) yang akan diterima secara luas.

Meskipun CSR sering dikaitkan dengan kebijaksanaan manajerial (Acquier, Daudigeos and Valiorgue, 2011), ada kepercayaan keseluruhan diantara banyak penganut CSR bahwa harapan masyarakat tentang perilaku bisnis yang tepat dan norma etika umum memaksakan pada perusahaan “kewajiban bekerja untuk perbaikan sosial” (Gangi and D’Angelo, 2016). Dalam mengeksplorasi bagaimana perusahaan dapat mengatasi kewajiban ini, Post (1978) adalah salah satu sarjana pertama yang menyarankan bahwa CSR dapat menjadi bagian dari strategi perusahaan dan bukan hanya tambahan untuk strategi tingkat perusahaan yang ada berfokus pada peningkatan laba. ( McWilliams *et al.*, 2016) menarik ide ini dan menyarankan berbagai cara untuk merangkul CSR sebagai bagian dari strategi perusahaan. Namun, ide ini tidak diadopsi secara luas karena Porter dan Kramer (2011) menunjukkan bahwa sebagian besar pendekatan CSR di dunia akademis dan praktik masih berpusat pada gagasan bahwa CSR terpisah dari bisnis inti perusahaan. Hal ini dapat dijelaskan dengan fakta bahwa sepanjang sejarah CSR telah memosisikan tanggung jawab sosial sebagai penyeimbang dari terlalu memprioritaskan kepentingan pemegang saham dalam operasi perusahaan.

Saat ini penerapan CSR berkembang pesat, begitu juga di Indonesia. CSR dianggap sebagai peluang untuk meningkatkan daya saing serta sebagai bagian dari pengelolaan resiko menuju *sustainability* dari *Corporate Social Leadership Corporate Social Responcibility Community Development Relationship with community Social License to Operation Mutual Partnership, sustainable Program* usahanya. Pada awal tahun 2000 CSR di Indonesia mulai diterapkan.

Namun, sebelumnya kegiatan yang berorientasi sosial seperti pembangunan sekolah, pembangunan masjid, membantu fakir miskin dan lain sebagainya sudah dijalankan. Karena CSR bersifat *intangibile* (kasat mata), maka sulit dilakukan pengukuran tingkat keberhasilan yang telah dicapai. Untuk itu, diperlukan berbagai pendekatan kuantitatif dengan menggunakan *triplebottom line* atau lebih dikenal secara *sustainability-reporting*. Menurut perspektif ekonomi, penggunaan sumber daya alam dihitung dengan akuntansi sumberdaya alam, sedangkan pengeluaran dan penghematan biaya lingkungan dapat dihitung dengan menggunakan akuntansi lingkungan. Inilah awal dari pengukuran penerapan CSR dari aspek sosial dan lingkungan-*sustainability-reporting*. Dasar pemikirannya bahwa pembangunan dilakukan untuk dapat memenuhi kebutuhan saat ini, dengan mengusahakan berkelanjutan pemenuhan kebutuhan bagi hubungan antar generasi, untuk memberikan kesempatan kepada generasi selanjutnya. Hal ini menunjukkan adanya suatu ahli teknologi bagi hubungan antar generasi, artinya untuk memberi kesempatan kepada generasi selanjutnya dalam memenuhi kebutuhannya. Untuk dapat mencapai pembangunan seperti itu harus didukung oleh aspek *sosial-sustainability*, yang berhubungan dengan lingkungan. *Social-sustansibility* itu terdiri dari tiga aspek yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan.

## **Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan baik bagi perusahaan sendiri, masyarakat, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya. (Sri Ardani and Mahyuni, 2020) memaparkan manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan CSR adalah:

### 1. Bagi perusahaan

Empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengimplementasikan CSR, yaitu:

- a. Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan dan perusahaan mendapatkan citra positif dari masyarakat luas.
- b. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*)
- c. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas
- d. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*)

### 2. Bagi masyarakat

Praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja local 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.

### 3. 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

### 4. Bagi negara

Praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut “*corporate misconduct*” atau mal praktik 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.

### **Kepentingan Stakeholders dalam Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Motif perusahaan dalam melaksanakan CSR dan menjadi bagian penting adalah menjalin hubungan yang baik dengan regulator. Perusahaan berdiri berdasarkan izin yang diberikan pemerintah, dengan harapan mampu berkontribusi dalam pembangunan melalui pembayaran kewajiban berupa pajak dan lainnya secara sadar turut membangun kepedulian terhadap meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.

Peran perusahaan dalam program CSR dilatarbelakangi dengan beberapa kepentingan. Menurut (Muhammad Elwan *et al.*, 2018) setidaknya bisa diidentifikasi tiga motif keterlibatan perusahaan yaitu : motif menjaga keamanan fasilitas produksi, motif mematuhi kesepakatan kontrak kerja, dan motif moral untuk memberikan pelayanan sosial pada masyarakat lokal.

Umumnya perusahaan di Indonesia menjalankan CSR atas dasar memenuhi kewajiban kontraktual. Di dalam hal ini yaitu mematuhi peraturan baik yang dibuat oleh pemerintah pusat maupun daerah. Secara normative, idealnya tanpa adanya protes dan kewajiban kontraktual, perusahaan seharusnya berusaha memberdayakan masyarakat lokal dan meningkatkan kesejahteraan.

Secara filantropis, perusahaan seharusnya mendistribusikan keuntungan setelah mereka memanfaatkan *resources* di lokasi dimana masyarakat berada. Hal ini adalah kewajiban moral, namun motif yang didasarkan pada komitmen moral tersebut masih sebatas wacana dan

belum terlihat nyata. Mulyadi dalam tulisan yang berjudul *Pengelolaan Program Corporate Social Responsibility: Pendekatan, Keberpihakan, dan Keberlanjutannya* (Muhammad Elwan *et al.*, 2018) membagi *stakeholders* berdasarkan kepentingannya.

Tabel 1 :  
Kepentingan Stakeholders dalam Pelaksanaan  
Program CSR

<b>Perusahaan</b>	<b>Pemerintah Daerah</b>	<b>LSM</b>	<b>Masyarakat</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Keamanan fasilitas produksi</li> <li>Kewajiban kontrak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mendukung pembangunan daerah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengontrol menjadi mitra kerja perusahaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Penerima program yang diberdayakan</li> </ul>

Sumber : (Muhammad Elwan *et al.*, 2018)

Hubungan kemitraan antara pemerintah dengan perusahaan, pemerintah daerah mengharapkan agar program-program CSR bisa membantu menyelesaikan permasalahan sosial, seperti masalah pengangguran, kemiskinan, masalah pendidikan, kesehatan, perumahan. Selain itu menyelesaikan masalah lingkungan yang dihadapi pemerintah daerah. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan swasta dituntut untuk membantu pemerintah daerah untuk mendukung program pembangunan regional yang diimplementasikannya.

Setiap perusahaan memiliki sudut pandang yang berbeda terhadap CSR dan cara pandang inilah yang bisa dijadikan indikator kesungguhan perusahaan tersebut dalam melaksanakan CSR atau hanya sekedar membuat pencitraan di masyarakat. Terdapat tiga kategori paradigma perusahaan dalam menerapkan program CSR menurut (Sri Ardani and Mahyuni, 2020) yaitu:

1. Sekedar basa basi dan keterpaksaan

CSR dipraktekkan lebih karena faktor eksternal baik karena mengendalikan aspek sosial (*social driven*) maupun mengendalikan aspek lingkungan (*environmental driven*). Artinya pemenuhan tanggung

jawab sosial lebih karena keterpaksaan akibat tuntutan daripada kesukarelaan. Berikutnya adalah mengendalikan reputasi (*reputation driven*) yaitu motivasi pelaksanaan CSR untuk mendongkrak citra perusahaan. Banyak korporasi yang sengaja berupaya mendongkrak citra dengan memanfaatkan peristiwa bencana alam, misal memberi bantuan uang, sembako, medis, dan lain-lain, yang kemudian perusahaan berlomba memberikan informasi terkait kontribusinya melalui media massa dengan tujuan untuk mengangkat reputasi.

2. Sebagai upaya untuk memenuhi kewajiban (*compliance*)

CSR diimplementasikan karena memang ada regulasi, hukum dan aturan yang memaksanya. Contoh karena ada kendali dalam aspek pasar (*market driven*). Kesadaran tentang pentingnya mengimplementasikan CSR ini menjadi populer seiring dengan maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial.

Perusahaan dalam mengimplementasikan CSR mengharapkan adanya penghargaan (*reward*) yang diberikan oleh segenap institusi atau lembaga. Misal CSR *award* baik yang regional maupun global, Padma (Pandu Daya Masyarakat) yang digelar oleh Depsos, dan Proper (Program Perangkat Kinerja Perusahaan) yang diadakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup.

3. Bukan sekedar kewajiban (*compliance*) tetapi lebih dari sekedar kewajiban (*beyond compliance*) atau (*compliance plus*)

Perusahaan menyadari bahwa tanggung jawabnya bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan profit demi kelangsungan bisnisnya melainkan juga tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dasar pemikirannya, menggantungkan semata pada Kesehatan finansial tidak akan menjamin perusahaan bisa tumbuh secara berkelanjutan.



Sesungguhnya dari cara pandang perusahaan sehingga melaksanakan CSR adalah upaya untuk memenuhi kewajiban (*compliance*). Kewajiban bisa bersumber dari aturan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan baik yang ditetapkan melalui Undang-Undang, peraturan pemerintah, peraturan menteri, hingga peraturan daerah, ataupun peraturan yang dibuat berdasarkan kesepakatan antar perusahaan maupun lembaga yang melakukan standarisasi produk. Kepatuhan terhadap hukum menjadi penting karena dimensi dibuatnya aturan bertujuan untuk perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan bisnis semata melainkan mampu memberikan kontribusi positif bagi pembangunan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam mengimplementasikan tanggung jawab sosial, yaitu:

1. Komitmen pemimpin  
Perusahaan yang pimpinannya tidak tanggap dengan masalah sosial, jangan berharap mepedulikan masalah sosial
2. Ukuran dan kematangan perusahaan
3. Regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah

Semakin kondusif regulasi atau semakin besar insentif pajak yang diberikan, akan lebih berpotensi memberi semangat kepada perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat.

### **Tahapan Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Menurut Hurairah (2008) terdapat 6 (enam) tahapan dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dalam pengembangan masyarakat yaitu: *assessment, plan of treatment, treatment action, monitoring and evaluation, termination* dan *after care*.

Dari keenam tahapan tersebut, penelitian ini hanya mendiskripsikan sampai tahapan awal yang ketiga karena CSR baru berdiri satu tahun baru sampai pada tahapan

*treatment action* atau implementasi program. Ketiga tahapan tersebut adalah:

1. *Assessment* yaitu proses mengidentifikasi masalah (kebutuhan yang dirasakan atau *felt needs*) atau kebutuhan yang diekspresikan (*ekspresed needs*) dan juga sumber daya yang dimiliki komunitas sasaran. Di dalam proses ini, masyarakat dilibatkan agar mereka dapat merasakan bahwa permasalahan yang sedang dibicarakan benar-benar keluar dari pandangan mereka sendiri.
2. *Plant of Treatment* yaitu rencana tindakan yang dirumuskan seharusnya, berhubungan dengan upaya pemenuhan kebutuhan dan penanganan masalah yang dirasakan masyarakat. Wacana mengenai program berbasis masyarakat mendorong berkembangnya metodologi perencanaan dari bawah
3. *Treatment action* yaitu tahap paling krusial di dalam pelaksanaan CSR. Sesuatu yang sudah direncanakan dengan baik dapat menyimpang dalam pelaksanaannya di lapangan jika tidak terdapat kerjasama antara masyarakat, fasilitator dan antar warga.

**Daftar Pustaka**

- Acquier, A., Daudigeos, T. and Valiorgue, B. (2011) 'Corporate social responsibility as an organizational and managerial challenge: The forgotten legacy of the corporate social responsiveness movement', *Management*, 14(4), pp. 221–250. doi: 10.3917/mana.144.0222.
- Disemadi, H. S. and Prananingtyas, P. (2020) 'Kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Strategi Hukum dalam Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia', *Jurnal Wawasan Yuridika*, 4(1), p. 1. doi: 10.25072/jwy.v4i1.328.
- Ernawan, E. R., Manajemen, P. S. and Pasundan, U. (2014) 'Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)', *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 11(2), pp. 155–173.
- Gangi, F. and D'Angelo, E. (2016) 'The Virtuous Circle of Corporate Social Performance and Corporate Social Disclosure', *Modern Economy*, 07(12), pp. 1396–1418. doi: 10.4236/me.2016.712129.
- Hung, J. (2020) 'Shareholder Primacy Theory vs. Stakeholder Theory', *SSRN Electronic Journal*, (April). doi: 10.2139/ssrn.3564804.
- Kakabadse, N. K., Rozuel, écile and Lee-Davies, L. (2008) 'Corporate social responsibility and stakeholder approach: a conceptual review', *International Journal of Business Governance and Ethics*, 1(4), pp. 277–302. doi: 10.1504/ijbge.2005.006733.
- MacIntosh, J. C. C. (1999) 'The issues, effects and consequences of the Berle-Dodd debate, 1931-1932', *Accounting, Organizations and Society*, 24(2), pp. 139–153. doi: 10.1016/S0361-3682(97)00055-X.
- Mardoni, Y. (1979) 'Et ika Bisnis dalam Pe rspektif Islam', *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, pp. 31–41.
- Muhammad Elwan, L. O. *et al.* (2018) 'KEBIJAKAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PERTAMBANGAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP

KESEJAHTERAAN MASYARAKAT (Studi Kasus pada Desa Koeono, Kecamatan Palangga Selatan, Kabupaten Konawe Selatan)', *Journal Publicuho*, 1(1), p. 16. doi: 10.35817/jpu.v1i1.5849.

Patel (2019) '濟無No Title No Title No Title', pp. 9–25.

Ridwanullah, A. I. (2017) 'Dakwah Corporate Social Responsibility di Indonesia', *Jurnal Penelitian*, 14(1), p. 43. doi: 10.28918/jupe.v14i1.813.

Sri Ardani, N. K. and Mahyuni, L. P. (2020) 'Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Manfaatnya Bagi Perusahaan', *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), p. 12. doi: 10.38043/jmb.v17i1.2339.

SULAEMAN, S. (2018) 'Signifikansi Maqashid Asy-Syari'Ah Dalam Hukum Ekonomi Islam', *DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum*, 16(1), pp. 98–117. doi: 10.35905/diktum.v16i1.524.

*et al.* (2016) 'the Impact of Corporate Social Responsibility Communication on Corporate Reputation', *i-manager's Journal on Management*, 10(4), p. 37. doi: 10.26634/jmgt.10.4.5907

### **Profil Penulis**



#### **Siti Nur Mahmudah**

Dosen Program Studi Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Penulis lahir dari pasangan Bapak Ahmad Farkan dan Ibu Nyamiati yang merupakan anak pertama dari 5 bersaudara. Penulis dilahirkan di Kediri tanggal 12 Oktober 1992. Penulis beralamatkan di Kediri Jawa Timur Indonesia. Penulis dapat dihubungi melalui email [sitinurmahmudah@iainponorogo.ac.id](mailto:sitinurmahmudah@iainponorogo.ac.id).

Penulis merupakan dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ponorogo. Di Tahun 2014, penulis menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ekonomi Syariah di IAIN Kediri, kemudian lulus S2 pada Jurusan Sains Ekonomi Islam di Universitas Airlangga Surabaya, dan sekarang sedang menempuh S3 Jurusan Ekonomi Syariah di UIN Sunan Ampel Surabaya. Penulis memiliki hobi membaca dan menulis. Penulis mewujudkan karirnya sebagai dosen dan aktif sebagai peneliti di bidang keahliannya. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga eksternal. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat dicintai. Selain aktif menulis buku, penulis juga aktif dalam kegiatan masyarakat di lingkungannya.

Email Penulis: [sitinurmahmudah@iainponorogo.ac.id](mailto:sitinurmahmudah@iainponorogo.ac.id)

# SISTEM EKONOMI SYARIAH PADA BISNIS SYARIAH

**Suharyono, S.E.I., M.E.**  
STIESNU Bengkulu

## **Pengertian Ekonomi Syariah**

Konsep Ekonomi Islam sudah ada semenjak kehadiran agama Islam di atas bumi ini, Al-Qur'an dan hadits kaya akan hukum-hukum dan pengarahan kebijakan ekonomi yang harus diambil dan disesuaikan dengan perubahan zaman. Ilmu Ekonomi Islam didefinisikan sebagai suatu cabang pengetahuan yang membantu mewujudkan kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber-sumber daya langka yang seirama dengan tujuan syariat Islam (*maqasid syariah*) yaitu menjaga agama, jiwa manusia, akal manusia, keturunan dan menjaga kekayaan tanpa mengekang kebebasan individu. Ekonomi Islam dalam bahasa Arab diistilahkan dengan *al-iqtishad al-Islami*. *Iqtishad* (ekonomi) didefinisikan sebagai pengetahuan tentang aturan yang berkaitan dengan produksi kekayaan, mendistribusikan dan mengonsumsinya. Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam. (Azharsyah Ibrahim, Erika Amelia dkk., 2021)

Menurut Umer Chapra, ekonomi Islam adalah cabang ilmu yang bertujuan untuk Kesejahteraan manusia melalui distribusi dan distribusi Tanpa terlalu

membatasi kebebasan individu, hanya sedikit yang sesuai dengan ajaran Islam, Mencapai keseimbangan makroekonomi dan ekologi yang berkelanjutan. unggul Pada hakikatnya, ekonomi Islam adalah cabang ilmu yang bertujuan untuk Lihat, analisis, dan akhirnya selesaikan masalah Menjalankan ekonomi dengan cara yang konsisten dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Definisi Syariah adalah ajaran hukum agama yang menetapkan aturan hidup manusia SWT dengan Allah, Hubungan Manusia dan Manusia dan Lingkungan Alam Berdasarkan Lingkungan Alam Dari Al-Qur'an dan Hadits (Umer Chapra, 2000).

Allah menganjurkan umat Islam untuk bekerja agar tercukupi kehidupan dunianya. Sebagaimana Islam telah mengatur kehidupan ekonomi kaum muslimin agar tidak keluar dari suatu syariat yang di ajarkan oleh rasul. Dan Rasulullah yang mengungkapkan keutamaan bekerja yang artinya : “Tidak ada satupun makanan yang lebih baik daripada yang di makan dari hasil keringat sendiri” (HR Bukhari).

Selain memotivasi umat Islam agar giat dalam bekerja, Rasulullah juga tak lupa berpesan bahwa setiap pekerja harus mendapatkan hasil yang halal. Berusaha untuk mendapatkan penghasilan halal merupakan kewajiban, di samping sejumlah tugas lain yang telah diwajibkan. bagi orang-orang beriman, standar ukuran perilaku, lebih khusus dalam berdagang, hendaknya selalu mengikuti perilaku Rasulullah. Rasulullah telah banyak mengajarkan bagaimana aturan yang benar dalam berdagang, maka seorang pedagang harus menyesuaikan dengan aturan Rasulullah.

Nilai-nilai fundamental ekonomi Islam diturunkan dari inti ajaran Islam, yaitu tauhid. prinsip tauhid. Hal ini menimbulkan keyakinan bahwa kebaikan perilaku manusia adalah karena kedermawanannya Allah SWT, semua aktivitas manusia di dunia ini termasuk ekonomi hanya untuk ikuti petunjuk Allah. Nilai tauhid ini dijabarkan menjadi 4 (empat) Nilai-nilai dasar yang membedakan ekonomi Islam dengan sistem ekonomi lainnya adalah:

1. Kepemilikan
2. Keadilan dalam berusaha
3. Kerjasama dalam kebaikan
4. Pertumbuhan yang seimbang

### **Bisnis Syariah**

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa,, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Dalam pengertian lain menurut Hughes dan Kapoor ialah *business is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy society or within an industry*. Maksudnya bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Bisnis dalam pengertian secara umum dapat diartikan sebagai segala sesuatu bentuk kegiatan yang dilakukan dalam produksi, menyalurkan (*distribusi*), memasarkan barang dan jasa yang diperlukan oleh manusia baik dengan cara berdagang maupun bentuk lain dan tidak hanya mengejar laba semata (*profit oriented*) namun juga sosial (*social oriented*).

Dasar perilaku seseorang dalam melakukan bisnis tidak hanya mengacu pada hukum-hukum ekonomi dan mekanisme pasar yang menjadi pendorong tetapi juga nilai moral dan etika harus menjadi acuan penting yang harus menjadi acuan dasar dalam tindakannya. Pengelolaan bisnis atau usaha secara etika harus memperhatikan nilai dan norma umum yang berlaku didalam masyarakat.

Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan dan tanggung jawab sosial. Dalam hal ini bisnis bukan hanya berorientasi kepada keuntungan semata terlebih juga harus memperhatikan faktor lingkungan luar apakah terdapat unsur yang merugikan atau bahkan memberikan efek



negatif terhadap lingkungan masyarakat secara luas. Jika konsep ini dapat diterapkan secara baik maka akan tercipta suatu usaha yang mendatangkan kemaslahatan bagi kehidupan baik secara pribadi maupun masyarakat secara umum dengan mengambil dari sisi manfaat bisnis yang dijalankan.

