

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini diuraikan hasil kajian pustaka secara berurutan dan lebih mendalam terdiri dari: a) Deskripsi Teori/Konsep; b) Penelitian Terdahulu; dan c) Paradigma Penelitian. Selanjutnya penulis akan membahas sub-sub bab tersebut secara lebih mendetail dan mendalam.

#### **A. Deskripsi Teori/Konsep**

##### **a. Epistemologi Dimensi Profetik dalam Bisnis**

###### **1. Pengertian Profetik**

Secara etimologis istilah profetik berasal dari bahasa Inggris *prophetic*, yang artinya : (1) *of or pertaining to a prophet: prophetic inspiration* (dari atau berkaitan dengan seorang nabi: inspirasi kenabian); (2) *of the nature of or containing prophecy: prophetic writings* (dari sifat atau mengandung nubuat/kenabian: tulisan kenabian); (3) *having the function or powers of a prophet, as a person* (memiliki fungsi atau kekuasaan seorang nabi, sebagai pribadi); (4) *predictive; ominous: prophetic signs; prophetic warnings* (prediktif, menyenangkan: tanda-tanda kenabian, peringatan kenabian).<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> *Pengertian Profetik* diakses dari <http://en.wikipedia.org/wiki/Prophecy>, pada tanggal 8 April 2019 pukul 09:00.

Istilah nabi berasal dari kata naba', yang berarti warta (*news*), berita (*tidings*), cerita (*story*), dan dongeng (*tale*).<sup>28</sup> Dalam kosa kata Arab sendiri, menurut Ibnu manzur kata nabi dinisbatkan pada akar kata al-nubuwah, al-nabawat, dan al-nabi, artinya: tanah yang tinggi, jalan. Jamaknya al-anbiya' artinya: jalan yang dijadikan petunjuk dan seseorang yang dimuliakan karena kemampuannya.<sup>29</sup> Hal ini sejalan dengan pendapat Imam Warasy dan Imam Nafi' yang menyatakan bahwa kenabian dari kata Arab nabiyy' dan kemudian membentuk kata nubuwah yang berarti kenabian. Di dalam Al-Qur'an kata nabi beserta derivasinya (seperti an-nabiyyūn, an-nabiyyīn, al-anbiyā, an-nubuwah, disebutkan sebanyak 65 kali.<sup>30</sup>

Heddy Shri Ahimsa Putra dengan merujuk pada kata profetik yang berasal dari bahasa Inggris, mengartikan '*prophet*', sebagai nabi, sedangkan '*prophetic*' diartikan sebagai (1) "*Of, pertaining or proper to a prophet or prophecy*"; "*having the character or function of a prophet*"; (2) "*Characterized by, containing, or of the nature of prophecy; predictive*". Jadi makna profetik menurut Heddy Shri Ahimsa Putra mempunyai sifat atau ciri seperti nabi, atau bersifat

---

<sup>28</sup> M. Dawam Rahardjo, *Ensiklopedia Al-Quran* (Jakarta: Paramadina, 1997), 302.

<sup>29</sup> Musa Asy'arie, *Filsafat Islam tentang Kebudayaan* (Yogyakarta: Lembaga Studi Islam (LESFI), 1999), 1.

<sup>30</sup> Moh. Roqib, *Prophetic Education: Kontekstualisasi Filsafat dan Budaya Profetik dalam Pendidikan* (Purwokerto: STAIN Press bekerjasama dengan Buku Litera, 2011), 46-47.

prediktif/ memprakirakan. Profetik di sini dapat kita terjemahkan menjadi “kenabian”.<sup>31</sup>

## 2. Pengertian Bisnis

Bisnis merupakan salah satu aktivitas usaha yang utama dalam menunjang perkembangan ekonomi. Kata “bisnis” diambil dari bahasa Inggris “*bussines*”.<sup>32</sup> Pengertian bisnis secara umum dalam ekonomi yaitu bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara histori kata bisnis berasal dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas maupun masyarakat. Dalam artian sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata “bisnis” sendiri memiliki tiga penggunaan tergantung skupnya, Penggunaan kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, ekonomis yang bertujuan mencari laba. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya “bisnis pertelevisian”.

---

<sup>31</sup> Heddy Shri Ahimsa Putra, 2011, *Paradigma Profetik: Mungkinkah? Perlukah?*, Makalah disampaikan dalam “*Sarasehan Profetik 2011*” (Yogyakarta: Pascasarjana UGM, 2011), 5.

<sup>32</sup> Ibrahim Jones dan Sewu Lindawaty, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern* (Bandung: PT Refika Aditama, 2007), 25.

Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa.<sup>33</sup>

Pengertian bisnis menurut para Ahli:

1. Menurut Peterson, bisnis adalah merupakan serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan penjualan ataupun pembelian barang dan jasa secara konsisten
2. Menurut Prof.L.R.Dicksee, bisnis adalah suatu bentuk aktivitas yang utamanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan bagi yang mengusahakan atau yang berkepentingan dalam terjadinya aktivitas tersebut.<sup>34</sup>

Bisnis Islami merupakan unit usaha, dimana menjalankan usahanya berpatokan kepada prinsip-prinsip syariah Islam, dengan mengacu kepada Al-Qur''an dan hadis. Prinsip Islam dimaksudkan di sini adalah beroperasi atau dalam menjalankan praktik bisnis mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya cara bermuamalah secara Islam, misalnya, menjauhi praktik yang mengandung *riba* (bunga), *dzulm* (merugikan hak orang lain), *gharar* (tipuan), *dharar* (bahaya), dan *jahalah* (ketidakjelasan) serta praktik-praktik mendzalimi orang lain lainnya.

Sebagai contoh, khusus pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan utang atau tagihan yang dipersamakan

---

<sup>33</sup> Top Lintas, *Pengertian bisnis* diakses dalam <https://m.toplintas.com>, pada tanggal 19 April 2019 pukul 10.20

<sup>34</sup> Harian Netral RSS Feed, *Pengertian bisnis dan Tujuan Bisnis* diakses dalam <https://hariannetral.com>, pada tanggal 19 April 2019 pukul 10.25

berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut, setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil (*mudharabah*).<sup>35</sup>

### 3. Pentingnya Landasan Profetik dalam Bisnis

Kenabian menurut Hamdani Bakran Adz-Dzakley, mengandung makna: “*segala ikhwal yang berhubungan dengan seseorang yang telah memperoleh potensi kenabian*”. Nabi adalah seorang hamba Allah yang telah diberi-Nya hikmah, kitab, kemampuan berkomunikasi dan berintegrasi dengan-Nya dan malaikat-Nya serta kemampuan mengimplementasikan kitab dan hikmah itu, baik dalam diri secara pribadi maupun umat manusia dan lingkungannya.<sup>36</sup>

Dalam al-Qur’an, kata nabi dan rasul memang dipergunakan secara bergantian. Untuk membedakan artinya, ulama melihat pada arti katanya. Dari asal katanya, istilah nabi menekankan segi kesanggupannya menerima berita Ilahi (wahyu).<sup>37</sup> Hal ini sejalan dengan *The Concise Encyclopedia of Islam*, yang menyebutkan bahwa

---

<sup>35</sup> Nova Yanti Maleha, *MANAJEMEN BISNIS DALAM ISLAM* (Palembang: STEBIS IGM), 3.

<sup>36</sup> Hamdani Bakran Adz-Dzakley, *Prophetic Psychology: Psikologi Kenabian, Menghidupkan Potensi dan Kepribadian Kenabian dalam Diri* (Yogyakarta: Pustaka al-Furqon, 2007), 44.

<sup>37</sup> Muqowim, *Kenabian dalam Al-Qur’an, Jurnal Dakwah* (Yogyakarta : Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, No. 3 Th. II Juli-Desember 2001), 116.

makna nabi adalah seorang yang menjalankan tugas kenabiannya dalam kerangka wahyu yang telah ada.<sup>38</sup>

Salah satu keterangan tentang terma nabi dan rasul dalam al-Qur'an diberikan oleh al-Qur'an surat al-An'am (6): 89,

أُولَئِكَ الَّذِينَ آتَيْنَاهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَ وَالنُّبُوَّةَ فَإِنْ يَكْفُرْ بِهَا هَتُّوْا  
فَقَدْ وَكَلْنَاهَا قَوْمًا لَّيْسُوا بِهَا بِكَافِرِينَ ﴿٨٩﴾

Artinya:

89. *“mereka Itulah orang-orang yang telah Kami berikan Kitab, hikmat dan kenabian jika orang-orang (Quraisy) itu mengingkarinya, Maka Sesungguhnya Kami akan menyerahkannya kepada kaum yang sekali-kali tidak akan mengingkarinya”.*

Menurut Muqowim, ayat di atas memberikan penjelasan bahwa nabi itu mempunyai tiga kriteria. Pertama, menerima wahyu yang kemudian terhimpun dalam suatu kitab; kedua, membawa hukum atau syari'at sebagai pedoman cara hidup, karena itu maka teladan nabi dan rasul itu merupakan sumber hukum, dan; ketiga, berkemampuan memprediksi berbagai hal di masa yang akan datang.<sup>39</sup>

<sup>38</sup> Cyril Glasse, *The Concise Encyclopedia of Islam* (San Francisco: Harper & Row, Publishers, Inc, 1989), 342.

<sup>39</sup> Muqowim, *Kenabian.....*, 116.

Pada bagian lain, Al-Quran Surat al-Imran (3) : ayat 79,

مَا كَانَ لِبَشَرٍ أَنْ يُؤْتِيَهُ اللَّهُ الْكِتَابَ وَالْحُكْمَ وَالنُّبُوَّةَ ثُمَّ يَقُولَ  
 لِلنَّاسِ كُونُوا عِبَادًا لِي مِنْ دُونِ اللَّهِ وَلَكِنْ كُونُوا رَبَّانِيِّينَ بِمَا كُنْتُمْ  
 تُعَلِّمُونَ الْكِتَابَ وَبِمَا كُنْتُمْ تَدْرُسُونَ ﴿٧٩﴾

Artinya:

79. “tidak wajar bagi seseorang manusia yang Allah berikan kepadanya Al Kitab, Hikmah dan kenabian, lalu Dia berkata kepada manusia: "Hendaklah kamu menjadi penyembah-penyembahku bukan penyembah Allah." akan tetapi (dia berkata): "Hendaklah kamu menjadi orang-orang rabbani<sup>40</sup>, karena kamu selalu mengajarkan Al kitab dan disebabkan kamu tetap mempelajarinya”.

