

Etika Bisnis dalam Perspektif Sunnah Nabi

Rozi^{1*}, Zikri Rahmani²⁾, Dini Oktariani³⁾

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi, Universitas Bangka Belitung

*Email korespondensi: rozi@ubb.ac.id

Abstract

This paper aims to discuss business ethics from the perspective of the Sunna of the Prophet. This manuscript was written using a literature review approach. The results of the discussion show that in running a business, ethics is very important. The term business ethics originally appeared in the 1970s in America, 1980s in Europe, and 1990s in Asian countries. Even so, it should be noted that actually long before that, namely in the 14th century, the Prophet Muhammad SAW had introduced ethics in doing business. Interestingly, ethical issues have been introduced through the business activities that have been carried out. The business ethics that he applies in running a business are: honest, voluntary, not cheating, not dropping other people's businesses, free from usury practices, not hoarding goods, not monopolizing, prioritizing consumer satisfaction, not tyrannizing employees, maintaining trust, upholding values tolerance, always keeping promises, being generous, not forgetting the hereafter, being fair, and only selling quality products that are guaranteed to be halal.

Keywords: Ethics, Business, Sunnah of the Prophet

Saran sitasi: Rozi., Rahmani, Z., & Oktariani, D. (2023). Etika Bisnis dalam Perspektif Sunnah Nabi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 96-104. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7322>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7322>

1. PENDAHULUAN

Diskursus terkait bisnis tentunya selalu memiliki daya tarik tersendiri. Terlebih bisnis tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia. Dengan kata lain dapat dipahami bahwa bisnis merupakan bagian penting yang harus selalu ada dalam kehidupan. Hal itu ditunjukkan dari kegiatan-kegiatan transaksi yang dilakukan sesama manusia dan sangat berkaitan erat dengan relasi sosialnya. Sederhananya bisnis terjadi sebab adanya sifat ketergantungan antara satu dengan yang lainnya sebagai upaya untuk meningkatkan dan mempertahankan standardisasi dalam menjalani kehidupan (Ika Yunia Fauzia: 2013).

Kegiatan bisnis itu sendiri dapat diartikan sebagai unit usaha dilakukan oleh individu yang terlembaga atau terorganisasi (Sentot Imam Wahjono: 2005). Tidak hanya itu, bisnis juga dapat diistilahkan sebagai sistem organisasi yang mengelola jasa atau barang demi mendapatkan keuntungan guna dapat memenuhi kebutuhan dalam kehidupan masyarakat (Muhammad dan R. Luqman Faurori: 2002). Meskipun demikian, terlepas dari itu semua maka dapat dipahami bahwa sejatinya bisnis merupakan aktivitas ekonomi yang

dilakukan dalam kehidupan masyarakat. Hal itu dibuktikan adanya transaksi jual beli barang atau pertukaran barang di dalamnya.

Perlu dipahami bahwa bisnis memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan sosial. Dengan artian bahwa bisnis dapat memosisikan manusia pada jenjang status sosial paling tinggi. Terlebih kegiatan bisnis memiliki dampak pada tingkah laku manusia, baik secara personal, kelompok, dan sosial. Hal ini membuktikan bahwa seyogyanya kegiatan bisnis bukan hanya sekadar membangun hubungan antar sesama manusia, akan tetapi juga membangun hubungan kepada Yang Maha Kuasa. Oleh sebab itu dalam menjalankan kegiatan bisnis, hal yang terpenting di dalamnya adalah selalu mengedepankan etika.

Dalam dunia bisnis, etika harus berada di dalamnya. Karena etika dalam berbisnis adalah keniscayaan. Kegiatan bisnis tanpa adanya etika, maka dapat dipastikan bahwa struktur kehidupan menjadi suram. Terlebih di era modern, kontestasi dalam dunia bisnis tentunya sangat ketat (Sonny A. Keraf: 2012). Tentunya setiap orang berusaha

menunjukkan eksistensi bisnisnya. Meskipun demikian, hal yang menjadi pembeda dari bisnis yang dijalankan oleh setiap orang itu terletak dari perilakunya. Dengan artian bahwa jika perilakunya baik maka dampaknya baik pula, begitu pun sebaliknya (Muhammad Djakfar: 2012). Oleh sebab itu, etika dan bisnis tidak dapat terpisahkan (Yusuf Qardhawy: 1995). Demikian itu adalah satu kesatuan yang memiliki hubungan yang sangat penting, mengingat baik buruknya kegiatan bisnis yang dijalankan oleh seseorang tentunya harus berlandaskan dengan nilai-nilai etika.

Sebagai informasi bahwa jauh sejak abad ke-14, Muslim sudah terlibat dengan dunia bisnis. Sebagaimana juga yang telah dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW. Menariknya, sebagai manusia mulia Nabi Muhammad SAW tidak hanya mengajarkan persoalan ibadah yang sifatnya ritual. Namun beliau juga mengajarkan tentang persoalan-persoalan yang berkaitan dengan dunia bisnis (Amirulloh Syarbini dan J. Haryadi: 2011). Tujuannya sendiri agar umat Islam di masa itu dapat memperbaiki kehidupan ekonomi sosialnya.