Tujuan bisnis dalam pengetahuan bisnis di era modernitas diketahui antara lain:

1. Profit
2. Pengadaan barang atau jasa
3. Kesejahteraan
4. *Full employment*
5. *Existensi*
6. *Growth*
7. *Prestise*. (Muslich, 2004)

Bisnis dalam aplikasinya terkadang seringkali terdapat penyimpangan-penyimpangan atau pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku bisnis baik dalam segi produksi, lingkungan yang tidak diperhatikan, pendayagunaan karyawan, jenis bisnis yang dikelola dan masih banyak lagi pelanggaran-pelanggaran yang terkadang sering dilakukan oleh pelaku bisnis.

Dalam Islam seperti yang diketahui bersama dikenal adanya Syari'ah sebagai *God's Laws* atau *Islamic Laws* yang mengatur persoalan ibadah dan muamalah dalam kehidupan manusia. Syari'ah mengatur tentang yang diperbolehkan dan yang tidak diperbolehkan atau dilarang. Landasan Syari'ah adalah kebijaksanaan dan kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat. Jadi bisnis syariah adalah bisnis yang dijalankan yang berlandaskan atas prinsip-prinsip syari'ah dalam pengaplikasiannya. Sehingga akan tercipta suatu kesejahteraan baik untuk individu maupun orang banyak. Kesejahteraan ini terletak pada keadilan, kasih sayang, kasih sayang, kesejahteraan, dan kebijaksanaan. (Hasan, 2009) Agama Islam mewajibkan setiap orang untuk bekerja untuk memenuhi kebutuhannya. Banyak ayat Al- Quran yang

berisi tentang perlunya manusia untuk bekerja dan berusaha. Salah satu hadis Rasulullah SAW bersabda “bekerja mencari sesuatu yang halal itu suatu kewajiban sesudah kewajiban beribadah” (H.R. Ath Thabrani dan Bhaihaqi) (Abdullah, 2013). Dalam hal ini jadi manusia dituntut untuk bekerja guna memenuhi kebutuhannya terlebih dapat bermanfaat bagi mahluk di sekelilingnya. Dalam ajaran Islam juga konsep bisnis/usaha di terangkan sebagai salah satu pekerjaan yang sangat strategis dan baik sebagaimana sabda Nabi yang berbunyi *”Perhatikan olehmu sekalian, sesungguhnya di dunia bisnis (perdagangan) itu ada sembilan dari sepuluh pintu bagi semua manusia untuk mendapatkan rezeki”* (H.R.Ahmad).

Maksud dari hadis ini adalah untuk mendapatkan rezeki peluang yang paling baik adalah usaha dalam hal bisnis (perdagangan), lebih dalam lagi posisi strategis ini juga memungkinkan untuk berbuat kebajikan, kebaikan, juga perilaku yang bertolak belakang dalam hal tindakan yang bermuara kepada keburukan, kecurangan didalamnya.

Islam secara jelas menggambarkan perilaku baik yang harus diterapkan dan dijalankan dan perilaku buruk yang harus ditinggalkan karena akan mendatangkan kemudharatan. Nilai baik dalam Islam dikenal sebagai tindakan ma’ruf sementara itu tindakan yang buruk dikenal dengan tindakan yang munkar. Allah berfirman dalam surat Ali- Imran yang berbunyi:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyeruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar dan merekalah orang-orang yang beruntung.*

Dari arti ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa manusia dalam segala aktifitasnya harus selalu menghindari tindakan yang buruk yang dapat memicu kapada kemudharatan bagi dirinya sendiri terlebih bagi lingkungan sekitar.

Landasan tauhid merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai fondasi utama dalam setiap langkah seorang muslim. Seperti yang dinyatakan oleh firman Allah di dalam Al-Qur'an surat Al-An'am ayat 126 dan 127 sebagai berikut:

وَهَذَا صِرَاطٌ رَبِّكَ مُسْتَقِيمًا ۚ قَدْ فَصَّلْنَا آلَاءَآيَاتِ لِقَوْمٍ يَذَّكَّرُونَ ﴿١٢٦﴾ لَهُمْ دَارُ  
الْسَّلَامِ عِنْدَ رَبِّهِمْ ۗ وَهُوَ وَلِيُّهُمْ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

Artinya: *Dan inilah jalan Tuhanmu; (jalan) yang lurus. Sesungguhnya kami telah menjelaskan ayat-ayat (kami) kepada orang-orang yang mengambil pelajaran. Bagi mereka (disediakan) Darussalam (surga) pada sisi Tuhannya dan Dialah pelindung mereka disebabkan amal-amal saleh yang selalu mereka kerjakan.*

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Akan sangat merugi bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Karena akan menimbulkan dosa yang akan memberatkan di akhirat nanti.

Rasulullah telah banyak mengajarkan bagaimana aturan yang benar dalam berdagang, maka seorang pedagang harus menyesuaikan dengan aturan Rasulullah. Dalam islam menjelaskan bahwa Islam memiliki nilai dan norma berdagang, yaitu:

1. Larangan Memperdagangkan Barang-barang yang Haram.

Telah diriwayatkan nash-nash atau dalil tegas yang mengharamkan banyak bentuk jual beli, seperti jual beli minuman keras, bangkai, babi dan sejenisnya. Maka jika Allah mengharamkan sesuatu, pasti Allah juga mengharamkan untuk menjualnya.

Bahkan orang yang membeli atau yang ikut membantu mengedarkan barang haram pun mendapat ancaman dari Rasulullah sebagaimana

ancaman kepada orang-orang yang terlibat dalam penyebaran minuman keras, “Allah melaknat minuman keras, peminumnya, penyajinya, penjualnya, penyulingnya, pembawanya dan yang memakan harta dari hasil keuntungan minuman keras”. Hadis ini juga ditujukan untuk siapapun yang berhubungan dengan obat-obatan terlarang yang memabukkan bahkan mematikan. Selain itu, barang komoditi yang mengancam kesehatan manusia seperti makanan/minuman kadaluarsa, mengandung zat kimia yang berbahaya dan sejenisnya juga termasuk dari kategori barang yang dilarang beredar dalam Islam.

## 2. Bersikap Benar, Amanat, dan Jujur

- a. Bersikap benar merupakan wasiat Rasulullah yang dikabarkan kepada seluruh pedagang muslim, “pedagang yang benar dan terpercaya bergabung dengan para nabi, orang-orang benar (shiddiqin) , dan para syuhada”. Pedagang yang benar adalah mereka yang tidak menipu ketika mempromosikan produk atau harga dan tidak sumpah palsu.
- b. Amanah yang dimaksud adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak melebihi haknya dan tidak pula mengurangi hak orang lain. Amanah juga berarti bertanggung jawab terhadap barang yang didagangkan.
- c. Jujur merupakan bekal yang harus dimiliki oleh setiap pedagang. Lawan dari jujur adalah berbohong yang dilarang oleh Rasulullah dalam hadisnya : “barangsiapa yang menipu, bukanlah termasuk golongan kami”. Pedagang yang jujur akan menjelaskan kepada pembeli kondisi barang yang sebenarnya seperti menjelaskan kekurangan barang yang tidak diketahui pembeli. Qardhawi juga menyebutkan bahwa seorang pedagang juga harus berlaku jujur dengan cara tidak menyembunyikan harga kini dan tidak melipat harga ketika jual beli.

Al-Ghazali juga mempertegas arti kejujuran, yaitu tidak rela terhadap apa yang menimpa orang lain kecuali yang ia rela jika hal itu menimpa para dirinya sendiri.

Secara sederhana bisnis Syari'ah memiliki prinsip-prinsip dalam mekanisme pelaksanaannya. Prinsip-prinsip ekonomi islam dalam bisnis antara lain: (Novita, 2013)

- a. Bisnis bebas dari riba dan bunga
- b. Bisnis Syari'ah meyuburkan praktik jual-beli
- c. Bisnis Syari'ah menghindari gharar dan maysir
- d. Bisnis Syari'ah menggalakkan praktik zakat dan sadaqah

### **Perbedaan Sistem Bisnis Syari'ah dan Non Syari'ah**

Menurut Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Kaebet Widjaja kusuma, (M. Ismail Yusanto, Muhammad Widjajakusuma, 2002) ada beberapa perbedaan antara bisnis Islam dan non Islam antara lain:

No	Bisnis Islami	Karakteritik Bisnis	Bisnis non Islami
1	Akidah Islam (nilai transsendental)	Asas	Sekularisme (nilai-nilai materialisme)
2	Dunia akhirat	Motivasi	Dunia
3	Profit, zakat dan benefit, pertumbuhan, keberlangsungan, dan keberkahan	Orientasi	Profit, keberlangsungan, dan keberlangsungan
4	Tinggi, Bisnis adalah bagian dari Ibadah	Etos kerja	Tinggi, bisnis adalah kebutuhan duniawi
5	Maju dan produktif, konsekuensi keimanan dan manifestasi kemusliman	Sikap mental	Maju dan produktif sekaligus konsumtif, konsekuensi aktualiasi diri

6	Cakap dan ahli dibidangnya, konsekuensi dari kewajiban seorang Muslim	Keahlian	Cakap dan ahli dibidangnya, konsekuensi dari motivasi dan punishment dan reward.
7	Terpercaya dan bertanggung jawab, tujuan tidak menghalalkan segala cara	Amanah	Tergantung kemaun individu (pemilik capital), tujuan menghalalkan segala cara
8	Halal	Modal	Halal dan haram
9	Sesuai dengan akad kerjanya	Sumber daya manusia	sesuai dengan akad kerjanya, atau sesuai dengan keinginan pemilik modal
10	Halal	Sumber daya	Halal dan haram
11	Visi dan misi organisasi terkait erat dengan misi penciptaan manusia didunia	Manajemen strategi	Visi dan misi organisasi ditetapkan berdasarkan pada kepentingan material belaka
12	Jaminan halal dari setiap masukan, proses keluaran, mengedepankan produktivitas dalam koridor Syari'ah	Manajemen operasional	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran, mengedepankan produktivitas dalam koridor manfaat
13	Jaminan halal bagi setiap masukan, proses, dan keluaran keuangan, mekanisme keuangan dan bagi hasil	Manajemen keuangan	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan, mekanisme keuangan dengan bunga

14	Pemasaran dalam koridor halal	Manajemen pemasaran	Pemasaran menghalalkan segala cara
15	SDM profesional dan berkepribadian Islam, SDM adalah pengelola bisnis, bertanggung jawab pada pemilik usaha dan Allah	Manajemen SDM	SDM profesional, SDM dan aktor produksi, SDM bertanggung jawab kepada pemilik usaha

Dalam perkembangan ekonomi islam terutama dalam dunia bisnis untuk menghindari riba dalam pelaksanaan bisnisnya, dalam hal ini bisa dilakukan dengan cara kerjasama bisnis yang dibenarkan dalam Islam. Metode dalam menjalankan bisnis bisa dilakukan dengan beberapa sistem yang dibenarkan dalam Islam dan tertuang dalam beberapa fatwa mejelis ulama indonesia Fatwa DSN-MUI antara lain:

#### 1. Mudharabah

Mudharabah yang berkembang secara praktik muamalah adalah akad kerjasama antara dua pihak, pihak pertama sebagai pemilik saham atau modal (*sahibul mal*) sedangkan pihak kedua sebagai pengelola (*mudharib*) keuntungan usaha bersama dibagi sesuai dengan kesepakatan yang dituangkan dalam akad atau kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian tersebut bukan akibat kelalaian dari pengelola. (Antonio, 2001)

#### 2. Musyarakah

Musyarakah adalah perjanjian kerjasama antara dua orang atau lebih pada usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan yang dihasilkan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. (Hadi, 2019)

### 3. Murabahah

Murabahah adalah salah satu bentuk dari transaksi jual beli, namun secara sederhana dan lebih spesifik dalam murabahah kedua pihak mengetahui keuntungan dari transaksi jual beli tersebut atau dengan istilah lain bisa disebut dengan jual beli menegaskan keuntungan dan biasanya pembayarannya dilakukan dengan cara mengangsur. Dalam hal pembiayaan suatu bisnis usaha skema murabahah juga sering digunakan oleh bank dan lembaga keuangan syariah lainnya yang dijalankan dengan nasabah.

Selain dari beberapa sistem atau skema tersebut diatas masih banyak lagi sistem atau skema yang bisa dijalankan dalam sebuah bisnis yang dibenarkan dalam islam antara lain Ijarah (Sewa), istisna dan istisna (jual beli dengan pesanan), rahn (gadai) serta sistem lainnya yang dibenarkan dalam Islam.



**Daftar Pustaka**

- Abdullah, M. (2013). *Wirausaha Berbasis Syari'ah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah dari teori ke praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Azharsyah Ibrahim, Erika Amelia dkk. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah- Bank Indonesia.
- Buchari, A. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Hadi, A. A. (2019). *Fikih Muamalah Kontemporer*. (Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Hasan, A. (2009). *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ika, Y. F. (2013). *Etika bisnis dalam Islam*. Jakarta : Kencana Prenada Media group.
- M. Ismail Yusanto, Muhammad Widjajakusuma. (2002). *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Muslich. (2004). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Ekonosia.
- Novita, W. (2013). *Mendulang Rezeki dengan Bisnis Syari'ah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

## Profil Penulis



### Suharyono

Penulis lulus S1 di Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu tahun 2015 (*Sekarang*, FEBI UIN Fatmawati Soekarno Bengkulu). Lulus S2 di Program Magister Hukum Islam Konsentrasi Keuangan dan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2017. Saat ini adalah sebagai Dosen tetap Program Studi Perbankan Syariah STIESNU Bengkulu dan juga aktif mengajar di FEBI UIN Fatmawati Soekarno Bengkulu serta (TUTON) Tutorial Online Universitas Terbuka Fakultas Ekonomi Prodi Ekonomi Pembangunan. Matakuliah yang diampuh adalah Manajemen Bisnis Syariah, Keuangan Publik Islam, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Manajemen Pemasaran Syariah. Semasa kuliah Strata 1, aktif dalam organisasi HIMA Jurusan sebagai Ketua, anggota BEM Fakultas serta Bendahara di Organisasi Olahraga Kampus. Pernah menjabat sebagai Ketua Prodi Perbankan Syariah STIESNU Bengkulu awal tahun 2020 dan pada tahun 2021 diamanahkan sebagai wakil ketua 1 STIESNU Bengkulu. Selain mengajar, juga sebagai pengelola jurnal Al-Intaj FEBI UIN Fatmawati Soekarno Bengkulu sampai tahun 2021 serta aktif publish tulisan di jurnal dengan fokus kajian ekonomi syariah.

Email: [suharyono@stiesnu-bengkulu.ac.id](mailto:suharyono@stiesnu-bengkulu.ac.id)



## PELAKU BISNIS SYARIAH DI PASAR GLOBAL

**Arum Indiharwati, S.ST, M.SEI**  
Sekolah Tinggi Agama Islam Daruttaqwa Gresik

### **Peluang Bisnis Syariah di Pasar Global**

Pandemi yang terjadi sejak 2019 telah mempengaruhi berbagai sektor usaha di dunia (Kuldeep, et.al., 2022), termasuk negara-negara berpenduduk mayoritas Muslim yang tergabung dalam Organisasi Kerjasama Islam (OKI) (Hasan, et.al., 2022). Meskipun begitu, bisnis syariah masih memiliki potensi yang menjanjikan. Banyak perkembangan penting dalam ekonomi syariah yang terjadi selama tahun 2021 dalam menghadapi era normal baru, meliputi percepatan digitalisasi, kesepakatan perdagangan antar negara OKI, dan peningkatan fokus pemerintah pada ketahanan pangan dan perawatan kesehatan.

DinarStandard (2022) di dalam *State of Global Islamic Economy Report* tahun 2022 memperkirakan bahwa 1,9 miliar Muslim dunia menghabiskan setara 2 triliun USD pada tahun 2021 di sektor makanan, farmasi, kosmetik, mode, wisata, dan media/rekreasi, yang semuanya dipengaruhi oleh etika konsumsi dalam agama Islam. Pengeluaran tersebut mencerminkan pertumbuhan 8,9% dari tahun 2020, sedangkan aset keuangan syariah diperkirakan telah naik 7,8%, dari 3,4 triliun USD pada tahun 2020 menjadi 3,6 triliun USD pada tahun 2021. DinarStandard (2022) juga memperkirakan pengeluaran Muslim dunia akan tumbuh sebesar 9,1% pada tahun

2022. Semua sektor usaha berbasis syariah, kecuali bisnis wisata, telah kembali ke tingkat pengeluaran sebelum pandemi pada akhir tahun 2021. Pengeluaran Muslim diperkirakan mencapai 2,8 triliun USD pada tahun 2025 dengan Tingkat Pertumbuhan Tahunan Kumulatif (*Cumulative Annual Growth Rate/CAGR*) sebesar 7,5% selama 4 tahun.

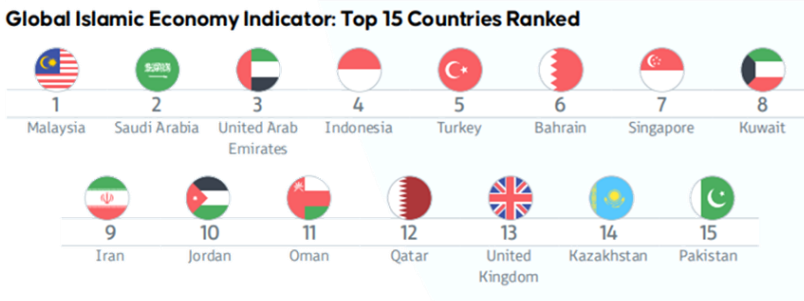
Perkembangan ekonomi syariah dunia ini ditopang oleh beberapa pendorong utama, antara lain populasi Muslim yang besar dan terus bertambah (Mansoor Khan & Ishaq Bhatti, 2008), dorongan yang meningkat untuk mematuhi nilai-nilai etika konsumsi dalam Islam (Habib & Bekun, 2021; Ramazani & Kermani, 2022; Tuhin, et.al, 2022), serta semakin banyaknya strategi yang didedikasikan untuk pengembangan produk dan layanan halal (Karia & Asaari, 2016).

Beberapa negara menganggap ekonomi syariah sebagai bagian inti kebijakan pemulihan ekonomi dari pandemi. Hal ini terlihat dari adanya kebijakan ekonomi nasional berbasis syariah yang diterapkan sebelum kedatangan pandemi, contohnya regulasi halal di Indonesia. Arab Saudi, UEA, Malaysia, dan Nigeria juga melakukan beragam upaya untuk memperkuat ekonomi Islam, terutama dalam makanan halal, keuangan Islam, dan fintech (*financial technology*). Sedangkan Pakistan, Qatar, dan Kuwait mengumumkan rencana regulasi terpusat baru untuk meningkatkan aspek tata kelola di sektor keuangan syariah.

### **Indikator Ekonomi Syariah Dunia**

*The Global Islamic Economy Indicator/ GIEI* adalah indeks tertimbang komposit yang mengukur perkembangan keseluruhan sektor ekonomi syariah dengan menilai kinerja setiap sektor sejalan dengan kewajiban sosialnya yang lebih luas (DinarStandard, 2022). Indikator ini terdiri dari 52 metrik yang diatur ke dalam lima komponen untuk masing-masing dari tujuh sektor ekonomi syariah (keuangan Islam, makanan halal, wisata ramah Muslim, mode sederhana, media/rekreasi, dan obat-obatan/kosmetik halal).

Berdasarkan GIEI, DinarStandard (2022) memberikan gambaran negara-negara yang saat ini berada dalam posisi terbaik untuk mengatasi peluang ekonomi halal secara global bernilai triliunan dolar.



Sumber: *State of Global Islamic Economy Report, 2022.*

**Indicator score breakdown for Top 15 ranking countries**

	GIEI	Islamic Finance	Halal Food	Muslim-Friendly Travel	Modest Fashion	Pharma and Cosmetics	Media and Recreation
1 Malaysia	207.2	426.9	123.4	193.5	46.0	83.9	97.3
2 Saudi Arabia	97.8	218.6	56.6	69.2	19.3	34.3	29.7
3 UAE	90.2	114.6	63.3	78.6	171.8	53.6	63.8
4 Indonesia	68.5	91.0	71.1	58.0	68.0	46.3	26.8
5 Turkey	67.3	51.0	69.8	106.7	95.1	55.0	53.5
6 Bahrain	66.7	121.9	44.5	89.3	18.6	29.4	30.1
7 Singapore	65.0	45.0	57.8	107.1	48.3	107.9	78.5
8 Kuwait	62.1	115.5	43.1	69.0	17.5	29.6	29.2
9 Iran	56.0	90.3	48.1	52.1	25.4	42.3	24.9
10 Jordan	51.8	72.1	51.3	58.4	19.3	44.6	25.7
11 Oman	47.8	74.5	46.1	43.2	20.2	26.9	25.9
12 Qatar	46.9	73.4	43.4	40.1	21.6	26.2	30.8
13 United Kingdom	46.1	49.0	47.4	31.4	41.9	45.2	52.9
14 Kazakhstan	45.2	46.0	59.2	60.8	26.6	22.7	26.4
15 Pakistan	44.9	65.7	48.3	38.7	26.4	30.9	11.0

Sumber: *State of Global Islamic Economy Report, 2022.*

Data GIEI menunjukkan bahwa Malaysia berada pada posisi teratas secara keseluruhan, juga memimpin dalam sektor keuangan syariah, makanan halal, wisata, serta sektor media/rekreasi. Posisi kedua ditempati oleh Arab Saudi yang secara umum memiliki nilai yang cukup baik dalam setiap sektor. UEA berada pada peringkat tiga secara umum dan menempati peringkat 1 dalam sektor mode/fesyen. Indonesia mendapatkan peringkat keempat dan menunjukkan perkembangan yang bagus pada sektor

makanan halal dengan mengambil berbagai langkah untuk meningkatkan sertifikasi halal, seperti kodifikasi dan digitalisasi sertifikat halal untuk melacak informasi nilai dan volume produk halal. Sedangkan posisi kelima ditempati oleh Turki karena menjadi 5 teratas pemasok pakaian Muslim dengan *e-commerce* Modanisa dan menjadi tujuan utama sektor usaha wisata ramah Muslim.

