

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berbisnis merupakan suatu hal mutlak yang dilakukan setiap manusia di berbagai penjuru dunia ini dengan mencakup dua poin yakni interaksi dan transaksi. Berbisnis tentunya merupakan sebuah kegemaran tersendiri bagi yang menyukainya.¹

Berbisnis tentu menjadi sebuah tantangan yang melatih mentalitas dan pemikiran kita tentang segala hal yang sifatnya saling berkaitan satu sama lain seperti pebisnis, pembeli, uang dan barang atau jasa.²

Berbisnis tentunya lebih mengedepankan mindset perencanaan yang memiliki tujuan serta penguatan fungsi terhadap bisnis yang dijalankan dengan tujuan untuk lebih mengkoridorikan bisnis baik secara aspek teoritis maupun komposisi sesuai porsinya.

Disamping itu berbisnis memerlukan keluasan wawasan maupun keilmuan yang terkait dengan bisnis yang dijalankan, bisnis ini bukan hanya sekedar mengejar keuntungan saja tetapi melatih kita bagaimana caranya berperilaku dan bertindak sesuai dengan arahan yang

¹ Pradjna, *Edukasi Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Pustaka Madani, 2018), p. 2.

² Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), p. 25.

dijelaskan dalam Al-Qur'an.³ Disamping itu Al-Qur'an menjadi sumber hikmah dan petunjuk bagi manusia untuk mengetahui mana yang baik dan mana yang buruk dan juga mengetahui mana yang halal dan mana yang haram.⁴

Beragam pelajaran yang terdapat dalam Al-Qur'an mulai dari kehidupan sehari-hari, perjalanan kehidupan, bisnis, dan yang lainnya. Salah satu pelajaran yang dapat diambil adalah perilaku dalam berbisnis.

Berbisnis merupakan salah satu kegiatan yang memiliki banyak hikmah didalamnya dan dilengkapi dengan arahan yang diberikan oleh Al-Qur'an tentang tata cara melakukan bisnis dengan memiliki perilaku yang sesuai dalam arahan yang diberikan Al-Qur'an.⁵

Berbisnis tentu secara global merupakan kegiatan yang melibatkan interaksi dan transaksi. Interaksi yang dimaksud adalah tatap muka saat akan memilih jasa atau barang yang akan dibeli sedangkan transaksi merupakan tahap inti dalam sebuah bisnis.

Terlebih daripada ini bisnis yang memiliki cakupan luas dengan berbagai macam tata sistem dan prosedur didalamnya, tetapi bisnis yang seringkali kita jumpai diberbagai macam lingkungan adalah bisnis

³ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, p. 33.

⁴ Wahbah Az-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir Aqidah Syariah dan Manhaj*, (Jakarta: Gema Insani, 2016), p. 7.

⁵ Wahbah Az-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir Aqidah Syariah dan Manhaj*, p. 7.

perdagangan yang melibatkan antara jasa, barang, penjual dan pembeli.⁶

Berbisnis memang kegiatan yang menjanjikan bagi siapapun yang menjalankannya disamping dengan dukungan berbagai macam faktor tetapi berbisnis sejatinya melibatkan wawasan pengetahuan tentang bisnis itu sendiri dan dilengkapi oleh berbagai macam faktor yakni tata cara, etika, akhlaq, prinsip dan perilaku. Faktor ini merupakan faktor yang sangat diperlukan dalam menjalankan bisnis baik bisnis dalam skala kecil maupun dalam skala besar dan tentunya dengan berbagai macam dampak yang dihadapi.

Berbisnis tentunya memiliki penentuan berhasil dan tidaknya bisnis yang dijalankan dengan mempertimbangkan banyak aspek salah satunya perilaku dalam berbisnis. Perilaku ini adalah salah satu faktor yang memberikan dampak luas bagi antar pedagang maupun pembeli.⁷

Perilaku ini tentu sangat penting karena dengan berperilaku tentunya kita sebagai pebisnis sudah menunjukkan kesanggupan kita dan kemantapan keilmuan kita tidak hanya keilmuan bisnis saja tetapi keilmuan yang

⁶ Mislan Shite, "Bisnis Global", *Jurnal Ilmiah Methonomi* Vol. 2 No. 2 (Juli-Desember, 2016), p. 93.

⁷ Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta: Aksara Pratama, 2006), p. 61

berkaitan tentang cara berinteraksi atau bersosialisasi yang ternasuk poin dalam berbisnis.