Berdasarkan firman Allah tersebut, Moh. Roqib menyatakan bahwa nabi adalah hamba Allah yang ideal secara fisik (berbadan sehat dengan fungsi optimal), dan psikis (berjiwa bersih dan cerdas) yang telah berintegrasi dengan Allah dan malaikat-Nya, diberi kitab suci dan hikmah, bersamaan dengan itu ia mampu mengimplementasikannya dalam kehidupan dan mengkomunikasikannya secara efektif.<sup>41</sup>

Konsep muamalah profetik adalah bentuk dari keyakinan akan orientasi transcendental. Dalam Islam, orientasi ini dimanifestokan

<sup>40</sup> Rabbani ialah orang yang sempurna ilmu dan takwanya kepada Allah s.w.t.

<sup>41</sup> Moh. Roqib, *Prophetic Education: Kontekstualisasi Filsafat dan Budaya Profetik dalam Pendidikan* (Purwokerto: STAIN Press bekerjasama dengan Buku Litera, 2011), 47.

dengan maqashid syariah. Intelektual Muslim seperti Jaser Auda telah mengkorelasikan budaya pandangan ilmiah sistematis yang berimplikasi pada akhlak. Maqasid Islam meliputi 3 jenjang yaitu Maqasid Penciptaan, Maqasid Risalah, dan Maqasid Syariat; di mana terdapat hubungan hierarki saling-bergantung antar ketiganya. Maklum, konsep ‘hierarkis salingbergantung’ telah dikembangkan, pada awalnya, oleh Auda ketika mengemukakan 6 ciri khas berpikir sistem yang dikaitkan dengan Syariat Islam.

Menurut Auda, ciri-ciri berpikir sistem itu adalah kognitif, holistik, hierarkis saling-bergantung, multidimensi, terbuka, dan serba-bermaksud. Maqashid adalah jamak dari “maqshid”. Menurut bahasa, maqshid berarti tujuan. Sedangkan dalam istilah para ulama, Maqashid Asy-Syari’ah adalah: tujuan-tujuan yang ingin diwujudkan oleh syariat Islam sebagai alasan diturunkannya, demi kemaslahatan hambahamba Allah. Tujuannya adalah mengungkapkan tujuan, alasan, dan hikmah tasyri’ baik yang umum atau khusus, integral atau parsial di segala bidang kehidupan dan dalam setiap ajaran Islam.

Menegaskan karakteristik Islam yang sesuai dengan setiap zaman, abadi, realistis dan luwes. Dan membantu ulama dalam berijtihad dalam bingkai tujuan syariat. Maqashid syariah (menuju syariah) dalam kerangka manajemen bisnis dapat dicapai dengan terpenuhinya lima kebutuhan dasar manusia. Resiko bisnis dapat dibagi menjadi tiga tingkatan kebutuhan pada manusia, yaitu:

*dharruriyyat (primer), hajjiyat (sekunder), dan tahsiniyyat (tersier).* Pelaku bisnis diharapkan mampu memenuhi ketiga tingkatan kebutuhan manusia tersebut, minimal kebutuhan dharruriyyat.

Maksud memenuhi dengan baik di sini adalah bahwa dalam pemenuhannya harus diusahakan dengan cara-cara yang baik, benar, dan halal. Kebutuhan dasar manusia tersebut terbagi dalam lima hal yang harus dijadikan prinsip pelaku bisnis yaitu operasional bisnis dapat menjaga agama (*addin*), jiwa (*an-nafs*), akal pikiran (*al-aql*), harta (*al-maal*) dan terjaga keturunan (*an-nashl*).<sup>42</sup>

#### **4. Pentingnya Profetik dalam Bisnis**

Dalam kajian keislaman, sosok Nabi Muhammad Saw. adalah tokoh sentral dan sebagai referensi utama dalam segala hal, baik itu terkait dengan persoalan ekonomi, sosial kemasyarakatan maupun ia sebagai seorang pemimpin perang yang gagah berani. Namun, ada satu hal yang masih kurang dikaji oleh para intelektual muslim dulu dan kontemporer, yaitu aspek Muhammad Saw. sebagai wirausahawan yang sukses. Kelahiannya dalam manajemen membuatnya ia sangat disegani dalam rekan bisnisnya. Dalam usia 40 an ia sudah sukses sebagai seorang trader yang sangat sukses. Namun, sisi itu seakan hilang dari sentuhan kajian para intelektual Muslim.

---

<sup>42</sup> Arif Wibowi, *Manajemen Profetik Sebagai Dasar Pengembangan Bisnis Islami* (Yogyakarta: UNY, PROSIDING Seminar Nasional dan Call For Papers Ekonomi Syariah “Indonesia Sebagai Kiblat Ekonomi Syariah”), 327.

Di akhir tahun tujuh puluhan, kajian tentang kewirausahaan/*entrepreneurship* mulai dikaji kembali di negara Eropa, Amerika bahkan Asia, termasuk Indonesia sebagai negara Islam terbanyak di dunia. Salah satu kajian yang menarik tentang kewirausahaan yaitu kajian David Moors dalam bukunya *The Enterprising*. Ia mengungkapkan bahwa ciri-ciri wirausaha adalah mengenai personality dan pelaku wirausaha itu sendiri, di samping lingkungan yang mendukungnya, juga tugas-tugas yang diemban oleh seorang wirausaha dan karir yang bisa dicapainya. Lebih lanjut katanya, *'The act of entrepreneurship is an act patterned after modes of coping with early childhood experiences'*. Personality atau kepribadian seorang wirausaha adalah sikap yang didapatkannya sejak masa kecil yaitu sikap merdeka, bebas dan percaya diri.

Ketiga sikap ini sangat dipengaruhi oleh lingkungan kedua orang tua di mana peran ibu yang begitu penuh dedikasi terhadap perkembangan anaknya sangat berpengaruh. Pengaruh dari kedua orang tua juga bisa sangat menunjang atau bahkan merusak salah satu atau ketiga unsur kepribadian wirausaha seorang anak. Viktor Kiam, seorang pakar entrepreneur, sama berkomentar bahwa jiwa entrepreneur/wirausaha perlu diberikan kepada anak sejak dibangku sekolah, karena filosofi kewirausahaan dapat

melatih anak lebih mandiri, jeli melihat peluang, sehingga punya daya cipta yang lebih kreatif.<sup>43</sup>

Terkait dengan konsep di atas, ternyata ribuan tahun yang lalu telah ada dalam diri seorang Muhammad. Dia adalah wirausahawan yang memiliki kemerdekaan dan kepercayaan diri yang tinggi. Hal itu terbentuk dari proses dan pengalaman hidup yang ia lalui. Dalam sejarahnya, ia lahir seorang yatim dan ditinggal ibunya ketika masih berumur enam tahun. Ia pun diasuh oleh kakenya, Abdul Muttalib. Namun tak lama bersamanya, ia pun harus berpisah dengan sang kakek di usia delapan tahun, dua bulan, sepuluh hari. Pada akhirnya, ia pun dibesarkan oleh pamannya, Abu Thalib sampai ia dewasa dan menerima amanah kenabian dan kerasulan.<sup>44</sup> Kondisi tersebut kemudian membentuk karakter dan psikologis yang kokoh sebagai modal utama dalam berwirausaha di kemudian hari. Bahkan para wirausahawan modern seperti David Moores dan Orvis Colins, Abraham Zaleznik, Jhon Kao sebagai referensi dalam penelitian mereka.

Pada dasarnya, Nabi Muhammad dari sejak kecil telah dikenal sebagai orang terpercaya (*al-Amin*). Tidak hanya itu, ia juga dikenal dengan kecerdasannya (*fathonah*), kejujuran (*as-Siddiq*) dan kesetiaannya memegang janji (*amanah*). Dengan

---

<sup>43</sup> M. Thobrani, *Super Sukses Muhammad* cet. I (Yogyakarta: Cakrawala, 2011), 161.

<sup>44</sup> Syekh Shafiyur Rahman al-Mubarakfury, *Sirah Nabawiyah* ter. dari Ar-Rahiq al-Makhtum oleh Kathur Suhardi cet VIII (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2000), 79-80.

karakter tersebut, ia pun mendapat kepercayaan dari para pemilik modal. Ketika itu, adalah Khadijah sebagai pemegang modal pun memberikan tawaran untuk menjalin mitra kerjasama dalam membangun bisnis yang berdasarkan pada sistem bagi hasil (*profit sharing*) atau *mudarabah*.

Muhammad pun mulai dikenal sebagai seorang wirausahawan. Namanya mulai dikenal di Syiria, Yaman, Basra (Iraq), Yordania dan kota-kota metropolitan di Jazirah Arabiyah. Dengan semangat suka sama suka dan kejujuran dan profesionalisme membuatnya ia semakin disenangi oleh mitra bisnisnya. Dan secara tidak langsung, ia pun telah berhasil menanam benih etika dasar dalam wirausaha yang kemudian menjadi refrensi hingga dewasa ini.<sup>45</sup>

## **b. Sifat – sifat Nabi**

### **1. Nabi Muhammad sebagai Entrepreneurship**

Muhammad SAW adalah pedagang sejati, beliau memberikan tuntunan bagaimana melakukan perdagangan dengan benar dan profesional. Nabi Muhammad SAW masa mudanya berjulukan al-Amin karena memiliki kredibilitas tinggi. Dalam dunia *entrepreneur*, kepercayaan adalah modal yang paling besar.<sup>46</sup> Unsur kejujuran dan kepercayaan (*trust*) menjiwai praktik dagangnya. Keterampilan dan

---

<sup>45</sup> M. Thobrani, *Super* ....., 162.

<sup>46</sup> Abdollah dan Laode Masihum Richmoslem, *Rasulullah Business School* (Jakarta: PT. Santri Ikhwanur Rasul, 2012), 169.

akhlak berbisnis menjadi dua hal yang berjalan secara simultan. Nabi Muhammad SAW, benar-benar mengusung spirit, bisnis yang benar-benar bersih, beretika, dan berprospek cerah. Beliau tidak sekedar mengucapkan tetapi mencontohkan hingga berhasil menjadi pebisnis sukses pada zamannya.<sup>47</sup>

Dua belas tahun usia Muhammad, ketika pertama kali mendapat pengalaman istimewa dalam berpetualang. Sejak itulah Muhammad melakukan semacam magang (*internship*) yang berguna kelak ketika beliau mengelola bisnis sendiri.<sup>48</sup> Saat itu dia mengikuti pamannya pergi berdagang ke Syiria. Betapa rajinnya Muhammad waktu itu. Pamannya lebih sering mengajak Muhammad berdagang ke luar daerah, dibanding mengajak anaknya Abu Thalib. Bukan Karena tidak sayang, melainkan karena efektif dan tidak efektif dalam perjalanan. Pengalaman-pengalaman yang dialaminya menjadikan Muhammad sebagai pribadi yang mandiri, pantang menyerah, kuat yang selalu siap mengambil keputusan pada saat-saat sulit.<sup>49</sup>

Saat paman bangkrut, Muhammad tidak lantas larut dalam kepedihan. Sebaliknya, dengan sigap ia segera mengambil keputusan. Mencari alternatif atas kebangkrutan sang paman hingga ia menemukan solusi untuk melakukan perdagangan keliling sendiri.

