



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

ISSN: 2527 - 6344 (Print)

ISSN: 2580 - 5800 (Online)

Website: Website: <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqsid>

Volume 5, No. 1, 2020 (91-100)

ETIKA BISNIS (PERILAKU) BISNIS RASULULLAH MUHAMAD SAW SEBAGAI PEDOMAN BERWIRAUSAHA

Aqil Barqi yahya

Fakultas: Ekonomi & Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Abstrak

Dalam artikel ini menjelaskan tentang pentingnya suatu etika dalam berwirausaha. Dalam era sekarang bisnis kebanyakan hanya untuk meraup untung yang sebanyak-banyaknya. Berbeda dengan masa rasulullah SAW beliau adalah sosok pribadi yang paripurna dan tak habis-habisnya digali dan didiskusikan oleh umat manusia. Seluruh dimensi kehidupan dikupas dan dikaji secara mendalam baik sejarawan muslim maupun tokoh-tokoh pemikir non muslim di seluruh entero dunia. sejarah tentang karir dagang Nabi Muhammad SAW dalam merubah peradaban kota Makkah dan Madinah serta menjadikan daera ini jalur perdagangan Internasional. Oleh karena itu penggalian nilai-nilai etika melalui prilaku bisnis Nabi Muhammad SAW diharapkan menjadi sebuah solusi bagi prilaku bisnis masa sekarang.

Kata kunci (Keyword) : Etika bisnis Nabi Muhamad SAW, Wirausaha

A. Pendahuluan

Nabi Muhammad SAW adalah pedagang sejati, beliau memberikan tuntunan bagaimana melakukan perdagangan dengan benar dan profesional. 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. 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.

Perilaku Muhammad SAW sebagai pelaku bisnis menjadi hal yang sangat menarik untuk dibahas dimana Muhammad SAW menjalankan tugasnya sebagai uswatun hasanah yakni contoh teladan dalam segala hal yang tidak terkecuali dalam perihal aktivitas ekonomi dalam hal ini Muhammad SAW sebagai pelaku bisnis.

B. Pembahasan

1. Biografi perdagangan Nabi Muhamad SAW

Muhammad dilahirkan dari Bani Quraisy Keluarga beliau adalah pedagang). Hampir seluruh orang Arab Makkah ketika itu bekerja sebagai pedagang, karena bermata pencaharian dari bertani sangatlah sulit saat itu, mengingat kondisi alam yang tandus, berbatu-batu dan kering Muhammad adalah kaum Arab Musta'ribah yaitu kaum Arab yang berasal dari keturunan Nabi Ismail, mereka dinamakan juga Arab Adnaniyyah. Ismail dikaruniai 12 orang anak yang semuanya laki-laki. Mereka membentuk ke 12 kabilah yang semuanya tinggal di Makkah dan mata pencaharian mereka adalah berdagang. Muhammad hidup dengan suku padang pasir.

Dia belajar pada domba dan unta bergabung dengan pamannya dalam perjalanan kafilah melalui Arabia ke Syiria dia mengikuti majelis dan pameran dalam perdagangan di Makkah, di mana ia mungkin telah mendengar orang-orang dari agama yang berbeda mengekspresikan ide-ide mereka dalam bisnis/perdagangan.¹

Usia 10 tahun beliau membantu pamannya mencari nafkah sendiri dengan bekerja sebagai pencari kayu bakar, buruh batu dan pasir, serta sebagai pengembala kambing milik penduduk Makkah



¹ Novi Indriyani, "Prilaku Bisnis Muhammad SAW Sebagai Entrepreneur Dalam Filsafat Ekonomi Islam" *HUMAN FALAH*: Volume 3. No. 1 Januari – Juni 2016

secara serabutan dengan mendapatkan beberapa qirāt (upah atau gaji). Usaha membantu pamannya mencari nafkah dengan bekerja serabutan menunjukkan bahwa meski anak-anak, pada diri Nabi Muhammad SAW telah tumbuh kesadaran untuk hidup mandiri. Beliau tidak ingin keberadaannya menjadi beban bagi keluarga pamannya.

Pengalaman masa kecil dapat mempengaruhi sukses atau kegagalan seseorang. Pengalaman masa kecil juga bisa menimbulkan dorongan dan daya kritis, kemauan mencoba, disiplin, dan sebagainya, yang akan membantu seseorang untuk mengembangkan rasa percaya diri serta keinginan berprestasi. Sebaliknya, pengalaman masa kecil dapat pula menyebabkan seseorang untuk tidak melakukan hal-hal tersebut.