Meskipun demikian, perlu digarisbawahi bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW, tidak sekadar mencari keuntungan semata. Akan tetapi dalam menjalankan kegiatan bisnis, beliau sangat mengedepankan etika (Akhmad Mujahidin: 2005). Inilah yang sepatutnya harus disadari oleh para pembisnis Muslim bahwa kegiatan bisnis tidak hanya dilakukan untuk meraup keuntungan. Namun, ada sesuatu hal yang lebih penting dibandingkan hanya mengharapkan keuntungan yaitu mengedepankan atau melakukan kegiatan bisnis dengan berlandaskan etika. Sebagaimana yang telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW, dalam kehidupan berbisnis di masa mudanya (Sukamdani Sahid Gitosardjono: 2009).

Berangkat dari pembahasan tersebut di atas dapat dipahami bahwa kegiatan bisnis merupakan kegiatan transaksi yang dilakukan oleh sekelompok orang guna mendapatkan keuntungan, sehingga bisa menyejahterakan kehidupan sosialnya. Untuk menjamin kesejahteraan dalam kegiatan tersebut tentunya harus terhindar dari konflik. Adapun dalam melaksanakan kegiatan bisnis yang mana melibatkan banyak orang, maka penting mengedepankan nilai-nilai etika. Sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Oleh sebab itu dalam artikel ini, penulis berusaha menelaah dan membahas tentang etika bisnis dalam perspektif Sunnah Nabi.

2. KAJIAN PUSTAKA

Diskursus etika dalam berbisnis hingga saat ini masih menjadi perbincangan menarik untuk dikaji. Demikian itu terlihat dari banyaknya tulisan-tulisan yang mengangkat tema ini. Setidaknya penulis sudah merangkum beberapa tulisan yang berkaitan dengan etika bisnis.

Adapun di kajian pustaka ini, penulis menganalisis tulisan-tulisan yang sudah ada terkait etika bisnis. Bila memungkinkan, penulis juga berusaha memberikan kritikan guna dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk perbagusan tulisan ke depannya. Namun dipastikan bahwa tulisan dengan mengangkat tema etika bisnis dalam perspektif Sunnah Nabi oleh penulis tentunya berbeda dengan tulisan-tulisan yang sudah ada. Meskipun hampir sama temanya, akan tetapi secara substansi dan penyajian bahasannya tentunya tidak sama. Oleh karenanya, dalam bagian ini penulis mencantumkan beberapa tulisan yang sudah ada. Tulisan-tulisan tersebut sebagai berikut:

Mohammad H. Holle dalam tulisannya berusaha mengungkapkan nilai-nilai etika Islam dalam kegiatan berbisnis (Mohammad H. Hole: 2019). Cukup disayangkan, tulisan tersebut belum secara utuh menyajikan data terkait etika dalam Islam. Terlebih, referensi yang membicarakan suatu ayat Al-Qur'an tidak ada dimunculkannya. Dengan artian, dalam memaknai suatu ayat agaknya masih mengedepankan asumsi pribadi (subjektif) bukan terambil dari buku-buku tafsir. Tidak hanya itu, metode penelitiannya pun tidak dicantumkan. Meskipun demikian, secara konten isi cukup menarik. Setidaknya ada empat teori yang didiskusikannya, yaitu: teori utilitarianisme, teori deontologi, teori hak, dan teori keutamaan. Menurutnya, bisnis tidak hanya membicarakan persoalan material, akan tetapi juga membicarakan persoalan immaterial.

Aswand Hasoloan menulis tentang peranan etika bisnis dalam perusahaan bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah kajian kepustakaan. Namun tidak secara detail menjelaskan metode yang digunakan. Adapun kajiannya berdasarkan pendapat para ahli tentang peran etika bisnis dalam perusahaan. Dalam tulisannya dia menyebutkan bahwa pentingnya saling menjaga kepercayaan dalam bekerja sama dalam perusahaan. Hal itu memiliki dampak besar bagi reputasi perusahaan, baik dalam skala mikro maupun makro. Memang demikian tidak dapat memberikan keuntungan dengan cepat (Aswand

Hasolan: 2018). Akan tetapi menurutnya, demikian merupakan wujud investasi jangka panjang bagi seluruh elemen dalam lingkaran perusahaan.

Darmawati dalam tulisannya menyebutkan bahwa perlu adanya suatu metode baru dalam mengkaji bisnis dan ekonomi yaitu dengan berlandaskan pendekatan normatif-etik dan empirik induktif dengan tetap mengedepankan pengembangan dan penggalan Al-Qur'an (Darmawati: 2013). Tujuannya agar dapat mengatasi perubahan zaman. Secara garis besar, tulisannya sudah cukup bagus. Hanya saja, tidak memunculkan metode penelitiannya.

Kasis Darmawan dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa dalam Al-Qur'an bisnis bersifat material dan immaterial. Dengan artian bisnis tidak hanya mengharapkan keuntungan material akan tetapi juga keuntungan spiritual. Dalam Al-Qur'an sendiri, bisnis memiliki nilai-nilai dasar yaitu keseimbangan, bebas berkehendak, ihsan, dan bertanggung jawab. Adapun metode yang digunakan adalah kajian pustaka. Tulisannya mengkaji etika bisnis dalam perspektif Al-Qur'an dengan pendekatan kajian tafsir tematik (Kasis Darmawan: 2019).