---

<sup>47</sup> Yusuf Mansur, *Business Wisdom of Muhammad SAW: 40 Kedahsyatan Bisnis Ala Nabi SAW* (Bandung: PT. Karya Kita, 2008), 4.

<sup>48</sup> Muhammad Syafi'i Antonio dan Tim Tazkia, *Ensiklopedia Leadership & Manajemen Muhammad SAW: The Super Leader Super Manajer, Jilid 2* (Jakarta: Tazkia Publishing, 2012), 81.

<sup>49</sup> Abdollah dan Laode Masihum Richmoslem, *Rasulullah.....*, 133

Berbekal pengalaman dan keterampilannya dalam berdagang, Muhammad mulai menawarkan jasa menjual barang dagangan para saudagar kaya Mekkah. Muhammad sudah mahir berdagang dengan model seperti ini, karena sejak kecil ia sudah terbiasa menjual barang dagangan di sekitar ka'bah pada musim haji.<sup>50</sup> Pengalaman-pengalaman inilah yang membuat modal dasar bagi perkembangan jiwa *entrepreneurship* Muhammad. Muhammad adalah pelaku bisnis (pedagang), dimana usianya 20-an perdagangan beliau sudah menembus negara-negara tetangga, bahkan dia lebih lama menjadi pedagang ketimbang nabi.<sup>51</sup>

Selain *skill* berdagang yang beliau miliki. Muhammad juga memiliki keterampilan membangun hubungan (jaringan) dengan kepala suku-suku Kabilah Arab selaku kawan-kawan kakeknya. Muhammad mengajukan berbagai penawaran kepada saudagar kaya Makkah (*syirkah* dan *mudharabah*).<sup>52</sup> Penawaran perdagangan ini melibatkan kaum wanita, para janda dan anak-anak yatim yang menjadi ahli waris terhadap harta ayah mereka. Sejarah mencatat salah seorang di antara pemilik modal tersebut adalah seorang janda kaya bernama Siti Khadijah yang menawarkan satu kemitraan berdasarkan pada sistem bagi hasil (*profit sharing*). Dengan demikian, terbukalah kesempatan bagi Muhammad untuk memasuki dunia bisnis

---

<sup>50</sup> Yusuf Mansur, *Business*....., 5.

<sup>51</sup> Novi Indriyani Sitepu, *Prilaku Bisnis Muhammad SAW Sebagai Entrepreneur Dalam Filsafat Ekonomi Islam*, HUMAN FALAH: Volume 3. No. 1 Januari – Juni 2016.

<sup>52</sup> Yusuf Mansur, *Business*....., 3.

dengan cara menjalankan modal orang lain, baik dengan upah (*fee based*) maupun dengan *profit sharing*.<sup>53</sup>

Muhammad sebelum menikah, menjadi manajer perdagangan Khadijah ke pusat perdagangan Habasyah di Yaman. Muhammad juga empat kali memimpin ekspedisi perdagangan untuk Khadijah ke Siria dan Jorash di Yordania. Serta beliau juga pernah ke Bahrain, sebelah Timur Semenanjung Arab. Dengan demikian di usia muda Muhammad sudah menjadi pedagang regional, karena daerah perdagangannya meliputi hampir seluruh Jazirah Arab. Setelah menikah Muhammad tetap melangsungkan usaha perdagangannya, namun beliau bertindak sebagai manajer sekaligus mitra dalam usaha istrinya. Tidak banyak catatan sejarah yang merekan usaha perdagangan dan perjalanan bisnis yang dilakukan oleh Muhammad setelah menikah. Tetapi, terdapat catatan tentang hubungan dagang beliau dengan berbagai macam orang. Hal ini memberi petunjuk bahwa Muhammad benar-benar menggeluti bidang perdagangan.<sup>54</sup>

## 2. Dimensi *Shiddiq* dalam Bisnis Nabi

*Shiddiq* artinya mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang benar berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada kontradiksi dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dengan perbuatan. Karena

---

<sup>53</sup> Muhammad Syafi'i Antonio dan Tim Tazkia, *Ensiklopedia*....., 82.

<sup>54</sup> *Ibid.*

itu Allah memerintahkan orang-orang yang beriman untuk senantiasa memiliki sifat *Shiddiq* dan menciptakan lingkungan yang *Shiddiq*. Dalam dunia bisnis kejujuran ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan (*Mujahadah* dan *Itqan*) baik ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup tutupi). Untuk kemudian diperbaiki secara terus menerus, serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu (baik dalam diri, teman sejawat, perusahaan maupun mitra bisnis).<sup>55</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّٰدِقِينَ ١١٩

“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar”. (Q.S at Taubah: 119)

Anugerah Allah yang diraih oleh mereka yang yang diuraikan kisahnya oleh Ayat yang sebelumnya adalah karena ketaqwaan, kesungguhan dan kebenaran mereka. Mereka itulah yang hendaknya diteladani. Karena itu Allah mengajak, “(Wahai orang-orang beriman, bertakwalah kepa Allah) denga meninggalkan perbuatan-perbuatan maksiat (dan hendaklah kalian bersama orang-orang yang benar) dalam hal iman dan menepati janji untuk itu kalian harus menepati kebenaran”.

---

<sup>55</sup> Didin Hafiduddin, *Islam Aplikatif* (Jakarta: Gema Insani, 2003), 36.

Siapa yang selalu bersama sesuatu, sedikit demi sedikit ia akan terbiasa dengannya. Karena itu, Nabi SAW berpesan: “*Hendaklah kamu (berucap dan bertindak) benar*”. Kebenaran mengantar kepada kebajikan dan kebajikan mengantar ke surga. Dan seseorang yang selalu (berucap dan bertindak) benar serta mencari yang benar, pada akhirnya dinilai Allah sebagai *Shiddiq*.<sup>56</sup>

Sedangkan *Ahmad Mustafa Al Maraghi* dalam tafsirnya, “*Wahai orang-orang yang beriman kepada Allah dan Rasul-Nya, bertakwalah kamu kepada Allah, dan takutlah kepada-Nya, dengan menunaikan kewajiban-kewajiban yang Dia fardhukan, dan menghalangi larangan-larangan-Nya. Dan jadilah kamu didunia tergolong orang yang setia dan taat kepada-Nya niscaya di akhirat kamu tergolong orang-orang yang benar-benar masuk surga. Dan janganlah kamu bergabung dengan orang munafik yang bercuci tangan dari dosa-dosa mereka dengan pengakuan dusta, lalu memperkuatnya dengan sumpah*”.

Pentingnya etika dalam perdagangan bukan saja berdasarkan teks-teks wahyu dan hadist tetapi juga telah ditunjukkan oleh Nabi Muhammad saw. Berkaitan dengan hal ini, *Afzalur Rahman* dalam bukunya, “*Muhammad sebagai pedagang*” menuliskan sebagai berikut, “*Adalah merupakan suatu fakta sejarah bahwa Muhammad tidak hanya melakukan perdagangan dengan adil dan jujur, akan*

---

<sup>56</sup> Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002), 80.

tetapi ia bahkan meletakkan prinsip-prinsip mendasar untuk hubungan dagang yang adil dan jujur”. Kejujuran keadilan dan konsistensi yang ia pegang teguh dalam transaksi-transaksi perdagangan telah menjadi teladan abadi dalam segala jenis masalah perdagangan. Reputasi Muhammad sebagai pedagang yang jujur dan terpercaya telah terbina dengan baik sejak usia muda. Ia selalu memperlihatkan rasa tanggung jawab dan integritas yang besar dalam berurusan dengan orang lain.<sup>57</sup>

### 3. Dimensi Amanah dalam Bisnis Nabi

*Amanah* mempunyai arti bertanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. *Amanah* ditampilkan dalam dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (berbuat yang terbaik) dalam segala hal. Sifat *amanah* mesti dimiliki oleh setiap Mukmin, terlebih bagi yang mempunyai pekerjaan yang berhubungan dengan bisnis dan pelayanan kepada masyarakat.

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 ٥٨

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila

<sup>57</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir al Mishbah*, Vol. V (Ciputat: Lentera Hati, 2002), 280.

*menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.” (An Nisa: 58)*

Ayat ini menjelaskan keburukan orang yahudi, seperti tidak menunaikan amanah yang Allah percayakan kepada mereka yakni amanah mengamalkan kitab suci dan tidak menyembunyikan isinya, kini Al-Qur'an kembali menuntun kaum muslim agar tidak mengikuti jejak mereka, karena ayat ini langsung menyebut nama Allah sebagai yang menuntun dan memerintahkan, sebagaimana terbaca dalam firmannya di atas. Sesungguhnya Allah adalah Maha Agung, yang wajib wujudnya serta menyandang segala sifat terpuji lagi suci dari segala sifat tercela, menyuruh kamu menunaikan amanat-amanat secara sempurna dan tepat waktu kepada pemiliknya, yakni yang berhak menerimanya, baik amanat Allah kepada kamu, maupun amanat manusia, betapun banyaknya yang diserahkan kepada kamu, dan Allah juga menyuruh kamu apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia.

*Amanah* adalah sesuatu yang diserahkan Allah kepada pihak lain untuk dipelihara dan dikembalikan bila tiba saatnya atau bila diminta oleh pemiliknya. *Amanah* adalah lawan dari kata khianat. Ia tidak diberikan kecuali kepada orang yang dinilai oleh pemberinya dapat memelihara dengan baik apa yang diberikannya itu.

Ayat di atas ketika memerintahkan menunaikan amanat, ditekankannya bahwa amanat tersebut harus ditunaikan kepada ahlinya yakni pemiliknya, dan ketika memerintahkan menetapkan hukum dengan adil, dinyatakannya apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia. Ini berarti bahwa perintah berlaku adil tu ditujukan terhadap manusia secara keseluruhan. Dengan demikian baik amanat maupun keadilan harus ditunaikan dan ditegakkan tanpa membedakan agama, keturunan, atau ras.<sup>58</sup>

#### 4. Dimensi *Tabligh* dalam Bisnis Nabi

Dalam transaksi bisnis terkadang terjadi kontak bisnis antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati. kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini seorang penjual akan mendapat berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli. Kunci suksesnya adalah satu yaitu pelayanan kepada orang lain. Rasulullah SAW bersabda: ”*senyummu kepada saudaramu adalah sedekah bagimu*“ (H.R Al Turmidzi).