Nabi Muhammad SAW mulai merintis karir dagangnya saat berusia 12 tahun dan memulai usahanya sendiri ketika berumur 17 tahun. Pekerjaan sebagai pedagang terus dilakukannya hingga menjelang menerima wahyu (berusia sekitar 37 tahun). Kenyataan itu menegaskan bahwa Nabi Muhammad SAW telah menekuni dunia bisnis selama lebih kurang 25 tahun lebih lama dari masa kerasulan beliau yang berlangsung sekitar 23 tahun.²

Saat berusia 25 tahun Nabi Muhammad SAW menikah dengan Khadijah, Nabi Muhammad SAW tetap mengelola perdagangannya sebagai mitra bisnis Khadijah. Dengan demikian, beliau termasuk sebagai bussines owner. Afzalurrahman mencatat bahwa setelah menikah, Nabi Muhammad SAW tetap melanjutkan usaha perdagangannya. Pada masa itu, beliau bertindak sebagai mitra dalam usaha isterinya. Nabi Muhammad SAW melakukan perjalanan bisnis ke berbagai pusat perdagangan di seluruh penjuru negerinya dan negeri-negeri tetangga.

Tidak banyak catatan sejarah yang merekam usaha perdagangan dan perjalanan bisnis yang dilakukan Nabi Muhammad SAW setelah menikah. Tetapi, sebagaimana dinyatakan lebih lanjut oleh Afzalurrahman, terdapat catatan tentang hubungan dagang beliau dengan berbagai macam orang. Hal itu membuktikan bahwa beliau tetap menggeluti bidang perdagangan setelah menikah.³



² Muhammad Syafi'i Antonio, *Muhammad SAW: The Super Leader Super Manager* (Jakarta: proLM Center dan Tazkia Publishing, 2010), 10-12.

³ Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang* alih bahasa Dewi Nur Juliati, Isnan dkk (Jakarta: Yayasan swarna bhumi, 1997), 27.

Menginjak usia 30-an, Nabi Muhammad SAW menjadi seorang investor dan mulai memiliki banyak waktu untuk memikirkan kondisi masyarakat. Pada saat itu, Nabi Muhammad SAW sudah mencapai apa yang disebut sebagai —kebebasan uang (financial freedom) dan waktu.11 Sejak saat itulah beliau mulai sering menyendiri (tahannuts) ke Gua Hira'. Itu beliau lakukan hingga mendapat wahyu pertama pada usia 40 tahun. Periode baru dalam hidup Nabi Muhammad SAW sebagai seorang Nabi dan Rasul dimulai.⁴

2. Prinsip berbisnis (Etika bisnis) Nabi Muhammad SAW

Keberhasilan Muhammad dalam berbisnis dipengaruhi oleh kepribadian diri Muhammad yang dibangunnya atas dasar dialogis realitas sosial masyarakat Jahiliyyah dengan dirinya. Kemampuan mengelola bisnis tampak pada keberaniannya membawa dagangan Khadijah dan ditemani hanya seorang karyawan (Maisarah). Jika ia tidak memiliki pengalaman dan kemampuan berdagang maka ia hanya akan menjadi pendamping Maisarah. Ia bertanggungjawab penuh atas semua dagangan milik Khadijah. Demikian juga barang-barang dagangannya yang ia bawa dari pasar ke pasar atau tempattempat festival perdagangan. Berikut beberapa etika bisnis Muhammad dalam praktek bisnisnya antara lain:

- a. Penjual dilarang membohongi atau menipu pembeli mengenai barang-barang yang dijualnya.
- b. Tatkala transaksi bisnis dilakukan, penjual harus menjauhi sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang. Nabi Muhammad SAW bersabda, —Berhati-hatilah terhadap sumpah yang berlebihan dalam suatu penjualan. Meskipun hal itu bisa saja meningkatkan hasil penjualan, akan mengurangi berkahnya.
- c. Penjualan suatu barang harus berdasarkan kesepakatan bersama dari kedua belah pihak (penjual dan pembeli), atau dengan suatu usulan dan penerimaan. Kesepakatan bersama mengandung arti bahwa semua transaksi harus dilakukan atas dasar persetujuan bersama, bukan secara paksaan maupun penipuan.



⁴ Muhammad Syafi'i Antonio, *Muhammad SAW: The Super...*, 21.