Dari beberapa tulisan tersebut, perlu penulis tegaskan kembali bahwa kajian yang ditulis dalam artikel ini tentunya berbeda dengan tulisan di atas. Dalam artikel ini, penulis menelaah dan menganalisis etika bisnis dalam perspektif Sunnah Nabi. Secara garis besar memang sudah banyak yang menulis dengan tema yang sama. Namun tulisan-tulisan yang telah ada sifatnya masih universal. Oleh sebab itu, dalam artikel ini penulis berusaha menyajikan dengan lebih mengkhususkan dalam perspektif Sunnah Nabi.

Dalam tulisan ini, penulis berusaha mendiskusikan etika bisnis yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW di masa mudanya, serta memberikan contoh konkret yang disesuaikan dengan kajian-kajian dalam buku Hadis atau Sunnah Nabi.

3. METODE PENELITIAN

Penulisan artikel ini menggunakan pendekatan kajian pustaka. Adapun fungsi dari pendekatan ini ialah guna merekonstruksi teori dan konsep sebagai dasar atau landasan dalam suatu penelitian (V. Wiratna Sujarweni: 2014). Adapun jenis penelitian ini ialah penelitian kualitatif (Ida Bagoes Mantra: 2008). Jenis ini digunakan guna menghasilkan informasi berupa data deskriptif dan catatan yang berada pada teks yang ditelaah.

Alasan penulis menggunakan pendekatan ini yaitu karena untuk melakukan pengkajian mengenai etika bisnis dalam perspektif Sunnah Nabi ini, penulis memerlukan teori dan konsep yang relevan, baik dari tulisan yang berbentuk buku-buku bacaan dan artikel yang telah dipublikasikan pada jurnal-jurnal ilmiah, serta sumber-sumber lainnya yang relevan. Demikian ini dilakukan guna memudahkan penulis untuk menyelesaikan kajian ini.

Setidaknya ada dua sumber data pada kajian ini yaitu sumber primer dan sekunder. Sumber primer yang digunakan ialah sumber dari teks-teks Hadis Nabi yang berkaitan dengan etika bisnis. Sedangkan sumber sekundernya yaitu referensi-referensi yang relevan mengenai etika bisnis. Sumber ini digunakan sebagai pendukung dan pelengkap dari sumber primer.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejatinya bisnis merupakan kegiatan yang sangat menarik. Terlebih bisnis dapat menghasilkan keuntungan. Meskipun demikian, perlu digarisbawahi bahwa dalam menjalankan bisnis tentunya memiliki rambu-rambu yang musti dipatuhi. Tujuannya agar kegiatan bisnis yang dilakukan tidak hanya sekadar mencari keuntungan duniawi, namun tetap mengharapkan keuntungan akhirat (keberkahan). Sebagaimana yang telah dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW pada masa mudanya.

Istilah etika bisnis tersebut awalnya muncul pada tahun 1970-an di Amerika, 1980-an di Eropa, dan tahun 1990-an di negara bagian Asia. Meskipun demikian, perlu diketahui bahwa sejatinya jauh sebelum itu tepatnya di abad ke-14 Nabi Muhammad SAW sudah mengenalkan etika dalam berbisnis. Menariknya, persoalan etika sudah dikenalkan melalui aktivitas bisnis yang sudah dikerjakannya.

Suksesnya bisnis yang dipraktik oleh Nabi Muhammad SAW pada masa mudanya tentu tidak diragukan lagi. Kisah-kisah suksesnya di dunia bisnis banyak diceritakan di pelbagai buku sejarah. Kesuksesan kegiatan bisnis yang dipraktikkannya pun diketahui oleh banyak orang. Sehingga membuat saudagar kaya dari suku Quraisy yaitu Sayyidatuna Khodijah memberikan kepercayaan sepenuhnya kepada Nabi Muhammad SAW untuk menjalankan bisnisnya. Ternyata para pakar bisnis modern pun menelusuri kiat sukses bisnis Nabi Muhammad SAW, dan akhirnya mereka menemukan bahwa yang menjadi sebab kesuksesan kegiatan bisnis yang

dilakukan oleh beliau, dikarenakan selalu mengedepankan nilai-nilai etika dalam berbisnis (Syarbini dan J. Haryadi: 2011).

4.1. Etika Bisnis Nabi Muhammad SAW

Dalam melaksanakan bisnis, etika memiliki peran yang sangat penting. Karena kesuksesan bisnis tidak hanya ditentukan oleh manajemen yang baik, namun perlu dipahami bahwa selain dari itu disebabkan adanya nilai-nilai etika yang baik.

Salah satu peran penting diutusnya seorang Nabi dan Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia, seperti yang disebutkan dalam hadis: *إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ صَالِحَ الْأَخْلَاقِ* Artinya: *“Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang baik”*. HR. Al-Bukhari dalam al-Adabul Mufrad no. 273 (Shahiihul Adabil Mufrad no. 207), Ahmad (II/381), dan al-Hakim (II/613), dari Abu Hurairah Radhiyallahuanhu. Dishahihkan oleh Syaikh al-Albani dalam Silsilatul Ahaadiits ash-Shahiihah (no. 45).

Adanya etika dalam dunia bisnis sebagai upaya untuk membentuk perusahaan agar menjadi lebih kuat dan dapat bersaing, serta mampu menciptakan ketenangan dalam berbisnis. Demikian itu telah dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW pada saat mudanya terjun dalam dunia bisnis.