### Perdagangan dan Investasi

Negara-negara anggota OKI sebagian besar masih bergantung pada impor, dengan defisit perdagangan sebesar 53,5 miliar USD untuk produk halal dan sumber utamanya dari negara-negara non-anggota OKI, kecuali Turki dan Indonesia. Namun, sektor produk halal telah banyak mengalami penurunan impor dibandingkan tahun sebelumnya, kecuali farmasi karena kebutuhan medis selama pandemi. Tanpa mengesampingkan dampaknya yang luar biasa, COVID-19 secara tidak langsung telah membuka peluang bagi negara-negara Islam untuk meningkatkan swasembada dan memperkuat kerjasama antar negara anggota OKI (DinarStandard, 2022).

#### Top Exporters to OIC

US\$ BILLION (2020 EST)

China	\$25.4
<b>India</b>	<b>\$22.2</b>
<b>USA</b>	<b>\$17.0</b>
<b>Brazil</b>	<b>\$16.7</b>
<b>Russia</b>	<b>\$13.8</b>
<b>France</b>	<b>\$12.6</b>
<b>Turkey</b>	<b>\$10.5</b>
<b>Germany</b>	<b>\$10.0</b>
<b>Argentina</b>	<b>\$8.6</b>
<b>Indonesia</b>	<b>\$8.5</b>

#### Top OIC Importers

US\$ BILLION (2020 EST)

Saudi Arabia	\$31.2
UAE	\$23.2
<b>Turkey</b>	<b>\$22.1</b>
<b>Indonesia</b>	<b>\$21.1</b>
Malaysia	\$20.5
Egypt	\$16.5
Nigeria	\$11.2
Algeria	\$10.4
Iraq	\$10.4
Bangladesh	\$9.0

Sumber: *State of Global Islamic Economy Report, 2022.*

Tingkat perdagangan bilateral pada negara-negara Islam sangat bergantung pada kualitas organisasi kerjasama Islam (Powell & Rickard, 2010). Menurut Kabir Hassan (2003), negara-negara OKI perlu mempertimbangkan kebijakan perdagangan dan pembangunan apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan ekonomi. Gunduz, et. al. (2021) berpendapat bahwa investasi besar dalam modal manusia dan fisik diperlukan untuk negara-negara OKI berpenghasilan rendah. Investasi diperlukan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan mengurangi kesenjangan antara negara maju dan negara miskin.

Aktivitas investasi saat ini telah meningkat seiring dengan dibukanya kembali perekonomian secara bertahap pasca pandemi. 5 negara investor terbesar OKI telah berubah untuk pertama kalinya dalam dua tahun ini. UEA kini menempati peringkat pertama, dan Arab Saudi telah masuk 5 besar setelah peringkat 7 tahun lalu. Berdasarkan sektornya selama tahun 2010 hingga 2021, industri makanan halal menempati peringkat pertama penempatan dana investasi, disusul berurutan oleh sektor keuangan syariah, media, perjalanan dan wisata, farmasi halal, fesyen, dan kosmetik halal (DinarStandard, 2022).

### Investments Overview in 2020/21

Sector	20-21	Total Deal Values (US\$000s)
Halal Food	76	3,972,086
Islamic Finance	57	17,033,932
Media	26	1,289,113
Travel & Tourism	13	1,262,275
Halal Pharma	22	2,060,839
Modest Fashion	9	28,290
Halal Cosmetics	7	20,307

Sumber: *State of Global Islamic Economy Report, 2022*.

### Industri Keuangan Syariah (*Islamic Finance*)

Industri keuangan syariah pada mulanya hadir untuk menjawab keresahan umat Islam terhadap sistem



perbankan modern ala Barat berbasis bunga. Mayoritas Ulama' sepakat bahwa bunga bank adalah riba, sehingga hukumnya haram. Pertemuan 150 Ulama' terkemuka dalam konferensi Penelitian Islam di bulan Muharram 1385 H, atau Mei 1965 di Kairo Mesir menyepakati bahwa segala keuntungan atas berbagai macam pinjaman merupakan praktik riba yang diharamkan, termasuk bunga bank. Berbagai forum ulama internasional juga mengeluarkan fatwa pengharaman bunga bank. Oleh karena itu, sejumlah Negara Islam dan berpenduduk mayoritas Muslim mulai berusaha untuk mendirikan lembaga Bank Alternatif non-ribawi. Konsep teoritis tentang Bank Islam muncul pertama kali pada tahun 1940-an mengenai perbankan yang berdasarkan bagi hasil.

Usaha modern pertama untuk mendirikan Bank tanpa bunga dimulai di Pakistan yang mengelola dana haji pada pertengahan tahun 1940-an, tetapi usaha ini tidak berhasil. Perkembangan berikutnya yang paling sukses dan inovatif di masa modern dilakukan di Mesir pada tahun 1963, dengan berdirinya *Mit Ghamr Local Saving Bank*. Bank ini diterima dengan baik oleh kalangan petani dan masyarakat pedesaan. Namun sayang, karena terjadi kekacauan politik di Mesir, *Mit Ghamr* mulai mengalami kemunduran, sehingga operasionalnya diambil alih oleh *National Bank of Egypt* dan Bank Sentral Mesir pada tahun 1967. Pengambilalihan ini menyebabkan prinsip nir-bunga pada *Mit Ghamr* mulai ditinggalkan. Pada 1971, akhirnya konsep nir-bunga kembali dibangkitkan pada masa rezim Sadat melalui pendirian *Naseer Social Bank*.

Kesuksesan *Mit Ghamr* akhirnya menyadarkan umat Muslim di seluruh penjuru dunia bahwa prinsip-prinsip Islam ternyata masih dapat diterapkan pada bisnis modern. Ketika OKI (Organisasi Kerjasama Islam) akhirnya terbentuk, serangkaian konferensi Internasional mulai diadakan, dengan salah satu agendanya adalah pendirian Bank Islam.

Secara internasional, perkembangan perbankan Islam pertama kali diprakarsai oleh Mesir. Pada Sidang Menteri Luar Negeri Negara-negara OKI di Karachi Pakistan bulan

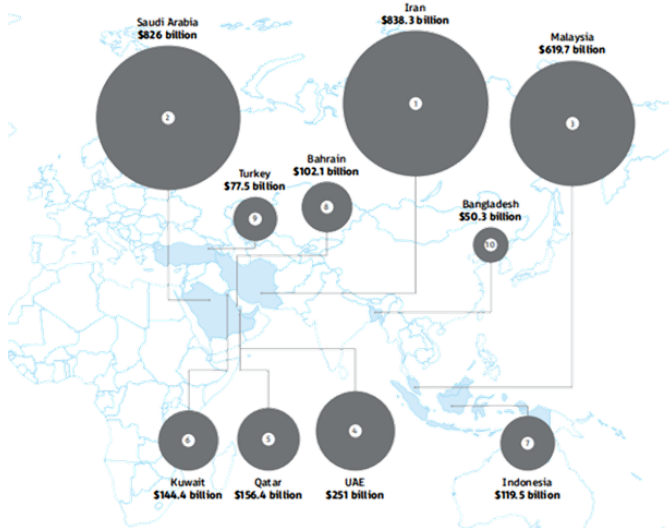
Desember 1970, Mesir mengajukan proposal tentang pendirian Bank Islam Internasional untuk Perdagangan dan Pembangunan (*International Islamic Bank for Trade and Development*) dan proposal pendirian Federasi Bank Islam (*Federation of Islamic Banks*). Akhirnya, terbentuklah *Islamic Development Bank* (IDB) pada bulan Oktober 1975 yang beranggotakan 22 negara Islam pendiri. Bank ini menyediakan bantuan finansial untuk pembangunan di negara-negara anggotanya, membantu mereka untuk mendirikan bank Islam di negaranya masing-masing, dan memainkan peranan penting dalam penelitian ilmu ekonomi, perbankan dan keuangan Islam. Saat ini, bank yang berpusat di Jeddah Arab Saudi ini telah memiliki lebih dari 56 negara anggota.

Bank Islam pertama di dunia yang bersifat swasta adalah *Dubai Islamic Bank*, yang didirikan tahun 1975 oleh sekelompok usahawan muslim dari berbagai negara. Pada tahun 1977 berdiri dua bank Islam dengan nama *Faysal Islamic Bank* di Mesir dan Sudan. Tahun itu pula pemerintah Kuwait mendirikan *Kuwait Finance House*. Pada perkembangan selanjutnya di era 1970-an, usaha-usaha untuk mendirikan bank Islam mulai menyebar ke banyak negara. Beberapa Negara seperti di Pakistan, Iran dan Sudan bahkan mengubah seluruh sistem keuangan di Negara itu menjadi sistem nir-bunga, sehingga semua lembaga keuangan di negara tersebut beroperasi tanpa menggunakan bunga. Di Negara Islam lainnya seperti Malaysia dan Indonesia, bank nir-bunga beroperasi berdampingan dengan bank-bank konvensional (*dual banking system*).

Industri perbankan dan keuangan syariah masa kini telah mengalami perkembangan yang cukup pesat serta menjadi alternatif yang layak dan mampu bersaing dengan sistem konvensional di tingkat global (Mansoor Khan & Ishaq Bhatti, 2008). Perbankan syariah telah menyebar ke banyak negara, bahkan ke negara-negara Barat, seperti Denmark, Inggris, Australia yang berlomba-lomba menjadi Pusat keuangan Islam Dunia (*Islamic Financial hub*) untuk membuka bank Islam dan *Islamic*

*window* agar dapat memberikan jasa-jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam.

Industri keuangan syariah kini tidak hanya didominasi oleh sektor perbankan namun juga sektor jasa keuangan syariah lain baik lembaga profit maupun non-profit. Keuangan syariah menjadi pendorong utama bagi keseluruhan ekosistem, termasuk di antaranya sektor keuangan publik, investasi, dan asuransi yang berbasis syariah. Berdasarkan data yang dihimpun pada *State of Global Islamic Economy Report 2022*, tahun 2021 telah menjadi salah satu tonggak penting bagi keuangan Islam, dengan adanya penetapan tolok ukur baru. Startup yang berbasis di MENA (*the Middle East and North Africa*) mengumpulkan lebih dari 1 miliar USD dalam pendanaan modal ventura pada tahun 2020, sementara pada paruh pertama tahun 2021, penerbitan sukuk global mencapai rekor tertinggi sebesar 100 miliar USD. Gambar berikut menunjukkan 10 negara dengan aset keuangan syariah terbesar di dunia.



Sumber: *State of Global Islamic Economy Report, 2022*.

## Industri Halal

Industri halal (*halal industry*) merupakan salah satu karakteristik bisnis Islam (Abdullah & Azam, 2020). Perilaku konsumen pada ekonomi konvensional mengacu pada penggunaan sejumlah uang untuk berbagai kombinasi barang atau jasa demi memaksimalkan kepuasan mereka. Namun, Islam sebagai cara hidup yang lengkap bertindak untuk mengendalikan dan membatasi perilaku manusia sebagai konsumen, supaya dapat tercapai kemakmuran, kedamaian, dan kebahagiaan di dunia akhirat (Mustafar dan Borhan, 2013). Menurut Rahim (2016), persepsi konsumen terhadap produk halal berbeda ini berbeda dengan produk keuangan syariah.

Said dan Ma'zumi (2008: 60) secara ringkas merangkum perilaku konsumen Muslim yang harus diperhatikan antara lain: 1) Penggunaan barang-barang yang bersih, baik, dan bermanfaat; 2) Kewajaran dalam membelanjakan harta, 3) Sikap sederhana dan adil, 4) Sikap kemurahan hati dan moralitas yang tinggi, serta 5) Mendahulukan kebutuhan yang lebih prioritas. Anjuran untuk menggunakan barang yang baik dan bermanfaat telah tertulis di dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 172.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

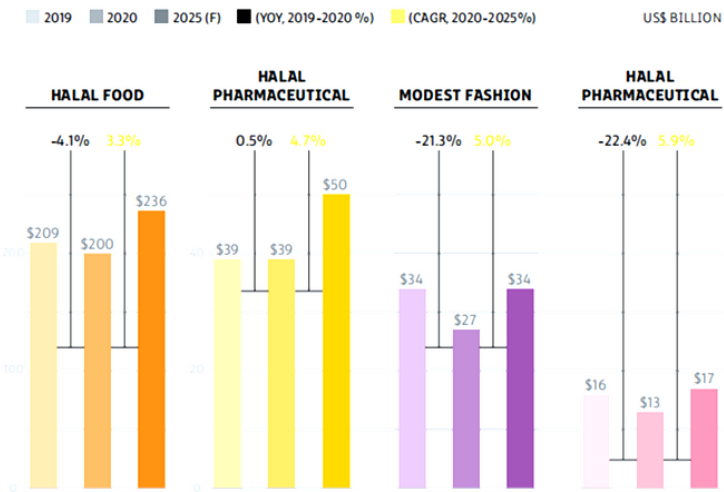
Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah." (QS. Al Baqarah: 172).

Persoalan halal dan haram ini sangat berkaitan dengan penjagaan atas kebutuhan *dlaruri* manusia, hingga meningkat pada pemenuhan kebutuhan yang sifatnya *hajjiyi* dan *tahsini*, yakni kemaslahatan kehidupan dunia, menuju kebahagiaan di akhirat. Kebutuhan *dlaruri* meliputi penjagaan atas tetapnya agama, aql, jiwa, nasab, dan harta. Haram, secara etimologis adalah sesuatu yang dilarang menggunakannya. Haram dalam istilah Hukum

Islam haram bisa dipandang dari dua sisi: pertama, dari sisi batasan dan esensinya, dan kedua, dari sisi bentuk dan sifatnya (Dahlan, et.al., 1996:523). Al-Ghazali membagi benda menjadi dua macam. Pertama, suatu benda itu dikatakan haram karena hakekat dan keadaan benda itu sendiri, kedua, suatu benda dikatakan haram karena sebab lain yang baru datang atau cara memperolehnya (Al-Qasimi: 1995).

Pasar produk halal dewasa ini muncul sebagai sektor potensial dalam ekonomi global dan perlu dikembangkan serta didukung oleh pemangku kepentingan terkait (Rachman dan Syamsuddin, 2019). Ketika masyarakat dunia menjadi lebih peduli terhadap dampak lingkungan, praktik bisnis yang bertanggung jawab, jaminan kualitas dan kesehatan, maka produk dan layanan halal menjadi lebih relevan bagi konsumen Muslim maupun non-Muslim. Produk dan layanan halal dapat mewakili jaminan kualitas, kebersihan, dan cara berbisnis yang etis. Peluang di sektor makanan halal dan masalah keamanan pangan mendorong hubungan perdagangan bilateral yang baru dan yang sudah ada. Industri halal ini meliputi sektor usaha makanan, mode/fesyen, farmasi dan kosmetik.

### Islamic Economy Sector Imports and Growth



Sumber: *State of Global Islamic Economy Report, 2022.*

Industri halal menurut Hidayat, et.al. (2022) secara umum dapat bertahan dari dampak pandemi COVID-19 dan masih memiliki potensi untuk dieksplorasi. Produk halal dalam bidang farmasi menjadi sangat diperhatikan sejak pandemi COVID-19, dimana hampir semua negara di dunia memerlukan beragam kebutuhan medis dalam jumlah besar. Menurut Kasri, et.al. (2021), niat untuk membeli produk farmasi halal dipengaruhi secara positif oleh sikap, religiusitas, pengetahuan tentang produk halal dan kontrol perilaku yang dirasakan. Meskipun demikian, hingga saat ini pemasok produk farmasi terbesar ke negara-negara OKI masih berasal dari negara-negara non-Muslim yang tidak terlalu peduli dengan unsur kehalalan produk farmasi.

<b>Top Exporters to OIC of Pharmaceuticals</b>		<b>Top OIC Importers of Pharmaceuticals</b>	
US\$ BILLION (2020 EST)		US\$ BILLION (2020 EST)	
Germany	\$5.30	Saudi Arabia	\$5.61
France	\$4.15	Turkey	\$4.96
India	\$3.31	Nigeria	\$2.84
Switzerland	\$3.02	UAE	\$2.72
USA	\$2.82	Egypt	\$2.26
Netherlands	\$2.05	Malaysia	\$1.74
Belgium	\$1.84	Algeria	\$1.60
China	\$1.58	Kazakhstan	\$1.56
Denmark	\$1.57	Iraq	\$1.20
Italy	\$1.47	Lebanon	\$1.18

Sumber: *State of Global Islamic Economy Report, 2022.*

### **Industri Fesyen Muslim Dunia**

Perkembangan teknologi turut menyemarakkan berkembangnya berbagai sektor usaha hingga ke taraf global, industri fesyen salah satunya. Adanya platform *e-commerce* dan media sosial yang populer seperti facebook, instagram, dan tiktok dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis fesyen untuk menarik lebih banyak pembeli, dari lokal hingga ke luar negeri. Hal ini juga dilakukan oleh negara-negara Islam untuk mengembangkan industri

fesyen Muslim, contohnya pada tahun 2021, pameran yang menampilkan mode sederhana seperti KTT Halal Dunia ke-6 di Turki, *Indonesia Sharia Economic Festival (ISEF)*, dan *Malaysia International Halal Showcase (MIHAS)* ke-17 diadakan sebagai acara online dan *live hybrid*.

Data yang dihimpun oleh DinarStandard (2022) memprediksikan bahwa bisnis fesyen ini akan menjadi produk perdagangan dengan pertumbuhan tercepat kedua dalam periode perkiraan 5 tahun, dengan CAGR 5% dan nilai impor 34 miliar USD pada tahun 2025. Berdasarkan data tahun 2020, DinarStandard (2022) telah merangkul 10 negara terbesar dalam mengekspor produk fesyen ke negara-negara OKI, di antaranya ada Turki, Bangladesh, dan Indonesia yang merupakan anggota OKI. Sedangkan Uni Emirat Arab menjadi negara pengimpor produk fesyen tertinggi di antara negara-negara anggota OKI lainnya.

### Top Exporters to OIC of Fashion

US\$ BILLION (2020 EST.)

China	\$13.52
India	\$3.00
Turkey	\$2.17
Italy	\$1.23
Vietnam	\$1.10
Bangladesh	\$0.85
Spain	\$0.50
Hong Kong, China	\$0.41
Indonesia	\$0.39
France	\$0.37

### Top OIC Importers of Fashion

US\$ BILLION (2020 EST.)

UAE	\$5.49
Saudi Arabia	\$3.65
Turkey	\$1.79
Iraq	\$1.78
Malaysia	\$1.54
Indonesia	\$1.24
Kazakhstan	\$0.97
Algeria	\$0.86
Qatar	\$0.85
Kuwait	\$0.71

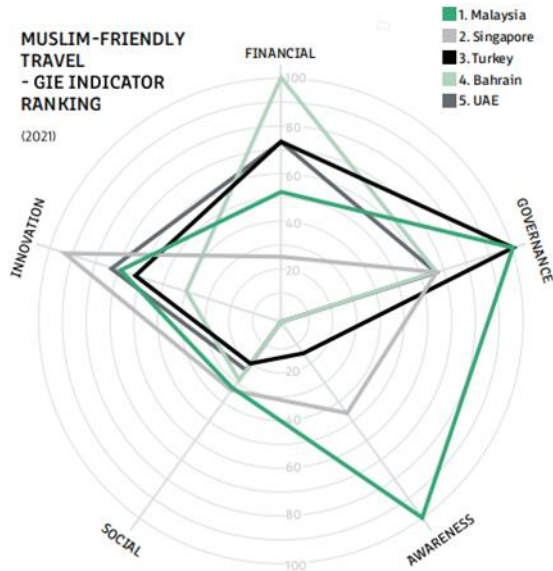
Sumber: *State of Global Islamic Economy Report, 2022*.

