

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan instrumen vital dalam kehidupan masyarakat. Hal ini dapat dilihat salah contohnya dari peranannya terhadap pembangunan ekonomi suatu negara. Alma Buchari mengatakan bahwa peningkatan kekuatan ekonomi bangsa salah satunya ditopang dengan eksistensi bisnis yang masif dengan didukung penciptaan lapangan kerja baru. Hal ini bukanlah sesuatu yang baru, sebab sejak empat belas abad yang lalu praktik bisnis telah tumbuh pesat. Sebagai contohnya adalah bahwa kegiatan bisnis merupakan pekerjaan duniawi utama yang dilakukan oleh Rasulullah Saw.

Aktifitas bisnis bagi umat muslim bukanlah suatu hal yang baru. Secara normatif, Al-Qur'an memuat kata bisnis dengan sebutan *al-tijarah*, yang bermakna niaga atau dagang. Praktik bisnis telah berlangsung sejak 14 abad silam. Namun dewasa ini, problem bisnis yang dihadapi oleh kalangan muslim menjadi begitu kompleks. Walaupun aktif berkecimpung dalam praktik bisnis, tetapi ketidak pastian bahwa praktik bisnis tersebut sudah benar

menurut ajaran Islam atau belum selalu membayangi benak pikiran umat muslim.

Di era globalisasi, praktik bisnis menjadi semakin terbuka dan sarat akan persaingan. Dalam kondisi demikian, pemerintah di satu sisi dituntut tidak melakukan intervensi, namun di sisi lain pemerintah juga punya tanggung jawab menjaga iklim bisnis yang kondusif dengan cara mengatur persaingan tersebut secara adil yang mana hal ini dapat dipandang sebagai salah satu bentuk campur tangan pemerintah.¹

Meskipun pemerintah hadir di tengah praktik bisnis, perannya hanya sebagai wasit. Tidak heran bila kemudian masih dijumpai praktik bisnis yang disinyalir menyimpang. Contohnya, bisnis atau perusahaan besar yang cenderung mengabaikan tanggung jawab sosial dalam hal dampak lingkungan dan dampak penggunaan produk oleh konsumen. Persekongkolan antar pelaku bisnis bukan juga merupakan isapan jempol, bahkan tidak sedikit juga dari mereka yang bersepakat dalam kejahatan dengan penguasa guna mendapatkan sokongan dana dan kemudahan ijin dan perlindungan. Sehingga bisnis yang demikian cenderung berkembang cepat dan terkesan tidak fair karena mempunyai jalan untuk memonopoli.

¹ Abdurrahman Alfaqih, "Prinsip-Prinsip Praktik Bisnis dalam Islam bagi Pelaku Usaha Muslim," *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, Vol.24, No. 3 (Juli 2017: 448 – 466), p.449

Realita yang dijumpai adalah tidak jauh berbeda dari asumsi di atas. Di tengah tekanan ekonomi yang semakin sulit, tidak sedikit pelaku bisnis yang semata-mata berorientasi mencari keuntungan dan mengesampingkan nilai prinsip yang luhur sebagai makhluk sosial. Oleh karenanya, cara apapun digunakan dengan mengorbankan aspek moralitas karena dianggap menghalangi kesuksesan dalam bisnis, dan disinyalir membatasi keleluasaan pergerakan bisnis.

Bukan suatu hal yang mengagetkan apabila di Indonesia sering dijumpai pemberitaan tentang praktik bisnis yang menyimpang. Praktik bisnis tersebut bersinggungan langsung dengan hajat hidup masyarakat banyak. Sebagai contoh, kecurangan dalam praktik bisnis makanan. Mulai dari pemalsuan saus yang diduga bahan pembuatannya menggunakan bahan kimia yang berbahaya untuk dikonsumsi, ikan, cumi-cumi, udang, kerang dan sejenisnya yang diduga mengandung bahan klorin dan formalin dijual bebas di pasar tradisional, hingga sari kelapa atau dikenal dengan sebutan *nata de coco* disinyalir mengandung pemutih dan boraks. Belum lagi terungkapnya peredaran makanan kedaluwarsa yang masih dijual di pasaran.²

² Abdurrahman Alfaqih, "Prinsip-Prinsip Praktik Bisnis dalam Islam bagi Pelaku Usaha Muslim," *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, Vol. 24, No. 3 (Juli 2017: 448 – 466), p.450-451.