Kegiatan bisnis yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW tidak sekadar mencari keuntungan. Akan tetapi lebih dari itu beliau juga ternyata mentransfer nilai-nilai etika yang baik. Sehingga banyak masyarakat menyukai dengan gaya bisnisnya. Adapun etika-etika bisnis yang pernah diimplementasikan olehnya dalam berbisnis yaitu: jujur, sukarela, tidak menipu, tidak menjatuhkan bisnis para pesaingnya, bersih dari praktik riba, tidak menimbun barang, tidak melakukan monopoli, memprioritaskan kepuasan konsumen, tidak menzalimi karyawan, menjaga amanah, menjunjung tinggi nilai toleransi, selalu menepati janji, murah hati, tidak melupakan akhirat, bersikap adil, dan hanya menjual produk-produk berkualitas yang terjamin kehalalannya.

Selalu mengedepankan kejujuran

Dalam kegiatan bisnis, Nabi Muhammad SAW selalu mengedepankan sikap kejujuran. Terlebih dalam bisnis, kejujuran sangat penting ada di dalamnya. Sebagai pebisnis, Nabi Muhammad SAW dikenal dengan orang yang jujur.

Watsilah bin Asqa' pernah menceritakan bahwa pernah suatu kesempatan kami didatangi oleh Nabi Muhammad SAW, ketika kami berbisnis. Lantas beliau bersabda kepada kami “wahai para pebisnis, berhati-hatilah dari sikap berdusta dalam dagangan”. Hadis ini diriwayatkan oleh Ath-Thabrani dalam Al-Kabir. Adapun Syaikh Albani mengungkapkan bahwa hadis ini shahih. (Shahih At-Targhib wa At-Tarhib nomor 1793).

Beliau paham betul bahwasanya sikap jujur akan mendapatkan keridhoan dari Allah SWT. Begitu pula sebaliknya, kebohongan akan mendatangkan kebencian dari-Nya (Freddy Rangkuti: 2010). Sebagaimana beliau tegaskan dalam sabdanya: “Pebisnis dan konsumen keduanya boleh memilih selagi belum terpisah. Jika keduanya bersikap jujur maka kegiatan bisnis tersebut diberkahi. Begitu sebaliknya jika keduanya tidak memiliki sikap kejujuran, maka kegiatan bisnis tersebut tidak diberkahi” (Hadis ini diriwayatkan oleh Bukhari nomor 2079 dan Muslim nomor 3836). Oleh sebab itu, dari Nabi Muhammad SAW, tentunya orang yang melakukan kegiatan bisnis harus mengedepankan kejujuran. Tujuannya agar selalu mendapatkan kepercayaan dari para konsumen dan keberkahan dari-Nya.

Sukarela

Kegiatan bisnis harus saling rela antara pebisnis dan konsumen. Dengan kata lain, kesukarelaan antara kedua belah pihak merupakan syarat paling penting dalam berbisnis.

Hal ini dilakukan agar tidak pihak yang merasa dipaksa atau terpaksa. Sebagaimana Nabi Muhammad pernah bersabda bahwa “Sesungguhnya kegiatan berbisnis itu dilandaskan dengan sikap sukarela” (Hadis ini diriwayatkan oleh Abu Said Al-Khudri dalam Ibnu Majah nomor 2269. Syaikh Albani menilai hadis ini shahih). Oleh sebab itu, dalam kegiatan bisnis sikap kesukarelaan antara kedua belah pihak (pebisnis dan konsumen) harus ada. Jangan sampai di antara keduanya melakukan transaksi karena dipaksa dan terpaksa (Muhammad bin Yazid Al-Quzwaini: 1379 H). Dengan artian bahwa tidak ada kerelaan hati dalam melakukan transaksi. Hal inilah yang selalu dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW dalam bisnisnya. Beliau tidak akan pernah melakukan transaksi apabila tidak saling rela antara kedua belah pihak.

Tidak menipu

Setiap pebisnis memang menginginkan keuntungan. Namun perlu dicatat bahwa keuntungan dengan cara yang dibenarkan, bukan melakukan penipuan. Selain merugikan, melakukan penipuan sangat tidak dibenarkan oleh ajaran yang dibawa Nabi Muhammad SAW yaitu Islam.

Diceritakan bahwa Nabi Muhammad SAW pernah melewati pasar. Kemudian beliau menemukan tumpukan makanan. Lantas beliau masukkan tangannya ke dalam makanan tersebut, sehingga beliau merasakan menyentuh suatu yang basah. Beliau pun bertannya “Wahai pedagang, apa basah-basah dalam makanan ini?” Pedagang pun menjawab bahwa “Makanan ini terkena air hujan wahai Rasulullah”. Kemudian beliau bersabda “Mengapa engkau letakkan di bawah tidak di atas agar dapat dilihat oleh para konsumen? Siapa pun yang menipu, mereka bukanlah termasuk golonganku”. (Yusuf Qardhawy: 1997).

Tidak hanya itu, penipuan dalam kegiatan bisnis tidak akan mendapatkan keberkahan dan calon penghuni Neraka (Wahbah Az-Zuhaili: 2011). Sebagaimana Nabi Muhammad SAW pernah bersabda bahwa “Tidak akan masuk Surga seroang penipu, orang yang menyebutkan kebaikan yang pernah dilakukannya kepada orang lain (mengumpat), dan orang yang kikir”. Dalam Al-Qur’an Allah SWT pun berfirman: “Celakalah bagi orang-orang yang curang (menipu) yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain kemudian mereka meminta dipenuhi, dan apabila mereka menimbang atau menakar untuk orang lain, mereka malah mengurangi takarannya”. (QS. Al-Muthaffifin: ayat 1 – 3).