### ***Muslim-Friendly Travel***

Pariwisata termasuk sektor usaha yang sangat diperhatikan oleh berbagai negara untuk meningkatkan devisa. Bagi seorang Muslim, tentu banyak hal yang perlu dipertimbangkan ketika akan bepergian ke negara lain,

terutama ke negara yang penduduknya minoritas Muslim. Ketersediaan makanan halal dan tempat beribadah yang layak menjadi prioritas utama, sehingga banyak Muslim yang lebih memilih untuk berwisata ke negara-negara Islam atau berpenduduk mayoritas Islam. Selain itu, pariwisata yang ramah Muslim juga memperhatikan wahana-wahana hiburan yang disajikan, tidak boleh ada judi, khamr, dan layanan jasa prostitusi. Hal ini menjadikan tempat-tempat wisata yang menerapkan pedoman wisata halal telah berhasil menarik wisatawan non-Muslim juga untuk mencari lingkungan yang ramah keluarga.

Gambar berikut menunjukkan 5 negara tujuan wisata teratas yang dianggap ramah Muslim berdasarkan indikator keuangan, dukungan pemerintah, inovasi, kondisi sosial, dan kesadaran terhadap layanan halal. Sedangkan 3 negara OKI yang paling banyak menawarkan perjalanan ramah Muslim pada tahun 2020/21 adalah Uni Emirat Arab, Malaysia, dan Pakistas.



Sumber: *State of Global Islamic Economy Report, 2022.*



---

**Daftar Pustaka**

- Abdullah, M.A. & Azam, M.S.E. (2020). Halal entrepreneurship from Maqasid-al-Sharia'h perspective: inseparable concept for Halalpreneurs. *Food Research*, Vol. 4 No. 1, Pp. 34 – 42.
- Al-Qasimi, Jalaluddin. (1995). *Mau'idhah al-Mukminin min Ihya' 'Ulum al-Din*. Beirut: Dar al-Fikr
- Dahlan, Abdul Azis et.al. (ed.). (1996). *Ensiklopedi Hukum Islam*, Cet. I, Jilid. III. Jakarta: khtiar Baru van Hoeve.
- DinarStandard. (2022). *State of the Global Islamic Economy Report 2022: Unlocking Opportunity* . Dubai: DinarStandard.
- Gunduz, L., Alshamsi, H.M.R.H. & Ulukus, M.Y. (2021). Closer together or further apart? Club convergence in the Organization of Islamic Cooperation (OIC) countries. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 14 No. 5, pp. 1021-1042. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-05-2020-0261>
- Habib, M.D. & Bekun, F.V. (2021). Does religiosity matter in impulsive psychology buying behaviors? A mediating model and empirical application, *Current Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02296-0>
- Hassan, M.K., Bin-Nashwan, S.A. & Muneeza, A. (2022). "OIC Economies during the COVID-19: Implications and Recommendations", Hassan, M.K., Muneeza, A. and Sarea, A.M. (Ed.) *Towards a Post-Covid Global Financial System*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 37-50. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-625-420210002>
- Hidayat, S.E., Rafiki, A. & Nasution, M.D.T.P. (2022). Halal industry's response to a current and post-COVID-19 landscape and lessons from the past. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 13 No. 9, pp. 1843 1857. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2020-0180>

- Kabir Hassan, M. (2003). Portfolio investment of the OIC countries and their implications on trade. *Managerial Finance*, Vol. 29 No. 2/3, pp. 122-157. <https://doi.org/10.1108/03074350310768715>
- Karia, N., & Asaari, M.H.A.H. (2016). Halal business and sustainability: Strategies, resources and capabilities of halal third-party logistics (3PLs). *Progress in Industrial Ecology*, Vol. 10, No. 2-3, pp. 286-300.
- Kasri, R.A., Ahsan, A., Widiatmoko, D. & Hati, S.R.H. (2021). Intention to consume halal pharmaceutical products: evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2021-0192>
- Kuldeep, B., Vaishali, P., & Shalini, S. (2022). Impact of COVID-19 on Small and Medium Enterprises, *Asian Journal of Management*, Vol. 13, Issue 2, pp. 115-119. <http://dx.doi.org/10.52711/2321-5763.2022.00021>
- Mansoor Khan, M. & Ishaq Bhatti, M. (2008). Islamic banking and finance: on its way to globalization. *Managerial Finance*, Vol. 34 No. 10, pp. 708-725. <https://doi.org/10.1108/03074350810891029>
- Mustafar, M. Zaid & Borhan, J. Tamkin. (2013). Muslim Consumer Behavior: Emphasis on Ethics from Islamic Perspective, *Middle-East Journal of Scientific Research*, Vol. 18 No. 9, Pp. 1301-1307.
- Powell, E.J. & Rickard, S.J. (2010). International trade and domestic legal systems: Examining the impact of Islamic law. *International Interactions*, Vol. 36, Issue 4, pp. 335-362. <https://doi.org/10.1080/03050629.2010.523668>
- Rachman, M. Aulia & Syamsuddin. (2019). Halal Industry in Indonesia: The Role of Sharia Financial Institutions in Driving Industrial and Halal Ecosystem. *Al-Iqtishad*, Vol. 11 (1), January 2019, Pp. 35 - 58.

- Rahim, N.@.F.b. (2016). "Consumer Behaviour, Perception and Planning Towards Halal Marketing", Mutum, D.S., Butt, M.M. and Rashid, M. (Ed.) *Advances in Islamic Finance, Marketing, and Management*, Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp. 271-307. <https://doi.org/10.1108/978-1-78635-899-820161014>
- Ramazani, A. & Kermani, M. (2022). Spiritualism versus materialism: can religiosity reduce conspicuous consumption?. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 13 No. 8, pp. 1639-1655. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2019-0184>
- Said, Syihabudin dan Ma'zumi, M. (2008). *Falsafah dan Perilaku Ekonomi Islam*. Jakarta: Diadit Media.
- Tuhin, M.K.W., Miraz, M.H., Habib, M.M. & Alam, M.M. (2022). Strengthening consumer's halal buying behaviour: role of attitude, religiosity and personal norm. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 13 No. 3, pp. 671-687. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2020-0220>

## Profil Penulis



### **Arum Indiharwati**

Saat ini, penulis bekerja sebagai dosen pada Program Studi Ekonomi Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Daruttaqwa Gresik. Awal perkenalan penulis dengan Ekonomi Syariah dimulai pada tahun 2012 ketika bekerja pada sebuah bank syariah swasta nasional. Lulusan D-IV Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember ini pun memutuskan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang S2 Magister Sains Ekonomi Islam Universitas Airlangga pada tahun 2014 untuk memperdalam ilmu ekonomi syariah. Ketertarikan penulis pada dunia pendidikan dan ekonomi syariah kemudian mengantarkannya menjadi seorang pengajar. Beberapa mata kuliah yang pernah diampu oleh penulis di antaranya adalah Praktik Lembaga Keuangan Syariah, Ekonomi Makro Islami, Manajemen Keuangan Syariah, Ekonomi Internasional, serta Manajemen Risiko dan Asuransi Syariah.

Email Penulis: [arumindiharwati@gmail.com](mailto:arumindiharwati@gmail.com)



# KEMITRAAN DALAM BISNIS SYARIAH

**An'im Kafabih, S.E., M.E**  
Universitas Diponegoro, Semarang

## **Pendahuluan**

Schulze (2007) menjelaskan bahwa banyak penelitian yang menjelaskan peran penting dari *interorganizational network*, atau yang oleh Junior dan De Oliveira (2021) menyebutnya sebagai kemitraan, dalam membentuk lingkungan yang kompetitif untuk membangun, mempertahankan, dan meningkatkan keuntungan perusahaan, termasuk juga pengaruhnya pada berbagai *outcome* lainnya.

Sakai (2010) sebagai contoh, melaporkan bahwa BMT Bina Dhuafa Beringharjo, Yogyakarta, memiliki sektor bisnis yang terbilang sukses dan terus berkembang. Hal ini dikarenakan adanya kemitraan dengan pedagang-pedagang di jalanan malioboro dan toko-toko terdekat dengan lokasi BMT. Junior dan De Oliveira (2021) juga menggarisbawahi bahwa pihak-pihak yang bermitra dalam sebuah kemitraan akan mendapatkan akses sumber daya dan juga kemampuan dari mitra kerjasama untuk dapat mengurangi resiko, meningkatkan inovasi, dan menemukan peluang baru untuk menciptakan kekayaan.

Dewally dan Gordon (2022) menemukan bahwa kemitraan yang dilakukan di sektor perhotelan berdampak pada peningkatan penjualan pada tahun dimana kemitraan tersebut diumumkan ke publik. Selain itu, investor juga

menyambut baik kemitraan yang dibuat dengan menaikkan valuasi perusahaan-perusahaan yang bermitra. Penelitian lain seperti Al-Omari dan Hamid (2022) di Iraq yang melihat peran kemitraan antara sektor publik dan swasta untuk pembangunan infrastruktur maritim menemukan bahwa kemitraan yang dibuat berdampak pada meningkatnya efisiensi dari aktifitas maritim yang tercermin dari peningkatan pendapatan.

Haq (2014) menyoroti adanya kebutuhan untuk melakukan kemitraan antar *stakeholders* sebagai sebuah strategi marketing untuk wisata rohani Islam (*Islamic spiritual tourism*) agar dapat terus berkembang dan terus bertahan. Mungkin masih banyak lagi penelitian-penelitian yang menjustifikasi bahwa kemitraan amatlah penting dan seperti penjelasan Schulze (2007) dan Junior dan De Oliveira (2021), berperanguh pada berbagai *outcome*.

Tentunya kemitraan sangat erat kaitannya dengan dunia bisnis, apalagi dunia bisnis syariah yang saat ini trend nya sedang meningkat baik secara nasional maupun global. Laporan ekonomi dan keuangan syariah tahun 2021, mengutip dari *State of Global Islamic Economy Report*, memperkirakan adanya prospek positif dari bisnis halal dunia di tahun 2024 seperti industri makanan halal yang akan tumbuh sekitar 3,5% , media/rekreasi halal tumbuh sekitar 3,9%, fesyen muslim dengan 2,4% pertumbuhan, kosmetik halal sekitar 2,9%, keuangan syariah yang akan tumbuh sekitar 5% di tahun 2024, dan beberapa yang lain.

Di Indonesia sendiri Laporan ekonomi dan keuangan syariah juga mencatatkan laporan kinerja bisnis syariah yang cukup positif. Sektor pariwisata ramah muslim (PRM) mencatatkan pertumbuhan hingga 22,62% , sedangkan untuk makanan halal tumbuh tinggi sebesar 3,49%. Sektor keuangan syariah seperti Bank Umum Syariah (BUS) juga mengalami kinerja yang meningkat. Statistik Perbankan Syariah mencatatkan total aset BUS mencapai Rp 446,45 triliun pada februari 2022, meningkat dibandingkan bulan yang sama di tahun 2021 yang sebesar Rp 394,86 triliun. NPF menurun sebesar

12,8% dari Februari 2021 hingga Februari 2022, dibarengi dengan adanya peningkatan pembiayaan dari yang tadinya sebesar Rp 245,9 triliun per Februari 2021 menjadi Rp 257,48 triliun di tahun 2022 pada bulan yang sama.

Kinerja bisnis-bisnis syariah yang baik diatas tentunya dapat ditingkatkan lagi akselerasinya, baik dari sisi revenue, pembiayaan, ataupun *outcome-outcome* lainnya. Salah satu kuncinya adalah dengan mengoptimalkan kerjasama dan kemitraan dengan berbagai sektor dan *stakeholder*.

Sehingga pada titik ini, penting kiranya untuk pelaku bisnis syariah mengetahui terlebih dahulu konsep dasar dari kemitraan yang ditawarkan dalam Islam, agar usaha yang dikembangkannya dapat meningkat keberkahannya (*akhirat-oriented*) selain juga memiliki *outcome* yang memberikan kemanfaatan bukan hanya pada si pelaku usaha, namun juga kepada lingkungan sekitar dengan, minimal, menciptakan lapangan kerja baru, dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara.

Adapun dalam artikel ini, bab selanjut akan membahas terlebih dahulu konsep dasar etika bisnis syariah, lalu dilanjutkan dengan pembahasan jenis-jenis kemitraan, dan dilanjutkan dengan masalah keagenan dalam kemitraan, berikut solusinya, dan ditutup dengan kesimpulan.

### **Etika Bisnis Syariah**

Dalam penjelasannya, Mas'ud (2017) menerangkan bahwa konsep bisnis dalam perspektif konvensional memiliki tujuan untuk menghasilkan keuntungan bagi pemiliknya. Sehingga kegiatan-kegiatan yang tidak bertujuan untuk mencari untung, atau tidak menghasilkan keuntungan baik kegiatan tersebut dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang, maka kegiatan tersebut tidak disebut bisnis (Mas'ud, 2017).

Masih dari sumber yang sama, Mas'ud (2017) menjelaskan bahwa dalam Qur'an, bisnis merupakan salah satu urusan dalam *muamalah* dan beberapa kata



atau istilah yang berkaitan dengan kegiatan komersial, perniagaan, atau bisnis diantaranya adalah : perdagangan (*al-tijarah*), menjual (*al-bay*), membeli (*isyatara*), kredit (*al-qardh*), rugi (*al-khusr*), untung (*ar-rabikh*), harga (*tsaman*), upah (*ajrun*) dan banyak lainnya.

Bisnis syariah atau *Islamic business* memang sangat terkait dengan etika bisnis dalam perspektif Islam. Qadri (2020) mendefinisikan etika sebagai prinsip-prinsip moral atau standar perilaku manusia, dan juga persepsi masyarakat terhadap apa yang dianggap baik, dan apa yang dianggap buruk. Sedangkan etika bisnis adalah etika terapan (*applied ethics*), yakni penerapan etika dalam dunia bisnis (Mas'ud, 2017).

Dari pembahasan diatas, jika disematkan kata “syariah” pada kata etika bisnis, artinya sumber daripada etika dalam penerapannya di dunia bisnis adalah syariah Islam, atau, dapat diambil benang merah bahwasanya etika bisnis syariah adalah etika bisnis yang dalam perumusannya bersumber paling tidak dari Qur'an dan sunnah, selain juga sumber hukum Islam lainnya, yaitu, ijma' maupun qiyas.

Iqbal dan Mirakhor (2017) menjelaskan beberapa nilai-nilai kebajikan yang menjadi fondasi dasar dalam mendefinisikan etika bisnis dalam perspektif Islam. Internalisasi dan realisasi dari nilai-nilai kebajikan tersebut dalam aspek ekonomi maupun sosial akan menjamin keputusan-keputusan maupun tindakan-tindakan yang diambil mengarah pada etika dalam aspek penerapannya ( Iqbal dan Mirakhor, 2017). Adapun nilai-nilai kebajikan yang dijelaskan Iqbal dan Mirakhor (2017) tersebut diantaranya adalah *tawhid* , lalu kedua adalah menjadi adil dan berjuang untuk keadilan, ketiga adalah mengakui tiap individu, masyarakat, maupun negara memiliki haknya masing-masing, lalu ada pula penghormatan pada kontrak yang sudah dibuat, kejujuran dan integritas, dapat dipercaya, melakukan perbuatan baik (*ihsan*), kejujuran, welas asih dan kemurahan hati, kehati-hatian dan kerendahan hati, dan terakhir adalah kerjasama (kemitraan) dan solidaritas antar sesama.

---

## **Jenis-Jenis Kemitraan**

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, salah satu nilai kebajikan yang menjadi fondasi dasar dari etika bisnis syariah adalah adanya kemitraan dan solidaritas antar sesama. Islam mendorong kemitraan (Beekun, 1997). Ini berarti bahwa dalam Islam para pelaku bisnis tidak diajarkan untuk bersifat individualistik, namun lebih didorong untuk saling bekerja sama untuk dapat saling tolong-menolong. sehingga sukses yang dicapai tidak dinikmati oleh diri sendiri, namun dengan orang lain, sehingga memunculkan keberkahan didalamnya.

Muhammad Akram Khan dalam Qadri dan Iqbal (2021) mendefinisikan kemitraan (*partnership, sharikah*) sebagai sebuah kontrak antara dua orang atau lebih yang menjalankan bisnis atau perusahaan sektor keuangan untuk mencari laba. Beekun (1997) membagi kemitraan menjadi beberapa jenis, yaitu *al mudarabah*, *sharikat*, *musharakah*, *murabahah*, dan terakhir adalah *qard hasan*.

### **Mudarabah**

Mengutip dari beberapa sumber, Dinc dan Saiti (2018) menjelaskan bahwa mudarabah pada dasarnya merupakan kemitraan tenaga kerja-modal (*labor-capital partnership*). Beekun (1997) menjelaskan kondisi terjadinya akad mudarabah adalah ketika ada pengusaha tidak memiliki modal cukup untuk mengembangkan usaha dan di sisi lain terdapat orang/ lembaga yang memiliki modal berlebih. Maka dalam skema mudarabah, pemilik modal akan menginvestasikan hartanya, dan pengusaha akan menginvestasikan kemampuan dan skillnya, dan pengusaha-pemilik kapital harus sudah menyepakati di awal bagaimana mereka menanggung kerugian dan membagi keuntungan yang akan didapat. Profit tidak akan dapat didistribusikan antar mitra sampai sudah tidak ada lagi kerugian, dan modal dari si pemilik modal sudah dikembalikan seluruhnya (Beekun 1997).

### **Sharikat**

Beekun (1997) menjelaskan bahwa terdapat beberapa jenis kemitraan *sharikat*. Pertama, bank Islam menyediakan modal yang dibutuhkan sebagian saja, dan sebagian lainnya ditutup oleh pengusaha yang bersangkutan. Selain itu, pengusaha juga bertanggung jawab untuk pengawasan dan manajemen usahanya. Keduanya bersepakat untuk membagi hasil keuntungannya ataupun kerugian yang diderita sesuai dengan proporsi investasi yang diberikan. Jika terjadi kerugian, lanjut Beekun (1997), maka pengusaha akan kehilangan upah (*remuneration*) dari jerih payahnya.

### **Musharakah**

Berbeda dengan konsep *sharikat*, Beekun (1997) menjelaskan *musharakah* lebih seperti konsep barat yang berupa “konsorsium”. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsorsium adalah himpunan beberapa pengusaha yang mengadakan usaha bersama, dalam masa waktu tertentu untuk tujuan-tujuan tertentu (KBBI, 2008, KBBI.Web.id<sup>1</sup>). lebih lanjut dalam penjelasan Beekun (1997), *musharakah* yang berupa konsorsium disini adalah kesepakatan para mitra untuk mengajukan modal tetap maupun modal usahanya termasuk juga kemampuan dan skill nya. Kerugian akan dibagi berdasarkan proporsi modal yang disetorkan (Beekun, 1997).

### **Murabahah**

Murabahah merupakan skema kemitraan yang paling penting yang digunakan dalam keuangan Islam saat ini untuk mengelola keuangan (Almsafir dan Alsmadi, 2014). Kemitraan Murabahah adalah kemitraan yang mana, menurut Khan dan Sonko (2020), terdapat 2 pihak, dimana pihak X meminta pihak Y untuk membeli komoditas tertentu setelah pihak X mendiskripsikan dan menunjukkan barang tersebut pada Y. Selanjutnya X akan membeli barang tersebut dari Y dengan tambahan profit. Adapun elemen penting yang ada dalam kemitraan

---

<sup>1</sup> Lihat : <https://kbbi.web.id/konsorsium>

jenis ini adalah kedua belah pihak yang bermitra tersebut harus tahu harga awal pembelian barang termasuk juga *markup* keuntungan yang ditetapkan, lalu yang kedua, pihak yang membelikan (X) harus mendapatkan barang tersebut sebelum dijual kembali (dengan profit) kepada pihak Y.

### **Qard hasan**

Iqbal dan Mirakhor (2011) menjelaskan bahwa *qard-ul-hasan* adalah perpanjangan masa pinjaman tanpa disertai adanya bunga atau jenis kompensasi lainnya (atas perpanjangan tersebut) yang diambil dari si peminjam. Si pemberi pinjaman murni mengharapkan imbalan hanya dari Allah SWT. Kemitraan jenis ini adalah pinjaman bebas bunga yang mengikuti prinsip-prinsip syariah (Hasan, Hassan, dan Rashid, 2021). Selain itu, Beekun (1997) menyebut kemitraan ini sebagai “benevolent loan” atau pinjaman yang bersifat menolong. Hal ini dikarenakan pinjaman jenis ini tak dikenai biaya apapun, dan tentunya bebas bunga. Pinjaman jenis ini, menurut Beekun (1997), adalah untuk mereka para pengusaha yang sedang mengalami masa sulit atau mengalami pengeluaran-pengeluaran yang tak terduga.

Dari penjabaran diatas, dapat diketahui bahwa jenis kemitraan ini adalah apa yang dalam artikel ini disebut sebagai perspektif *akhirat-based*. Artinya, apa yang dilakukan di dunia diharapkan akan menjadi tabungan di akhirat. Dalam perspektif ekonomi konvensional yang mana teori-teorinya hanya berdasarkan *material-based* sebenarnya, berdasarkan *islamic worldview*, perlu sedikit ditambahkan kesadaran akan adanya dunia setelah kiamat, dan hari pembalasan. Sehingga, dengan adanya kesadaran akan perspektif jangka sangat panjang seperti *akhirat-based* yang terpatri pada setiap manusia, dan terlaksana dalam bentuk tindakan, maka tak khayal perspektif ini akan lebih menyempurnakan teori-teori yang ada dalam ekonomi konvensional yang sangat lekat dengan *material-based*.