Bukankah senyum dari seorang penjual terhadap pembeli merupakan wujud refleksi dari sikap ramah yang menyejukkan hati sehingga orang lain akan senang. Dan bukan tidak mungkin pada akhirnya mereka akan menjadi pelanggan setia yang akan menguntungkan pengembangan bisnis di kemudian hari. Sebaliknya, jika penjual bersikap kurang ramah, apalagi kasar dalam melayani

---

<sup>58</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir* ....., 582.

pembeli, justru mereka akan melarikan diri dalam arti tidak akan mau kembali lagi.<sup>59</sup>

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا  
 مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا  
 عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

*“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.” (Q.S Ali Imron: 159)*

Firman Allah: *Sekiranya Engkau bersikap keras lagi berhati kasar, mengandung makna bahwa engkau, Muhammad bukanlah seorang yang berhati keras. Sahabat-sahabat Nabi selalu berada di sekeliling beliau, senang bersama beliau dan tidak jemu jemu mendengar sabda beliau dan walau semua merasa mendapatkannya, tidak seorang pun merasa, bahkan kehangatan yang diperoleh orang lain mengurangi kehangatan yang didambakannya. Persis seperti*

---

<sup>59</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam* (Malang: UIN Malang Pres), 29.

kehangatan matahari, betapapun kehangatannya diperoleh semua makhluk, tidak satu pun yang mengeluh kekurangannya.

Firman-Nya, “*Berlaku keras lagi berhati kasar*”, menggambarkan sisi dalam dan sisi manusia. Berlaku keras menunjukkan sisi luar manusia dan berhati kasar, menunjukkan sisi dalamnya. Kedua hal ini dinafikkan dari Rasulullah, memang keduanya perlu dinafikkan dari Rasul SAW. Memang, keduanya perlu dinafikkan secara bersamaan karena, boleh jadi ada yang berlaku keras tapi hatinya lembut atau hatinya lembut tapi tidak mengetahui sopan santun. Karena yang terbaik adalah yang menggabung keindahan sisi luar dalam perilaku yang sopan, kata-kata yang indah sekaligus hati yang luhur, penuh kasih sayang.<sup>60</sup>

Nabi Muhammad SAW adalah orang yang berbudi pekerti yang halus, berhati lembut dan penyayang kepada umatnya. Oleh sebab itu berduyun duyun manusia masuk agama Islam yang dibawanya. Oleh karena itu ia tidak lupa bermusyawarah dengan mereka tentang pekerjaan yang bersangkutan paut dengan urusan negeri seperti dari hal peperangan dsb. Setelah Nabi bermusyawarah dengan mereka dan telah sempurna alat perkakasnya, barulah ia mengerjakan pekerjaan itu, sambil menyerahkan diri kepada Allah.<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir* ....., Hal. 312

<sup>61</sup> Mahmud Yunus, *Tafsir Quran Karim*, (Jakarta: Hidakarya Agung, 1992), Hal. 95

## 5. Dimensi *Fathanah* dalam Bisnis Nabi

*Fathanah* mempunyai arti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala yang menjadi tugas dan kewajibannya. Sifat ini akan menumbuhkan kreatifitas dan kemampuan melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat. Kreatif dan inovatif hanya mungkin dimiliki manakala seseorang selalu berusaha untuk menambah berbagai ilmu pengetahuan, peraturan, informasi, baik yang berhubungan dengan pekerjaan maupun perusahaan secara umum. Sifat ini pula lah yang mengantarkan Nabi Muhammad SAW (sebelum menjadi Nabi) pada keberhasilan dalam kegiatan perdagangan.<sup>62</sup>

قَالَ أَجْعَلْنِي عَلَىٰ خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ ٥٥

Berkata Yusuf: "Jadikanlah aku bendaharawan negara (Mesir); Sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, lagi berpengetahuan". ( Q.S Yusuf: 55 )

Dari sikap dan perilaku Yusuf, raja tahu bahwa Yusuf seorang yang cakap dalam mengatur dan terampil dalam setiap apa yang dikerjakannya. Yusuf pun merasakan hal itu. Yusuf meminta pada raja agar diangkat sebagai salah satu pejabatnya seraya berkata, "Jadikanlah aku sebagai salah satu penjaga gudang tempat kau menyimpan kekayaan dan hasil bumi milikmu. Karena, seperti telah

---

<sup>62</sup> Didin Hafhiduddin, *Islam* ....., 37.

*paduka buktikan sendiri, aku dapat memegang dan memelihara urusan kerajaan dengan baik, dapat menjaga dan memberdayakan harta-hartamu untuk sasarn yang tepat”*

Ayat diatas mendahulukan kata *hafizh* daripada kata *alim*. Ini karena pemeliharaan amanah lebih penting dari pengetahuan. Seseorang yang memelihara amanah dan tidak berpengetahuan akan mendorong untuk meraih pengetahuan yang belum dimilikinya. Dan seseorang yang berpengetahuan tetapi tidak memiliki amanah, bisa jadi ia menggunakan pengetahuannya untuk menghianati amanah.<sup>63</sup>

### **c. Manajemen Pengelolaan Usaha**

#### **1. POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Contolling*)**

Manajemen Usaha yang banyak diterapkan ada empat yaitu: *Planning, Organizing, Actuating, and Controlling*.

##### *1. Planning*

Berbagai batasan tentang *planning* dari yang sangat sederhana sampai dengan yang sangat rumit. Misalnya yang sederhana saja merumuskan bahwa perencanaan adalah penentuan serangkaian tindakan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan. Jadi, *planning* (perencanaan) yaitu penentuan serangkaian tindakan dan kegiatan untuk mencapai hasil yang diharapkan.

---

<sup>63</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir* ....., 127.

## 2. *Organizing*

Istilah (kata-kata) *Organizing* atau pengorganisasian berasal dari kata *organum*, yang berarti alat, bagian atau komponen-komponen. Di dalam pendekatan manajemen, istilah organisasi mempunyai dua arti umum. Arti pertama mengacu pada suatu lembaga (institusi) atau kelompok fungsional. Arti kedua mengacu pada proses pengorganisasian, yaitu cara pengaturan pekerjaan dan pengalokasian pekerjaan di antara anggota organisasi, sehingga organisasi diharapkan melaksanakan fungsi penting untuk membantu ketidakmampuan anggota sebagai individu dalam rangka mencapai tujuan yang sulit atau bahkan tidak mungkin dicapai sendiri. Jadi dari sudut pandang jumlah anggota organisasi adalah dua orang atau lebih yang bekerjasama dalam cara yang terstruktur untuk mencapai sasaran spesifik atau sejumlah sasaran.<sup>64</sup>

## 3. *Actuating*

Perencanaan dan pengorganisasian yang baik kurang berarti bila tidak diikuti dengan pelaksanaan kerja. Untuk itu maka dibutuhkan kerja keras, kerja cerdas dan kerjasama. Semua sumber daya manusia yang ada harus dioptimalkan untuk mencapai visi, misi dan program kerja organisasi. Pelaksanaan kerja harus sejalan dengan

---

<sup>64</sup> Abdul Aziz, *Manajemen Investasi Syari'ah* (Bandung: Alfabeta, 2010), 25-26.

rencana kerja yang telah disusun. Kecuali memang ada hal-hal khusus sehingga perlu dilakukan penyesuaian.

Setiap SDM harus bekerja sesuai dengan tugas, fungsi dan peran, keahlian dan kompetensi masing-masing SDM untuk mencapai visi, misi dan program kerja organisasi yang telah ditetapkan.<sup>65</sup>

#### 4. *Controlling*

*Controlling* atau pengawasan, sering juga disebut pengendalian yang termasuk salah satu fungsi manajemen yang berupa mengadakan penilaian, bila perlu mengadakan koreksi sehingga apa yang dilakukan bawahan dapat diarahkan kejalan yang benar dengan maksud dengan tujuan yang telah digariskan semula.<sup>66</sup>

### **POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*) dalam Bisnis Islam**

Pertama, *Planning*, yaitu melakukan perencanaan/gambaran dari sesuatu kegiatan yang akan dilakukan dengan waktu dan metode yang sudah ditentukan. Sebagaimana disabdakan Rasulullah SAW: “*Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan , dilakukan secara itqan (tepat, tearah, jelas, tuntas)*”. (HR. Thabrani). Begitu juga dalam Al-Qur’an Surah Al-Insyirah [94] ayat 7-6;

---

<sup>65</sup> Terra, *POAC: Planning, Organizing, Actuating, and Controlling Manajemen Organisasi* diakses dalam <https://medium.com/@TERRAITB/poac-planning-organizing-actuating-and-controlling-manajemen-organisasi-ea982e20529>, pada tanggal 20 April 2019 pukul 11:25

<sup>66</sup> Abdul Aziz, *Manajemen*....., 27.

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦٧﴾ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٦٨﴾

Artinya:

6. “*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan*”.

7. “*Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain*”.<sup>67</sup>

Kedua, *Organization*; melakukan pengorganisasian tentang fungsi setiap orang, hubungan kerja baik secara vertikal atau horizontal. Allah SWT berfirman;

وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا ۗ وَادْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِّنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُم مِّنْهَا ۚ كَذَٰلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ ۗ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ ﴿١٠٣﴾

Artinya:

103.” dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah akan nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa Jahiliyah) bermusuh-musuhan, Maka Allah mempersatukan hatimu, lalu menjadilah kamu karena nikmat Allah, orang-orang yang bersaudara; dan kamu telah

<sup>67</sup> Maksudnya: sebagian ahli tafsir menafsirkan apabila kamu (Muhammad) telah selesai berdakwah Maka beribadatlah kepada Allah; apabila kamu telah selesai mengerjakan urusan dunia Maka kerjakanlah urusan akhirat, dan ada lagi yang mengatakan: apabila telah selesai mengerjakan shalat berdoalah.

*berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu dari padanya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu, agar kamu mendapat petunjuk”.* (QS. Ali-Imran [3]: 103).

Ayat di atas menunjukkan bahwa dalam aktivitas bisnis, manusia dilarang bermusuhan-musuhan. Hendaknya bersatu-padu dalam bekerja dan memegang komitmen untuk menggapai cita-cita yang diinginkan sejalan dengan aturan-aturan syariah. Allah SWT berfirman:

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا  
 اكْتَسَبَتْ ۗ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِن نَّسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا  
 إِصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِن قَبْلِنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا  
 طَاقَةَ لَنَا بِهِ ۗ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا ۗ أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا  
 عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ ﴿٢٨٦﴾

Artinya:

286. “Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (mereka berdoa): "Ya Tuhan Kami, janganlah Engkau hukum Kami jika Kami lupa atau Kami tersalah. Ya Tuhan Kami, janganlah Engkau bebaskan kepada Kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebaskan kepada orang-orang sebelum kami.