Tidak pernah menjatuhkan bisnis para pesaingnya

Setiap orang sejatinya boleh saling berkontestasi dalam dunia bisnis. Namun kontestasi yang sifatnya positif bukan negatif. Kontestasi yang negatif misalnya menjelek-jelekkan bisnis orang lain. Pebisnis tidak boleh menjatuhkan bisnis pesaingnya. Karena itu tidak pernah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Ketika melakukan bisnis, beliau sama sekali tidak pernah menjatuhkan bisnis para pesaingnya. Menariknya, beliau selalu membantu mempromosikan barang milik orang lain jika barang tersebut tidak tersedia pada dagangannya. Tentunya beliau sangat melarang perbuatan menjatuhkan bisnis orang lain. Sebagaimana beliau pernah bersabda “Janganlah di antara kalian melakukan kegiatan bisnis

dengan menjatuhkan kegiatan bisnis orang lain”. (HR. Bukhari dan Muslim)

Bersih dari praktik riba

Penting untuk diketahui bahwa dalam kegiatan berbisnis, Nabi Muhammad SAW tidak pernah melakukan praktik riba. Terlebih memakan hasil riba. Beliau sangat mengutuk keras orang yang melakukan praktik riba (Muhammad Syafii Antonio: 2001). Riba ialah keuntungan yang diperoleh berlipat-lipat dari hasil yang tidak dibenarkan. Selain dari itu, riba diistilahkan keuntungan yang berlipat dari hasil kegiatan pinjam-meminjam (Syabirin Harahap: 2001). Prinsipnya riba ialah mengambil keuntungan dengan cara yang tidak dibenarkan (Ahmad Hatta: 2011).

Sejatinya praktik riba dalam berbisnis sangat bertentangan dengan ajaran yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW. Sebagaimana Allah SWT berfirman “Wahai orang-orang yang beriman. Tinggalkanlah sisa-sisa riba jika kalian beriman”. (QS. Al-Baqarah ayat 278). Oleh sebab itu, perlu disadari bahwa keuntungan berlipat yang didapatkan dari hasil tidak halal hukumnya adalah haram.

Tidak menimbun barang

Menimbun barang dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan membeli barang pada kondisi tertentu, lalu ditimbun dan dijual dengan harga yang tinggi apabila kebutuhan orang kepada barang tersebut mendesak (Andri Soemitra: 2019).

Adapun Nabi Muhammad SAW sangat melarang penimbunan barang dalam kegiatan berbisnis, sebagaimana sabdanya “Tidaklah seseorang yang melakukan penimbunan barang kecuali dirinya mendapatkan dosa” (Mohamad Mufid: 2016).

Dalam berbisnis, Nabi Muhammad SAW tidak pernah menimbun barang agar mendapatkan keuntungan yang berlipat. Beliau dikenal sebagai pebisnis yang sangat jujur. Sehingga hal itu membuat konsumennya merasa aman jika bertransaksi dengan beliau. Selain dari itu juga, praktik penimbunan barang dapat dikategorikan sebagai perbuatan kejahatan (Havis Aravik: 2017). Oleh sebab itu, dalam berbisnis tentunya sangat tidak dibenarkan untuk melakukan hal itu. Karena demikian itu dapat merugikan orang lain.

Tidak melakukan monopoli

Menurut ekonomi konvensional, monopoli merupakan suatu kondisi yang mana di pasar hanya ada satu pedagang yang menjual satu barang, sehingga

tidak adanya saingan dari pihak lainnya. Dengan demikian dirinya mendapatkan keuntungan secara pribadi tanpa memberikan kesempatan kepada yang lainnya untuk berbisnis dengan barang sejenis (Karl E. Case and Ray C. Fair: 2002).

Kegiatan monopoli juga dapat dikatakan sebagai usaha memperoleh keuntungan dengan cara yang tidak dibenarkan. Kegiatan monopoli juga dapat merugikan orang lain. Hal itu dikarenakan dirinya tidak membuka lebar kesempatan bagi orang lain untuk dapat melakukan kegiatan bisnis yang sama. Selama melakukan bisnis, Nabi Muhammad SAW tidak pernah melakukan monopoli. Bahkan dalam sabdanya beliau menegaskan bahwa “Siapapun orang yang melakukan monopoli, maka dirinya telah bersalah (berdosa)” (Abu Al-Husain Muslim bin Hajjaj bin Muslim Al-Qusyairi Al-Naisaburi). Imam An-Nawawi mengungkapkan bahwasanya hadis tersebut merupakan larangan yang diperuntukkan bagi orang-orang yang menimbun barang.

Memprioritaskan kepuasan konsumen

Dalam kegiatan bisnis, tentunya musti memprioritaskan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen atau respons balik mereka terhadap barang yang didapatkan dari transaksi yang dilakukan. Jika produk dan pelayanannya baik maka timbal balik dari konsumen juga baik (Philip Kotler: 1999). Karena setiap konsumen memiliki ekspektasi terhadap suatu perusahaan yang dituju. Apabila ekspektasi para konsumen tidak terpenuhi, maka demikian itu akan berdampak negatif dengan kegiatan bisnis yang dijalankan. Praktik bisnis yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW selalu memprioritaskan kepuasan konsumennya (Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula: 2006).