- d. Penjual tidak boleh berbuat curang dalam menimbang atau menakar suatu barang.
- e. Dalam berdagang, Nabi Muhammad SAW sangat menghormati dan menghargai hak dan kedudukan pembeli. Beliau melayani pelanggan sepenuh hati dan menganjurkan umatnya untuk menerapkan sikap itu. Jabir meriwayatkan bahwa Nabi bersabda, —Rahmat Allah atas orang yang baik hati ketika ia menjual dan membeli dan ketika ia membuat keputusan.⁵ Menjalin hubungan yang baik antara penjual dan pembeli adalah salah satu kunci kesuksesan.

3. Strategi bisnis Nabi Muhammad SAW

Kesuksesan Nabi Muhammad SAW sebagai seorang pebisnis merupakan satu kesatuan yang utuh dari kemandirian dan semangat berwirausaha. Kejujuran, amanah, kecerdasan, dan keterampilan, komunikasi dan pelayanan yang baik, membangun jaringan dan kemitraan serta keselarasan dalam bekerja dan beribadah, menjadi faktor penting dalam menggapai kesuksesan sebagai seorang pedagang.⁶

Dalam konteks bisnis, sifat-sifat tersebut menjadi dasar dalam setiap aktivitas bisnis beliau yang kemudian menjadi sikap dasar manusiawi (fundamental human etichs) yang mendukung keberhasilan.

a. Şiddīq

Şiddīq berarti jujur atau benar, dalam menjalankan bisnisnya, Nabi Muhammad saw selalu menunjukkan kejujuran dan meyakini betul bahwa membohongi para pelanggan sama dengan mengkhianati mereka. Mereka akan kecewa bahwa tertipu. Akibatnya, mereka tidak akan bertransaksi bisnis lagi. Akibatnya, lambat laun bisnis pun akan hancur. Dalam manajemen pemasaran modern, karakter şiddīq sangat menentukan terciptanya layanan informasi secara benar. Bahkan, karakter şiddīq merupakan dasar yang harus menyertai aktivitas bisnis. Dengan jiwa şiddīq, hak atau kepentingan pelanggan tetap terpenuhi.

b. Amanah



⁵ Imam Abi Abdillah Muhammad ibn Ismail al Bukhori, *Shahih Bukhori* (Beirut: Daza Ibnukatsir), 560.

⁶ Mokh. Syaiful Bakhri, *Sukses Berbisnis ala Rasulullah SAW* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012), 45.

Amanah berarti —dapat dipercayall. Dalam konteks ini, amanah adalah tidak mengurangi atau menambah sesuatu dari yang seharusnya atau dari yang telah disepakati. Itu bisa terjadi antara penjual dan pembeli, penyewa dan yang menyewakan dan sebagainya. Setiap seorang yang diberi amanah harus benar-benar menjaga dan memegang amanah tersebut.

Seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya, seperti yang telah dicontohkan Nabi Muhammad saw dalam memegang amanah. Saat menjadi pedagang, Nabi Muhammad saw selalu memberikan hak pembeli dan orang-orang yang mempercayakan modalnya kepadanya. Dalam dunia marketing, nilai-nilai amanah sama penting kedudukannya dengan nilai-nilai *ṣiddīq*. Bagi perusahaan, pebisnis, dan pekerja, sifat amanah akan membawa keuntungan besar.

Sebab, ketika mitra bisnis atau para pembeli memutuskan untuk membelanjakan uangnya, mereka menganggap pedagang itu dapat dipercaya (amanah). Bersikap amanah mutlak diterapkan dalam setiap transaksi bisnis atau muamalah. Selain itu, sehebat apa pun strategi bauran pemasaran (marketing mix) yang bertumpu pada 4P (product, price, place, dan promotion) atau 4C (commodity, customer, competition dan change) ditempuh, misalnya tidak akan membuahkan sukses tanpa disertai adanya nilai-nilai amanah.

c. Fāṭanah

Fāṭanah berarti —cakapll atau —cerdasll. Pebisnis yang cerdas mampu memahami peran dan tanggungjawab bisnisnya dengan baik. Dia pun mampu menunjukkan kreatifitas dan inovasi guna mendukung dan mempercepat keberhasilan. Seiring itu, pebisnis yang cerdas mampu memberikan sentuhan nilai yang efektif dan efisien dalam melakukan kegiatan pemasaran. Di dunia bisnis yang penuh persaingan seperti saat ini, kecerdasan dalam berbisnis (kreatifitas dan inovasi) sangatlah vital. Jika tidak, sukses dan keberlangsungan hidup suatu usaha akan terancam.