Perilaku yang juga merupakan bagian dari keilmuan ternyata memberikan dampak yang cukup signifikan bagi pebisnis itu sendiri terutama dalam pengkayaan wawasannya tentang bisnis. Dampak signifikannya adalah memberikan kelebihan bagi pebisnis dalam mengenali permasalahan-permasalahan yang muncul serta dianggap lebih mampu dalam membedakan setiap keadaan yang terjadi.⁸

Tentunya perilaku ini pun memiliki dua jangka waktu baik jangka waktu singkat dan jangka waktu yang panjang. Mengapa? Karena perilaku ini adalah tata utama bagi segala hal yang dilakukan baik bersosialisasi, bekerja, berbisnis maupun beribadah.

Perilaku bisnis ini akan terus terpakai dalam melakukan bisnis apapun baik dalam bisnis tatap muka maupun bisnis secara online atau bisa disebut dengan bisnis secara virtual (jarak jauh).

Prinsip yang seharusnya dilakukan adalah prinsip-prinsip kebaikan dengan tujuan mengharapkan keridhaan dari Allah SWT tuhan yang maha kuasa.

⁸ Usman Rianse, *Analisis dan Gaya Belajar dan Perilaku Bisnis Bagi Pengusaha Kecil dibidang Agribisnis Kota Kendari*, Jurnal AGRISEP, Vol. 12, No. 2 (September 2013), p. 254.

Dengan kita berperilaku dan memiliki niat dan menguatkan prinsip baik maka apapun hal yang dilakukan termasuk berbisnis menjadi mudah karena kita melibatkan Allah SWT secara langsung dalam bisnis yang kita jalankan.

Perilaku ini tentunya bukanlah satu-satunya alasan dalam berbisnis sangat banyak faktor-faktor penentu berlangsungnya bisnis dengan lancar dan tidaknya. Disisi lain perilaku ini adalah jembatan utama penggerak faktor-faktor yang mempengaruhi dalam berbisnis.⁹

Cakupan perilaku ini tidak hanya dalam ruang mikro saja tetapi juga mempengaruhi banyak faktor yang menjadikan perilaku ini menjadi salah satu faktor utama dalam ruang bisnis yang dijalankan dalam bentuk apapun.

Cakupan ini sangat berpengaruh juga pada era era masakini yang tidak bisa dipungkiri begitu saja bahwa perilaku merupakan sebuah ilmu yang sangat berpengaruh dalam bidang bisnis apapun apalagi dengan metode bisnis masa kini yang notabene lebih mudah dan praktis dibandingkan bisnis pada zaman dahulu.¹⁰

Melihat secara lebih detail era ataupun fase berbisnis baik pada era dahulu maupun dalam era masa kini bisnis merupakan kegiatan dengan memberikan

⁹ Fatchur Rohman, *Peran Faktor Situasional dan Perilaku Pembelian Implusif*, (Malang: UB Press, 2012), Cet. I, p. 1.

¹⁰ Sigit Sugiantoro, *Muhammad Bussines Strategy & Ethic* (Etika dan Strategi Bisnis Muhammad), (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), p. 190.

pengalaman dan pembelajaran yang sebetulnya terdapat perbedaan yang disimpulkan oleh penulis.

Dua poin ini merupakan acuan dari berbagai macam bisnis yang dijalankan dengan catatan menggunakan perilaku atau tidak dalam berbisnis.

Dengan contoh, pada era dahulu Nabi Muhammad SAW tetap eksis dipasar dengan jajaan dagangan yang ditawarkannya kepada berbagai macam konsumen yang datang dari berbagai macam wilayah. Beliau selalu eksis dipasaran karena beliau selalu mengedepankan perilaku dan menguatkan prinsip didalamnya.

Perilaku baik yang digunakan beliau sangat memberikan dampak positif dan membuka kepercayaan konsumen yang membeli dagangan beliau dengan mengedepankan prinsip-prinsip dalam dunia perdagangan didalamnya.

Beliau berhasil menjadi tokoh pedagang dengan rating tertinggi bukan hanya karena sebuah faktor saja. Dengan berbekal pengetahuan tentang perdagangan yang diajarkan oleh pamannya pada saat usia belia pamannya mengajarkan kepada Muhammad bagaimana cara menjadi seorang pedagang yang baik dan bisa mendapatkan keuntungan dengan cara dan perilaku yang baik.¹¹

¹¹ Sigit Sugiantoro, *Muhammad Bussines Strategy & Ethic*, p. 190.