*Ya Tuhan Kami, janganlah Engkau pikulkan kepada Kami apa yang tak sanggup Kami memikulnya. beri ma'aflah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah penolong Kami, Maka tolonglah Kami terhadap kaum yang kafir”.*” (QS. Al-Baqarah [2]: 286).<sup>68</sup>

Ketiga, *Actuating*, yaitu; umat islam berpegang teguh pada agama Allah dengan cara mengajak pada kebajikan, memerintah kebaikan dan melarang kemunkaran.<sup>69</sup> Allah SWT berfirman: surat Ali Imron Ayat 104,

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ  
عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya:

104. “*dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar<sup>70</sup>; merekalah orang-orang yang beruntung*”.

Perumpamaan orang yang mematuhi peraturan-peraturan Allah dengan orang-orang yang melanggarnya adalah seperti segolongan orang yang mengundi (untuk) naik kapal. Sebagian orang memperoleh tempat di bagian atas, dan sebagian lagi dibagian bawah. Orang-orang yang menempati bagian bawah itu, jika hendak mengambil air

<sup>68</sup> Nova Yanti Maleha, *MANAJEMEN* ....., 5.

<sup>69</sup> Wahbah Azzuhaili, *Attafsir Al Munir, Juz 2* (Beirut: Dar Al Fikr, 2000), 354.

<sup>70</sup> Ma'ruf: segala perbuatan yang mendekatkan kita kepada Allah; sedangkan Munkar ialah segala perbuatan yang menjauhkan kita dari pada-Nya.

terpaksa melewati orang-orang yang diatas. Kata mereka “*Bagaimana kalau kita tembus saja lobang air di tempat kita sehingga kita tidak perlu merepotkan orang-orang diatas*” Jika orang-orang yang berada diatas tadi menyetujui rencana tadi, celakalah mereka. Dan jika mereka melarang mereka akan tertolong, dan semua isi kapal akan selamat. (HR. Al-Bukhori)

Makna Hadits di atas menerangkan tentang sesuatu yang di terima bagi orang-orang yang menaati segala perintah dan larangan Allah serta orang yang mengingkarinya, orang yang menaati perintah dan larangan Allah ia akan selamat dan bagi orang-orang yang mengingkarinya ia akan mengalami kerugian.<sup>71</sup>

*Actuating* dalam hadits di atas adalah pentingnya saling menghormati dan mengingatkan antara satu dengan yang lainnya dalam melaksanakan tugas agar terlaksana dengan efektif dan efisien, karena peran semua komponensangat berpengaruh dan saling mempengaruhi dalam pencapaian tujuan.

Keempat, *Controlling*, yaitu; senantiasa melakukan pengamatan dan penelitian terhadap jalannya *planning*. Dalam pandangan Islam menjadi syarat mutlak bagi pimpinan untuk lebih baik dari anggotanya, sehingga kontrol yang ia lakukan akan efektif.

---

<sup>71</sup> Ibnu Bathol Abu Hasan Ali bin Khalaf bin Abdul Malik, *Syarah Shahih Bukhari Iibni Bathol, Juz 7* (Al-Maktabah Asy-Syamilah, Al Ishtar 3.51, 2013), 13.

Allah berfirman:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لِمَ تَقُوْلُوْنَ مَا لَا تَفْعَلُوْنَ ﴿٦١﴾

2. “Wahai orang-orang yang beriman, kenapakah kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu kerjakan?”.(QS. Ash-Shoff [61]: 2).<sup>72</sup>

## 2. Manajemen

Kata manajemen berasal dari bahasa Latin, yaitu berasal dari kata manus yang berarti tangan dan agere yang berarti melakukan. Katakata itu digabung menjadi kata kerja managere yang artinya menangani. Managere diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dalam bentuk kata kerja to manage, dengan kata benda management, dan manager untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen. Akhirnya, management diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia menjadi manajemen atau pengelolaan.<sup>73</sup>

Manajemen adalah proses usaha pelaksanaan aktivitas yang diselesaikan secara efisien dengan dan melalui pendayagunaan orang lain (sumber-sumber manusia, finansial, dan fisik yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penempatan, penggerakan dan pengendalian) untuk mencapai suatu tujuan tertentu yaitu

<sup>72</sup> Nova Yanti Maleha, *MANAJEMEN* ....., 6.

<sup>73</sup> Mochamad Arif Faizin, *Transformasi Manajemen Pendidikan Pesantren Salafiyah di Jawa Timur (Studi Kualitatif di Pesantren Lirboyo Kediri)* (Jakarta: Tidak Diterbitkan, 2012), 33.

menghasilkan produk atau jasa/layanan yang diinginkan oleh sekelompok masyarakat.<sup>74</sup>

Manajemen menurut George R. Terry suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang ke arah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata.<sup>75</sup>

Sedangkan dalam perspektif Islam, manajemen merupakan suatu kebutuhan yang tak terelakkan dalam memudahkan implementasi Islam pada kehidupan pribadi, keluarga, dan masyarakat. Oleh karena itu, manajemen sering dianggap sebagai ilmu sekaligus teknik (seni) kepemimpinan. Akan tetapi secara umum tidak ada pengertian baku apa yang disebut sebagai manajemen Islami. Kata manajemen dalam bahasa Arab adalah *Idara* yang berarti “berkeliling” atau “lingkaran”. Dalam konteks bisnis bisa dimaknai bahwa “bisnis berjalan pada siklusnya”, sehingga manajemen bisa diartikan kemampuan manajer yang membuat bisnis berjalan sesuai dengan rencana.

Sedangkan A. Riawan Amin mendefenisikan manajemen dalam Islam sebagai “*Getting God will done by the people*” atau melaksanakan keridaan Allah SWT melalui orang. Sementara Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa menyatakan bahwa manajemen dalam perspektif Islam memiliki dua pengertian,

---

<sup>74</sup> Marno dan Triyo Supriyanto, *Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan Islam* (Malang: PT. Refika Aditama, 2008), 1.

<sup>75</sup> George R. Terry & Leslie W. Rue, *Dasar-Dasar Manajemen*, Terj. G.A. Ticoalu (Jakarta: PT Bumi Aksara), 1.

yaitu sebagai ilmu, dan sebagai aktivitas. Sebagai ilmu, manajemen dipandang sebagai salah satu ilmu umum yang tidak berkaitan dengan nilai, peradaban sehingga hukum mempelajarinya adalah fardu kifayah.

Sedangkan sebagai aktivitas ia terikat pada aturan dan nilai atau hadlarah Islam. Di lihat dari sisi bisnis Islam, maka diartikan sebagai suatu bentuk bisnis yang mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam. Oleh karena itu, praktiknya dalam Islam itu bersifat universal, artinya semua negara dapat melakukan atau mengadopsi sistem bisnis Islam dalam hal sebagai berikut :

- a. Menetapkan imbalan yang akan diberikan masyarakat sehubungan dengan pemberian jasa yang dipercayakan kepadanya.
- b. Menetapkan imbalan yang akan diterima sehubungan dengan penyediaan jasa kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan baik untuk keperluan investasi maupun modal kerja.
- c. Menetapkan imbalan sehubungan dengan kegiatan usaha lainnya yang lazim dilakukan oleh bisnis Islami.<sup>76</sup>

### **3. Produksi dalam Islam**

Produksi dapat didefinisikan sebagai hasil dari suatu proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan (*input*). Kegiatan produksi tersebut mengkombinasikan berbagai input untuk menghasilkan *output*. Setiap variabel input dan *output*

---

<sup>76</sup> Nova Yanti Maleha, *MANAJEMEN* ....., 2-3.

mempunyai nilai yang positif.<sup>77</sup> Kahf mendefinisikan kegiatan produksi dalam perspektif Islam sebagai usaha manusia untuk memperbaiki tidak hanya kondisi fisik materialnya, tetapi juga moralitas, sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sebagaimana di gariskan dalam agama Islam, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat.

Islam memandang bahwa bumi dan segala isinya merupakan amanah Allah SWT kepada sang khalifah agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama. Salah satu pemanfaatan yang telah diberikan kepada sang khalifah adalah kegiatan ekonomi (umum) dan lebih sempit lagi kegiatan produksi (khusus). Islam mengajarkan kepada khalifah untuk memakai dasar yang benar agar mendapat keridhaan dari Allah sang maha pencipta. Prinsip dasar ekonomi adalah keyakinan kepada Allah sebagai Rabb dari alam semesta. Hal ini terdapat pada surat al-Jasiyah ayat 13 :

وَسَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِّنْهُ إِنَّ فِي

ذَٰلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿١٣﴾

*Artinya:*

*"dan Dia telah menundukkan untukmu apa yang di langit dan apa yang di bumi semuanya, (sebagai rahmat) daripada-Nya.*

---

<sup>77</sup> I Gusti N. Agung, *Teori Ekonomi Mikro Suatu Analisis Produksi Terapan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 25.

*Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang berfikir.”<sup>78</sup>*

Dalam Islam memproduksi sesuatu bukanlah sekedar untuk dikonsumsi sendiri atau dijual ke pasar. Islam menekankan bahwa setiap kegiatan produksi harus pula mewujudkan fungsi sosial. Hal ini tercermin dalam Qur'an Surat al-Hadiid ayat 7 :

ط  
 ءَامِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلِفِينَ فِيهِ  
 فَالَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَأَنْفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ ﴿٧﴾

*Artinya:*

*”Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar.”<sup>79</sup>*

### **Prinsip Produksi dalam Islam**

Al-Qur'an dan Hadits Rasulullah SAW memberikan arahan mengenai prinsip-prinsip produksi sebagai berikut:

- a. Tugas manusia di muka bumi sebagai khalifah Allah adalah memakmurkan bumi dengan ilmu dan amalnya. Allah menciptakan bumi dan langit beserta segala apa yang ada di antara keduanya

<sup>78</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al Qur'an Edisi Terjemah Menyamping Al-Urjuwan* (Solo: PT. Serangkai Pustaka Merah, 2015), 593.

<sup>79</sup> *Ibid*, 652.

karena sifat ar-rahmaan-Nya kepada manusia. Karenanya sifat tersebut juga harus melandasi aktivitas manusia dalam pemanfaatan bumi dan langit dan segala isinya.