Menurut beliau konsumen merupakan raja yang juga harus dihormati. Tidak mengherankan jika beliau terkenal sebagai pebisnis hebat. Demikian itu dibuktikan bahwa beliau tidak pernah membuat konsumennya kecewa.

Tidak menzalimi karyawan

Perbuatan zalim sangat tidak dibenarkan dalam ajaran yang dibawakan oleh Nabi Muhammad SAW. Terlebih dalam kegiatan bisnis. Pebisnis tidak diperkenankan menzalimi karyawannya. Perbuatan yang dapat menzalimi karyawan seperti tidak membayar gaji mereka dengan segera. Terkait pembayaran upah, Nabi Muhammad SAW bersabda

“Bayarlah upah karyawan sebelum keringat mereka kering”. HR. Ibnu Majah (Sayyid Sabiq: 2009). Hal ini juga ditegaskan oleh Allah SWT dalam hadis Qudsinya, yaitu: “Aku akan bertindak sebagai penuntut di hari pembalasan melawan tiga orang: di antaranya orang yang memerintahkan karyawan bekerja dan mengambil semua hasil kerjanya, akan tetapi tidak membayarkan upah mereka secara penuh”. (HR. Bukhari). Oleh sebab itu, dalam kegiatan bisnis hendaknya pebisnis tidak menzalimi karyawan, mengingat hal itu selain tidak dibenarkan oleh Nabi Muhammad SAW, itu pun tidak sesuai dengan konsep Negara Indonesia yaitu menjaga nilai-nilai prikemusiaan.

Menjaga amanah

Nabi Muhammad SAW adalah seorang nabi yang selalu menjaga amanah. Dalam kegiatan bisnis pun beliau sangat mengedepankan amanah dalam bertransaksi. Sederhananya, amanah didefinisikan dapat dipercaya. Oleh karenanya dalam bisnis, amanah sangat penting berada dalam diri seorang pebisnis (Anton Ramdan: 2013). Alasannya, dengan mengedepankan amanah dalam berbisnis maka akan membuat mitra dalam bisnis dapat terjaga demi kelangsungan bisnis yang dilakukan (Fajri Futuh, dkk: 2018).

Lebih dari itu, amanah adalah tanggung jawab moral yang dibebankan pada semua orang. Selama berbisnis, Nabi Muhammad SAW dikenal amanah, sehingga hal itu membuat dirinya disegani oleh pelbagai kalangan, baik Muslim maupun non-Muslim. Oleh sebab itu, dalam berbisnis sudah sepatutnya pebisnis mengikuti jejak beliau. Terlebih beliau adalah teladan yang baik bagi seluruh umat.

Menjunjung tinggi nilai toleransi

Suksesnya bisnis yang dijalankan oleh Nabi Muhammad SAW karena beliau dikenal dengan manusia yang memiliki sikap toleransi yang tinggi. Sikap itu pun membuka pintu-pintu keberkahan bagi beliau sebagai pebisnis. Beliau pernah bersabda bahwa “Allah SWT sangat mengasihi orang-orang yang berlapang dada dalam melakukan transaksi jual beli, serta melunasi hutang”. Perlu dipahami bahwa sikap toleran dapat memperkokoh hubungan kepada rekan bisnis, memudahkan akses, menimbulkan rasa empati sesama rekan kerja, dan hal-hal baik lainnya (Eko Suprayitno: 2004).

Selalu menepati janji

Selalu menepati janji merupakan kunci sukses dalam dunia bisnis. Nabi Muhammad SAW dalam melakukan bisnis selalu menepati janji, terlebih terhadap konsumennya. Pernah suatu kesempatan, beliau pernah berjanji akan bertemu dengan konsumennya untuk melakukan transaksi bisnis. Akan tetapi konsumen tersebut lupa dengan janjinya dengan nabi sehingga konsumen tersebut tidak datang. Meskipun demikian, menariknya Nabi Muhammad SAW setia menunggu konsumen tersebut hingga tiga hari sampai akhirnya konsumen tersebut menemui beliau. Dari kejadian itu, tidak mengherankan kalau beliau selalu menjadi teladan di bidang apa pun, terlebih dalam dunia bisnis.

Murah hati

Praktik bisnis yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW selalu mengedepankan sifat murah hati (Freddy Rangkuti: 2010). Murah hati dapat didefinisikan sopan santun, suka mengalah, murah senyum, dan bertanggung jawab. Bermurah hati dalam berbisnis sangat penting demi menjalankan usaha yang diberkahi. Sebagaimana Nabi Muhammad SAW bersabda “Semoga Allah SWT menganugerahkan segala keberkahan-Nya, kepada para pebisnis yang murah hati dalam kegiatan transaksi jual belinya, ataupun saat menuntut haknya”. (HR. Bukhari)

Tidak melupakan akhirat

Kegiatan bisnis merupakan kegiatan yang dianjurkan atau tidak dilarang oleh Allah SWT. Selagi pebisnis tersebut selalu melakukannya dengan tidak meninggalkan nilai-nilai etika di dalamnya. Terlepas dari itu semua, perlu dipahami bahwa kegiatan bisnis tidak sekadar meraup keuntungan yang sifatnya duniawi. Namun kegiatan bisnis juga musti dilakukan atas dasar mencari keverkahan dari-Nya. Karena sudah barang tentu kehidupan di dunia hanyalah sementara, sehingga tidak diperbolehkan bagi manusia melupakan kehidupan sejatinya yaitu kehidupan akhirat.