Karena pada era Muhammad SAW dahulu dalam dunia perdagangan hal yang paling dikedepankan adalah prinsip kejujuran, prinsip saling menguntungkan satu sama lain, prinsip kebaikan dan prinsip bertanggung jawab. Prinsip ini pun didukung oleh perilaku Muhammad SAW yang sangat terkenal memiliki perilaku baik yang menjadi faktor berhasilnya Muhammad dalam memenangkan pasar.

Perilaku baik seperti yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad akan berbuah kebaikan dan keberkahan khususnya dalam bisnis perdagangan karena selain terhindar dari riba dan saling merugikan satu sama lain perilaku ini akan membawa perdagangan kita dalam keberkahan yang tak terhingga nilainya.¹²

Bayangkan saja ketika kita melakukan bisnis perdagangan selain hal yang dikerjakan Nabi Muhammad SAW terbukti secara analisis penulis dari berbagai macam sumber bahwa bisnis perdagangan ini memberikan keuntungan yang terdapat berkah didalamnya dan memberikan ketenangan saat melakukannya. Karena didalamnya selain sudah tertanam nilai-nilai perilaku dalam berbisnis sudah tertanam juga perilaku yang berlandaskan keilmuan yang proporsional serta keridhoan Allah SWT.

¹² Sigit Sugiantoro, *Muhammad Bussines Strategy & Ethic*, p. 190.

Perilaku dan prinsip ini seharusnya bisa menjadi contoh dalam koridor dunia bisnis yang tidak hanya selalu fokus untuk mengejar keuntungannya saja tetapi bisa menjadi pelajaran berharga bahwasanya dunia bisnis itu selain menjanjikan dari segi keuntungan bisnis perdagangan ini menjauhkan diri dari neraka jahannam, memberikan rasa aman dan ketenangan saat melakukannya.¹³

Menjanjikan yang dimaksud adalah menjanjikan keuntungan dan rating yang besar dipasar ketika mengedepankan kebaikan dalam berperilaku dan berpegang teguh dalam prinsip-prinsip kebaikan. Tetapi menjanjikan keburukan dalam dunia bisnis pun bisa terjadi apabila kita tidak mengindahkan kebaikan-kebaikan dan cara yang profesional ketika melakukan ataupun menjalankan bisnis.

Terlebih dalam era modern saat ini kemudahan akan bisnis sangat dirasakan dampak maupun manfaatnya tetapi dalam era modern ini tentu tidak sedikit pebisnis yang tenggelam akan kecanggihan kemodernan dalam berbisnis dengan menyampingkan dan tidak memperdulikan perilaku bisnis yang seakan-akan itu sudah tidak ada.

¹³ Muhammad Nizar, *Prinsip Kejujuran dan Perdagangan Versi Islam*, "Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis", Vol. 4 No. 1, (Januari 2018), p. 94.

Padahal Al-Qur'an selalu memberikan pelajaran berharga tentang berbisnis dan memberikan petunjuk jika kebaikan atau keburukan dilakukan maka ada dampak hasil dari perbuatan yang dilakukan tersebut.

Hal ini memberikan gambaran sekaligus pelajaran berharga bahwa bisnis jika tidak didasari dengan prinsip dan keilmuan serta perilaku yang kuat tentunya akan membawa kita kepada keburukan yang berdampak panjang. Karena keilmuan dan tuntunan dalam Al-Qur'an tidak kita pakai ketika menjalankan bisnis.¹⁴

Oleh karena itu penulis merasa permasalahan ini merupakan topik pembahasan yang menarik jika dibahas lebih lanjut dengan pertimbangan memberikan perubahan dalam dunia bisnis yang memberikan pengetahuan tentang keilmuan dalam berbisnis.

Dengan harapan ketika bisnis yang dilandasi dengan nilai-nilai kebaikan baik dalam berperilaku maupun dalam berprinsip didalamnya serta melibatkan arahan dan petunjuk yang diberikan oleh Al-Qur'an dan contoh yang diberikan oleh Nabi Muhammad SAW maka bisnis yang dijalankan pun terasa lebih bermakna dan banyak memberikan hikmah didalamnya.

Tentunya lengkap dengan harapan bahwa setelah terciptanya perubahan dalam dunia bisnis secara intens

¹⁴ Wijayakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), p. 17.

prinsip-prinsip dan perilaku ini harus selalu dijalankan dengan tujuan terciptanya koridor bisnis dengan kapasitas maksimal.

Dengan berlandaskan keyakinan dan mengharap keridhoaan Allah SWT penulis mengangkat permasalahan ini menjadi sebuah topik pembahasan judul skripsi **“Prinsip Perilaku Bisnis Dalam Al-Qur’an (Kajian Tafsir Al-Munir Karya Wahbah Az-Zuhaili)”**.