- b. Islam selalu mendorong kemajuan di bidang produksi. Menurut Yusuf Qardhawi, Islam membuka lebar penggunaan metode ilmiah yang didasarkan pada penelitian, eksperimen, dan perhitungan. Akan tetapi Islam tidak membenarkan penemuan terhadap dirinya dari al-Qur'an dan hadits.
- c. Teknik produksi diserahkan kepada keinginan dan kemampuan manusia. Nabi pernah bersabda: “ kalian lebih mengetahui urusan dunia kalian”
- d. Dalam berinovasi dan bereksperimen, pada prinsipnya agama Islam menyukai kemudahan, menghindari mudharat dan memaksimalkan manfaat. Dalam Islam tidak terdapat ajaran yang memerintahkan memberikan segala urusan berjalan dalam kesulitannya, karena pasrah kepada keberuntungan atau kesialan, karena berdalih dengan ketetapan dan ketentuan Allah, atau karena tawakal kepada-Nya, sebagaimana keyakinan yang terdapat di agama-agama selain Islam. Sesungguhnya Islam mengingkari itu semua dan menyuruh bekerja dan berbuat, bersikap hati-hati dan melaksanakan selama persyaratan. Tawakal dan sabar adalah konsep penyerahan hasil kepada Allah SWT sebagai pemilih hak yang menentukan segala

sesuatu setelah segala usaha dan persyaratan dipenuhi dengan optimal.<sup>80</sup>

### **Kaidah-Kaidah dalam Berproduksi Islam**

Adapun kaidah-kaidah dalam berproduksi antara lain adalah:

- a. Memproduksi barang dan jasa yang halal pada setiap tahapan produksi.
- b. Mencegah kerusakan di muka bumi, termasuk membatasi polusi, memelihara keserasian dan ketersediaan sumber daya alam.
- c. Produksi dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan individu dan masyarakat serta mencapai kemakmuran. Kebutuhan yang harus dipenuhi harus berdasarkan prioritas yang ditetapkan agama, yakni terkait kebutuhan untuk tegaknya akidah/ agama, terpeliharanya nyawa, akal dan keturunan/ kehormatan, serta untuk kemakmuran material.
- d. Produksi dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari tujuan kemandirian umat. Untuk itu hendaknya umat memiliki berbagai kemampuan, keahlian dan perasaan yang memungkinkan terpenuhinya kebutuhan spiritual dan material.

Meningkatkan kualitas sumberdaya manusia baik kualitas spiritual maupun mental dan fisik. Kualitas spiritual terkait dengan kesadaran rohaniyahnya, kualitas mental terkait dengan etos kerja, intelektual,

---

<sup>80</sup> Mustafa Edwin Nasution dan Budi Setyanto, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), 111.

kreatifitasnya, serta fisik mencakup kekuatan fisik, kesehatan, efisiensi dan sebagainya. Menurut Islam kualitas rohaniah individu mewarnai kekuatan-kekuatan lainnya, sehingga membina kekuatan rohaniah menjadi unsur penting dalam produksi Islami.<sup>81</sup>

#### 4. Pemasaran dalam Islam

Pemasaran atau dalam bahasa Inggrisnya lebih dikenal dengan sebutan marketing, istilah tersebut sudah sangat dikenal dikalangan pebisnis. Pemasaran mempunyai peran penting dalam peta bisnis suatu perusahaan dan berkontribusi terhadap strategi produk, strategi harga, strategi penyaluran/ distribusi, dan strategi promosi.

Definisi Pemasaran secara umum menurut Philip Kotler seorang guru pemasaran dunia, adalah sebagai berikut: “Pemasaran (*marketing*) adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran”.<sup>82</sup>

Sedangkan Pemasaran dalam pandangan Islam merupakan suatu penerapan disiplin strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Ide mengenai Pemasaran Syariah ini sendiri ditelurkan oleh dua orang pakar di bidang Pemasaran dan Syariah. Mereka adalah Hermawan Kertajaya, salah satu dari lima puluh orang guru yang telah mengubah masa depan dunia pemasaran bersama-sama dengan Philip Kotler, dan Muhammad Syakir Sula, salah satu dari enam

---

<sup>81</sup> *Ibid*, 112.

<sup>82</sup> Philip Kotler, *Marketing* (Alih Bahasa: Herujati Purwoko), 2.

pemegang gelar profesional ahli Asuransi Syariah juga CEO Batasa Tazkia sebuah Konsultan Syariah yang cukup dikenal dikalangan perbankan dan Asuransi Syariah.

Mereka memberikan definisi untuk Pemasaran Syariah (Marketing Syariah), adalah sebagai berikut:

*Sharia Marketing is a strategic business discipline that directs the process of creating, offering, and changing value from one initiator to its stakeholders, and the whole process should be in accordance with muamalah principles in Islam.*

Jika diterjemahkan pengertian dari Sharia Marketing di atas adalah sebagai berikut; Marketing Syariah adalah sebuah disiplin strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholder-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah Islami.<sup>83</sup>

Pemasaran merupakan ruh dari sebuah institusi bisnis. Semua orang yang bekerja dalam institusi tersebut adalah marketer yang membawa integritas, identitas, dan image perusahaan. Sebuah institusi yang menjalankan Pemasaran Syariah adalah perusahaan yang tidak berhubungan dengan bisnis yang mengandung unsur-unsur yang dilarang menurut syariah, yaitu bisnis judi, riba, dan produk-produk haram. Namun, walaupun bisnis perusahaan tersebut tidak

---

<sup>83</sup> Rozali, *Manajemen Pemasaran Islam* diakses dalam <http://fe.umj.ac.id/index.php?option=com>, pada tanggal 22 Januari 2018 pukul 09:17.

berhubungan dengan kegiatan bisnis yang diharamkan, terkadang taktik yang digunakan dalam memasarkan produk-produk mereka masih menggunakan cara-cara yang diharamkan dan tidak etis.

Pemasar adalah garis depan suatu bisnis, mereka adalah orang-orang yang bertemu langsung dengan konsumen sehingga setiap tindakan dan ucapannya berarti menunjukkan citra dari barang dan perusahaan.

Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula memberikan dua tujuan utama dari Marketing Syariah atau Pemasaran Syariah, yaitu:

1. Me-marketing-kan syariah

Dimana perusahaan yang pengelolaannya berlandaskan syariah Islam dituntut untuk bisa bekerja dan bersikap profesional dalam dunia bisnis. Juga dibutuhkan suatu program pemasaran yang komprehensif mengenai nilai dan value dari produk-produk syariah agar dapat diterima dengan baik, sehingga tingkat pemahaman masyarakat yang masih memandang rendah terhadap diferensiasi yang ditawarkan oleh perusahaan yang berbasiskan syariah.

2. Men-syariah-kan Marketing

Dengan mensyariahkan marketing, sebuah perusahaan tidak akan serta merta menjalankan bisnisnya demi keuntungan pribadi saja tetapi juga karena usaha untuk menciptakan dan menawarkan

bahkan dapat merubah suatu values kepada para stakeholder utamanya (Allah swt, konsumen, karyawan, pemegang saham). Sehingga perusahaan tersebut dapat menjaga keseimbangan laju bisnisnya dan menjadi bisnis yang *sustainable*.<sup>84</sup>

### **Konsep Strategi Pemasaran dalam Islam**

Konsep Pemasaran Syariah sendiri sebenarnya tidak berbeda jauh dari konsep pemasaran yang kita kenal. Konsep pemasaran yang kita kenal sekarang, pemasaran adalah sebuah ilmu dan seni yang mengarah pada proses penciptaan, penyampaian, dan pengkomunikasian values kepada para konsumen serta menjaga hubungan dengan para stakeholders-nya. Namun pemasaran sekarang menurut Hermawan juga ada sebuah kelirumologi yang diartikan untuk membujuk orang belanja sebanyak-banyaknya atau pemasaran yang pada akhirnya membuat kemasan sebaik-baiknya padahal produknya tidak bagus atau membujuk dengan segala cara agar orang mau bergabung dan belanja. Bedanya adalah Pemasaran Syariah mengajarkan pemasar untuk jujur pada konsumen atau orang lain. Nilai-nilai syariah mencegah pemasar terperosok pada kelirumologi itu tadi karena ada nilai-nilai yang harus dijunjung oleh seorang pemasar.

---

<sup>84</sup> AD Porwaningtyas, *Strategi Pemasaran Dalam Islam* (Surabaya: Skripsi UINSBY, 2009), 19-21.

Pemasaran Syariah bukan hanya sebuah pemasaran yang ditambahkan syariah karena ada nilai-nilai lebih pada Pemasaran Syariah saja, tetapi lebih jauhnya pemasaran berperan dalam syariah, dan syariah berperan dalam pemasaran. Pemasaran berperan dalam syariah diartikan perusahaan yang berbasis syariah diharapkan dapat bekerja dan bersikap profesional dalam dunia bisnis, karena dengan profesionalitas dapat menumbuhkan kepercayaan kosumen.

Syariah berperan dalam pemasaran bermakna suatu pemahaman akan pentingnya nilai-nilai etika dan moralitas pada pemasaran, sehingga diharapkan perusahaan tidak akan serta merta menjalankan bisnisnya demi keuntungan pribadi saja ia juga harus berusaha untuk menciptakan dan menawarkan bahkan dapat merubah suatu values kepada para stakeholders-nya sehingga perusahaan tersebut dapat menjaga keseimbangan laju bisnisnya sehingga menjadi bisnis yang sustainable seperti tujuan dari Pemasaran Syariah yang diberikan Hermawan dan juga Syakir Sula.<sup>85</sup>

Konsep Pemasaran Syariah yang ditawarkan oleh Hermawan dan Muhammad Syakir diantaranya adalah:

1. Syariah Marketing Strategy, untuk memenangkan mind-share, dapat dilakukan pemetaan pasar berdasarkan pertumbuhan pasar, keunggulan kompetitif dan situasi persaingan.

---

<sup>85</sup> Webmaster, *Marketing Syariah* diakses dalam <http://www.shariaheconomics.org/2009/marketing-syariah/>, pada tanggal 21 Januari 2019 pukul 09:45

2. Syariah Marketing Tactic, untuk memenangkan market-share. Ketika positioning pebisnis syariah di benak pasar rasional telah kuat, mereka harus melakukan diferensiasi yang mencakup apa yang ditawarkan (content), bagaimana menawarkan (context) dan apa infrastruktur dalam menawarkannya.
3. Syariah Marketing Value, untuk memenangkan heart-share (kecintaan pelanggan terhadap produk). Terakhir, semua strategi dan taktik yang sudah dirancang akan berjalan optimal bila disertai dengan peningkatan value dari produk atau jasa yang dijual.
4. Syariah Marketing Scorecard, untuk menciptakan keseimbangan value kepada para stakeholders. Tiga stakeholders utama dari suatu perusahaan adalah people, customers, dan shareholders. Ketiga stakeholders tersebut sangat penting karena mereka adalah orang-orang yang sangat berperan dalam menjalankan suatu usaha.
5. Syariah Marketing Enterprise, untuk menciptakan sebuah inspirasi (inspiration). Setiap perusahaan, layaknya manusia, haruslah memiliki impian (dream). Inspirasi tentang impian yang hendak dicapai inilah yang akan membimbing manusia, dan juga perusahaan, sepanjang perjalanannya.<sup>86</sup>

---

<sup>86</sup> Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 206-229.