## **Masalah Keagenan dalam Kemitraan**

Dalam perkembangannya, kemitraan memiliki banyak isu-isu tertentu yang sangat menarik untuk dibahas atau dijadikan tema penelitian. Dibawah ini merupakan penjabaran salah satu masalah yang ada dalam kemitraan, yaitu *principal-agent problem*. Dalam *principal-agent problem*, terdapat masalah informasi yang asimetris sehingga melahirkan apa yang disebut dengan *adverse selection* dan *moral hazard*.. Setelah gambaran umum apa yang dimaksud *adverse selection* dan *moral hazard*, selanjutnya akan dibahas beberapa kemungkinan solusi untuk mengatasi dua permasalahan tersebut.

### ***Principal-agent problem***

Dalam berbagai jenis kemitraan, terdapat minimal dua pihak yang saling bermitra. Satu pihak sebagai *agent*, dan pihak lain sebagai *principal*. Pada dasarnya, Richter (2015) menjelaskan bahwa dalam *principal-agent theory*, terdapat pertukaran yang bersifat bilateral yang artinya pihak *principal* memberikan penawaran “ambil” atau “tinggalkan” , sedangkan pihak *agent* memberikan jawaban “Menerima” atau “tolak” tawaran tersebut.

Relasi *principal-agent* akan menghasilkan masalah jika terdapat informasi asimetris, atau yang oleh Nicholson dan Snyder (2010) didefinisikan sebagai informasi yang seorang pemain miliki, namun tidak dimiliki oleh pemain lain. Dengan adanya informasi yang asimetris ini, munculah dua masalah, yaitu *adverse selection* dan *moral hazard*. Sapuan (2016) menjelaskan bahwa dua masalah inilah yang menyebabkan rata-rata pembiayaan modal, terutama akad mudarabah, kurang populer dalam institusi keuangan Islam.

Nicholson dan Snyder (2010) menjelaskan bahwa *adverse selection* adalah informasi yang tidak lengkap yang dimiliki *principal* tentang si *agent* terkait sifat bawaannya sebelum sebuah kontrak diterima. Hal ini akan membawa pada kesalahan dalam memilih orang yang tepat sesuai dengan standar-standar yang ditetapkan oleh *principal*. Selanjutnya, *moral hazard* adalah informasi yang tidak lengkap yang dimiliki *principal* tentang si *agent* terkait

tindakan yang diambilnya setelah dia menerima kontrak dan menjalankan proyek. Hal ini akan memicu kesalahan perilaku yang tak dapat di amati maupun di kontrol oleh si *principal*.

### **Beberapa solusi**

Selanjutnya, ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk meminimalisir masalah *adverse selection* maupun *moral hazard* dalam kemitraan. Berikut ini adalah beberapa diantaranya:

1. *Reverse mudarabah*. Dalam sebuah studi, Dinc dan Saiti (2018) menjelaskan konsep *reverse mudarabah* sebagai sebuah perusahaan modal (*capital company*) yang menyediakan modal, selain juga menguasai kepemilikan. Kemitraan ini memungkinkan perusahaan membiayai sebuah proyek yang diajukan dari pihak mitra, dan mengerjakannya sendiri atau dengan pihak mitra dengan berbagi sumber daya yang dimiliki. Perlu diingat bahwa pihak mitra sama sekali tidak mengeluarkan modal. Terdapat 3 tipe bisnis yang dapat dikembangkan dengan *reserve mudarabah*, yaitu: membeli ide (*buy idea*), pembayaran gaji (kepada mitra), dan pembayaran profit (dari proyek yang dikerjakan) (*pay salary share profit*), *no salary share profit*, dan terakhir *institutional alternatives* seperti wakaf.

Dengan model *reverse mudarabah* ini, maka permasalahan seperti *moral hazard* akan secara signifikan tertangani karena si pemilik modal lah yang mengerjakan proyek dari si mitra, dan mungkin juga si pemilik modal membagi pekerjaan dengan si mitra dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki, dan tentunya si mitra sama sekali tidak mengeluarkan modal. Hal ini tentunya langsung mencegah kemungkinan adanya *adverse selection* jika dalam skema *reverse mudarabah* si mitra hanya menjelaskan proyeknya saja, dan proyeknya akan seluruhnya dieksekusi oleh si pemilik modal. Dalam hal ini, mitra bisa mendapatkan gaji dan profit, sesuai kesepakatan.

2. *Incentive scheme*. Permasalahan utama yang ada pada, semisal, *moral hazard* adalah tindakan si *agent* yang tak dapat diketahui oleh *principal*. Dalam sebuah penjelasannya, Nicholson dan Snyder (2015) menyarankan adanya *high-powered incentive* dimana gaji atau upah akan terus meningkat sesuai dengan usaha yang dikerjakan pihak agen. Dengan cara ini, *principal* dapat memonitor kinerja *agen* melalui laporan kinerja yang bersangkutan.
3. *Moral Compliance Model* (MCM). Selain itu, San-Jose, Gonzalo dan Ruiz-Roqueni (2022) menyarankan apa yang oleh mereka disebut sebagai *Moral Compliance Model* (MCM) yang berusaha untuk mengontrol *moral hazard* dengan menjawab tiga pertanyaan mendasar : bagaimana perilaku *moral hazard* dapat diidentifikasi dan dinilai ?, bagaimana proses keputusannya ? (dari perilaku tersebut, apakah tergolong *moral hazard* atau tidak) , dan bagaimana aturan main yang harus dibuat (terkait perilaku tersebut) ?. Dalam MCM, terdapat 5 fase yang harus dilalui. Fase 1 dan 2 menyangkut identifikasi masalah dan perencanaan solusi yang paling memungkinkan. Fase ke 3 tentang *mapping* perilaku *moral hazard*. Fase ke 4 terkait dengan evaluasi perilaku *moral hazard* dalam model manajemen resiko, dan fase ke 5 tentang pembelajaran yang dapat diambil setelah menerapkan MCM dalam sebuah organisasi.
4. *Perspektif akhirat-based*. Pada dasarnya, perspektif ini diperuntukkan untuk setiap manusia agar menyadari bahwa hari akhir benar-benar ada. *Akhirat-based perspective* dapat dikatakan hadir dari *Islamic worldview* dimana salah satu rukun iman dalam Islam adalah iman kepada hari akhir. Konsekuensi logis jika seseorang beriman pada hari akhir adalah mempersiapkan bekal untuk kematian dan bersiap menghadapi alam selanjutnya, yaitu alam kubur. Di alam ini, manusia hanya akan ditemani oleh amal ibadahnya semata, sehingga dunia yang sekarang disinggahi dapat dijadikan sebagai lahan beramal, bukan untuk berbuat sesuatu yang dilarang oleh Nya.

Dengan adanya perspektif ini, maka seharusnya *moral hazard* maupun *adverse selection* dapat dihindarkan, karena tiap manusia akan berusaha sebaik mungkin untuk mengikuti perintahNya selain juga terus berusaha untuk menghindari segala yang dilarangNya. Terlebih, segala usaha dan upaya untuk mencegah terjadinya *adverse selection* maupun *moral hazard* namun masih terjadi juga, maka, berdasarkan perspektif *akhirat-based*, usaha untuk membenahi sistem yang ada harus terus berjalan (unsur duniawi), dengan niatan untuk beribadah kepadaNya (unsur akhirat).

### **Kesimpulan**

Beberapa studi menunjukkan bahwa kemitraan (*partnership*) memberikan berbagai *outcome* pengusaha maupun perusahaan, mulai dari profit, peningkatan penjualan, dan lain sebagainya. Melihat pentingnya kemitraan, studi ini bertujuan untuk mendeskripsikan berbagai jenis kemitraan dalam Islam, mulai dari mudarabah, sirkah, musyarakah dan lain sebagainya. Selanjutnya, permasalahan keagenan juga selalu hadir dalam setiap kemitraan. Artikel ini menghimpun pula beberapa solusi terkait permasalahan tersebut mulai dari *reverse udarabah*, *incentive*, *MCM*, hingga perspektif *ahirat-based*.



**Daftar Pustaka**

- Al-Omari, M.M.A.H. & Hamid, B.A. (2022). The Impact Of Partnership Between The Public And Private Sectors On The Infrastructure In Iraq, With Reference To The Experience Of The General Company For Iraqi Ports. *Materials Today: Proceedings*. Vol. 61. 734-741.
- Almsafir, M.K. & Alsmadi, A.A. (2014). Murabahah versus Interest Rate, The Equilibrium Relationship With Macroeconomic variables in Jordanian Economy : An ARDL Approach. *Procedia - Social and Behavioral Science* 129. pp. 349-357.
- Beekun, R.I. (1997). *Islamic Business Ethics*. Herndon : The International Institute of Islamic Thought.
- Dewally, M. & Gordon, R. (2022). Financial Impact Of Partnerships On Hospitality Firms. *Annals of Tourism Research*. Vol. 95.
- Dinc, Y. & Saiti, B. (2018). "Reverse Mudarabah" An ALternative Of Classical Mudarabah For Financing Small Business. In *Management of Islamic Finance: Principle, Practice, and Performance*. Published Online : 06 Nov 2018; 175-187.
- Hasan, R., Hassan, M.K. & Rashid, M. (2021). Qard Hasan (Interest-Free Loan) as a Tool for Sustainable Development - Global Evidence. In Hassan, M.K., Sarac, M., Khan, A. (Eds). *Islamic Finance and Sustainable Development*. Cham : Palgrave Macmillan.
- Haq, F.M. (2014). The Significance Of Partnership As A Marketing Strategy For Islamic Spiritual Tourism. *Journal of Islamic Marketing*. Vol. 5, No. 2. pp. 258-272.
- Iqbal, Z. & Mirakhor, A. (2011). *An Introduction To Islamic Finance : Theory and Practice (2<sup>nd</sup> ed.)*. Solaris South Tower : John Wiley & Sons (Asia).
- Iqbal, Z. & Mirakhor, A. (2017). *Ethical Dimensions of Islamic Finance Theory and Practice*. Cham : Palgrave Macmillan.

- Junior, A.B.d.O. & Oliveira, M.J.D. (2021). The Art Of Forming A Partnership In An Entrepreneurial World : The Brazilian Case. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. 2053-4604.
- Kamus Bahasa Indonesia. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta : Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Khan, H.A. & Sonko, K.N.M (ed). (2020). *Islamic Finance As A Complex System : New Insight*. Maryland : Lexington Books.
- Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2021). *Bangkit dan Optimis: Sinergi dan Inovasi Ekonomi dan Keuangan Syariah Untuk Negeri.*. Jakarta : Bank Indonesia.
- Mas'ud, F. (2017). *Manajemen Bisnis Berbasis Pandangan Hidup Islam (Islamic Worldview-Based Business Management)*. Semarang : UNDIP Press.
- Nicholson W. & Snyder, C. (2010). *Intermediate Microeconomics and Its Application (11<sup>th</sup> ed)*. Natorp Houlevard Mason : South-Western Cengage Learning.
- Qadri, H.M. (2020). *Business Ethic in Islam*. London :Routledge Taylor & Francis Group.
- Qadri, H.M. & Iqbal, N. (2021). *Islamic Financial Contracts : A Research Companion*. New York : Rourledge.
- Richter, R. (2015). *Essays on New Institutional Economics*. Cham : Springer
- Sakai, M. (2010). Growing Together In Partnership : Women's Views Of Business Practices Of An Islamic Savings And Credit Cooperative (Baitul Maal Wat Tamwil) In Central Java, Indonesia. *Women's Studies International Forum*. Vol. 33. Pp. 412-421.
- San-Jose, L., Gonzalo, J.F.&Ruiz-Roqueni, M. (2022). The Management of Moral Hazard through the implementation of a Moral Compliance Model (MCM). *European Research on Management and Business Economics*. 28. Pp. 1-11.

- Sapuan, N.M. (2016). An Evolution of Mudarabah Contract : A Viewpoint From Classical and Contemporary Islamic Scholars. *Procedia Economics and Finance*. 35. Pp. 349-358.
- Schulze, W. (2007). Networks And Strategic Entrepreneurship : Comments On Comparing Alliance Network Structure Across industries: Observations And Explanations And Strategic Networks AND Entrepreneurial Ventures. *Strategic Entrepreneurship Journal*. 1 : 229-231.
- Statistik Perbankan Syariah. (2022). *Statistik Perbankan Syariah (Sharia Banking Statistics) Februari 2022*. Jakarta : Otoritas Jasa Keuangan.

## Profil Penulis



### **An'im Kafabih**

Penulis yang biasa di panggil dengan nama Kafa ini saat S1 sempat *ngekos* di lingkungan pesantren. Hal ini yang menjadi penguat utama penulis untuk memilih mempelajari ekonomi syariah selain juga rasa penasaran dengan bidang ilmu tersebut yang memang masih tergolong baru jika dibandingkan dengan ekonomi konvensional. Sejalur dengan fokus keilmuannya, penulis yang merupakan lulusan S1 dan S2 dari Universitas Brawijaya, Malang ini telah menerbitkan beberapa tulisan seperti *how zakat can affect inflation in Indonesia through modified keynesian consumption*, *Testing profit and loss sharing to stabilise level of inflation: evidence from Indonesia*, *Analysis of preferable occupation between merchant and Islamic bank clerk in bank syariah mandiri (BSM) based on a hadith about riba*, dan beberapa tulisan lainnya. Saat ini, penulis berdomisili di Semarang dan mengabdikan diri di Program Studi Ekonomi Islam, Departemen Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro sebagai seorang dosen. Selain sedang mempersiapkan diri setitik demi setitik untuk studi doktoralnya, penulis juga aktif di media sosial, seperti twitter ( @Kafabih ), maupun instagram ( @animkh ).

Email Penulis: [kafa@lecturer.undip.ac.id](mailto:kafa@lecturer.undip.ac.id)



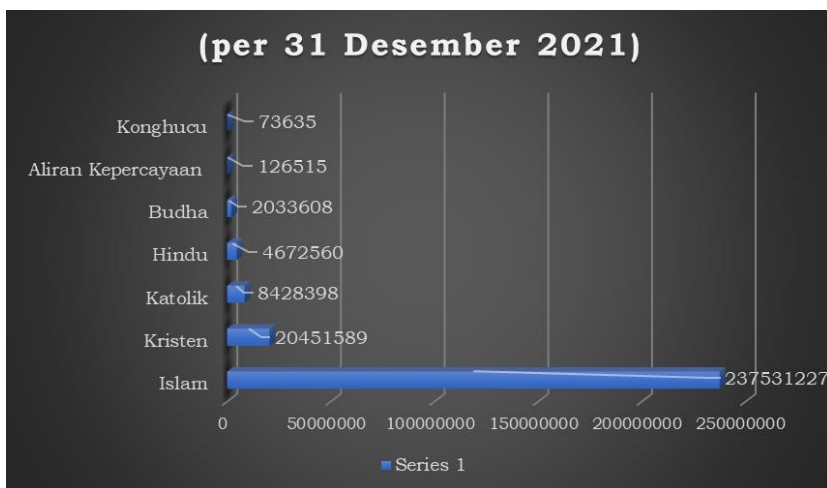
# PELUANG DAN TANTANGAN BISNIS SYARIAH DI INDONESIA

**Andi Martina Kamaruddin, Lc., M.Si.**  
Universitas Mulawarman

## Pendahuluan

Indonesia adalah negara dengan penduduk mayoritas muslim tertinggi di dunia, berdasarkan laporan *The Royal Islamic strategic studies Center* atau MABDA yang berjudul *the muslim 500* edisi 2022 tercatat ada sekitar 231, 06 juta penduduk Indonesia yang beragama Islam.

Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama



Sumber: Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri)

karena itu bisnis Syariah tak ayal menjadi peluang bisnis yang potensinya sangat besar di Indonesia, pada tahun 2021 total Market Share industri keuangan syariah dan konvensional yang hampir sama sebesar 10,5% dan 6%, pada tahun 2020 pertumbuhan perbankan syariah sebesar 11-12% sedangkan pertumbuhan perbankan konvensional hanya sebesar 1-2%.

Pada annual Islamic Finance conference Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati mengungkapkan bahwa dalam dekade terakhir keuangan syariah telah menjadi salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat di industri keuangan Global bahkan dapat melampaui pasar keuangan konvensional.

Global Islamic Economic report tahun 2020 memperkirakan nilai aset keuangan syariah meningkat 13,9% pada 2019 dari 2,52 dolar triliun menjadi 2,808 dolar triliun akibat dampak dari krisis covid-19, nilai aset keuangan syariah diperkirakan tidak menunjukkan pertumbuhan pada tahun 2020 tetapi diproyeksikan akan pulih dan tumbuh pada tingkat pertumbuhan tahunan gabungan sebesar 5% mulai dari 2019 dan seterusnya mencapai 3,609 triliun Dolar pada tahun 2024, dari data tersebut dapat dilihat bahwa adanya potensi yang amat besar bagi pertumbuhan ekonomi syariah dibandingkan dengan ekonomi konvensional. Badan kebijakan fiskal merilis bahwa pertumbuhan Indonesia mulai dari sektor perbankan dengan aset yang tumbuh 15,6% pada Mei 2021 mencapai 598,2 Triliun Rupiah hingga pasar modal syariah yang mencatat pertumbuhan investor sebesar 9,3% dalam 3 bulan pertama pada tahun 2021.

Kuangan syariah dipercaya sebagai salah satu instrumen yang berperan penting dalam mendukung program pemulihan ekonomi dan mengurangi kemiskinan melalui pemberdayaan usaha ekonomi masyarakat, Hal ini disebabkan karena dalam ekonomi dan keuangan syariah ada landasan yang mengatur aset dan transaksi berdasarkan prinsip keadilan dan ketulusan, semua itu terlihat dari mekanisme pembiayaan Resiko yang adil dalam pembiayaan syariah serta keadilan sosial keuangan syariah seperti zakat wakaf dan infak.

---

Bisnis syariah merupakan bisnis yang berasaskan pada aturan - aturan norma dalam Islam sesuai dengan al-Qur'an dan hadis nabi Muhammad *Sholallah alaihi wa salam*, sehingga diperlukan pemahaman yang mendalam tidak hanya pada kajian ekonomi secara umum namun juga pemahaman terhadap kajian fikih yang mengatur tentang muamalah, dengan kata lain bisnis syariah merupakan serangkaian aktivitas transaksi jual beli dalam berbagai bentuknya yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan syariah. Dalam ketentuan syariah sendiri ada dua hal yang sangat penting yang harus diperhatikan yang berhubungan dengan harta. Pertama, tentang bagaimana cara memperoleh harta kekayaan tersebut, tidak boleh dengan cara-cara yang diharamkan oleh syariat. Kedua, cara menggunakan harta yang sudah diperoleh dengan cara yang halal tidak boleh digunakan untuk perbuatan maksiat. Misalnya, digunakan untuk berjudi, membeli makanan dan minuman yang haram, membuka hotel tetapi di dalamnya ada dijual minuman keras atau praktek-praktek prostitusi.

Dengan potensi yang sangat besar yang dimiliki Indonesia maka bisnis syariah diharapkan dapat menjadi sektor unggulan yang meningkatkan kesejahteraan Indonesia tidak hanya untuk yang muslim namun seluruh rakyat Indonesia, tentu dalam mengembangkan potensi ini tidak lepas dari tantangan yang harus dihadapi, oleh karena itu mempersiapkan sumber daya manusia yang dapat menganalisa dan menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi berasaskan prinsip syariah juga harus disiapkan dengan baik.

### **Prinsip Bisnis Syariah**

Pada dasarnya prinsip bisnis Syariah berasaskan Aqidah Islam atau ketauhidan yang memiliki motivasi dunia dan akhirat, dalam surat Al-Jumuah ayat 10 Allah berfirman:

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



Artinya: apabila telah ditunaikan shalat maka bertebaranlah kamu dimuka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (QS Al Jumuah : 10)

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa yang menjadi ciri khas dalam prinsip bisnis Syariah yaitu keseimbangan antara pemenuhan kehidupan dunia dan akhirat, perintah untuk memenuhi kebutuhan akhirat agar mendapat ketenangan jiwa dengan menyegerakan shalat Jumat dengan tidak melupakan untuk kehidupan duniawi dengan memberikan keleluasaan dalam mencari rezeki dengan jalan berbisnis yang diridhoi Allah pada surat Al-Qashas ayat 73 Allah berfirman:

وَمِنْ رَحْمَتِهِ جَعَلَ لَكُمُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ لِتَسْكُنُوا فِيهِ وَلِتَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ وَلِعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: *dan karena rahmatnya dia Jadikan untukmu malam dan siang supaya kamu beristirahat pada malam itu Dan supaya kamu mencari sebagian dari karunia-nya pada siang hari dan agar kamu bersyukur kepadanya.*

Pergantian antara malam dan siang juga sebagai petunjuk bagi manusia untuk menjalankan *sunatullah* malam sebagai tempat peristirahatan guna mempersiapkan diri untuk menghadapi kerja di siang harinya dan sebaliknya Allah menjadikan siang terang supaya pada waktu itu dapat mengerjakan segala urusan kehidupan duniawi untuk menjemput rezeki dikatakan *وَلِتَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ* “untuk mencari sebagian dari karunia-nya” maka Pembagian waktu tersebut merupakan tanda kekuasaan Allah supaya kita dapat bersyukur.