Terlepas dari motif pemberitaan tersebut, uraian pemberitaan mengenai peredaran bisnis makanan yang membahayakan telah mengusik benak pikiran masyarakat. Ditambah lagi bahwa pemberitaan tersebut didukung dengan proses investigasi yang direkam melalui video yang tentunya membuat masyarakat awam yang melihat tayangan tersebut akan lebih meyakinkannya. Di balik itu semua, hal yang menjadi penting sebenarnya adalah kecenderungan praktik bisnis curang dan membahayakan konsumen bukanlah hal yang bersifat rahasia. Memang benar dalam konteks ini, pemerintah juga turut andil yaitu mengawasi melalui lembaga pengawas makanan, namun hal itu memiliki keterbatasan.

Fenomena tersebut di atas bisa jadi dipicu oleh krisis moral dari para pelaku bisnis yang hanya ingin mencari keuntungan sebesar-besarnya dengan menggunakan modal sekecil mungkin. Menjadi sangat ironis bila pelaku bisnis tersebut ternyata banyak dari kalangan umat muslim. Pengungkapan masalah prinsip dan nilai etis dalam berbisnis menjadi penting untuk dilakukan dalam rangka menyelaraskan nilai-nilai etis dengan praktik bisnis yang pada era modern ini semakin diabaikan. Dalam rangka upaya memperjelas hal-hal tersebut maka perlindungan bagi para pelaku bisnis dan juga konsumen semakin nampak jelas. Pelaku bisnis

setidaknya akan terlindungi oleh prinsip-prinsip tersebut dari praktik persaingan yang tidak sehat, sementara konsumen menjadi tidak waswas akan acaman produk yang membahayakan yang didapat dari pelaku bisnis yang mendasarkan prinsip-prinsip tersebut.

B. Rumusan Masalah

Untuk memperjelas arah pembahasan skripsi ini, agar sesuai dengan apa yang penulis maksudkan sebagai mana terpaparkan dalam latar belakang di atas, maka penulis memfokuskan permasalahan dalam kajian sebagai berikut:

1. Bagaimana pemahaman terhadap hadis bisnis ?
2. Bagaimana strategi bisnis Rasulullah dibanding dengan strategi bisnis lain?
3. Bagaimana aplikasi bisnis Rasulullah dalam kehidupan Muslim ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pemahaman terhadap hadis bisnis
2. Untuk mengetahui strategi bisnis Rasulullah Saw
3. Untuk mengetahui implikasi berbisnis dalam membangun per ekonomian

D. Kerangka Pemikiran

Menurut etimologi, strategi diartikan teknik atau taktik. Dalam dunia bisnis taktik merupakan sekumpulan program kerja yang dibentuk untuk melengkapi strategi bisnis. Taktik merupakan penjabaran operasional jangka pendek dari sebuah strategi, agar strategi tersebut dapat diterapkan.

Sedangkan menurut kamus besar Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu atau seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang dan damai, atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.

Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha sebuah organisasi.

Strategi merupakan rencana berskala besar bagi manajemen organisasi yang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh yang ditetapkan sedemikian rupa, sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungan dalam kondisi persaingan yang semuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran orang yang bersangkutan. Strategi dan perencanaan yang baik adalah kunci dari keberhasilan

pemasaran. Perencanaan, dalam strategi harus menghasilkan sesuatu yang fleksibel dalam keperluan penempatan tujuan pemasaran itu sendiri.