#### d. Strategi

Strategi adalah suatu alat untuk mencapai sebuah tujuan yang diinginkan, serta suatu keputusan yang bertujuan untuk membuat dampak yang besar serta dalam jangka yang panjang dalam meraih kesuksesan. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*Planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.<sup>87</sup>

#### e. Industri Batik

Batik merupakan kata mbat dan tik. Mbat dalam bahasa Jawa diartikan sebagai ngembat atau melempar berkali-kali, sedangkan tik berasal dari kata titik. Jadi, membatik berarti melempar titik-titik berkali-kali pada kain. Sehingga akhirnya bentuk-bentuk titik tersebut berhimpitan menjadi bentuk garis. Definisi batik menurut Alwi, batik adalah kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain itu, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu.<sup>88</sup>

Hal serupa juga dikemukakan oleh Elizabeth Maryani bahwa batik adalah suatu seni lukis atau melukis pada bahan sandang berupa tekstil yang corak pewarnaan dengan mencoretkan malam pada sehelai kain

---

<sup>87</sup> Nur Fatin. 2018. *Pengertian Strategi dan Konsepnya* diakses dari [Seputarpengertian.blogspot.com](http://seputarpengertian.blogspot.com), pada tanggal 8 Mei 2019 pukul 09:00.

<sup>88</sup> Alwi Hasan, 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), 112.

dengan menggunakan alat berupa canting sebagai penutup untuk mengamankan warna dari pencelupan dan terakhir dilorot guna menghilangkan malam dengan jalan mencelupkan dalam air panas. Menurut Aep S. Hamidin batik, kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia (khususnya Jawa) sejak lama.<sup>89</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai Sifat-sifat Nabi (*Shiddiq, Amanah, Tabligh, dan Fathanah*) dan Industri Batik tidak terlalu banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu, bahkan sejauh ini peneliti belum menemukan penelitian yang sama secara keseluruhan dengan judul yang peneliti ajukan. Berikut ini peneliti paparkan penelitian terdahulu yang mengangkat topik mengenai Sifat-sifat Nabi (*Shiddiq, Amanah, Tabligh, dan Fathanah*) dan Industri Batik.

- i. Novi Indriyani Sitepu, 2016, "*Prilaku Bisnis Muhammad SAW Sebagai Entrepreneur Dalam Filsafat Ekonomi Islam*" Penelitian ini menghasilkan data bahwa Rasulullah adalah seorang pelaku bisnis yang sangat sukses di zaman beliau. Sifat egaliter, saling tolong menolong, saling mengasihi dan saling menghormati dengan tanpa pandang bulu dan status sosial bukanlah suatu kewajiban, tetapi sudah menjadi kebutuhan. Sifat itu sangat ampuh dalam memperluas dan memperkuat jaringan (*networking*) serta meningkatkan kredibilitas Muhammad dalam hal wirausaha. Keteladanan tuntunan ajaran Muhammad dalam menjalankan roda perekonomian

---

<sup>89</sup> S. Aep Hamidi, *Batik Warisan Budaya Asli Indonesia* (Yogyakarta: Narasi, 2010), 7.

(bisnis) sehingga dapat berjalan dengan cara yang baik dan beretika merupakan hal yang urgen untuk menjadi masukan dalam perilaku bisnis Islam.<sup>90</sup>

- ii. Muh. Nasrul Baihaqi, 2017, “*Analisis Strategi Pemasaran Toko Vanhelen dalam Meningkatkan Penjualan (Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam)*” Penelitian ini menyimpulkan bahwa ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Vanhelen Tulungagung sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah yaitu dalam melakukan strategi produk toko vanhelen memberikan kualitas yang baik serta menjual barang yang halal. Serta pembeli bisa memilih produk slera dan dalam promosinya tidak melebih-lebihkan dan tidak menutupi kecacatan produk yang dijualnya.<sup>91</sup>
- iii. Ubbadul Adzkiya’, “*Analisis Etika Bisnis Dan Marketing Nabi Muhammad Saw*” Penelitian ini menghasilkan data bahwa Kesuksesan Nabi Muhammad dalam berbisnis, patut dijadikan panutan bagi pebisnis sukses manapun. Dengan menggunakan pendekatan sejarah telah membuktikan bahwa; pertama, Nabi Muhammad adalah pedagang sukses, hal ini karena kejujuran, keikhlasan serta integritas Nabi Muhamad dalam menjaga kualitas barang, dan konsumen. Selanjutnya dalam praktek-praktek transaksi jual beli beliau selalu menjunjung tinggi kemanusiaan dan tidak hanya berorientasi duniawi saja. Beliau selalu menjaga sifat

---

<sup>90</sup> Novi Indriyani Sitepu, *Prilaku Bisnis Muhammad SAW Sebagai Entrepreneur Dalam Filsafat Ekonomi Islam* (Aceh: HUMAN FALAH: Volume 3. No. 1 Januari – Juni 2016), 31.

<sup>91</sup> Muh. Nasrul Baihaqi, *Analisis Strategi Pemasaran Toko Vanhelen dalam Meningkatkan Penjualan* (Tulungagung: IAIN, 2017), 87-88.

jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi dan murah hati dalam semua aktifitasnya terutama dalam bisnisnya.<sup>92</sup>

- iv. Muhammad Saifullah, 2011, "*Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*" Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa etika bisnis yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW adalah bersikap jujur, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi gharar, tidak menimbun barang, tidak melakukan al-ghab dan tadlis, dan saling menguntungkan (*mutual benefit principle*) antara penjual dan pembeli. Pola bisnis yang dipraktikkan Nabi Muhammad SAW ini tentu perlu diadaptasi oleh para pebisnis di masa kini yang terkadang mudah keluar dari etika-etika seperti yang dipraktikkan oleh Nabi SAW.<sup>93</sup>
- v. Rizka Ar-Rahmah, 2017, "*Etika Dan Manajemen Bisnis Islam (Studi Kasus Di Waroeng Steak And Shake Cabang SM Raja Medan)*" Penelitian ini menghasilkan data bahwa Pertama, konsep etika bisnis Islam dalam Waroeng Steak and Shake Cabang SM Raja Medan sudah baik dari segi konsep Shiddiq yaitu dalam hal menjamin bahan baik dan halal serta kejujuran dalam bertransaksi serta Tabligh dalam hal dakwah. Namun ada kelemahan dari segi Amanah yakni dalam hal pelayanan dan Fathanah dalam hal kecerdasan spiritual. Kedua, konsep manajemen bisnis Islam dalam Waroeng Steak and Shake sudah dalam kategori baik dalam hal perencanaan yaitu: produksi, distribusi, perekrutan karyawan dan jenjang

---

<sup>92</sup> Ubbadul Adzkiya', *Analisis Etika Bisnis Dan Marketing Nabi Muhammad SAW* (Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Wahid Hasyim Semarang), 22.

<sup>93</sup> Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah* (Semarang: IAIN Walisongo Semarang, Volume 19, Nomor 1, Mei 2011), 154.

karir. Namun ada kelemahan dalam visi dan misi. Visi dan misi Waroeng Steak and Shake harus lebih ditegaskan lagi kemana arah tujuannya agar lebih jelas dan spesifik.<sup>94</sup>

- vi. Mahmudah Al'alamah, 2017, "*Penerapan Manajemen Sumber Dayamania (MSDM) Berbasis Syariah pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Tulungagung*" Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa Sistem rekrutmen yang diterapkan BAZNAS Tulungagung secara teori Manajemen Sumber Daya Manusia sudah sesuai. Namun, dalam penerapan MSDM berbasis Syariah belum diterapkan secara tepat. Memang dalam kualifikasi yang diinginkan sudah sesuai dengan sistem rekrutmen Manajemen Sumber Daya Manusia secara Syariah yaitu dengan sistem penarikan tenaga kerja yang didasarkan aspek kejujuran (*Shidiq*), tanggung jawab (*Amanah*), dan tekun (*Istiqomah*). Tetapi dalam mengukur kualifikasi tersebut tidak dijelaskan metode-metode apa yang digunakan.<sup>95</sup>
- vii. Bahril D.S, 2013, "*Rasul dan Mekanisme Pasar*" Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa pemanfaatan harta yang diperoleh secara halal dan jujur oleh setiap muslim menjadikan kebahagiaan dalam hidup. Eksploitasi materi harus ditujukan untuk kemakmuran dan kesejahteraan umat. Tidak boleh ada pencapaian pribadi dengan merugikan kepentingan masyarakat. Harus ada keseimbangan karena individu adalah bagian dari masyarakat. Semua aturan yang dibuat oleh Rasulullah, kemudian dikembangkan oleh

---

<sup>94</sup> Rizka Ar-Rahmah, *Etika Dan Manajemen Bisnis Islam (Studi Kasus Di Waroeng Steak And Shake Cabang SM Raja Medan)* (Medan: Tesis UIN SUM), 125.

<sup>95</sup> Mahmudah Al'alamah, *Penerapan Manajemen Sumber Dayamania (MSDM) Berbasis Syariah pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Tulungagung* (Tulungagung: IAIN, 2017), 100.

sahabat dan lebih diuraikan dengan rinci oleh para ulama seperti Imam Al-Ghazali, Imam Abu Yusuf dan lain-lain adalah dalam rangka menjaga keseimbangan kepentingan masyarakat dan individu dengan meletakkan semua tindakan di pasar dalam konteks kebajikan dan pengabdian kepada Allah Swt.<sup>96</sup>

- viii. I. Iskandar, 2007, "*Peranan Etika Bisnis dalam Pembangunan Akhlak Mulia*" Penelitian ini menghasilkan data bahwa peranan etika bisnis sebagai pelaksanaan kode etik pengusaha, manajer atau sumber daya manusia dalam organisasi bisnis dan para stakeholders, berdasarkan nilai-nilai moral, norma, etika dan agama yang dijadikan tuntunan untuk membuat keputusan dan solusi masalah. Jika tindakan perilaku bisnis, manajer atau sumber daya manusia serta stakeholders itu baik menurut akal (*rasio*), rasa (kalbu) dan agama, maka tindakan itu disebut akhlak yang baik (*akhlakul karimah*). Sebaliknya, jika tindakan itu buruk, maka disebut akhlak yang buruk (*akhlakul mazmumah*). Standar baik dan buruk akhlak adalah Al-Qur'an dan Sunah Rasul, yang bersifat universal dan abadi.<sup>97</sup>
- ix. Juhanis, 2017, "*Filosofi Wirausaha Profetik; Sebuah Refleksi dalam Merintis Wirausaha Dewasa ini*" Penelitian ini menghasilkan data bahwa Wirausaha ala Rasulullah Saw telah menjadi contoh dan referensi dunia sekarang ini. Bahkan ada sekian data mensinyalir bahwa dari sekian

---

<sup>96</sup> Bahril D.S, *Rasul dan Mekanisme Pasar* (Sumatra: JURNAL MANAJEMEN & BISNIS VOL 13 NO. 01 APRIL 2013 ISSN 1693-7619), 61-62.