Dalam prinsip bisnis Syariah tidak semata – mata profit duniawi saja, namun yang dimaksud profit dalam prinsip bisnis Syariah adalah berkah materi dan non-materi yang berupa kemanfaatan, pertumbuhan dan keberlangsungan kehidupan itu sendiri. Dalam prinsip bisnis Syariah etos kerja adalah salah satu bentuk ibadah yang memiliki sikap mental maju dan produktif serta, ia merupakan konsekuensi terhadap keimanan dan manifestasi dari keIslaman setiap individu. Kewajiban Seorang pebisnis muslim adalah cakap dan ahli di bidangnya Rasulullah bersabda:

---

إِذَا ضَيِّعْتَ الْأَمَانَةَ فَأَنْتَظِرُ السَّاعَةَ قَالَ كَيْفَ إِضَاعَتُهَا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ  
إِذَا أُسْنِدَ الْأَمْرُ إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ فَأَنْتَظِرُ السَّاعَةَ

"Apabila amanat disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang: bagaimana caranya menyia-nyiakan amanat ya Rasulullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya." (HR. Bukhari 6015).

Amanah terhadap kehalalan dalam bisnis syariah sangat di junjung, Allah menegaskan dalam Al- Isra ayat 36 yang berbunyi :

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ  
مَسْئُولًا

Artinya : Dan janganlah kamu mengikuti sesuatu yang tidak kamu ketahui. Karena pendengaran, penglihatan dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya.

Diperlukan sumberdaya insani yang faham betul tentang akad dan manajemen berbasis syariah, yang dapat menjamin kehalalan bagi setiap input proses dan output bisnis syariah tersebut, dapat dikatakan bahwa bisnis yang dikategorikan dalam bisnis syariah adalah semua bentuk aktivitas bisnis yang pada prinsipnya tunduk kepada ketentuan Syariah yang mana ketentuan Syariah yang paling fundamental meliputi pelaksanaan akad dan menjauhi bentuk larangan seperti riba gharar maisir risywah ihtikar najas batil zalim dan kemaksiatan.

### **Sejarah Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia**

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia ditandai dengan dicetuskannya ide pendirian bank syariah pertama di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991 dengan PP nomor 72/1992 surat edaran Gubernur BI nomor 25/4/ BPPP, Kemudian pada tahun 1994 disusul dengan pendirian asuransi syariah pertama di Indonesia yaitu Asuransi Takaful keluarga pada tahun 1997, kemudian dicetuskanlah pembentukan forum zakat

sebagai wadah komunitas dan advokasi di bidang zakat tahun 1998 dan UU Nomor 10/1998 dikeluarkan tahun 1999 UU Nomor 23/1999 dan UU Nomor 38/1999 yaitu pembentukan DSN-MUI dan pendirian Bank Syariah Mandiri Kemudian pada tahun 2002 pengenalan pasar uang antar bank Syariah dengan PBI nomor 4/1/PB/2002 dan pada tahun 2003 diresmikan lah pasar modal Syariah kemudian, tahun 2004 dikeluarkan undang-undang nomor 41 tahun 2004 dan tahun 2007 disusul dengan daftar efek Syariah pertama pada 2008 19/2008 , kemudian pada tahun 2009 penerbitan sukuk ritel, global suku dan SDHI. Jika dilihat dari sejarahnya potensi berkembangnya bisnis syariah di Indonesia amat sangat besar dikarenakan pergerakan bisnis Syariah dimulai dari bottom up yaitu bisnis syariah diindonesia di inisiasi oleh masyarakat kemudian disambut baik oleh pemerintah.

Pemerintah dalam hal ini ini bergerak aktif untuk mengembangkan ekonomi syariah di Indonesia melalui peraturan-peraturan dan program yang dibuat termasuk pendirian Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) pada tahun 2016 dilanjutkan dengan penguatan KNKS menjadi Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah (KNEKS) dengan perpres no 28 tahun 2020 yang semakin memperluas ruang lingkup dan penguatan kelembagaan tidak hanya dalam keuangan syariah atau perbankan namun disegala sektor baik itu di industri halal, fashion halal, pariwisata halal, kosmetik halal, farmasi halal termasuk didalamnya pengelolaan zakat infak sedekah dan wakaf yang memiliki potensi sangat besar dalam membangun kekuatan ekonomi berbasis syariah. KNEKS diharapkan menjadi katalisator dalam mendorong pertumbuhan Ekonomi dan keuangan syariah nasional.

### **Peluang dan Tantangan Bisnis Syariah**

Gambaran umum peluang dan tantangan bisnis syariah di Indonesia tidak lepas dari besarnya jumlah masyarakat muslim di indonesia, berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 237,53 juta jiwa per 31 Desember 2021, bonus demografi ini memberikan banyak keuntungan pada

---

prospek bisnis syariah, tercatat 86,9% penduduk Indonesia beragama Islam, bisa dibayangkan betapa besar peluang bisnis syariah di Indonesia.

## 1. INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN HALAL

### a. PELUANG

- 1) TARGET PASAR YANG BESAR : Peluang bisnis syariah pada industri makanan dan minuman halal masih sangat besar karena, Indonesia memiliki target pasar yang sangat besar mengingat mayoritas penduduk muslim di Indonesia sebanyak 231,06 juta, trend mengkonsumsi makanan halal pun tidak hanya bagi penduduk muslim , non muslim pun pada akhirnya terpacu untuk menghadirkan makanan dan minuman halal, penduduk muslim merupakan target yang tepat bagi pasar industri halal di Indonesia. Menurut Global Islamic Finance Report (GIFR), penduduk Muslim yang memiliki pendapatan *disposable* diperkirakan memberikan pemasukan pada pasar industri halal lebih dari \$2 triliun dan sekitar \$3.735 triliun pada tahun 2019.
- 2) MENINGKATNYA KESADARAN MASYARAKAT UNTUK MENGONSUMSI MAKANAN HALAL : Berdasarkan beberapa penelitian, diantara faktor-faktor yang memengaruhi kesadaran terhadap kehalalan (*awereness*) dari konsumen adalah: religiositas (*religious believe*), jati diri (*self identity*), komponen pemasaran (*marketing mix*), dan label jaminan halal (*halal certification*). Kesadaran terhadap kehalalan (*awereness*) dimaknai sebagai pemahaman akan kehalalan suatu produk dari seseorang konsumen sehingga menimbulkan kecermatan dalam melakukan konsumsi pada sebuah produk. Tingginya kesadaran halal dapat memengaruhi permintaan atas produk halal (*purchase*

*intention*). Sedangkan minat untuk membeli (*purchase intention*) ialah kecenderungan seorang konsumen untuk membeli sesuatu produk atau suatu tindakan dalam keputusan yang berhubungan dengan pembelian produk yang diukur dengan tingkat pembelian kembali produk tersebut. Di Indonesia label halal sudah menjadi ikon makanan yang sangat efektif.

- 3) PERKEMBANGAN TEKNOLOGI YANG PESAT : Perkembangan teknologi sangat mempengaruhi dalam produktivitas industri makanan dan minuman halal banyak teknologi yang dapat mendekteksi produk – produk yang dicurigai mengandung bahan – bahan haram contohnya enzim babi yang menyalahi prinsip bisnis syariah. Contohnya FTIR (Fourier Transform Infrared (FTIR) Spectrocopy) teknologi ini dapat memberikan informasi mengenai komposisi molekular dan struktur pelbagai jenis bahan termasuk lemak dan minyak, kemudian ada juga teknologi yang disebut Electronic Nose (E-Nose ) atau “hidung elektronik” alat ini dapat memberikan informasi bahan kimia elektronik dan dapat mengenali aroma atau bau yang ringkas ataupun kompleks dari bahan – bahan yang digunakan oleh sebuah produk. Selain itu teknologi media komunikasi dan e-commers juga sangat berkembang pesat sehingga dapat memudahkan produsen untuk menjual produknya secara luas.

b. TANTANGAN

- 1) PRODUK MULTINASIONAL YANG MULAI MENGGARAP SEKTOR MAKANAN HALAL : Masuknya produk – produk import dari luar negeri sangat gencar, salah satu contohnya seperti produk makanan Korea yang saat ini banyak digemari penduduk Indonesia termasuk penduduk muslim, produsen

produk makanan dan minuman korea juga sudah mengerti segmen pasar Indonesia oleh karena itu mereka pun sudah merancang produknya sesuai dengan segmen pasar Indonesia dan memperhatikan kehalalan produk yang dirilis di Indonesia.

2) SERTIFIKASI PRODUK HALAL MASIH KURANG:

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pemeluk agama Islam terbesar di dunia. Maka dari itu, terlihat aneh apabila melihat mayoritas jumlah penduduknya yang muslim dengan kondisi sertifikasi produk halalnya yang masih kurang di masyarakat. Apabila dibandingkan dengan negara-negara lain yang mayoritas penduduknya beragama Islam, Indonesia masih kalah dalam upaya mengencarkan bisnis produk halal.

3) KURANGNYA RISET MENGENAI PERGERAKAN PASAR SEGMENTASI DAN SELERA PASAR: Riset di Indonesia memang masih rendah termasuk pada riset mengenai pergerakan pasar pada industri makanan dan minuman halal serta banyak produsen yang kurang mengerti bagaimana perkembangan selera pasar pada industri makanan dan minuman halal.

## 2. INDUSTRI FASHION MUSLIM

### a. PELUANG

1) KESADARAN MASYARAKAT UNTUK MEMAKAI PAKAIAN YANG MENUTUP AURAT SUDAH SANGAT TINGGI : berkembangnya media internet membantu banyak orang untuk dapat mudah mengakses informasi baik berupa berita maupun ilmu agama yang banyak di tayangkan pada platform seperti *youtube* dan lainnya untuk memberikan pemahaman tentang aturan – aturan dalam agama Islam, Sebagian penduduk muslim

memahami perintah Allah untuk menutup aurat yang termaktub pada surah al-A'raf ayat 26,

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سُوَاتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ  
التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Artinya: *Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat.*

Dalam Islam fungsi utama pakaian adalah menutup aurat sehingga kebutuhan untuk menggunakan fashion yang sesuai dengan syariat sangat besar.

- 2) Berkembangnya komunitas hijab dan designer: Perkembangan Komunitas Hijabers diikuti dengan semakin meningkatnya pemakaian hijab dan busana muslimah bagi wanita muslim sehingga memunculkan komunitas-komunitas hijabers, hal ini membuka peluang yang lebih besar pada pasar bisnis fashion muslim di Indonesia.

#### b. TANTANGAN

- 1) BRAND BARAT YANG SUDAH MAPAN MULAI MERAMBAH KE LINE MODEST FASHION : Saat ini brand fashion sangat banyak dan bervariasi produknya, sehingga persaingan dalam pasar fashion juga sangat tinggi ditambah lagi dengan masuknya brand – brand barat yang memiliki nama sohor ikut merambah ke fashion muslim sehingga tantangan kedepan bagi brand local semakin sulit.

- 2) AKSES KE PASAR INTERNASIONAL MASIH LEMAH: sama halnya dengan industri makanan dan minuman halal, industry fashion muslim masih lemah untuk mengakses pasar Internasional.
  - 3) PRODUK FASHION MUSLIM DARI CINA MENAWARKAN HARGA YANG SANGAT KOMPETITIF : Bukan rahasia bahwa produk cina banyak menggempur pasar Indonesia dengan menawarkan harga yang relatif murah dengan kualitas yang lebih baik, hal ini menjadi ancaman tersendiri bagi industri fashion di Indonesia.
3. PARIWISATA HALAL
- a. PELUANG
    - 1) BERKEMBANGNYA PEGIAT PARIWISATA HALAL: saat ini pariwisata halal terus berkembang, banyak komunitas traveling yang mempromosikan kawasan pariwisata dan hotel syariah, hal ini menimbulkan peningkatan kesadaran masyarakat dalam menerapkan gaya hidup halal dalam berwisata.
    - 2) BERKEMBANGNYA DIGITALISASI PADA INDUSTRI PARIWISATA SECARA UMUM: berkembang dan semakin inovatif nya media informasi juga berimbas pada sektor pariwisata sehingga berkembanglah digitalisasi pada sektor pariwisata.
  - b. TANTANGAN
    - 1) BERKEMBANGNYA PARIWISATA HALAL DI NEGARA-NEGARA MUSLIM MAUPUN NON-MUSLIM DI DUNIA : saat ini seluruh negara berlomba – lomba untuk membuka pariwisata yang ramah terhadap penduduk muslim, menjadi ancaman bagi Indonesia untuk mengembangkan pariwisata halal



- 2) **BRANDING PARIWISATA HALAL KE DUNIA INTERNASIONAL MASIH LEMAH** : jika kita mengingat beberapa tahun lalu seringnya kita mendengar iklan dengan tagline “*Malaysia truly Asia*” sedangkan Indonesia masih lemah dalam membranding pariwisata halal, padahal Indonesia memiliki keindahan alam yang tidak kalah dibandingkan negara tetangga.
  - 3) **KUALITAS SARANA PRASARANA PARIWISATA HALAL DI NEGARA-NEGARA PESAING RELATIF LEBIH BAIK** : jika kita melihat dari sisi fasilitas yang ditawarkan negara – negara tetangga, Indonesia masih jauh dari sisi sarana dan prasarana, sehingga hal ini hendaknya lebih ditingkatkan lagi.
4. **FARMASI DAN KOSMETIK HALAL**
- a. **PELUANG**
    - 1) **POTENSI ALAM INDONESIA SANGAT BANYAK MENYEDIAKAN BAHAN BAKU PEMBUATAN NUTRACEUTICAL** : sebagai paru paru dunia, Indonesia memiliki potensi alam yang sangat besar dalam menyediakan bahan baku pembuatan NUTRACEUTICAL termasuk kekayaan laut yang luas ini menjadi potensi yang besar bagi industry farmasi dan kosmetik halal.
    - 2) **INDONESIA MEMILIKI LEMBAGA PENELITIAN HALAL DI PERGURUAN TINGGI** : berkembangnya Lembaga penelitian halal disetiap perguruan tinggi membuka peluang yang besar dalam memajukan industry farmasi dan kosmetik halal.
  - b. **TANTANGAN**
    - 1) **BAHAN BAKU KIMIA IMPOR** : harga obat obatan dan produk kosmetik yang dihasilkan Indonesia relative mahal jika dibandingkan dengan negara lain, hal ini diakibatkan

karena Indonesia belum mampu memproduksi bahan baku kimia sendiri sehingga harga produksi obat dan kosmetik menjadi lebih tinggi serta namun yang menjadi masalah besar ialah bahan baku impor berasal dari negara yang tidak ada regulasi sertifikasi halal.

- 2) **MASUKNYA KOSMETIK IMPORT MURAH** : karena bahan baku kimia yang murah di luar negeri sehingga harga kosmetik dan obat – obatan yang masuk ke Indonesia akhirnya juga lebih murah dari brand local, sehingga menimbulkan persaingan yang tidak seimbang.
- 3) **KURANGNYA LITERASI PRODUK OBAT DAN KOSMETIK HALAL** : lembaga halal tingkat perguruan tinggi masih sebatas melakukan penelitian di laboratorium tidak banyak melakukan sosialisasi untuk gerakan literasi halal.

## 5. PERBANKAN SYARIAH

### a. PELUANG

- 1) **DUKUNGAN REGULATOR UNTUK MENINGKATKAN INKLUSI KEUANGAN SYARIAH KHUSUSNYA PERBANKAN** : walaupun pergerakan bisnis Syariah dimulai dari bottom up namun kemudian disambut baik oleh pemerintah dengan memberikan dukungan regulasi dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah.
- 2) **PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH BERMUNCULAN DI PERGURUAN TINGGI NEGERI MAUPUN PERGURUAN TINGGI SWASTA** : salah satu peluang dalam Lembaga keuangan syariah ialah bermunculannya program studi ekonomi syariah di perguruan tinggi hal ini menjadi salah satu sarana dalam mencetak sumberdaya yang baik dan

mumpuni dalam menghasilkan literasi yang dapat digunakan sebagai alat untuk lebih meningkatkan pemahaman masyarakat akan perbankan syariah dalam upaya memperbesar market size perbankan syariah.

b. TANTANGAN

- 1) KURANGNYA TENAGA KERJA YANG SPESIFIK MENGUASAI INDUSTRI PERBANKAN SYARIAH: masih lemahnya sumberdaya manusia dalam ahli dalam menguasai industry perbankan syariah sehingga kurang memahami bagai mana meningkatkan penetrasi sektor perbankan syariah
- 2) KESADARAN MASYARAKAT UNTUK MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH MASIH RENDAH: masih adanya stigma yang menyamakan akad dalam bank syariah dan bank konvensional menjadi tantangan besar yang harus dituntaskan.

6. ZISWAF

a. PELUANG

- 1) POTENSI ZAKAT YANG SANGAT BESAR : dengan jumlah penduduk muslim yang tinggi sehingga menghasilkan potensi zakat yang sangat besar, tercatat potensi zakat sebesar Rp 233,8 triliun (Puskas BAZNAS)
- 2) TERUS MENINGKATNYA TREN PERZAKATAN NASIONAL : peningkatan tren perzakatan Indonesia dengan banyaknya Lembaga amil zakat yang terus bertumbuh menjadikan zakat Infak dan sedekah sebagai sumber dana sosial ekonomi yang membantu pertumbuhan ekonomi.
- 3) INOVASI WAKAF BERPOTENSI MENJADI SUMBER DANA YANG BESAR:

inovasi – inovasi wakaf menghasilkan sumber dana yang besar bagi perekonomian sosial

- 4) DIGITALISASI ZISWAF : kemudahan dalam menyalurkan ziswaf melalui digitalisasi zakat memiliki potensi yang besar dalam pengumpulan ziswaf yang lebih besar.

b. TANTANGAN

- 1) KURANGNYA SUMBER DAYA INSANI YANG MUMPUNI DALAM PENGELOLAAN POTENSI ZISWAF: kekurangan sumber daya insani dalam pengelolaan potensi Ziswaf memperparah gap antara potensi dan realisasi pengumpulan ZISWAF.
- 2) BELUM OPTIMALNYA PENGUMPULAN ZISWAF: gap antara potensi dan realisasi pengumpulan ziswaf masih amat jauh, dikarenakan belum optimalnya pengumpulan.
- 3) PENERAPAN AKUNTABILITAS LEMBAGA AMIL ZAKAT: masih banyak Lembaga amil zakat yang belum akuntabel.
- 4) MENINGKATKAN LITERASI MASYARAKAT TENTANG ZISWAF: literasi tentang ZISWAF masih rendah terutama pemahaman tentang digitalisasi ziswaf.

## **Penutup**

Syariah yang pada dasarnya bermula dari aturan dalam Islam yang bersumber pada al- Qu’ran dan Sunah Rasul. Kian hari berubah dan menyebar dalam seluruh aspek kehidupan. Syariah tidak hanya lagi terpaku dalam bidang ibadah saja secara vertical kepada Allah, namun semakin meluas pada hubungan horizontal, sesama manusia sejalan dengan ajaran Islam yang bersifat universal. Syariah tidak lagi menjadi sekedar pilihan, namun telah berubah menjadi jalan hidup bagi seluruh masyarakat. Perkembangan bisnis syariah di Indonesia kian pesat dan menantang, peluang dan tantangan tidak

akan lepas dari setiap proses perkembangan bisnis syariah di Indonesia, banyak potensi yang harus digali dan banyak tantangan yang harus diatasi sehingga bisnis syariah dapat semakin berkembang dan menjadi *rahmatan lil alamin* bagi bangsa Indonesia.