Penulis memutuskan untuk menggunakan Tafsir Al-Munir Karya Wahbah Az-Zuhaili dengan mempertimbangkan aspek kebahasaan yang mudah dipahami tafsir ini dilengkapi dengan munasabah ayat yang menggambarkan secara langsung prinsip dan perilaku dalam berbisnis.

Pembahasan ini lebih memfokuskan tentang prinsip perilaku dalam berbisnis fokus ini akan menjadi pembahasan yang dikupas dalam judul skripsi ini dengan segala kesiapan penulis dalam menyajikan dan memberikan pemaparan melalui uraian tulisan yang ada dalam skripsi ini.

B. Rumusan Masalah

1. Apa yang dimaksud dengan bisnis menurut Wahbah Az-Zuhaili?
2. Bagaimana bentuk bisnis menurut Wahbah Az-Zuhaili?

3. Penafsiran dan pendapat Wahbah Az-Zuhaili tentang bisnis dalam Tafsir Al-Munir?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apa yang dimaksud dengan bisnis menurut Wahbah Az-Zuhaili
2. Untuk mengetahui bentuk bisnis menurut Wahbah Az-Zuhaili
3. Untuk mengetahui penafsiran dan pendapat Wahbah Az-Zuhaili tentang bisnis dalam Tafsir Al-Munir.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat yang dapat dirasakan secara teoritis yakni memberikan penjelasan dan pengetahuan tentang prinsip perilaku bisnis dalam Al-Qur'an sesuai dengan penjelasan dan pendapat Wahbah Az-Zuhaili yang dikemukakan melalui karya beliau Tafsir Al-Munir.
2. Manfaat secara praktis yang dapat dirasakan dengan menerapkan prinsip perilaku bisnis yang dijelaskan oleh Wahbah Az-Zuhaili dalam Tafsir Al-Munir.
3. Untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana agama pada jurusan Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir di Fakultas Ushuluddin dan Adab Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

E. Tinjauan Pustaka

1. Karya Rohayah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten tahun 2018 dalam skripsinya yang berjudul “Etika Prinsip Bisnis” yang dalam penelitian sekaligus dalam analisa yang dilakukan oleh penulis terdapat sebuah kesimpulan yang diambil bahwa Rohayah dalam skripsinya yang berjudul “Etika Prinsip Bisnis” cenderung hanya membahas secara etikanya saja.

Beliau menjelaskan secara etikanya saja tetapi tidak memberikan penguatan pembahasan tentang prinsip bisnis yang seharusnya melalui saran penulis dirumuskan secara detail.¹⁵

2. Karya Nanda Herdiansyah, Universitas Manulana Malik Ibrahim Malang, Jawa Timur pada tahun 2017 dalam skripsinya yang berjudul “Implementasi Prinsip dan Etika Bisnis Syariah di Kalangan Pedagang Muslim di Kelurahan Tuban, Bali” terdapat sebuah kesimpulan yang diambil bahwa Nanda Herdiansyah tidak menjelaskan secara rinci tentang prinsip dalam berbisnis melainkan lebih menerangkan tentang

¹⁵ Rohayah, *Etika Prinsip Bisnis*, Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Fakultas Ushuluddin dan Adab, 2018.

pengaplikasian etika dalam berbisnis, bukan prinsipnya.¹⁶

3. Karya Inasari, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar pada tahun 2017 dalam skripsinya yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha” terdapat sebuah kesimpulan yang diambil bahwa Inasari dalam karyanya lebih membahas etika bisnis yang diperuntukkan dan dimantapkan bagi para pedagang.

Sedangkan prinsip yang dibahas tidak seluas etika yang uraiannya disajikan dalam karyanya namun secara penempatannya sudah sesuai hanya kurang pendalaman lebih lanjut.¹⁷

F. Kerangka Pemikiran

Al-Qur’an dengan segala macam arti dan kandungan yang juga sebagai kitab suci umat muslim banyak memberikan arahan dan petunjuk dalam mengarahkan manusia kearah jalan yang benar dan tidak menyimpang.

¹⁶ Nanda Herdiansyah, *Implementasi Prinsip dan Etika Bisnis Syariah dikalangan Pedagang Muslim di Kelurahan Tuban, Bali*, Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Fakultas Ushuluddin dan Adab 2017.

¹⁷ Inasari, *Penerapan Etika Bisnis Bagi Para Pedagang Muslim dalam Persaingan Usaha*, Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Fakultas Ushuluddin dan Adab 2017.