d. Tablīgh

Secara bahasa, tablīgh bisa dimaknai dengan —menyampaikanll. Dalam konteks bisnis, pemahaman



tablīgh bisa mencakup argumentasi dan komunikasi. Penjual hendaknya mampu mengomunikasikan produknya dengan strategi yang tepat. Dengan sifat tablīgh, seorang pebisnis diharapkan mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran (transparency and fairness). Dengan itu, pelanggan dapat dengan mudah memahami pesan bisnis yang disampaikan.

Nabi Muhammad saw telah menunjukkan dirinya sebagai pedagang yang argumentatif dan komunikatif. Sehingga banyak mitra bisnis dan pelanggan merasa senang berbisnis dengannya. Lebih dari itu, Nabi Muhammad saw mampu memberi pemahaman kepada mereka perihal bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.⁷

4. Peran kewirausahaan dan berbisnis

a. Pengertian kewirausahaan dan bisnis

Kewirausahaan adalah padanan kata dari entrepreneurship dalam bahasa Inggris, unternehmer dalam bahasa Jerman, ondernemen dalam bahasa Belanda. Sedangkan di Indonesia diberi nama kewirausahaan. Kata entrepreneur berasal dari bahasa Perancis, yaitu *entreprende* yang berarti petualang, pengambil risiko, kontraktor, pengusaha (orang yang mengusahakan suatu pekerjaan tertentu), dan pencipta yang menjual hasil ciptaannya.⁸

Bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Di dalam kamus bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, dan bidang usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, dan bidang usaha.⁹

b. Fungsi dan Peran Kewirausahaan

Kewirausahaan memiliki peran yang cukup penting dalam menunjang ekonomi suatu negara, dengan banyaknya jumlah wirausahawan yang ada, maka hal tersebut akan dapat membantu program pemerintah dalam mengurangi tingkat

⁷ Muhammad Syafi'i Antonio, *Muhammad SAW: The Super...*, 62-67.

⁸ Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan: Panduan Bagi Mahasiswa untuk Menenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis* (Jakarta: Airlangga, 2011), 29.

⁹ Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1976), 145.

pengangguran yang tinggi. Hal ini dikarenakan dengan semakin banyaknya jumlah wirausahawan, maka akan dapat menciptakan lapangan kerja baru serta membantu mengatasi kemiskinan terutama di Indonesia. Fungsi dan peran wirausahawan dapat dilihat melalui dua pendekatan, yaitu secara mikro dan makro. Secara mikro, wirausahawan memiliki dua peran, yaitu sebagai penemu (innovator) dan perencana (planner). Sebagai penentu, wirausahawan menemukan dan menciptakan sesuatu yang baru, seperti produk, teknologi, cara, ide, organisasi, dan sebagainya.

Wirausahawan dapat disebut sebagai perencana apabila wirausahawan berperan dalam merancang tindakan dan usaha baru, merencanakan strategi usaha yang baru, merencanakan ide-ide dan peluang dalam meraih sukses, menciptakan organisasi perusahaan yang baru, dan lain-lain. Adapun secara makro, peran wirausaha adalah menciptakan kemakmuran, pemerataan kekayaan, dan kesempatan kerja yang berfungsi sebagai mesin pertumbuhan perekonomian suatu negara.¹⁰

5. Etika Bisnis dalam Studi Islam

Kata etika berasal dari kata ethos dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (custom). Dalam kamus Webster etika adalah the distinguishing character, sentiment, moral nature, or guiding beliefs of a person, group, or institution (karakter istimewa, sentimen, tabiat moral, atau keyakinan yang membimbing seseorang, kelompok atau institusi).¹¹ Pengertian yang lebih tegas makna etika adalah the systematic study of the nature of value concepts, good, bad, ought, right, wrong, etc. And of the general principles which justify us in applying them to anything; also called moral philosophy (etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja).¹²

Pengertian di atas semakna dengan kata moral. Kata ini berasal dari bahasa Latin mos, (jamaknya: mores) yang artinya adat istiadat atau kebiasaan. Yang dimaksud adat istiadat ini adalah kebiasaan yang dilakukan oleh individu maupun masyarakat.



¹⁰ Suyana, *Kewirausahaan, Edisi 3 Pedoman Praktis: Kiat dan Poses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 4.