### **Daftar Pustaka**

- Fauzia, Ika Yunia (2018) Etika Bisnis dalam Islam. Jakarta: Prenada Media
- Hadi, Asyraf Abdul (2019) manajemen ziswaf. Jakarta: UNISIA Press
- Taufik, dkk (2022). Peluang dan tantangan industry syariah. Aceh, FEBI IAIN lokshumawe.
- <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-1667687/hatta-kesadaran-masyarakat-konsumsi-produk-halal-meningkat>
- <https://fiskal.kemenkeu.go.id/baca/2021/08/25/4308-keuangan-syariah-sangat-berperan-dalam-pemulihan-ekonomi-nasional>
- <https://komunitashijab.blogspot.com/#>
- <https://rissc.jo/the-jerusalem-whitepaper/>
- <https://www.cekindo.com/id/blog/industri-halal-indonesia-travel-fashion-dan-bisnis>
- <https://www.icricinternational.org/state-of-the-global-islamic-economy-2020-21-report-is-published/>
- <https://www.puskasbaznas.com/publications/books/1651-indeks-zakat-nasional-dan-kaji-dampak-zakat-34-provinsi-2021-jilid-iv>

### **Profil Penulis**



#### **Andi Martina Kamaruddin**

Andi Martina Kamaruddin lahir di Samarinda pada 21 Maret 1985. Saat ini mengabdikan pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Kalimantan Timur. Setelah menamatkan pendidikan s1 di universitas Al-Azhar Mesir penulis tertarik untuk melanjutkan studinya dan konsen pada ilmu Ekonomi Syariah, Selain aktif di Kampus juga aktif mengisi kajian – kajian keIslaman di Kota Samarinda sebagai pembina kajian Untuk Akhwat Samarinda (KUAS) serta pembina El-Hakim Center. Pesan Ali bin Abi Thalib yang membuatnya semangat untuk menulis yaitu “Semua penulis akan mati. Hanya karyanyalah yang akan abadi. Maka tulislah sesuatu yang membahagiakan dirimu di akhirat nanti.” Mau sharing? Kenalan? Pembaca bisa menghubungi melalui: @Facebook dan instagram: andy Marteens,

Email: [andi.martina.kamaruddin@feb.unmul.ac.id](mailto:andi.martina.kamaruddin@feb.unmul.ac.id)



## STRATEGI BISNIS SYARIAH JANGKA PENDEK DAN PANJANG

**Fatimatuzzahro., SHI., M.SEI**

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

### **Pengertian Strategi Bisnis Syariah**

Menjalankan suatu bisnis harus dimulai dari Strategi apa yang akan digunakan untuk menentukan keberhasilan. Pemimpin yang berjuang dengan menggunakan strategi dan mengetahui pentingnya strategi dalam menyelaraskan pengambilan keputusan dalam bisnis mereka. Strategi adalah tentang bagaimana orang-orang yang berada dalam suatu organisasi harus membuat keputusan dan mengalokasikan sumber daya untuk mencapai tujuan utama. Alfred D. Chandler, Jr. Penulis buku *Strategy and Structure* (1962), studi klasik hubungan antara struktur organisasi dan strateginya, mendefinisikan strategi sebagai “penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang dasar dari suatu perusahaan, dan adopsi tindakan dan alokasi sumber daya untuk melaksanakan tujuan-tujuan. Sedangkan menurut Tregoe, (1980) dalam buku *top management strategy* mendefinisikan strategi sebagai kerangka kerja yang memandu pilihan-pilihan yang menentukan sifat dan arah suatu organisasi.

Bisnis adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai bidang, baik jumlah maupun waktunya (Kasmir dan Jakfar, 2006). Afzalurrahman dalam bukunya berjudul Muhammad SAW



sebagai seorang pedagang menerangkan bahwa dalam bisnis dan pemasaran syariah Nabi Muhammad SAW selalu menjelaskan dengan baik kepada para pembelinya segala kelebihan dan kekurangan produk yang beliau jual. Jadi kejujuran merupakan hal yang utama dalam perniagaan yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW. Sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. (Afzalurrahman, 2000).

Menurut Michael D. Watkins (2007) Strategi yang baik memberikan peta jalan yang jelas yang terdiri dari seperangkat prinsip atau panduan. Yang mendefinisikan tindakan-tindakan yang harus diambil (tidak diambil) oleh orang-orang dalam bisnis dan hal-hal yang diprioritaskan (dan tidak diprioritaskan untuk mencapai tujuan yang diinginkan).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis syariah adalah seperangkat arah prinsip dan panduan yang diimplementasikan kedalam organisasi yang menghasilkan pola pengambilan keputusan untuk mencapai tujuan dengan menjalankan keseluruhan proses sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.

### **Strategi Bisnis Syariah Jangka Pendek dan Jangka Panjang**

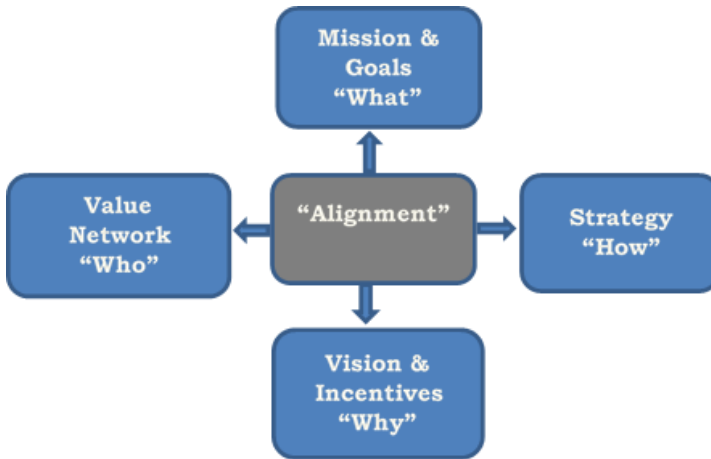
Strategi merupakan salah satu elemen dari keseluruhan proses keberhasilan suatu bisnis yang harus ditentukan oleh pemimpin untuk organisasi mereka. Strategi bukan merupakan misi, yang diinginkan oleh para pemimpin organisasi untuk dicapai. Misi dijabarkan kedalam tujuan dan matrik kinerja tertentu, sebuah strategi juga bukanlah sebuah jaringan untuk menghasilkan nilai saja tetapi juga mengenai jaringan hubungan yaitu jaringan hubungan atau network yaitu hubungan antara pemasok, pelanggan, karyawan dan investor dimana bisnis bersama-sama menciptakan dan mendapatkan nilai

---

ekonomi. Sebuah strategi juga bukan merupakan sebuah visi seperti potret inspirasi dari apa yang akan terlihat dan terasa seperti untuk mengejar dan mencapai misi dan tujuan organisasi. Visi merupakan gambaran tentang masa depan yang realistis dan ingin diwujudkan dalam kurun waktu tertentu (Imam Machali dan Ara Hidayat, 2016). Menurut Edward Sallis (2012) dalam bukunya yang berjudul *total Quality Management in Education* mendefinisikan Visi Sebagai Tujuan puncak dari Sebuah Institusi dan untuk apa visi itu dicapai.

Singkatnya, Strategi dapat dilihat dari gambar yang dibawah ini, yaitu misi tentang apa yang akan dicapai, jaringan nilai adalah tentang dengan siapa nilai akan dibuat dan ditangkap, strategi adalah tentang bagaimana sumber daya harus dialokasikan untuk menyelesaikan misi dalam konteks jaringan nilai atau network, visi dan insentif adalah tentang mengapa orang dalam organisasi harus merasa termotivasi untuk menunjukkan hasil yang berada ditingkat paling tinggi dengan strategi yang diterapkan. Sehingga misi, Jaringan (network), strategi dan visi menentukan segala arah strategi bisnis. Mereka harus dapat menjawab apa, siapa, mengapa dan bagaimana untuk menyelaraskan tindakan secara kuat dalam organisasi yang kompleks.

Salah satu implikasi langsungnya adalah seorang pemimpin tidak dapat mengembangkan strategi untuk bisnisnya tanpa terlebih dahulu memikirkan visi misi dan tujuan. Demikian juga, seorang pemimpin tidak dapat mengembangkan strategi yang koheren tanpa mengambil keputusan yang tepat terkait jaringan mitra, dengan siapa bisnis akan bersama-sama diciptakan dan didapatkan value atau nilainya. Dengan berfokus pada empat elemen seperti yang terdapat pada gambar dibawah ini dan mengimplementasikannya dengan cara dan proses yang benar maka penyusunan strategi dapat direalisasikan dengan baik.



Gambar 1.  
Elemen dalam penyusunan strategi bisnis  
(Michael D. Watkins, 2007).

Kesuksesan Nabi Muhammad SAW dalam berbisnis juga merupakan hasil dari proses ketepatan penyusunan strategi bisnis. Sebagai seorang wirausaha Nabi Muhammad SAW dalam strategi bisnis syariah selalu menggunakan strategi etika dalam berbisnis yang merupakan prinsip-prinsip dalam Islam. Seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. (Kartajaya dan Sula, 11:2006). Dalam pandangan Islam segala sesuatu yang menjadi pekerjaan itu harus dikerjakan dengan benar, tertib, teratur, sistematis, tuntas dan bertanggungjawab. Diantara ayat Al-Qur'an yang dapat dijadikan acuan dalam penyusunan strategi bisnis syariah antara lain:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَتْهُمْ بُيُوتٌ مَرصُومٌ

Artinya : "Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh." (QS. Ash-Shaff; 4).

Dan dalam hadis Nabi Muhammad SAW disebutkan: “Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan, dilakukan secara itqan atau tepat, terarah, jelas, dan tuntas” (H.R. Thabrani).

Pada hadits yang lain Nabi Muhammad SAW lebih tegas lagi mengatakan

“Allah SWT mewajibkan kepada kita untuk berlaku ihsan dalam segala sesuatu” (H,R. Muslim).

Ihsan disini maksudnya melakukan atau memanaj pekerjaan secara maksimal dan optimal. Dengan demikian jelaslah bahwa strategi bisnis syariah harus dilakukan secara tepat, terarah, jelas dan tuntas agar menghasilkan sesuatu yang maksimal dan optimal.

### **Peran Penting Strategi Bisnis Syariah**

Menjalankan sebuah bisnis perlu dilakukan penyusunan strategi bisnis, hal tersebut penting dilakukan sejak awal. Keberadaan strategi merupakan faktor penentu keberhasilan untuk setiap bisnis. Pada dasarnya, strategi bisnis mencerminkan kekuatan dan kelemahan perusahaan dan menjawab bagaimana perusahaan berencana untuk menanggapi ancaman dan peluang di pasar di mana perusahaan beroperasi.

Strategi memperhitungkan sumber daya yang ada dan cara terbaik untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Itulah mengapa strategi serung disebut sebagai mercusuar bagi manajemen perusahaan. Ini menyelaraskan upaya semua elemen organisasi dan memandu jalannya pengambilan keputusan.

Manajemen strategi adalah suatu proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh disertai penetapan cara melaksanakannya yang dibuat oleh seorang pemimpin dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran didalam suatu organisasi, untuk mencapai suatu tujuan.

Komponen pertama adalah perencanaan strategi dengan unsur-unsurnya yang terdiri dari visi, misi, tujuan dan strategi utama organisasi. Sedangkan komponen kedua

adalah perencanaan operasional dengan unsur-unsurnya. Sasaran dan tujuan operasional, pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen berupa fungsi pengorganisasian, fungsi pelaksanaan dan fungsi penganggaran, kebijaksanaan situasional, jaringan kerja internal dan eksternal, fungsi kontrol dan evaluasi serta umpan balik. (Taufiqurokhman: 2016).

Dalam kajiannya tentang strategi, Henry Mintzberg mencatat bahwa setidaknya strategi tidak sekedar memiliki dua elemen definisi, yaitu sebagai perencanaan (plan) dan pola (pattern). Lebih dalam lagi, ia mengungkapkan bahwa definisi strategi telah berkembang dengan tiga 'P' baru, yaitu posisi, perspektif dan penerapan.

Strategi organisasi yang tepat untuk melakukan penyesuaian dengan lingkungan yang berubah sangat penting bagi keberhasilan pencapaian strategy bisnis. Menurut Ibrahim (2008:24) manajemen strategis pada prinsipnya adalah kemampuan manajemen organisasi untuk mengadaptasi masa depan yang umumnya bersifat jangka pendek serta menengah. Menurut Steiner dan Miner (1997:30), proses manajemen strategis meliputi beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengawasan perubahan lingkungan
2. Identifikasi lingkungan peluang dan ancaman untuk dihindarkan
3. Evaluasi kekuatan dan kelemahan organisasi
4. Perumusan misi dan sasaran
5. Identifikasi strategi untuk pencapaian tujuan organisasi
6. Evaluasi strategi dan pilihan strategi yang akan diimplementasikan
7. Penetapan dan pemantauan proses untuk meyakinkan bahwa strategi diimplementasikan dengan tepat.

Proses manajemen organisasi tersebut sudah dapat menjelaskan secara kompleks betapa pentingnya adanya strategi bisnis dalam suatu organisasi, dimulai dari proses awal hingga evaluasi dan penetapan dan pemantauan proses untuk menghasilkan suatu arah strategi yang paling tepat digunakan dalam berbisnis.

Proses strategi bisnis syariah ditunjukkan langsung oleh Nabi Muhammad SAW. Sejak sebelum menjadi rasul, nabi Muhammad SAW melakukan strategi yang dikenal dengan strategi STP yaitu (Segmentasi, targeting, positioning). Segmentasi yang diterapkan oleh Rasulullah SAW pada zamannya sungguh sangat terstruktur dengan baik, yaitu dengan selalu mengacu pada Al-Quran, salah satunya yaitu segmentasi Geografis. Segmentasi geografis merupakan cara Rasulullah SAW dalam membagi daerah pasar menjadi unit-unit yang berbeda berdasarkan wilayah dan musimnya sesuai dengan Q.S Quraisy (107): 1-4 yang berbunyi:

لِإِيلَافِ قُرَيْشٍ (١) إِيلَافِهِمْ رِحْلَةَ الشِّتَاءِ وَالصَّيْفِ (٢) فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا  
الْبَيْتِ (٣) الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ (٤)

*Artinya: 1. Karena kebiasaan orang-orang Quraisy, 2. (yaitu) kebiasaan mereka bepergian pada musim dingin dan musim panas. 3. Maka hendaklah mereka menyembah Tuhan Pemilik rumah ini (Ka'bah). 4. Yang telah memberi makanan kepada mereka untuk menghilangkan lapar dan mengamankan mereka dari ketakutan.*

Dalam riwayat dijelaskan bahwa Rasulullah SAW mengadakan perjalanan terutama untuk berdagang ke negeri Syam pada saat musim panas, dan menuju ke negeri Yaman pada saat musim dingin. Dan dalam perjalanan itu mereka mendapat jaminan dari penguasa-penguasa dari negeri yang dilaluinya. Ini sesuai dengan kandungan ayat QS. Quraisy ayat 1-4 bahwa Allah SWT mengamankan mereka dari ketakutan.

Selain menggunakan segmentasi geografis, Rasulullah SAW juga menggunakan targeting, Menurut Kotler (dalam Predianto Jon, 2017) targeting merupakan cara memilih suatu pasar yang akan dimasuki atau bagaimana

cara perusahaan mengoptimalkan suatu pasar dan dalam penentuan target pasar perusahaan harus menggunakan konsep prioritas, variabilitas, dan fleksibilitas. Targeting yang digunakan Rasulullah SAW adalah dengan melakukan system *one brand for all* ( satu produk untuk semua kalangan) dari kalangan raja-raja sampai pada budak budak belia pada masa itu di semenanjung arab. Contoh yang paling nyata pada saatu itu adalah Rasulullah SAW mampu memasarkan barang-barang manufaktur, pakaian, barang mewah untuk orang kaya mekkah dan juga memasarkan peralatan rumah tangga untuk kalangan keluarga biasa, sedangkan untuk warga Negara asing beliau mampu memasarkan kismis, parfum, kurma kering dan barang tenunan, beliau menarget semua kalangan dengan menyediakan berbagai macam kebutuhan rumah tangga. (Sari, 2017). Hal ini menjadikan targeting sebagai langkah strategi bisnis jangka panjang untuk menghasilkan *costumer lifetime value* yaitu nilai yang bisa didapatkan oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu selama pelanggan tersebut menggunakan produk perusahaan. *Costumer lifetime value* tersebut dapat juga menjadi long term relationship atau hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan. (Sari, 2017).

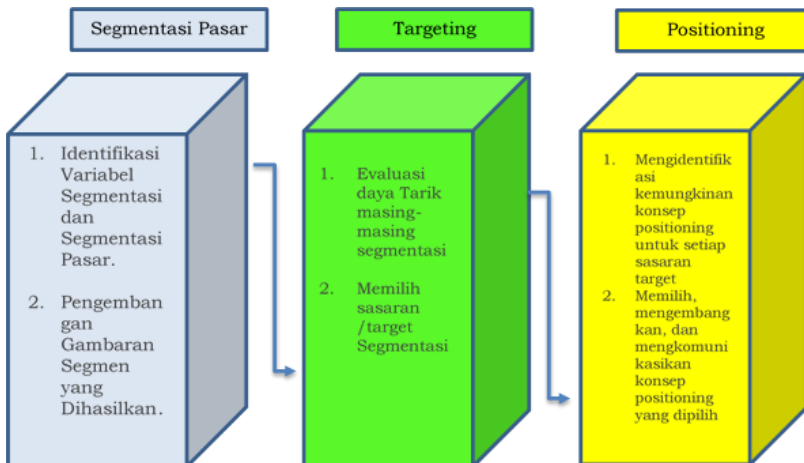
Proses strategi bisnis Selanjutnya yaitu *positioning* Menurut Kotler (dalam Predianto Jon, 2017) Positioning adalah tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan sehingga menempati suatu posisi kompetitif yang berarti dan berada dalam benak pelanggan sasarannya. Positioning merupakan elemen yang sangat utama dalam suatu strategi pemasaran. Sebuah perusahaan dapat menentukan posisinya melalui persepsi pelanggan terhadap produknya dan produk pesaingnya sehingga akan dihasilkan peta persepsi.

Positioning yang selanjutnya diaplikasikan dalam proses strategi bisnis syariah yaitu etika dan tingkah laku Rasulullah SAW, sejak usia muda, Rasulullah SAW sudah dikenal baik dikalangan pengusaha sampai ke kalangan investor yang merupakan orang kaya di kota Mekkah, mereka mengenal Rasulullah SAW adalah seorang

---

pedagang yang jujur, dapat dipercaya, memiliki tanggung jawab dan integritas yang tinggi dalam menjalin hubungan baik dengan orang lain. Rasulullah SAW juga dapat menempatkan dirinya sesuai dengan lingkungan dimana beliau berada. Sebagai pemimpin Rasulullah SAW juga dikenal sebagai pemimpin perang yang cerdas dalam membuat strategi perang. (Sari, 2017). Dengan positioning yang telah beliau bangun, sampai dengan saat ini Rasulullah SAW tetap menjadi suri tauladan yang baik dalam strategi bisnis syariah.

Adapun menurut Aulia Danibrata (2009) bahwa terdapat tahap-tahap di dalam segmentasi pasar, penetapan sasaran pasar dan penentuan posisi pasar sebagai berikut:



Gambar 2. Tahap-tahap didalam segmentasi pasar

Dengan demikian proses strategi bisnis syariah yang diambil dari keteladanan Rasulullah SAW mampu menjadikan beliau sebagai pedagang yang sukses dengan menerapkan segmentasi, *targeting* dan *positioning*.



**Daftar Pustaka**

- Afzalurrahman. 2000. Muhammad sebagai Seorang Pedagang. Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi
- Danibrata, Aulia. (2009). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Produk Extra Joss. *Pemasaran*. Vol 1 No 1 : 1 – 6.
- Ibrahim, Amin. 2008. Pokok-Pokok Administrasi Publik dan Implementasinya. Bandung: Refika Aditama.
- Jon Predianto Sihotang, 2017. Analisis strategi segmenting, targeting dan positioning pada perusahaan asuransi PT.Persero Jiwasurya Pekanbaru.JOM FISIP Vol.4 No.1-Februari
- Kartajaya, H. dan Sula, S.M. 2006. Syari'ah Marketing. Bandung: Mizan Pustaka.
- Machali, Imam dan Ara Hidayat. 2016. Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia. Jakarta: Kencana.
- Michael D. Watkins (2007). Demystifying Strategy: The What, Who, How, and Why  
<https://hbr.org/2007/09/demystifying-strategy-the-what>
- Mintzberg, Henry, Bruce Ahlstrand, and Joseph Lampel.Strategy Safari: a guided tour through the wilds of strategic management, The Free Press, New York, NY, 1998.
- Sallis, Edward. 2012. Total Quality Manajement in Education, terj. Ahmad Ali Riyadi dan Fahrurrozi. Jogjakarta: IRCiSoD
- Sari, I.N.Y., et. Al, ed. (2017) *Islamic Marketing Managemet*: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah Ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW. Jakarta: PT.Bumi Aksara
- Rumelt, Richard P. "The evolution of business strategy", dalam Henry Mintzberg dan JB Quinn, *The Strategy Process*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1997
-

Taufiqurrokhman. 2016. Manajemen Strategik. Jakarta: Universitas Prof. Dr. Moestopo beragama.

### **Profil Penulis**



#### **Fatimatuzzahro**

Penulis memilih hukum ekonomi syariah sebagai awal dari sebuah perjalanan dalam menuntut ilmu. Penulis memilih UIN Sunan Ampel Surabaya (UINSA) sebagai langkah awal untuk memahami lebih dalam ilmu ekonomi Islam pada tahun 2012. Kemudian penulis melaksanakan pengabdian masyarakat untuk mencari tahu lebih dalam dengan mengadakan penelitian-penelitian mengenai ekonomi Islam, Kemudian pada tahun 2017 penulis melanjutkan jenjang Strata-2 di Universitas Airlangga dan lulus pada tahun 2019. Penulis merupakan dosen di salah satu perguruan tinggi keagamaan Islam pada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember memilih ekonomi pembangunan sebagai bidang keahlian pada fakultas ekonomi dan bisnis Islam dengan harapan bisa membantu berkontribusi pada pembangunan perekonomian di Indonesia.