<sup>97</sup> I. Iskandar, *Peranan Etika Bisnis dalam Pembangunan Akhlak Mulia* (Bandung: Volume XXIII No. 1 Januari – Maret 2007 : 58 – 71), 69-70.

banyak konsep dan teori wirausaha modern telah lama diperaktekkan oleh Nabi Muhammad. Salah satu contoh tersebut adalah kejujuran. Kejujuran inilah yang menjadi modal utama dalam sebuah bisnis.<sup>98</sup>

- x. Akhmad Nur Zaroni, 2007, "*Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*" Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa Konsep bisnis dalam Islam banyak dijelaskan dalam Al-Qur'an dengan menggunakan beberapa terma, seperti; *tijarah*, *al-bai*, *isyara* dan *tadayantum*. Dari kesemua term tersebut menunjukkan bahwa bisnis dalam perspektif Islam pada hakikatnya tidak semata-mata bersifat material yang tujuannya hanya semata-mata mencari keuntungan duniawi, tetapi juga bersifat immaterial yang tujuannya mencari keuntungan dan kebahagiaan ukhrawi. Untuk itu bisnis dalam Islam disamping harus dilakukan dengan cara profesional yang melibatkan ketelitian dan kecermatan dalam proses manajemen dan administrasi agar terhindar dari kerugian, ia juga harus terbebas dari unsur-unsur penipuan (*gharar*), kebohongan, riba dan praktek-praktek lain yang dilarang oleh syariah.<sup>99</sup>

---

<sup>98</sup> Juhanis, *Filosofi Wirausaha Profetik; Sebuah Refleksi dalam Merintis Wirausaha Dewasa ini* (Makassar: Rausyan Fikr, Vol. 13 No. 2 Desember 2017: 201-224), 222.

<sup>99</sup> Akhmad Nur Zaroni, *Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)* (MAZAHIB, Vol. IV, No. 2, Desember 2007), 183.

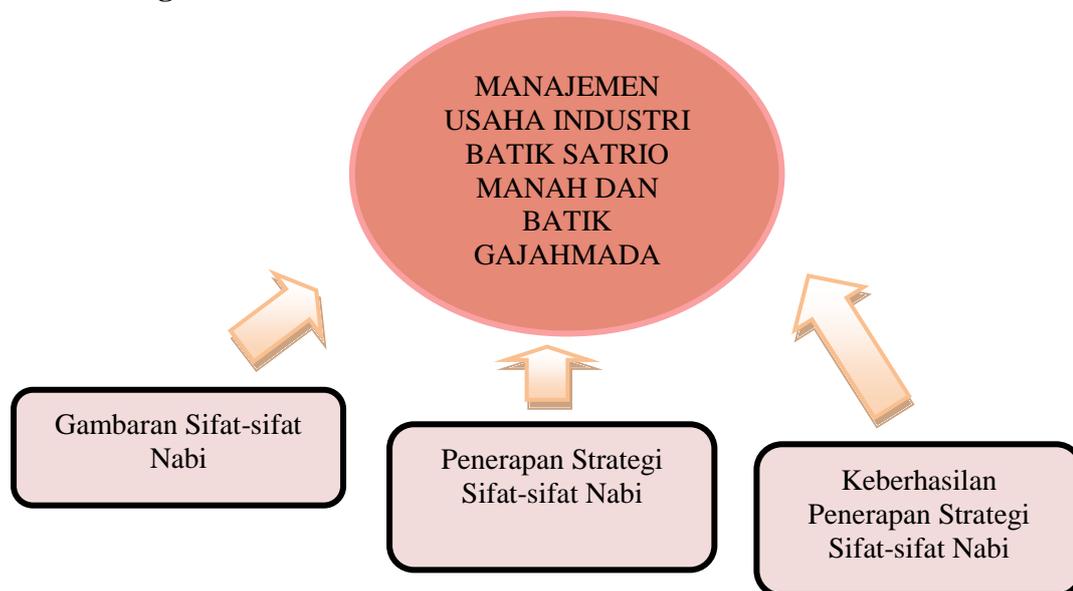
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

<b>NO</b>	<b>NAMA, TAHUN, JUDUL</b>	<b>PERSAMAAN</b>	<b>PERBEDAAN</b>	<b>HASIL PENELITIAN</b>
1.	Novi Indriyani Sitepu, 2016, “Prilaku Bisnis Muhammad SAW Sebagai Entrepreneur Dalam Filsafat Ekonomi Islam”	Melakukan perilaku bisnis Islam dalam berwirausaha	Judul dan tempat penelitian berbeda	Rasulullah adalah seorang pelaku bisnis yang sangat sukses di zaman beliau.
2.	Muh. Nasrul Baihaqi, 2017, “Analisis Strategi Pemasaran Toko Vanhelen dalam Meningkatkan Penjualan (Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam)”	Pemasaran dan Penjualan dari Perpektif Ekonomi Islam	Judul dan tempat penelitian berbeda	Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Vanhelen Tulungagung sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah yaitu dalam melakukan strategi produk toko vanhelen memberikan kualitas yang baik serta menjual barang yang halal.
3.	Ubbadul Adzkiya’, “Analisis Etika Bisnis Dan Marketing Nabi Muhammad Saw”	Bisnis Nabi Muhammad SAW	Sifat-sifat Nabi dan Manajemen industri batik	Nabi Muhammad adalah pedagang sukses, hal ini karena kejujuran, keikhlasan serta integritas Nabi Muhamad dalam menjaga kualitas barang, dan konsumen
4.	Muhammad Saifullah, 2011, “Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah”	Etika Bisnis Nabi Muhammad SAW	Sifat-sifat Nabi dan Manajemen industri batik	Etika bisnis yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW adalah bersikap jujur, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi gharar, tidak menimbun barang,

				tidak melakukan al-ghab dan tadlis, dan saling menguntungkan ( <i>mutual benefit principle</i> ) antara penjual dan pembeli
5.	Rizka Ar-Rahmah, 2017, “Etika Dan Manajemen Bisnis Islam (Studi Kasus Di Waroeng Steak And Shake Cabang SM Raja Medan)”	Etika dan Manajemen Bisnis Nabi Muhammad SAW	Sifat-sifat Nabi dan Manajemen industri batik	Konsep etika bisnis Islam dalam Waroeng Steak and Shake Cabang SM Raja Medan sudah baik dari segi konsep Siddiq, Amanah, Tabligh, dan Fathonah
6.	Mahmudah Al’alamah, 2017, “Penerapan Manajemen Sumber Dayamanusia (MSDM) Berbasis Syariah pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Tulungagung”	Manajemen Berbasis Syariah	Lokasi dan Fokus Penelitian	Sistem rekrutmen yang diterapkan BAZNAS Tulungagung secara teori Manajemen Sumber Daya Manusia sudah sesuai. Namun, dalam penerapan MSDM berbasis Syariah belum diterapkan secara tepat.
7.	Bahril D.S, 2013, “Rasul dan Mekanisme Pasar”	Bisnis Nabi	Manajemen Industri Batik	Pemanfaatan harta yang diperoleh secara halal dan jujur oleh setiap muslim menjadikan kebahagiaan dalam hidup. Eksploitasi materi harus ditujukan untuk kemakmuran dan kesejahteraan umat.
8.	I. Iskandar, 2007, “Peranan Etika Bisnis dalam Pembangunan Akhlak Mulia”	Bisnis di jalan Allah SWT	Fokus Penelitian dan Tempat	Akal ( <i>rasio</i> ), rasa ( <i>kalbu</i> ) dan agama, maka tindakan itu disebut akhlak yang baik ( <i>akhlakul karimah</i> ). Sebaliknya, jika

				tindakan itu buruk, maka disebut aklak yang buruk ( <i>akhlakul mazmumah</i> ).
9.	Juhanis, 2017, "Filosofi Wirausaha Profetik; Sebuah Refleksi dalam Merintis Wirausaha Dewasa ini"	Wirausaha Profetik	Usaha Batik	Wirausaha ala Rasulullah Saw telah menjadi contoh dan refrensi dunia sekarang ini. Bahkan ada sekian data mensinyalir bahwa dari sekian banyak konsep dan teori wirausaha modern telah lama diperaktekkan oleh Nabi Muhammad. Salah satu contoh tersebut adalah kejujuran.
10.	Akhmad Nur Zaroni, 2007, "Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)"	Bisnis dalam islam	Fokus Penelitian dan Tempat	Konsep bisnis dalam Islam banyak dijelaskan dalam Al-Qur'an dengan menggunakan beberapa terma, seperti; tijarah, al-bai, isytara dan tadayantum. Dari kesemua term tersebut menunjukkan bahwa bisnis dalam perspektif Islam pada hakikatnya tidak semata-mata bersifat material yang tujuannya hanya semata-mata mencari keuntungan duniawi.

### C. Paradigma Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Berdasarkan kerangka di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian dengan judul “Dimensi Profetik Bisnis: Analisis Sifat-sifat Nabi dalam Manajemen Usaha Industri Batik di Tulungagung” dapat di deskripsikan sebagai berikut:

Industri Batik di Tulungagung yang akan diteliti antara lain Batik Satrio Manah dan Batik Gajahmada. Dari judul tersebut akan dianalisis gambaran sifat-sifat Nabi dalam masing-masing manajemen usaha pada industri batik tersebut. Setelah itu mendeskripsikan masing-masing strategi sifat-sifat Nabi yang diterapkan di dua tempat tersebut. Kemudian akan dianalisis keberhasilan dari penerapan strategi sifat-sifat Nabi. Lalu mendeskripsikan hasil penelitian yang berupa kata-kata tertulis yang diperoleh selama mengadakan pengamatan dan wawancara dengan sejumlah informan dengan memakai perspektif fenomenologi, yaitu peneliti mengetahui dan memahamai tentang lokasi penelitian tersebut.