¹¹ Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*, Walisongo, Volume 19, Nomor 1, Mei 2011.131

¹² Achmad Charris Zubair, *Kuliah Etika*, (Jakarta: Rajawali Press, 1995), 13.

Dengan demikian maka secara terminology istilah antara etika dan moralitas memiliki pengertian yang sama. Dalam studi islam istilah di atas senada dengan al-khuluq. Dalam al- Qur'an kata ini hanya ditemukan dalam bentuk tunggal (al-khuluq) dalam surat al-Qalam ayat 4 sebagai nilai konsiderans atas pengangkatan Muhammad sebagai Rasul. (Sesungguhnya engkau Muhammad berada di atas budi pekerti yang agung). Al-khuluq artinya innate peculiarity, natural disposition, character, temper, nature.

Dengan demikian maka akhlak adalah perilaku seseorang yang berkaitan dengan baik dan buruk, dan setiap manusia memiliki dua potensi di atas. Hanya saja dalam Islam potensi baik lebih dulu menghiasi diri manusia daripada potensi untuk berbuat kejahatan.¹² Dengan demikian maka etika bisnis yang dimaksud dalam tulisan ini adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis.¹³

6. Kesimpulan

Dari pembahasan diatas maka bisa ditarik kesimpulan bahwa Nabi Muhammad SAW, sudah memulai debut karirnya dalam berdagang sejak kecil. Sebelum belajar berdagang Nabi Muhammad sudah bekerja sebagai pengembala kambing dan unta milik penduduk Makkah. Selanjutnya beliau ikut pamanya berdagang ke Syam, mulai saat ini Nabi Muhammad Muda belajar cara berdagang, beliau sangat mahir berdagang,

Pengalaman masa kecil dapat mempengaruhi sukses atau kegagalan seseorang. Pengalaman masa kecil juga bisa menimbulkan dorongan dan daya kritis, kemauan mencoba, disiplin, dan sebagainya, yang akan membantu seseorang untuk mengembangkan rasa percaya diri serta keinginan berprestasi. Sebaliknya, pengalaman masa kecil dapat pula menyebabkan seseorang untuk tidak melakukan hal-hal tersebut.

Ada beberapa prinsip Nabi yang bisa menjadi teladan bagi para Wirausahawan untuk mencapai kesuksesan. Yaitu menghindari praktek riba, judi, maisyir. Serta ada beberapa kunci kesuksesan Nabi Muhammad SAW dalam berbisnis yaitu : tabligh.



¹³ Muhammad Saifullah, Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah, Walisongo, Volume 19, Nomor 1, Mei 2011.132

Amanah, fatanah, siddiq. Oleh karena itu bahwa sangat penting dan sangat berperan untuk mengentaskan masalah-masalah ekonomi dan dapat memberikan banyak lapangan pekerjaan bagi orang lain, maka di anggap perlu bagi para Wirausahawan untuk meniru etika dan perilaku bisnis yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW.

DAFTAR PUSTAKA

Afzalurrahman. Muhammad Sebagai Seorang Pedagang alih bahasa Dewi Nur Juliati, Isnan dkk (Jakarta: Yayasan swarna bhummy, 1997).

Muhammad Syafifi Antonio. Muhammad SAW: The Super Leader Super Manager (Jakarta: proLM Center dan Tazkia Publishing, 2010).

Bakhri Mokh. Syaiful. Sukses Berbisnis ala Rasulullah SAW (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012).

Hendro. Dasar-dasar Kewirausahaan: Panduan Bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis (Jakarta: Airlangga, 2011).

Imam Abi Abdillah Muhammad ibn Ismail al Bukhori. Shahih Bukhori (Beirut: Daza Ibnukatsir).

Poerwadarminta. Kamus Umum Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 1976).

Suyana, Kewirausahaan. Edisi 3 Pedoman Praktis: Kiat dan Poses Menuju Sukses (Jakarta: Salemba Empat, 2009).

Zubair, Achmad Charris, Kuliah Etika. (Jakarta: Rajawali Press, 1995).

Indriyani Novi, “ Prilaku Bisnis Muhammad SAW Sebagai Entrepreneur Dalam Filsafat Ekonomi Islam” HUMAN FALAH: Volume 3. No. 1 Januari – Juni 2016

Saifullah, Muhammad. Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah, Walisongo, Volume 19, Nomor 1, Mei 2011.