Dari penjelasan di atas menekankan pembahasan tentang pengertian strategi bisnis, selain itu penulis berusaha untuk mencari hadis-hadis yang berkaitan dengan judul penelitian dengan judul penelitian yang penulis angkat.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode tematik (*maudu'i*) yaitu mengumpulkan hadis-hadis yang berkaitan dengan judul penelitian yang penulis angkat dan kemudian penulis akan melakukan analisis terhadap hadis-hadis tersebut.

E. Tinjauan Pustaka

Penulis mengamati berbagai tulisan yang berkenaan dengan strategi bisnis Rasulullah Saw, antara lain :

Pertama, Thorik Gunaran dan Utus Hardiono Sudibyo penulis Buku Marketing Muhammad Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad saw. Menjelaskan pemikiran bisnis yang diajarkan sang Nabi dan kemudian menerapkannya dalam dunia modern. Dalam sebuah seminar, Dr. Hermawan Kartajaya mengajak kita untuk mempelajari pemikiran bisnis yang diajarkan Nabi Muhammad saw. dan Khonghucu, karena menurutnya keduanya mengajarkan etika dan

keseimbangan. Selain memiliki banyak persamaan, spiritualisme bisnis barat dengan bisnis Islami memiliki perbedaan yang cukup mendasar. Perbedaan itulah yang membuat jurang pemisah di antara keduanya menganga lebar. Perbedaan itu akan menunjukkan cara pandang kita akan dunia dan hidup sesudah mati. Dr. Yusuf Al-Qaradhawi, ahli fikih ekonomi terbesar saat ini, dalam bukunya *Norma dan Etika Ekonomi Islam* mengatakan bahwa ekonomi Islam adalah ekonomi yang berketuhanan (*Rabbani*). Di ambil dari makna tauhid, yaitu mengesakan Allah sebagai satu-satunya Ilah. Hal ini tentu saja berbeda dengan ciri dari spiritualisme barat.

Kedua, Irham Haidar menulis sebuah penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul, *Kewirausahaan dalam perspektif hadis*. Pada Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Agama Negeri Walisongo, Semarang, 2017. Pada penelitian ini ia menjelaskan mengenai hadis-hadis tentang kewirausahaan dan memahami hadis tersebut, untuk mengetahui bagaimana implikasi berwirausaha pada sekarang ini. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data menggunakan metode tematik (*Maudhu'i*) kemudian data di analisis menggunakan metode deskriptif.

Ketiga, Ahmad Jarifin, penulis *88 Strategi Bisnis Ala Rasulallah Yang Tak Pernah Rugi*. Bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan maupun organisasi yang melibatkan aktivitas produksi, penjualan,

pembelian, maupun pertukaran barang/jasa, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba.

Buku ini berisi 88 strategi bisnis ala Rasulullah Saw, yang dijamin tidak akan rugi dunia maupun akhirat. Jadi sangat tepat dibaca oleh oleh pengusaha muslim agar bisa mendapatkan keuntungan baik di dunia maupun di akhirat. Dengan membaca buku ini kita akan menemukan banyak hal yang selama ini kita anggap baik dalam berjual beli namun ternyata dilarang.

F. Metode Penelitian

Kajian yang di gunakan penulis adalah kajian kepustakaan (*l brary research*) yaitu penelitian melalui riset kepustakaan untuk mengkaji sumber-sumber tertulis yang telah dipublikasikan ataupun belum dipublikasikan. Karena itu kajian tersebut hanya menggunakan sumber-sumber kepustakaan yang ada kaitannya dengan masalah di atas. Dalam hal ini penulis meneliti Hadis-hadis tentang bisnis.

1. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penulisan ini adalah:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer, yaitu informasi yang secara langsung mempunyai wewenang dan tanggung jawab terhadap pengumpulan dan

penyimpanan data,³ kitab-kitab yang tergolong *Sunan al-Dārquṭniy*, jilid 3, hal. 387, hadis nomor 2813. *Al-Jāmi‘ al-Kabir wahuwa Sunan al-Tirmiziy*, jilid 3, hal. 423, hadis nomor 1987. *Al-Musnad al-Ṣaḥīḥ al-Mukhtaṣar binaql al-‘Adl ‘an al-‘Adl ilā Rasūlillah Ṣallā Allāh ‘alaih wasallam*, jilid 4, hal. 2013, hadis nomor 2607. Sumber semacam ini dapat disebut juga dengan data atau informasi dari satu orang ke orang lain.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua. Dalam penelitian ini, sumber data sekundernya adalah, Buku-buku, karya Ilmiah, Artikel-artikel, Majalah dan lain-lain yang berkaitan dengan tema yang dibahas dalam penelitian ini.

Buku-buku yang tergolong kategori ini yaitu “Kumpulan Hadis Ekonomi” (Sebuah Tinjauan Hukum Ekonomi Menurut Perspektif Islam), “88 Strategi Bisnis Ala Rasulullah Yang Tak Pernah Rugi” dan buku “Marketing

³Irham Haidar, “Kewirausahaan Dalam Perspektif Hadis,” *Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang, Jurusan Tafsir Hadis*, (2017), p.15.

Muhammad” (Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad Saw)

2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan tematik (*maudu’i*), yaitu menelusuri hadis berdasarkan tema tertentu. Mengumpulkan hadis-hadis berbisnis, serta teori bisnis dan lain-lain yang mendukung bagaimana cara mencarinya

3. Metode Analisis Data

Dalam metode analisis data penulis menggunakan metode sebagai berikut:

a). Analisis Diskriptif

Adalah melakukan analisis hanya sampai pada taraf diskriptif yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami mendeskripsikan suatu objek atau kegiatan yang menjadi perhatian peneliti⁴ data yang diperoleh berupa deskripsi kata-kata atau kalimat yang tertulis yang mengarah pada tujuan penelitian yang ditetapkan, dalam hal ini penulis mengumpulkan dan menelaah hadis-hadis tentang anjuran berbisnis. Untuk

⁴ Haidar, “Kewirausahaan Dalam Perspektif Hadis,” p. 16

memaparkan sanad dan matan hadis sekaligus menganalisisnya. Serta membuat outline sebagai breakdown dari judul besar dan menempatkan hadis sesuai sub bahasan, lalu dianalisis untuk menjawab permasalahan pada setiap sub bab.⁵

b). Analisis Sosio-Historis

Pemahaman hadis dengan pendekatan sosio-historis adalah memahami hadis dengan melihat sejarah sosial dan setting sosial pada saat dan menjelang hadis tersebut disabdakan.

Metode Analisis Sosio-Historis ini, penulis gunakan dalam memahami hadis-hadis berbisnis, karena bagaimanapun dalam memahami hadis harus memahami sejarah sosial pada saat dan menjelang hadis tersebut diturunkan, kemudian penulis kaitkan pada masa sekarang.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami gambaran secara menyeluruh dari rencana ini, maka penulis memberikan sistematika beserta penjelasan bersama garis besarnya.

Dalam rencana ini terdiri dari lima bab, dimana antara satu bab dengan satu bab lainnya saling berkaitan,

⁵ Haidar, "Kewirausahaan Dalam Perspektif Hadis," p. 17

oleh karena itu sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi pengertian bisnis, dasar-dasar bisnis Islam, tujuan dalam bisnis Islam, etika berbisnis dalam Islam, dan strategi bisnis.

BAB III KLASIFIKASI HADIS-HADIS BISNIS

Dalam bab ini berisi tentang hadis-hadis mengenai bisnis, penjelasan kandungan hadis-hadis mengenai bisnis dan pandangan ulama mengenai hadis bisnis.

BAB IV STRATEGI BISNIS RASULALLAH SAW

Dalam bab ini berisi tentang pemahaman terhadap hadis bisnis Rasulullah Saw, strategi hadis bisnis Rasulullah Saw dan aplikasi terhadap bisnis Rasulullah pada kehidupan muslim.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini hanya terdiri dua sub bab yaitu Kesimpulan dan Saran.