Email Penulis [fatimatuz2608@gmail.com](mailto:fatimatuz2608@gmail.com)



## MAQASHID PADA BISNIS SYARIAH

**Fitryani, S.EI., M.SEI**  
Universitas Wijaya Putra

### **Maqashid Syariah**

Secara bahasa, kata maqashid (بِقاصِد) adalah bentuk jamak dari bentuk tunggal *maqshid* يَقْصِد dan imaqshad (يَقْصِدُ), keduanya berupa masdar mimi (يُصَدِّسُ يَبِي) yang punya bentuk fi'il madhi qashada (قَصَد). Secara bahasa maqashid ini punya beberapa arti, diantaranya al-i'timad (اَلْاِْتِمَاد), al-um (اَلْاُم), ityan asy-syai (اِْتْيَانِ اَشْيَاء), dan juga istiqamatu at-tariq (اِسْتِقَامَةُ اِتِّشَاقِ) (1). Selain itu, menurut ibn al-Manzur (w. 711 H), menambahkan dengan al-kasr fi ayy wajhin kana (memecahkan masalah dengan cara apapun), misalnya pernyataan seseorang qashadtu al-,ud qashdan kasartuhu (aku telah menyelesaikan sebuah masalah, artinya aku sudah pecahkan masalah itu dengan tuntas). Sehingga dapat diartikan bahwa kata al-qashad digunakan untuk pencarian jalan yang lurus dan harus memegang teguh kepada jalan itu. Selain itu kata al-qashad, dapat dikatakan suatu perkataan atau perbuatan yang dilakukan dalam suatu keadilan, tidak dapat dilebih-lebihkan atau dikurang-kurangi, sehingga maqashid dapat diartikan sesuatu yang dilakukan dengan pertimbangan atau keputusan yang ditujukan atau digunakan sehingga dapat menuju kearah yang baik, lurus atau kebenaran dan diyakini dengan sepenuh hati bahwa sesuatu tersebut dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi diberbagai kondisi dalam kehidupan ini.

Kemudian kata syariah dalam bahasa dapat berawal dari kamus berbahasa Arab yaitu ad-din (الدين), al-millah (الملة), al-minhaj (المنهج), at-thariqah (الطريقة), dan as-sunnah (السنة). Sehingga kata syariah secara bahasa berarti mauid al-maalladzi tasyra'u fih al-dawab (tempat air mengalir, di mana hewan-hewan minum dari sana). Seperti dalam hadis Nabi, fa asyra'a naqatahu, artinya adkhalaha fi syariah al-ma (lalu ia memberi minum untanya, artinya ia memasukkan unta itu ke dalam tempat air mengalir). Kata ini juga berarti masyra'ah al-ma (tempat tumbuh dan sumber mata air), yaitu mawrid al-syaribah allati yasyra'uha al-nas fayasyribuhu minha wa yastaquna (tempat lewatnya orang-orang yang minum, yaitu manusia yang mengambil minuman dari sana atau tempat mereka mengambil air).

Dengan demikian, maqashid syariah merupakan cara memahami makna, hikmah, tujuan serta hal yang mendasari dari terbentuknya suatu aturan atau hukum sehingga dapat mewujudkan dan memelihara maslahat. Maslahat ini lebih menekankan dan memadukan konsep maslahat secara hakiki dalam bentuk menolak mafsadat dan menarik manfaat. Menurutnya taklif harus bermuara pada terwujudnya kemaslahatan manusia, baik di dunia maupun di akhirat.

### **Tingkatan Maqashid Syariah**

Berdasarkan tingkat keutamaannya As-Syatibi membagi maqashid syariah menjadi tiga tingkat, yaitu:

#### **1. Dharurriyat**

Tujuan yang bersifat darurriyat adalah suatu tujuan yang harus ada dan jelas atau disebut dengan kebutuhan primer. Apabila tujuan primer ini tidak dapat terealisasi maka akan mengancam kehidupan umat manusia di dunia dan di akhirat. Ada lima hal yang termasuk dalam hal dharurriyat, yaitu memelihara agama, memelihara jiwa, memelihara akal, memelihara keturunan dan memelihara harta. Untuk memelihara kelima pokok inilah syariat Islam diturunkan.

2. Tahsiniyyat

Tujuan yang bersifat tahsiniyyat adalah tingkat kebutuhan yang apabila tidak terpenuhi, maka tidak mengancam eksistensi dari lima pokok di atas serta tidak menimbulkan kesulitan. Tingkat kebutuhan ini berupa kebutuhan pelengkap dari dharuriyyat. Contohnya, bila seorang manusia merasa haus, maka yang dilakukan adalah meminum air. Kegiatan minum dapat dipenuhi dan cukup dengan air putih, sedangkan fungsi pelengkap atau tahsiniyyat yaitu dapat berupa meminum berupa teh atau kopi.

3. Hajiyyat

Hajiyyat merupakan tingkatan yang bersifat sekunder. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi maka tidak akan mengancam keselamatan, namun akan mengalami kesulitan. Islam menghilangkan kesulitan tersebut dengan adanya hukum, berupa rukhsah atau keringanan. Misalnya, Islam membolehkan tidak shalat dalam perjalanan jauh, akan tetapi harus di *qadha* di waktu shalat berikutnya.

**Maqashid dan Ekonomi Islam**

Maqashid syariah menjadi landasan dasar untuk mencapai tujuan akhir ekonomi Islam, yaitu mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat (falah) melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat (hayah thayyibah). Dalam perspektif syariah, seseorang dalam berkegiatan ekonomi ditujukan demi tercapainya kemaslahatan untuk diri sendiri maupun orang lain. Oleh sebab itu, aktivitas ekonomi yang dilakukan semata-mata untuk menjaga kebaikan baik untuk di dunia maupun di akhirat. Menurut Rachmasari dkk, Ekonomi Islam menekankan manusia sebagai bagian dari kolektivitas dan upaya untuk menyeimbangkan dan menyelaraskan kebutuhan spiritual dan material individu secara adil terhadap kebutuhan masyarakat luas. Allah SWT berfirman di dalam Al-Qur'an:

تَعْلَمُونَ وَأَنْتُمْ بِالْإِثْمِ النَّاسِ أَمْوَالٍ مِّنْ قَرِيبًا لِّتَأْكُلُوا الْحَكَامِ إِلَىٰ بِهِمْ وَتُدْلُوا بِهَا الْبَطِلَ  
بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا وَلَا

*“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.”*(QS. Al Baqarah:188).

Terdapat empat prinsip utama dalam sistem ekonomi Islam yaitu:

1. Hidup hemat dan tidak bermewah-mewah, yang bermakna bahwa, tindakan ekonomi diperuntukan hanya sekedar pemenuhan kebutuhan hidup (*needs*) bukan pemuasan keinginan (*wants*)
2. Implementasi zakat dan mekanismenya pada tataran negara. Selain zakat terdapat pula instrument sejenis yang bersifat sukarela yaitu infak, sedekah, wakaf, hibah dan hadiah.
3. Penghapusan Riba dan menjadikan system bagi hasil (*profit-loss sharing*) dengan instrument mudharabah dan musyarakah sebagai pengganti sistem kredit (*credit system*) termasuk bunga (*interest rate*).
4. Menjalankan usaha-usaha yang halal, jauh dari maisir dan gharar; meliputi bahan baku, proses produksi, manajemen, output produksi hingga proses distribusi dan konsumsi yang halal.

Tindakan ekonomi yang ditujukan untuk pemenuhan masalah disebut kebutuhan, dan tetap menghargai keinginan akan tetapi tetap dalam batasan syariat. Ekonomi Islam mengajarkan manusia bagaimana menentukan prioritas dalam pemenuhan kebutuhan. Dengan harapan, terciptanya falah sehingga meminimalisir kemudharatan yang ditimbulkan melalui keinginan. Selain itu Ekonomi Islam tidak terlepas dari kegiatan ekonomi meliputi produksi, konsumsi dan distribusi. Dalam Islam, sistem produksi menerapkan prinsip halal yang terakumulasi dari semua proses

produksi. Proses produksi ini dimulai dari sumber bahan baku hingga produk yang dihasilkan dan berlaku baik produk barang maupun jasa. Pada dasarnya, kegiatan produksi pada ekonomi konvensional tidak mengenal halal dan haram sehingga yang menjadi prioritas adalah memenuhi keinginan pribadi yang berorientasi pada laba, harta, dan uang, serta mengesampingkan baik atau buruknya suatu produk baik barang maupun jasa.

Kemudian dalam konsumsi terdapat prinsip yang harus dipenuhi diantaranya adalah prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas. Menurut Monzer Kahf, Teori Konsumsi Islam dengan membuat asumsi yaitu Islam dilaksanakan oleh masyarakat, zakat hukumnya wajib, tidak ada riba, mudharabah wujud dalam perekonomian, dan pelaku ekonomi mempunyai perilaku memaksimalkan. Konsumsi dalam Islam juga diatur terbatas pada proporsionalitas personal karena sifatnya yang relatif Artinya, kadar dari seorang individu, tidak akan sama ketika dibandingkan dengan individu yang lain. Berkaitan dengan ini, Rasulullah SAW. bersabda:

*“Tidak ada wadah yang dipenuhi manusia lebih buruk daripada perut. Cukuplah bagi putra-putra anak Adam beberapa suap yang dapat menguatkan tubuhnya. Kalaupun harus memenuhi perutnya, hendaklah sepertiga untuk makannya, sepertiga lagi untuk minumnya dan sepertiga lagi untuk napasnya”.* (H.R. at- Tirmidzi).

Selanjutnya, distribusi merupakan perekonomian manusia, selain produksi dan konsumsi. Menurut Al-Jawi, Mekanisme sistem distribusi ekonomi Islam dapat dibagi menjadi dua yaitu mekanisme ekonomi dan mekanisme non-ekonomi. Mekanisme ekonomi meliputi aktivitas ekonomi yang bersifat produktif, berupa berbagai kegiatan pengembangan harta dalam akad-akad mu’amalah, seperti membuka kesempatan seluas-luasnya bagi berlangsungnya sebab-sebab kepemilikan individu dan pengembangan harta melalui investasi, larangan menimbun harta, mengatasi peredaran dan pemusatan kekayaan pada golongan tertentu, larangan kegiatan monopoli, dan berbagai penipuan dan larangan



judi, riba, korupsi dan pemberian suap. Dalam surat At-Taubah ayat 34-35, Allah SWT berfirman:

*"Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menginfakkannya di jalan Allah, maka berikanlah kabar gembira kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) azab yang pedih." (34) "(Ingatlah) pada hari ketika emas dan perak dipanaskan dalam neraka Jahanam, lalu dengan itu disetrika dahi, lambung dan punggung mereka (seraya dikatakan) kepada mereka, "Inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, maka rasakanlah (akibat dari) apa yang kamu simpan itu." (35)*

Sedangkan mekanisme non-ekonomi adalah mekanisme yang tidak melalui aktivitas ekonomi produktif melainkan melalui aktivitas non-produktif, seperti pemberian hibah, sedekah, zakat dan warisan. Allah berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 267:

*"Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan Ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji"*

Mekanisme non-ekonomi dimaksudkan untuk melengkapi mekanisme ekonomi, yaitu untuk mengatasi distribusi kekayaan yang tidak berjalan sempurna, bila hanya mengandalkan mekanisme ekonomi saja.

### **Maqashid pada Bisnis Syariah**

Islam telah merumuskan suatu sistem ekonomi yang berbeda dari sistem yang pernah ada. Hal ini karena Islam memiliki akad sesuai syariat yang menjadi sumber dan panduan bagi setiap umat Muslim dalam melaksanakan aktivitasnya. Islam memiliki syariah (maqashid syariah) serta petunjuk operasional dalam bentuk strategi untuk mencapai suatu tujuan. Tujuan ini mengacu pada kepentingan manusia untuk mencapai kesejahteraan dan

kehidupan yang lebih baik, serta memiliki nilai yang penting bagi sesama dan keadilan sosio ekonomi, serta menuntut tingkat kepuasan yang seimbang antara kepuasan materi dan rohani. Definisi ini dijelaskan oleh Allah SWT dalam Al-A'raf ayat 32:

*“Katakanlah (Muhammad), siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah SWT yang telah disediakan untuk hamba-hamba-Nya dan rezeki yang baik-baik? Katakanlah, semua itu untuk orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, dan khusus (untuk mereka saja) pada hari Kiamat. Demikianlah Kami menjelaskan ayat-ayat itu untuk orang-orang yang mengetahui.”* (Q.S. al-A'raf :32)

Maqashid syariah dalam bisnis sangat diperlukan. Dalam interaksi antar manusia atau muamalah, bisnis dalam ekonomi yang menguntungkan merupakan tahapan bagi keberlanjutan transaksi. Oleh sebab itu, implementasi maqashid pada bisnis syariah merupakan penjelasan dari hifzu al-mal atau pemeliharaan harta hifzu al-mal termasuk dalam bidang muamalah yang menerapkan hak seseorang untuk mendapatkan harta secara halal dan dapat kualitas hidup yang sejahtera serta tercapainya maslahat.

Adapun untuk mencapai kemaslahatan dalam kegiatan bisnis diperlukan prinsip-prinsip yang diterapkan oleh Nabi Muhammad SAW yaitu sikap fathanah (profesional), amanah (dipercaya), shiddiq (jujur), tabligh (transparan), dan istiqomah (konsisten).

#### 1. Fathanah (cerdas dan bijaksana)

Fathanah dapat diartikan kemampuan berupa kecerdasan baik emosional, intelektual dan spiritual. Selain itu, kreatifitas, percaya diri, dan memiliki wibawa. Sifat fathanah ini memiliki peran dalam bisnis yaitu planning, organizing, actuating dan controlling (POAC). Sifat fathanah memiliki langkah-langkah sistematis dan teratur untuk mencapai target bisnis.

2. Amanah (dipercaya)

Amanah menurut Hidayatullah dalam Zaen, merupakan kepercayaan yang diampu dalam mewujudkan sesuatu yang dilakukan dengan penuh komitmen, kompeten, kerja keras, dan konsisten. Amanah dalam perilaku berbisnis secara syariah yaitu memberikan integritas yang baik sehingga para pelaku bisnis yang terlibat mampu menjaga dan memelihara kepercayaan serta tanggung jawab.

3. Shiddiq (jujur)

Menurut Hidayatullah dalam Zaen, shiddiq atau jujur merupakan salah satu dimensi kecerdasan ruhani yang terletak pada nilai kejujuran yang merupakan mahkota kepribadian orang-orang mulia yang telah dijanjikan Allah SWT akan memperoleh limpahan nikmat dari-Nya. Jujur melandaskan ucapan, keyakinan serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Menurut Hidayatullah, Shidiq adalah sebuah kenyataan yang benar tercermin dalam perkataan, perbuatan, atau tindakan, dan keadaan hatinya. Maka, kejujuran merupakan keadaan yang sebenarnya dan tanpa dilebih-lebihkan atau dikurangi mencakup perkataan maupun tindakan sehingga tidak terjadi kebohongan. Tindakan jujur dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, sehingga sifat shiddiq merupakan salah satu akhlak mulia yang harus diterapkan para pelaku bisnis dalam setiap kegiatan transaksi, sehingga rasa kepercayaan dapat terjaga dan membangun *customer relationship*.

4. Tabligh (Menyampaikan)

Tabligh menurut Tasmara adalah memberikan muatan yang mencakup aspek kemampuan berkomunikasi, kepemimpinan, pengembangan dan peningkatan kualitas sumber daya insan dan kemampuan diri untuk mengelola sesuatu. Dalam bisnis syariah adalah komunikatif dalam berinteraksi dengan para pelaku bisnis.

Keberlangsungan komunikasi yang dibangun serta dijaga, akan memelihara jaringan atau relasi sehingga dapat bisnis dapat berkembang dengan baik.

5. Istiqomah (konsisten)

Istiqomah merupakan konsistensi dalam bersikap. Artinya adalah tetap berpegang teguh pada syariat Islam yg telah ditetapkan oleh Allah SWT. Ketetapan yang telah digariskan bertujuan mencapai maslahat bagi umat manusia. Secara bisnis, istiqomah memberikan peran pantang menyerah dan tidak mudah tergoda dengan kesenangan duniawi. Diharapkan sikap pantang menyerah mampu meyakini bahwa Allah SWT menguji tidak melampaui batas kemampuan umat-Nya, sehingga bangkit dan tetap istiqomah dalam menjalankan kehidupan.

Dengan adanya maqashid syariah diharapkan dapat membangun kegiatan bisnis yang mampu berfungsi dalam mewujudkan “jalb al-mashalih wa daf’u al-mafasid” sehingga dapat tercipta keseimbangan dalam kehidupan, terwujud keadilan, kemanfaatan serta kesejahteraan dalam kehidupan manusia di dunia dan di akhirat sebagai wujud kemaslahatan tertinggi bagi manusia dan tercapainya inti dari maqashid syariah.

**Daftar Pustaka**

- Al-Jawi, Muhammad Siddiq. (2005).Asas-Asas Sistem Ekonomi Islam. Jakarta: Kencana.
- Angraini, Rachmasari dkk. (2018). Maqāṣidal-Sharī'ah sebagai Landasan Dasar Ekonomi Islam. Jurnal Economica: Jurnal Ekonomi Islam 9,No. 2
- As-syatibi. (-). al-Muwafaqat fi Ushul al-Syariah Jilid 1. Kairo: Mustafa Muhammad.
- Busyro. (2019). Maqashid Al-Syariah Pengetahuan Mendasar Memahami Masalah. Jakarta: Kencana, 6-7
- Kahf., Monzer. (1984). The Islamic Economy: An Analytical Study of the Functioning of the Islamic
- Musyrifin, Zaen. (2020). Implementasi Sifat Rasulullah, dalam Al-Irsyad: Jurnal Bimbingan Konseling Islam. Vol. 11, No. 2
- Sarwat, Ahmad. (2019). Maqashid Syariah. Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 10, 14.

## Profil Penulis



### **Fitryani**

Keinginan berkuliah berbeda pulau pada tahun 2009 silam menjadi awal mula ketertarikan pada ilmu Ekonomi Islam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan menyelesaikan studi S1 di program studi EKONOMI ISLAM UNIVERSITAS AIRLANGGA SURABAYA pada tahun 2013. Kemudian tiga tahun berikutnya, penulis melanjutkan studi S2 di prodi SAINS EKONOMI ISLAM SEKOLAH PASCASARJANA UNIVERSITAS AIRLANGGA SURABAYA.

Saat ini penulis merupakan Sekretaris Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Wijaya Putra Surabaya serta Dosen Tetap Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Wijaya Putra Surabaya. Penulis mengampu mata kuliah konsentrasi yaitu Manajemen Bank Syariah. Penulis aktif sebagai peneliti dibidang Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah. Memiliki hobi dan masih aktif dalam kegiatan yang berkaitan dengan alam menjadikan penulis memiliki rasa tertantang sehingga diterapkan dalam dunia pendidikan sehingga dapat mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu melalui pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Adapun penelitian serta pengabdian masyarakat yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi. Selain peneliti, penulis juga mulai aktif menulis buku dengan harapan dapat menjadi dosen yang profesional serta mampu mengembangkan Ilmu Ekonomi Islam bagi masyarakat.

Email Penulis: [fitryani@uwp.ac.id](mailto:fitryani@uwp.ac.id)

- 1 URGENSI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
Risma Ayu Kinanti., SE., M.SEI
- 2 PRINSIP-PRINSIP DALAM BISNIS SYARI'AH  
M. Zikwan, S.Sy., MH.
- 3 ETIKA DALAM BISNIS SYARIAH  
Rachmawati, S.E.Sy., M.E.
- 4 KONSEP ETIKA BISNIS RASULULLAH  
Bahrina Almas, S.E., M.SEI.
- 5 STRATEGI BISNIS RASULULLAH  
Fitria Nurma Sari, S.E., S.Sos.
- 6 HUKUM DAN BADAN USAHA BISNIS SYARIAH  
Ully Nindyaningtyas, S.Ei., M.SEI.
- 7 MEMPERSIAPKAN SUMBER DAYA INSANI (SDI)  
Iswatul Hasanah, S.E.I., M.E.
- 8 KONSEP PEMASARAN SYARIAH  
Fatkhur Rohman Albanjari, S.E., M.E.
- 9 MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH  
Dunyati Ilmiah, S.E.I., M.E.
- 10 TRANSAKSI DALAM BISNIS SYARIAH  
Ninda Ardiani, S.EI., M.SEI
- 11 LANDASAN & PRINSIP AKUNTANSI SYARIAH  
Alfin Maulana, S.EI., M.SEI.
- 12 TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN  
Siti Nur Mahmudah, S.E.I., M.SEI
- 13 SISTEM EKONOMI SYARIAH PADA BISNIS SYARIAH  
Suharyono, S.E.I., M.E.
- 14 PELAKU BISNIS SYARIAH DI PASAR GLOBAL  
Arum Indiharwati, S.ST, M.SEI
- 15 KEMITRAAN DALAM BISNIS SYARIAH  
An'im Kafabih, S.E., M.E
- 16 PELUANG DAN TANTANGAN BISNIS SYARIAH DI INDONESIA  
Andi Martina Kamaruddin, Lc., M.Si.
- 17 STRATEGI BISNIS SYARIAH JANGKA PENDEK DAN PANJANG  
Fatimatuzzahro., SHI., M.SEI
- 18 MAQASHID PADA BISNIS SYARIAH  
Fitryani, S.EI., M.SEI

*Editor :*

Safarinda Imani, S.E., M.SEI.

Untuk akses **Buku Digital**,  
Scan **QR CODE**



**Media Sains Indonesia**  
Melong Asih Regency B.40, Cijerah  
Kota Bandung - Jawa Barat  
Email : [penerbit@medsan.co.id](mailto:penerbit@medsan.co.id)  
Website : [www.medsan.co.id](http://www.medsan.co.id)