Sebelum diangkat jadi nabi, Nabi Muhammad SAW pun berbisnis. Meskipun demikian, beliau selalu mengedepankan nilai-nilai etika. Sehingga bisnis dijalankannya tidak hanya mendapatkan limpahan keuntungan namun juga mendapatkan banyaknya keberkahan dari Allah SWT.

Bersikap adil

Menjunjung tinggi sikap adil dalam kegiatan bisnis sangat penting dilakukan. Hal itu dikarenakan

sikap adil merupakan bukti ketakwaan dan kedekatan hamba kepada Penciptanya (Yulizar D Sarengo Nz dan Ismail: 2014).

Sebagai pebisnis, Nabi Muhammad SAW dikenal sangat adil dalam melakukan transaksi jual beli terhadap konsumen dan rekan kerjanya. Sikap adil dalam bisnis yang beliau lakukan dapat mewujudkan keadilan dalam masyarakat. Oleh sebab itu perlu diketahui bahwa bisnis dapat dikatakan baik jika pebisnis selalu memegang teguh nilai keadilan. Begitu pun sebaliknya, jika pebisnis tidak mengedepankan sikap keadilan maka dapat dipastikan kegiatan bisnisnya akan berdampak tidak baik. Sehingga dapat merugikan bisnisnya.

Hanya menjual produk-produk berkualitas yang terjamin kehalalannya

Nabi Muhammad SAW adalah seorang nabi yang sukses dalam menjalankan bisnis di masa mudanya. Produk-produk yang dijualnya yaitu produk yang memiliki kualitas yang sangat baik. Selain itu pula, semua produk yang dijualnya tidak ada satu pun barang-barang yang diharamkan oleh Allah SWT. Dengan artian bahwa beliau hanya menjual barang yang jelas kehalalannya. Dari pada itu, umat Muslim harusnya meneladani beliau dalam kegiatan berbisnis.

Adapun salah satu contoh produk yang tidak baik dijual adalah minuman khamar. Sebagaimana Nabi Muhammad SAW bersabda “Sesungguhnya Allah SWT membenci khamar, orang yang membuatnya, yang menjualkannya, pembelinya, peminumnya, yang menikmati hasil dari keuntungan penjualan bisnis itu, orang yang membawanya, orang yang meminta agar dibawakan, dan bagi orang yang menuangkannya”. (HR. Tirmidzi dan Ibnu Majah).

4.2. Pentingnya Etika dalam Menjalankan Bisnis di Zaman Modern

Zaman tentunya selalu berubah dan kegiatan bisnis pun mengalami perubahan itu. Dahulu transaksi masih dilakukan secara langsung. Saat ini kegiatan bisnis sudah bisa dilakukan tanpa harus berada di lokasi atau toko yang ingin dikunjungi. Karena semua itu sudah berada di gengaman manusia. Sehingga istilah bisnis digital di era modern sering didengarkan bahkan sudah diimplementasikan. Meskipun demikian, sehebat apa pun teknologi yang ada. Etika dalam berbisnis tentunya tidak dapat dipisahkan. Karena dengan etika manusia dapat

mengontrol dirinya dan mendapatkan ketenangan dalam menjalankan kehidupan.

Jika berkaca dengan negara Amerika saat ini, maka dapat dipastikan bahwa perekonomian negara mereka mengalami kemerosotan atau kemunduran. Demikian itu disebabkan kehilangan moral petinggi-petingginya. Tentunya Amerika yang dikenal sebagai negara adidaya tidak pernah menyangka dengan hal tersebut. Namun realitanya mereka mengalami keruntuhan atau kebobrokan moral sehingga membuat sistem perekonomian mereka melemah (Herry Tjahjono: 2010). Oleh karenanya, dari itu dapat dipahami bahwa nilai-nilai etika dalam berbisnis di era modern sangat penting dilakukan.

5. KESIMPULAN

Kehadiran Nabi Muhammad SAW di kehidupan manusia, tidak hanya sekadar dipandang sebagai nabi. Namun selain dari itu beliau juga dikenal sebagai seroang pebisnis yang sangat hebat. Kehebatan bisnis yang dilakukannya adalah di mana selalu menampakkan etika yang baik. Etika dalam berbisnis tentunya sangat penting, terlebih di era modern seperti saat ini. Pentingnya menerapkan nilai-nilai etika dalam berbisnis. Para pakar modern pernah melakukan riset terkait jejak bisnisnya Nabi Muhammad SAW. Setelah mereka lakukan riset maka ditemukanlah bahwa kunci kesuksesan Nabi Muhammad SAW dalam berbisnis tersebut disebabkan beliau selalu mengedepankan nilai-nilai etika dalam berbisnis.