Al-Qur'an yang merupakan pokok utama yang juga sebagai gudang keilmuan dan tata hukum yang absolut bagi umat muslim memiliki segudang manfaat dalam keilmuan yang mana salah satu keilmuan yang diajarkan dalam Al-Qur'an adalah berbisnis.

Selain tata cara, etika dan akhlaq yang baik Al-Qur'an memberikan versi penjelasan dengan makna yang sangat luar biasa didalamnya dengan berbagai macam penjelasan sebab akibat yang tentu lebih memberikan pengarahan yang sangat kompetensial dalam kehidupan sehari-hari.

Keilmuan berbisnis dalam Al-Qur'an seakan memberikan gambaran bahwasanya ilmu selain harus diamalkan dan diaplikasikan juga harus diterapkan dalam kehidupan sehari-hari baik dalam bekerja maupun dalam berbisnis.¹⁸

Berbisnis selain menghadapi segala macam tantangan didepannya tentu memerlukan segmentasi yang berguna sebagai dasar kesiapan terhadap bisnis yang dijalankan dengan catatan ketika persiapan sudah matang maka berbisnis dengan berbekal keilmuan dan tuntunan

¹⁸ Muhammad, *Kesatuan Bisnis dan Etika dalam Al-Qur'an (Upaya Mengembangkan Kerangka Bisnis Syariah)*, (Yogyakarta: 2017), p. 42-45.

Al-Qur'an akan menjadi bisnis yang selalu dilimpahi keberkahan oleh Allah SWT.¹⁹

Dalam hal ini pun Rasulullah SAW selalu singgah dengan maksud dan tujuan untuk lebih memperhatikan situasi dan seberapa besar potensi pasar yang dihasilkan dengan mempersiapkan secara matang bisnis yang akan dijalankannya. Dan terbukti disebuah pasar yang berada didaerah bahrain beliau berhasil memenagkan target pasar dengan mengkolaborasikan antara keilmuan dan kreatifitasnya.²⁰

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dengan menggunakan metode kepustakaan dengan cara mencermati, menelaah serta mendalami dan mengidentifikasi pengetahuan yang terdapat dalam data tersebut.

2. Sumber Penelitian

Penulis menggunakan data sebagai sumber yang digunakan dalam penelitian ini Sumber primer yang

¹⁹ Citra Putri Hutami, *Akhlaq dalam Berbisnis*, (Teknik Industri: 2017 p. 2-3.

²⁰ Muhammad, *Kesatuan Bisnis dan Etika dalam Al-Qur'an (Upaya Mengembangkan Kerangka Bisnis Syariah)*, p. 42-45.

digunakan penulis adalah Tafsir Al-Munir Aqidah Syariah dan Manhaj karya Wahbah Az-Zuhaili.

Sedangkan sumber sekunder penulis mengambil dari berbagai macam sumber buku dan pengetahuan lainnya yang terkait dengan bisnis yang meliputi prinsip dan perilaku berbisnis dan sumber lainnya yang berkaitan dengan tema yang dibahas.

Sumber sekunder ini digunakan sebagai penguat setiap pendapat yang diuraikan atau yang diutarakan, dengan dicantumkannya sumber sekunder maka penyajian dalam tema ini akan lebih terbukti kekuatannya karena mencantumkan sumber sekunder sebagai penguat pemikiran, penyajian maupun dalam menganalisis.

Sumber sekunder yang digunakan penulis merupakan pengutipan dan penukilan dari berbagai macam tinjauan teoritis dan pandangan dari berbagai macam ahli yang berkaitan dengan tema yang penulis bahas dalam skripsi ini.

H. Ssitematika Pembahasan

Bab pertama yang terdiri dari pendahuluan dengan rumusan poin latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua tentang tinjauan Tafsir Al-Munir yang terdiri dari biografi Wahbah Az-Zuhaili, karya-karya, pemikiran, tujuan penulisan tafsir, sistematika penafsiran, metode dan corak penafsiran.

Bab ketiga tentang tinjauan prinsip perilaku bisnis yang terdiri dari prinsip perilaku bisnis, faktor dan implementasi perilaku bisnis.

Bab keempat tentang penafsiran prinsip perilaku bisnis menurut Wahbah Az-Zuhaili dalam Tafsir Al-Munir yang terdiri dari Ayat-ayat tentang prinsip perilaku bisnis, penafsiran terhadap prinsip perilaku bisnis dan Analisis penafsiran Wahbah terhadap prinsip perilaku bisnis.

Bab kelima pentup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.