Istilah etika bisnis tersebut awalnya muncul pada tahun 1970-an di Amerika, 1980-an di Eropa, dan tahun 1990-an di negara bagian Asia. Meskipun demikian, perlu diketahui bahwa sejatinya jauh sebelum itu tepatnya di abad ke-14 Nabi Muhammad SAW sudah mengenalkan etika dalam berbisnis. Menariknya, persoalan etika sudah dikenalkan melalui aktivitas bisnis yang sudah dikerjakannya. Adapun etika bisnis yang diterapkan olehnya dalam menjalankan bisnis yaitu: jujur, sukarela, tidak menipu, tidak menjatuhkan bisnis orang lain, bersih dari praktik riba, tidak menimbun barang, tidak melakukan monopoli, memprioritaskan kepuasan konsumen, tidak menzolimi karyawan, menjaga amanah, menjunjung tinggi nilai toleransi, selalu menepati janji, murah hati, tidak melupakan akhirat, bersikap adil, dan hanya menjual produk-produk berkualitas yang terjamin kehalalannya.

6. UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih banyak kepada rekan-rekan civitas akademika yang berada di lingkungan Universitas Bangka Belitung, terkhusus Program Studi Ekonomi, Fakultas Ekonomi, karena telah memberikan kesempatan untuk berkarya. Tentunya karya ilmiah ini kami persembahkan kepada semua pihak yang sudah membantu dalam menyelesaikan karya ini. Tidak lupa kami juga ucapkan terimakasih kepada Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI). Harapan kami semoga semakin jaya ke depannya.

7. REFERENSI

- Akhmad Mujahidin, *Etika Bisnis dalam Islam: Analisis Terhadap Aspek Moralitas Pelaku Bisnis*, Jurnal Hukum Islam Vol. IV No. 2 Desember (2005).
- Antonio, Muhammad Syafii. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori dan Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Aravik, Havis. 2017. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*. Jakarta: Kencana.
- Az-Zuhaili, Wahbah. 2011. *Al-Fiqh Islam Wa Adillatuhu*. Jakarta: Gema Insani.
- Case, Karl E. and Ray C. Fair. 2002. *Principles of Economics*, diterjemahkan oleh Benyamin Molan, *Prinsip-prinsip Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Darmawati. "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam: Eksplorasi Prinsip Etis Al-Qur'an dan Sunnah", *Jurnal: Mazahib*, diterbitkan Juni 2013.
- Darmawan, Kasis. "Etika Bisnis dalam Perspektif Al-Qur'an: Studi Tafsir Tematik", *Skripsi*, (Institut PTIQ Jakarta: Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin, 2019).Djakfar, Muhammad. 2012. *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus.
- Fauzia, Ika Yunia. 2013. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Futuh, Fajri, dkk., *Identifikasi Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Fashion Busana Muslim di Pasar Baru Trade Center*. Volume 4, no. 1, 2018.
- Gitosardjono, Sukamdani Sahid. 2009. *Bisnis dan Kewirausahaan Syariah*. Jakarta: Yayasan Sahid Jaya.
- Hasolan, Aswand. "Peran Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis", *Jurnal: Majalah Ilmiah Warta Dharmawangsa*, Edisi 57, diterbitkan Juli 2018.
- Hatta, Ahmad . 2011.*Tafsir Al-Qur'an Perkata*. Jakarta: Maghfirah Pustaka.
- Harahap, Syabirin. 2001. *Bunga, Uang, dan Riba dalam Hukum Islam*. Bandung: Pustaka Setia.

- Hole, Mohmammad H. "Implementasi Etika Islam dalam Berbisnis", *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah*, IAIN Ambon, Vol. 1, No 01 (2019).
- Keraf, Sonny A. 1998. *Etika Bisnis: Tuntunan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba.
- Mantra, Ida Bagoes. 2008. *Filsafat Penelitian & Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mufid, Mohamad. 2016. *Ushul Fiqh Ekonomi dan Keuangan Kontemporer*. Jakarta: Kencana.
- Muhammad dan R. Luqman Faurori. 2002. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyyah.
- Muhammad bin Yazid Al-Quzwaini. 1379. *Sunan Ibnu Majah*. Beirut: Dar el-Fikr.
- Muslim, Abu Al-Husain bin Hajjaj bin Muslim Al-Qusyairi Al-Naisaburi. tt. *Jamius Shohih*, Beirut: Dar Al-Fikr.
- Qardhawy, Yusuf. 1995. *Daur Al-Qiyam wa Al-Akhlaq fi Al-Iqtshad Al-Islami*. Kairo Mesir: Maktabah Wahbah.
- , 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, terj. Zainal Arifin. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ramdan, Anton. 2013. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Bee Media Indonesia.
- Rangkuti, Freddy. 2010. *Spiritual Leadership in Business: Wake Up! Khorunnas Anfauhum Linnas*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sabiq, Sayyid. 2009. *Fiqh Sunnah*. Jakarta: Pena Pundi Aksara.
- Sarengo Nz, Yulizar D dan Ismail. 2014. *Falsafah Ekonomi Islam*. Jakarta: CV Karya Abadi.
- Soemitra, Andri. 2019. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fikih Muamalat di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Kencana.
- Suprayitno, Eko. 2004. *Ekonomi Islam: Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syarbini, Amirulloh dan J. Haryadi. 2011. *Muhammad sebagai Bisnisan Ulung*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjahjono, Herry. 2010. *Culture Based Leadership: Menuju Kebesaran Diri dan Organisasi Melalui Kepemimpinan Berbasis Budaya dan Budaya Kinerja Tinggi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wahjono, Sentot Imam. 2005. *Bisnis Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu