

I

MANAJEMEN BISNIS SYARIAH MUHAMMAD SAW

IL. ABD. RAHMAN RAHIM & IL. MUHAMMAD RUSYDI



**LEMBAGA PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

PROFIL PENULIS

Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE.,MM. Lahirkan di Sengkang, 25 Agustus 1963 adalah Dosen pada Universitas Muhammadiyah Makassar. Memeroleh Sarjana Muda Ekonomi di Unismuh Makassar Lulus Tahun 1985. S1 Ekonomi di UMI Makassar Lulus Tahun 1988, S2 Magister manajemen/Pemasaran di IPWI Jakarta Lulus Tahun 1997, dan S3 Ekonomi Islam di Univ Airlangga Surabaya dan lulus pada 2012

Dr. H. Muhammad Rusydi, SE.,M.Si. Lahir di Soppeng, 31 Desember 1960. 4. Sarjana (S1) tahun 1986 di Fakultas Ekonomi Unhas (Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan), Magister (S2) tahun 1997 di PPS Unhas (Jurusan Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan), Program Doktor (S3) Ilmu Ekonomi 2014 di Unhas.

MANAJEMEN BISNIS SYARIAH MUHAMMAD SAW

**H. Abd. Rahman Rahim
H. Muhammad Rusydi**

**LEMBAGA PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2016**

KATA PENGANTAR

Seorang psikolog, bernama Brouwer (1983) dalam Marhari (2012), pernah menulis bahwa dulu Prusia dianggap sebagai negara militer, Tiongkok sebagai negara buruh, Iran sebagai negara ulama, Amerika Serikat sebagai negara *entrepreneurship*, dan Indonesia bisa dianggap sebagai negara pegawai. Pertanyaannya kemudian, mengapa Indonesia dianggap sebagai negara pegawai? Jawab Brouwer, bahwa keadaanlah yang membuatnya itu terjadi, yaitu karena adanya warisan kolonial penjajahan.

Disadari atau tidak, bahwa faktor koloniallah yang turut memberi kontribusi sehingga orang Indonesia banyak yang bercita-cita ingin menjadi pegawai. Sebab, pada masa kolonial memang penduduk pribumi lebih diarahkan menjadi pegawai, sedangkan pendatang lebih diarahkan menjadi *entrepreneur*. Akhirnya sampai saat ini, kondisi seperti itu masih dirasakan, di mana para alumni perguruan tinggi masih mendominasi ingin mejadi pegawai.

Sebagai negara yang terbesar penduduk Muslimnya, maka secara statistik tentu umat Islamlah yang paling banyak memilih pekerjaan sebagai pegawai. Mereka lebih memilih menjadi pegawai yang dalam hal ini, menerima gaji tetap ketimbang memilih menjadi *entrepreneur* yang kemungkinannya bisa mendapatkan finansial yang jauh lebih besar.

Banyak alasan, mengapa mereka tidak memilih pekerjaan sebagai *entrepreneur*. Alasan klasik yang jamak dikemukakan bahwa mereka tidak memiliki modal. Ada juga yang mengatakan, mereka tidak mempunyai bakat untuk berbisnis, tidak tahu bisnis apa yang akan dikerjakan, bingung bagaimana harus memulai bisnis, dan ada juga tidak pernah berani memulai berbisnis karena alasan takut rugi.

Keengganan dan ketakutan berbisnis sudah diusahakan dihilangkan atau paling tidak dikurangi oleh pemerintah dan swasta dengan mendirikan sekolah-sekolah yang berwawasan

kewirausahaan. Bahkan di tingkat perguruan tinggi semua program studi diwajibkan memasukkan mata kuliah kewirausahaan di kurikulumnya. Pendidikan kewirausahaan perlu ditekankan keberanian untuk memulai berwirausaha.

Selain itu, sebagai orang Muslim keengganan berbisnis bisa dihilangkan jika kita memiliki motivasi yang tinggi untuk menjadi seorang pebisnis. Motivasi bisa kita gali dari Al-Qur'an dan Hadis Nabi Muhammad Saw. Dalam hadis misalnya, Nabi pernah bersabda yang intinya, bahwa Tuhan meletakkan 90 % rezeki di bisnis. Ini berarti, bahwa Tuhan akan memberi 90 % rezeki kepada hambanya yang memilih berbisnis sebagai pekerjaan dan hanya 10 % rezeki di pekerjaan lain, seperti pegawai dan lain sebagainya.

Apa yang disampaikan oleh Nabi, juga dipraktikkan dengan memilih berdagang sebagai pekerjaannya. Berdagang dilakoni Nabi sejak umur 12 tahun sampai berumur lebih dari 40 tahun. Dalam menjalankan bisnis, Nabi sukses meraih keuntungan yang besar sehingga menjadi kaya. Terbukti, waktu melamar Khadijah, Nabi mengeluarkan mahar sekitar Rp 1,1 milyar kalau dikurs dengan mata uang rupiah sekarang. Bahkan Nabi juga pernah berkorban secara pribadi 100 ekor unta yang kalau dihitung dengan kurs rupiah mencapai Rp 1 milyar.

Demikian juga, sahabat Nabi seperti Usman bin Affan juga kaya karena berdagang. Begitu pula Abdurrahman bin Auf memiliki kekayaan melebihi kekayaan Usman bin Affan juga karena berdagang. Demikian juga Abu Hanifah adalah seorang ulama besar pelopor mazhab Hanafi, ia juga seorang *entrepreneur* ternama dan kaya di Kufah, Iraq. Beliau seorang pebisnis yang menjual kain sutra dan memiliki toko yang besar.

Tahun 2016, Forbes mengeluarkan data 10 orang terkaya di dunia: 1) Bill Gates dengan kekayaan US\$ 75 milyar; 2) Amancio Ortega dengan kekayaan US\$ 67 milyar; 3) Warren Buffett dengan kekayaan 60,8 milyar; 4) Carlos Slim Helu dengan kekayaan US\$ 50 milyar; 5) Jeff Bezos dengan kekayaan US\$ 45,2 milyar; 6) Mark Zuckerberg dengan kekayaan US\$ 44,6 milyar; 7) Larry Ellison dengan kekayaan US\$ 43,6 milyar; 8) Michael Bloomberg dengan kekayaan US\$

40 milyar, 9) Charles Koch dengan kekayaan US\$ 39,6 miliar; dan 10) David Koch dengan kekayaan US\$ 39,6 milyar.

Selain itu, Tahun 2016 Forbes juga mengeluarkan data 10 orang terkaya di Indonesia: 1) Budi Hartono dengan kekayaan US\$ 8,1 milyar; 2) Michael Hartono dengan kekayaan US\$ 7,1 milyar; 3) Chaerul Tanjung dengan kekayaan US\$ 4,9 milyar; 4) Sri Prakash Lohia dengan kekayaan US\$ 4,2 milyar; 5) Bachtiar Karim dengan kekayaan US\$ 3,2 milyar, 6) Mochtar Riady dengan kekayaan US\$ 2,1 milyar; 7) Tahir dengan kekayaan US\$ 2 milyar; 8) Murdaya Poo dengan kekayaan US\$ 1,9 milyar; 9) Peter Sondakh dengan kekayaan US\$ 1,8 milyar; dan Eddy Kusnadi Sariatmadja dengan kekayaan US\$ 1,6 milyar.

Ketiga fakta di atas menunjukkan bahwa semua orang kaya adalah pebisnis ulung. Fakta ini menunjukkan, bahwa kekayaan terbesar dikuasai oleh pebisnis-pebisnis yang handal. Baik pada jaman Nabi dan sahabatnya sampai ulama Abu Hanifa dan juga orang kaya di dunia serta di Indonesia sekarang, semua dikuasai oleh orang kaya yang menggeluti dunia bisnis.

Kita sebagai orang muslim, kita tidak hanya dianjurkan menjadi kaya, tetapi bagaimana kekayaan itu diperoleh dengan cara yang halal dan berqah. Karena itu, buku ini akan menguraikan bagaimana konsep dan strategi Nabi Muhammad Saw. mengimplementasikan nilai-nilai manajemen bisnis syariah dalam kehidupan dan praktik bisnisnya sehingga sukses menjadi kaya. Muhammad saw. adalah teladan sekaligus motivator bagi kita untuk berbisnis sesuai dengan manajemen syariah sehingga kita bisa kaya tetapi juga berqah.

Semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat kepada para pembaca dan juga kepada penulis sendiri. Amin.

Makassar Desember 2016

P e n u l i s

DAFTAR ISI

Sampul Dalam	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Pengertian Manajemen.....	1
B. Fungsi Manajemen.....	3
C. Pengertian Bisnis.....	7
D. Fungsi Bisnis.....	10
E. Pengertian Manajemen Bisnis.....	11
F. Fungsi Manajemen Bisnis.....	12
G. Elemen Bisnis.....	13
H. Jenis dan Kegiatan Bisnis.....	14
I. Karakteristik Sistem Bisnis.....	16
J. Etika Bisnis.....	20
K. Etika Bisnis Nabi Muhammad saw.....	20
BAB II KONSEP BISNIS MUHAMMAD SAW	27
A. Niat Sebagai Dasar Berbisnis.....	29
B. Dunia Tempat Mencari Syurga.....	31
C. Amanah dan Kejujuran.....	36
D. Berfikir Kreatif dan Siap Menghadapi Perubahan.....	41
E. Kuat, Cerdas, dan Cekatan.....	49
F. Keseimbangan Hati, Pikiran dan Tindakan Nyata.....	54
G. Memiliki Perencanaan dan Sasaran yang Jelas.....	56
H. Menjadi Manusia Paling Bermanfaat.....	59
BAB III. KUNCI SUKSES BISNIS MUAHAMMAD SAW	65
A. Bukan Sekedar Mimpi Tapi Mewujudkan Mimpi.....	66
B. Pintar Mempromosikan Diri.....	71
C. Membayar Gaji Karyawan Sebelum Kering Keringatnya.....	77
D. Menjaga Sinergisme.....	84
E. Bersyukur dan Berterima Kasih.....	89
F. Berbisnis dengan Cinta.....	93
G. Cara Membelanjakan Harta Muhammad saw.....	96

BAB IV. APLIKASI KONSEP MANAJEMEN	
BISNIS MUHAMMAD	101
A. Kepuasan Pelanggan	103
B. Pelayanan yang Unggul	105
C. Transparansi/Kejujuran	108
D. Persaingan yang Sehat	110
E. Efisiensi	115
F. Kemampuan	117
DAFTAR PUSTAKA	120

BAB I

PENDAHULUAN

Manajemen yang tepat dan efektif dapat menjamin keberhasilan usaha baik yang bersifat ekonomi maupun yang non ekonomi. Manajemen yang bersifat ekonomi berkaitan dengan usaha untuk mencapai sasaran tertentu, misalnya efisiensi. Jika tujuan efisiensi ini ingin dicapai maka harus menggunakan sumber-sumber daya yang tersedia dengan cara yang efektif dan efisien pula.

Manajemen dapat pula merupakan suatu aktivitas yang berhubungan dengan yang lainnya. Aktivitas tersebut merupakan sebuah proses manajemen dan mereka yang mengatur dan mengendalikan proses tersebut disebut sebagai manajer (Marhari, 2012). Bagi perusahaan, keberhasilan yang dicapai dalam mempertahankan bisnisnya tentu tidak terlepas dari pelaksanaan manajemen yang baik. Oleh karena itu, perusahaan yang ingin sukses mempertahankan eksistensi bisnisnya dalam waktu yang relatif lama maka mau tidak mau harus menerapkan manajemen yang baik di perusahaannya.

Berikut ini akan dibahas beberapa pengertian dan konsep yang berkaitan dengan manajemen bisnis, termasuk bisnis syariah. Pengertian dan konsep manajemen bisnis itu yang terangkum dalam pendahuluan meliputi: Pengertian manajemen; Fungsi manajemen; Pengertian Bisnis; Fungsi bisnis; Pengertian manajemen bisnis; Fungsi manajemen bisnis; Elemen bisnis; Jenis dan kegiatan bisnis; Karakteristik sistem bisnis; Etika bisnis; dan Etika Bisnis Muhammad Saw.

A. Pengertian Manajemen

Apabila kita menelusuri literatur manajemen, maka setidaknya akan ditemukan tiga pengertian manajemen (Marhari, 2012), yaitu:

1. Manajemen sebagai suatu seni (*art*) dan sekaligus sebagai suatu ilmu pengetahuan (*science*). Artinya, bahwa jika seorang manajer melaksanakan manajemen di perusahaannya, maka ia tidak bisa melaksanakan dengan naluri ilmu saja tetapi juga harus dibarengi dengan jiwa seni yang baik.
2. Manajemen sebagai suatu proses. Manajemen sebagai suatu proses dapat dikemukakan dua definisi yang berbeda tetapi tetap mempunyai arti atau makna yang sama.
 - a. Manajemen adalah suatu proses pelaksanaan suatu tujuan tertentu yang dilaksanakan dan dikontrol.
 - b. Manajemen adalah fungsi untuk mencapai sesuatu melalui kegiatan orang lain dan sekaligus mengawasinya untuk mencapai tujuan yang sama.
3. Manajemen sebagai kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen. Manajemen sebagai kolektivitas adalah kegiatan yang dilakukan oleh segenap orang dalam melaksanakan aktivitas manajemen dalam suatu badan tertentu.

Berkaitan dengan pengertian manajemen tersebut di atas, akan ditampilkan pula beberapa pendapat para ahli manajemen mengenai definisi manajemen menurut versinya masing-masing sebagai berikut:

Menurut Terry dalam Marhari (2012), manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang ke arah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. Manajemen juga adalah suatu ilmu pengetahuan maupun seni. Seni adalah suatu kecakapan, keahlian atau pengetahuan bagaimana mencapai hasil yang diinginkan. Dengan kata lain, seni adalah keterampilan yang diperoleh melalui pengalaman, pengamatan, dan pelajaran serta kemampuan untuk memanfaatkan pengetahuan manajemen.

Menurut Follet dalam Marhari (2012), manajemen adalah seni untuk melaksanakan suatu pekerjaan melalui orang lain. Definisi Follet ini menekankan pada kenyataan bahwa para manajer dalam mencapai tujuan organisasi, yaitu dengan cara memanfaatkan orang-orang lain untuk melaksanakan suatu pekerjaan, bukan dengan cara dirinya sendiri untuk melaksanakan suatu pekerjaan.

Sedangkan Stoner dan Wankel dalam Siswanto (2013) memberikan definisi, "*Management is the process of planning, or organizing, leading, and controlling the efforts of organization members and of using all other organizational resources to achieve stated organizational goals*" (manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian upaya anggota organisasi dan penggunaan seluruh sumber daya organisasi lainnya untuk tercapainya tujuan organisasi). Definisi Stoner ini menekankan pada fungsi-fungsi manajemen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan memanfaatkan semua sumber daya organisasi yang dimiliki.

Berdasarkan literatur manajemen plus tiga definisi manajemen yang dikemukakan oleh para ahli manajemen di atas, meskipun sulit disimpulkan tetapi dapat ditarik suatu benang merah, bahwa manajemen adalah suatu ilmu yang disertai dengan keahlian atau seni dalam menggerakkan orang lain secara kolektif melalui suatu proses yang benar untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan dengan tetap mengacu pada fungsi-fungsi organisasi itu sendiri, yaitu perencanaan (*planning*), perorganisasian (*organizing*), kepemimpinan (*leadership*) dan pengendalian (*controlling*).

B. Fungsi Manajemen

Fungsi manajemen merupakan elemen-elemen dasar yang selalu hadir dan tak terpisahkan dalam proses manajemen yang

akan dijadikan dasar oleh manajer dalam melaksanakan aktivitas untuk mencapai suatu tujuan. Henry Fayol adalah orang pertama yang memperkenalkan fungsi manajemen pada abad ke-20. Beliau mengemukakan, bahwa ada lima fungsi manajemen, yaitu: merancang, mengorganisasi, mengarahkan, dan mengendalikan (Marhari, 2012).

Untuk memahami lebih jauh kelima fungsi manajemen tersebut di atas akan diuraikan lebih lanjut dalam pembahasan berikut.

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah penentuan apa yang ingin dicapai dan bagaimana cara mencapainya. Artinya, jika seorang manajer telah menetapkan suatu besaran profit yang akan dicapai sebagai tujuan dalam suatu perusahaan, maka manajer harus menyusun rencana sedemikian rupa sehingga besaran profit yang telah ditetapkan tersebut sebagai tujuan perusahaan dapat dicapai.

Perencanaan dapat digolongkan ke dalam dua jenis, yaitu:

- Perencanaan jangka pendek adalah waktunya singkat, misalnya satu tahun, dua tahun, dan maksimal lima tahun. Semakin singkat waktu yang direncanakan dalam suatu perencanaan, maka rencana-rencana yang ingin dicapai harus semakin spesifik.
- Perencanaan Jangka Panjang adalah waktunya lama, misalnya lebih dari lima tahun, sepuluh tahun, dan maksimal 25 tahun. Perencanaan jangka panjang ini, biasanya diikuti oleh perencanaan jangka lima tahunan, seperti penerapannya pada Pelita di Indonesia.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian merupakan kegiatan yang terkoordinasi dari sekelompok orang yang bekerja secara bersama yang dikoordinir oleh seorang pemimpin atau

manajer untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan.

Pengorganisasian dimaksudkan adalah untuk membagi tugas ke dalam bagian-bagian tertentu agar mudah menempatkan orang sesuai dengan minat, bakat dan keahliannya. Hal ini sejalan dengan prinsip manajemen, *“The right man and the right place”*. Tujuannya adalah menempatkan orang sesuai dengan keahlian dan tugas yang disenangi agar termotivasi bekerja secara maksimal. Juga menentukan level mana keputusan harus diambil dan siapa yang harus bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan pada setiap level tersebut.

3. Penyelenggaraan Staf (*Staffing*)

Pelaksanaan staf merupakan fungsi manajerial yang menyangkut pengadaan dan penempatan orang-orang yang memenuhi syarat-syarat untuk tugas tertentu di dalam organisasi yang telah dirancang sebelumnya. Jelasnya, tugas manajemen personalia adalah menetapkan analisis jabatan, melantik karyawan, melatih, menempatkan, memberi kompensasi yang adil, memotivasi karyawan dan sebagainya (Marhari, 2012).

4. Pengarahan (*Directing*)

Pengarahan adalah suatu kegiatan untuk mengintegrasikan usaha-usaha anggota-anggota dari suatu kelompok, sehingga melalui tugas-tugas mereka dapat tercapai tujuan-tujuan pribadi dan kelompoknya.

Setiap anggota kelompok, harus memiliki informasi yang lengkap untuk menyelesaikan suatu tugas. Untuk tujuan tersebut, maka rencana-rencana yang telah disusun diinformasikan kepada anggota kelompok dalam bentuk instruksi dan perintah yang disampaikan secara resmi (Terry, 2013).

5. Pengendalian (*Controlling*)

Di antara fungsi-fungsi manajemen, perencanaan dan pengendalian memiliki peran yang sangat penting. Fungsi perencanaan adalah menetapkan mengenai apa yang harus dicapai pada suatu periode tertentu serta tahap-tahapannya. Sedangkan dalam pengendalian adalah usaha untuk mengevaluasi apakah tujuan dapat dicapai dan apabila tidak dapat dicapai dicari faktor-faktor penyebabnya. Dengan demikian, dapat dilakukan tindakan perbaikan (*corrective action*) (Siswanto, 2013).

Mokler (1972) dalam Siswanto (2013) memberikan pengertian pengendalian, *“Management control is a systematic effort to set performance standards with planning objectives, to design information feedback systems, to compare actual performance with these predetermined standards, to determine take any whether there are any deviations and to measure their significance, and to take any action required to assure that all corporate resource are being used in the most effective and efficient way possible in achieving corporate objectives.”*

Pengendalian manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar kinerja dengan sasaran perencanaan, mendesain sistem umpan balik informasi, membandingkan kinerja aktual dengan standar yang telah ditetapkan, menentukan apakah terdapat penyimpangan dan mengukur signifikansi penyimpangan tersebut, dan mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumberdaya perusahaan yang sedang digunakan sedapat mungkin secara lebih efisien dan efektif guna mencapai sasaran perusahaan.

Berdasarkan pengertian di atas, terdapat empat tahap dalam pengendalian, yaitu:

- a. Menetapkan standar dan metode untuk pengukuran kinerja.
Penetapan standar dan metode pengukuran kinerja bisa mencakup standar dan ukuran dalam segala hal, misalnya mulai dari target penjualan sampai catatan kehadiran pekerja.
- b. Mengukur kinerja
Mengukur kinerja adalah proses yang berlanjut dan pengulangan, dengan frekuensi yang terjadi pada jenis aktivitas yang diukur.
- c. Membandingkan kinerja sesuai dengan standar
Membandingkan kinerja adalah membandingkan hasil yang telah diukur dengan target atau standar yang telah ditetapkan.
- d. Mengambil tindakan perbaikan
Mengambil tindakan perbaikan adalah mengadakan perubahan terhadap satu atau beberapa aktivitas dalam operasi organisasi atau terhadap standar yang telah ditetapkan.

C. Pengertian Bisnis

Bisnis dalam ilmu ekonomi adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa pada konsumen. Tujuannya adalah mencari profit. Kata bisnis berasal dari bahasa Inggris, yaitu *business* yang dari akar kata *busy* yang berarti “sibuk”, baik dalam konteks individu, komunitas maupun masyarakat. Sibuk dimaksudkan di sini berkaitan dengan kesibukan dalam aktivitas mencari profit (Marhari, 2012).

Bisnis dalam ekonomi kapitalis pada umumnya dimiliki swasta. Bisnis diusahakan untuk mendapatkan profit dan meningkatkan kemakmuran bagi privat sesuai dengan kapital yang diinvestasikan. Namun, tidak semua bisnis orientasinya hanya pada profit privat, tetapi ada juga bisnis bertujuan untuk

meningkatkan kesejahteraan anggotanya, yaitu pada bisnis koperasi. Sedangkan bisnis pada ekonomi sosialis kebanyakan dimiliki oleh pemerintah atau publik. Individu dan swasta hampir-hampir tidak diberi kesempatan untuk mendirikan lembaga atau usaha yang bersifat kepemilikan privat.

Bisnis dalam arti luas adalah meliputi semua aktivitas, baik secara individu maupun secara kolektif dalam memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan pengertian bisnis menurut beberapa ahli, dapat ditampilkan dalam pembahasan berikut:

Menurut Chwee dalam Marhari (2012), “ *Business is than simply a system that product goods and services to setisfy the needs of our society*” (bisnis adalah suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusia). Bisnis dimaksudkan di sini, adalah semua usaha untuk memproduksi barang dan jasa, tujuannya hanya semata untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan manusia.

Menurut Ebert dalam Marhari (2012), bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang dan jasa yang bertujuan untuk mendapatkan profit sebanyak-banyaknya. Bisnis menurut Ebert ini adalah bukan dilekolala individu, tetapi dikelola oleh suatu lembaga, baik lembaga swasta maupun pemerintah dan tujuan utamanya adalah mencari profit semaksimal mungkin.

Dari beberapa pendapat mengenai pengertian bisnis tersebut di atas, tampaknya ada kesamaan di antara para pakar manajemen bisnis dalam memberikan definisi mengenai bisnis sehingga dapat disimpulkan, bahwa bisnis adalah suatu aktivitas yang dilakukan dalam rangka memproduksi dan mendistribusi barang dan jasa, baik secara idividu maupun secara kolektif. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat konsumen dan profit bagi pengelola, baik secara individu maupun secara lembaga.

Selanjutnya, ada beberapa bentuk kepemilikan bisnis yang akan ditampilkan, yaitu perusahaan perseorangan, persekutuan, perseroan terbatas, dan koperasi sebagai berikut:

1. Perusahaan Perseorangan

Perusahaan perseorangan adalah bisnis yang kepemilikannya dipegang oleh satu orang. Pemilik perusahaan memiliki tanggung jawab tak terbatas atas harta perusahaan. Apabila perusahaan misalnya, mengalami kerugian, maka pemiliklah yang akan menanggung segala kerugian.

2. Persekutuan

Persekutuan adalah bentuk bisnis antara dua orang atau lebih yang bekerja sama menjalankan perusahaan untuk mendapatkan profit. Setiap sekutu memiliki tanggung jawab tak terbatas atas harta perusahaan. Persekutuan ini dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu persekutan komanditer dan firma, walaupun persekutuan yang terakhir sudah tidak banyak diminati oleh investor.

3. Perseroan

Perseroan adalah bisnis yang kepemilikannya dipegang oleh beberapa orang dan diawasi oleh dewan direktur. Setiap pemilik memiliki tanggung jawab yang terbatas atas harta perusahaan, sesuai dengan besarnya saham yang dimiliki di perusahaan. Perusahaan ini banyak diminati oleh orang yang akan berinvestasi dalam jumlah modal yang besar.

4. Koperasi

Koperasi adalah bisnis yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan mendasarkan kegiatannya pada prinsip kebersamaan sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan azas kekeluargaan. Koperasi bertujuan untuk mensejahterakan seluruh anggotanya.

D. Fungsi Bisnis

Fungsi bisnis adalah untuk menciptakan nilai (*utility*) suatu produk, yang semula kurang bernilai atau tidak bernilai menjadi lebih bernilai, setelah diolah dan berubah bentuk maka nilainya akan lebih berguna untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau masyarakat. Adapun nilai kegunaan (*utility value*) yang diciptakan oleh aktivitas bisnis sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Mengubah bentuknya (*form utility*), misalnya bagaimana mengubah kayu gelondongan menjadi meubel dan sangat diperukan oleh masyarakat.
2. Memindahkan tempat produk itu (*place utility*), misalnya kayu gelondongan di hutan dipindahkan ke kota untuk dijadikan meja dan lemari agar dapat lebih bermanfaat.
3. Mengubah kepemilikan (*possessive utility*), misalnya polpen yang dijual di tempat penjualan, ketika pemilikannya beralih ke pembeli, maka nilai utilinya akan lebih bermanfaat apabila digunakan oleh pembelinya untuk menulis.
4. Memanfaatkan waktu kegunaannya (*time utility*), misalnya pemanfaatan payung pada musim hujan dan musim kemarau tentu jauh lebih tinggi utilitnya daripada di luar kedua kondisi tersebut.

Sedangkan menurut Steinhoff dalam Marhari (2012), bahwa ada tiga fungsi utama bisnis, yaitu:

1. Mencari bahan mentah (*acquiring raw material*). Mencari bahan mentah tujuannya adalah untuk memindahkan bahan mentah dari tempatnya yang kurang berguna menjadi lebih berguna atau utilitinya semakin bertambah, sehingga nilai bisnisnya menjadi lebih tinggi pula.
2. Mengubah bahan mentah menjadi barang jadi (*manufacturing materials into to final product*). Mengubah bahan mentah (*raw materials*) menjadi produk akhir (*final*

product) akan meningkatkan utilitinya, sehingga nilai bisnisnya menjadi bertambah.

3. Menyalurkan barang yang sudah jadi tersebut ke tangan konsumen (*distributing product to consumer*). Mendistribusikan barang yang sudah jadi ke tangan konsumen atau user akan menambah nilai share distribusi, sehingga nilai bisnisnya akan bertambah.

E. Pengertian Manajemen Bisnis

Manajemen bisnis adalah serangkaian aktivitas yang dijalankan dalam organisasi, baik yang bergerak di bidang barang maupun jasa, agar aktivitas bisnis dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Oleh karena itu, aktivitas bisnis dalam suatu organisasi meliputi segala aspek dan bagian dari manajemen, misalnya manajemen sumber daya manusia, manajemen pemasaran, manajemen strategi, manajemen operasional, manajemen informasi dan manajemen keuangan (Marhari, 2012).

Dengan demikian, manajemen bisnis dalam sebuah organisasi baik yang bergerak di bidang barang maupun jasa merupakan aktivitas bisnis yang diupayakan dilakukan secara efektif efisien. Karena itu, aktivitas bisnis dalam organisasi harus mencakup aspek-aspek manajemen seperti: manajemen personalia, manajemen keuangan, manajemen operasional, manajemen pemasaran dan manajemen informasi dan manajemen keuangan.

Dalam manajemen bisnis, seluruh aktivitas bisnis yang dilakukan dalam organisasi, baik yang bergerak di bidang barang atau jasa harus melibatkan aspek-aspek manajemen. Apakah itu aspek manajemen personalia, manajemen keuangan, manajemen operasional dan aspek manajemen lainnya. Kesemua aspek-aspek manajemen tersebut harus berfungsi dengan efektif dan efisien.

F. Fungsi Manajemen Bisnis

Fungsi manajemen manajemen seperti layaknya fungsi-fungsi manajemen secara umum, yaitu bahwa dalam organisasi bisnis juga menjalankan fungsi-fungsi manajemen sebagai berikut:

1. Merencanakan tujuan bisnis, apa yang ingin dicapai dan bagaimana cara mencapainya dengan menggunakan sumberdaya bisnis yang tersedia. Hal ini dilakukan untuk mengkaji kekuatan dan kelemahan organisasi, menentukan kesempatan dan ancaman, menetapkan strategi, kebijakan, dan program.
2. Mengorganisasi sumber daya yang dimilikinya, yaitu mengkoordinir dengan baik sumberdaya meliputi: manusia, peralatan, bahan, uang dan waktu. Proses ini merupakan aktivitas paling menentukan dalam keefektivan pencapaian tujuan organisasi bisnis. Tahap ini dilakukan penentuan fungsi, hubungan, dan struktur
3. Mempekerjakan orang untuk mengoperasikan bisnis, adalah memilih dan menempatkan orang sesuai dengan kompetesnisinya, agar bisnis yang menjadi tujuan dapat berjalan dengan baik.
4. Membimbing para karyawan untuk menjalankan bisnis, yaitu bahwa dalam sebuah organisasi bisnis harus ada leader yang dapat mengarahkan setiap personil yang ada dalam suatu organisasi bisnis agar setiap orang tersebut bekerja dengan terarah dan sesuai dengan tujuan organisasi bisnis yang telah ditetapkan.
5. Memantau kemajuan yang telah dicapai, yaitu dapat dilakukan, apakah per semester atau per tahun untuk mengevaluasi setiap program yang telah dijalankan, apakah telah berjalan dengan normal atau tidak. Apabila aktivitas melenceng dari tujuan organisasi bisnis, maka

dilakukan pembenaran, sehingga proses ini diharapkan mampu menjamin keberlangsungan organisasi bisnis mencapai tujuan dan keefektifan manajemen dapat terukur

Khusus dalam organisasi bisnis, dalam praktiknya secara sederhana aktivitas manajemen yang lazim dilakukan adalah perencanaan (*planning*), pengendalian (*controlling*), dan pengambilan keputusan (*decision maker*) (Marhari, 2102).

Fungsi perencanaan dalam manajemen dalam praktiknya bukan hanya menentukan arah dan tujuan yang dituju, tetapi juga gambaran singkat yang akan dijalani sekaligus metode yang ditetapkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam perencanaan. Manajemen memerlukan data informasi yang akurat dan lengkap untuk membantu melaksanakan perencanaan yang dituangkan dalam program yang telah direncanakan.

Data dan informasi tersebut terkait pula dengan fungsi pengendalian. Sebab aktivitas secara menyeluruh tidak akan efektif tanpa informasi yang memadai. Untuk mempengaruhi kendali, maka manajemen harus memiliki subsistem yang berfungsi mengukur dan menilai *output* dalam sistem organisasi lalu kemudian membandingkan dengan tujuan yang telah direncanakan. Fungsi manajemen pengendalian ini diharapkan menemukan penyimpangan lebih awal demi mengambil tindakan yang tepat guna memperbaiki hasil rencana yang sedang berjalan.

G. Elemen Bisnis

Elemen bisnis meliputi modal (*capital*), bahan-bahan (*material*), sumberdaya manusia (SDM) dan keterampilan manajemen.

1. Modal (*capital*)
Modal adalah sejumlah uang yang digunakan untuk menjalankan kegiatan bisnis. Bisnis mengandalkan modal untuk menghasilkan produknya.
2. Bahan-bahan (*material*)
Material atau bahan merupakan faktor produksi yang digunakan dalam melaksanakan aktivitas bisnis diolah untuk menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat.
3. Sumber daya manusia (SDM)
Bisnis menggunakan sumber daya manusia untuk melakukan proses produksi dan membuat keputusan bisnis lainnya yaitu sumber daya yang memiliki kemampuan kompetitif dan kualitas tinggi.
4. Keterampilan manajemen
Sistem manajemen yang dijalankan berdasarkan prosedur dan tata kerja manajemen. Mengandalkan kewirausahaan untuk pedoman pada saat bisnis diciptakan dan ketika bisnis berevolusi (Marhari, 2102).

Para pemangku kepentingan adalah kunci dalam suatu bisnis, yaitu pemilik, kreditor, karyawan, pemasok, dan pelanggan. Pemilik berinvestasi dalam perusahaan, sementara kreditor meminjamkan uang pada perusahaan. Karyawan dipekerjakan untuk melaksanakan operasi bisnis perusahaan secara efisien guna memuaskan pemilik. Pemasok menyediakan bahan baku yang dibutuhkan perusahaan untuk menghasilkan produksinya.

H. Jenis dan Kegiatan Bisnis

Menurut Marhari (2012), bisnis biasanya dikelompokkan ke dalam beberapa bagian, tergantung dari kegiatannya,

kegunaan, dan motifnya. Berikut ini beberapa jenis bisnis tersebut.

1. Bisnis berdasarkan kegiatannya, terbagi ke dalam 4 macam kegiatan:
 - a. **Bisnis Ekstraktif**
Bisnis ekstraktif adalah bisnis yang bergerak dalam jenis kegiatan pertambangan atau menggali bahan-bahan tambang yang terkandung dalam perut bumi.
 - b. **Bisnis Agraris**
Bisnis agraris adalah bisnis yang bergerak pada bidang pertanian (termasuk pertanian, peternakan, dan perunggasan), perkebunan serta kehutanan.
 - c. **Bisnis Industri**
Bisnis industri adalah bisnis yang bergerak pada bidang industri manufaktur, misalnya industri bisnis garmen, mesin-mesin, mebel, pesawat terbang, mobil, sepeda motor, kapal laut, pabrik kertas, pabrik tapioka dan sebagainya.
 - d. **Bisnis Jasa**
Bisnis jasa adalah bisnis yang bergerak dalam bidang jasa yang menghasilkan produk-produk yang tidak berwujud seperti pendidikan, kecantikan, perbankan, kesehatan, penanggungungan resiko, jasa pariwisata, dan sebagainya.
2. Bisnis berdasarkan kegunaan atau manfaatnya terbagi atas 4 macam, yaitu:
 - a. **Kegunaan Bentuk (*Form Utility*)**
Kegunaan bentuk yang mengubah bahan mentah menjadi benda yang bermanfaat.
 - b. **Kegunaan Tempat (*Place Utility*)**
Kegunaan tempat, yaitu bidang transportasi
 - c. **Kegunaan Waktu (*Time Utility*)**
Kegunaan waktu bergerak dalam bidang penyimpanan.

d. Kegunaan Kepemilikan (*Possession Utility*)

Kegunaan Kepemilikan, yaitu yang bergerak dalam bidang perdagangan. Pada jenis bisnis ini kepemilikan, ia tidak bisa dilepaskan dari kebutuhan manusia yang terdiri atas kebutuhan fisiologik, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan harga diri, dan kebutuhan aktualisasi diri, yang oleh Abraham Maslow disebut teori hierarki kebutuhan manusia.

Di samping perbedaan tersebut, dapat pula dibedakan dari sisi motifnya, antara bisnis yang menjalankan usahanya untuk mencari keuntungan (*profit motive*) dan bisnis yang tidak bermotif keuntungan (*non profit motive*). Pada bisnis *non profit motive*, bersifat sosial seperti yayasan atau lembaga pendidikan.

Menurut Marhari (2012), bahwa setidaknya, terdapat enam pokok kegiatan yang dilakukan oleh sebuah bisnis, yaitu:

- a. Menciptakan atau memproduksi suatu barang atau jasa
- b. Memasarkan produk pada konsumen
- c. Membuat dan mempertanggungjawabkan transaksi keuangan
- d. Merekrut, mempekerjakan, melatih, dan mengevaluasi karyawan
- e. Memperoleh dan mengelola dana
- f. Memproses informasi

I. Karakteristik Sistem Bisnis

Sistem bisnis juga memiliki karakteristik, karena bisnis merupakan kegiatan yang berkembang terus secara masif dan mencakup kebutuhan serta keinginan orang banyak (Marhari, 2012).

Berikut ini akan dibahas beberapa karakteristik sistem bisnis sebagai berikut:

1. Kompleksitas dan Keanekaragaman

Bisnis memiliki kompleksitas dan keanekaragaman karena dalam berbisnis melibatkan banyak pihak. Pada era globalisasi saat ini, terjadinya transformasi industri dapat menyebabkan terjadinya ketidakpastian bisnis yang menjadikannya semakin kompleks. Ketidakpastian bisnis juga disebabkan oleh keterbukaan informasi, preferensi konsumen yang berubah-ubah, regulasi pemerintah, dan pergeseran pusat kekuatan ekonomi di dunia. Pergeseran kekuatan ekonomi kini cenderung mengarah ke pasar-pasar yang berkembang cepat seperti China, India, dan kawasan Asia Tenggara. Kompleksitas juga ditandai dengan kemajuan teknologi dan era keterbukaan informasi sehingga konsumen memiliki lebih banyak pilihan dalam mengambil keputusan.

Demikian pula dengan keanekaragaman. Keanekaragaman tidak hanya dilihat dari banyaknya manusia dengan segala kebutuhan dan keinginannya, tapi juga pada intern perusahaan. Perusahaan harus mendorong keragaman, sehubungan dengan orang-orang yang mereka pekerjakan dan sistem yang mereka beradaptasi dengan tingkat perubahan masyarakat yang semakin cepat (Marhari, 2012).

2. Saling Ketergantungan

Saling ketergantungan merupakan variabel penting dalam hubungan kontarktual. Perbandingan fungsi dan spesialisasi organisasi memungkinkan terjadinya saling ketergantungan organisasi (Aldrich dalam Marhari, 2012). Pernyataan di atas menunjukkan bahwa saling ketergantungan itu timbul bila ada dua organisasi yang mempunyai fungsi dan spesialisasi yang berbeda. Misalnya, perusahaan A yang merupakan perusahaan *knock down furnitur* kayu, melakukan proses produksi pengecetan, perakitan, dan menguasai pasaran ekspor yang cukup luas. Perusahaan B bergerak dalam bidang pembuatan komponen furnitur kayu. Karena perusahaan B

dekat dan menguasai sumber bahan baku, maka antara A dan B timbul saling ketergantungan satu sama lain karena perbedaan fungsi dan spesialisasi yang ada pada masing-masing organisasi tersebut.

Molnar dalam Marhari (2012) menyatakan bahwa terdapat aspek-aspek tertentu, yaitu pasar, produk dan bisnis dalam organisasi. Aspek-aspek ini dapat mendorong tumbuhnya saling ketergantungan antarorganisasi baik dalam bentuk pertukaran informasi dan program kerja sama maupun pertukaran sumber daya. Preffer dalam Marhari (2012) menyatakan bahwa aktivitas organisasional akan berusaha mengatur saling ketergantungan organisasi. Sementara itu, fokus pada ketergantungan sumber daya akan bermanfaat di masa depan. Kerja sama dalam bentuk hubungan kontraktual merupakan salah satu cara untuk mengurangi ketidakpastian perolehan sumber. Kerja sama saling menguntungkan (*symbiotic cooperation*) mendorong terciptanya saling ketergantungan antar organisasi.

3. Perubahan dan Inovasi

Dewasa ini, dunia termasuk dunia usaha telah memasuki gelombang perubahan. Contoh, teknologi informasi, seperti *handphone* dengan teknologi yang baru dalam beberapa bulan sudah akan tergusur dengan teknologi yang lebih baru. Semakin berkembangnya komputer dan *laptop* serta *gadget* semakin canggih lainnya seperti *iPad*, dengan spesifikasi yang luar biasa sehingga para pengguna menjadi fleksibel.

Dalam dunia bisnis, dengan perkembangan teknologi, perubahan peta, dan pasar sangat cepat mengalami perubahan. Produk yang saat ini laku di pasaran bisa jadi bulan depan sudah akan ditinggalkan karena modelnya tidak disukai. Dengan demikian, sangat penting bagi pelaku bisnis melakukan inovasi secepat mungkin dan mengantisipasinya.

Manajer perlu memahami mengapa organisasi harus siap terhadap perubahan: apakah yang bersifat inovatif maupun strategis. Perubahan inovatif adalah perbaikan secara kontinyu di dalam kerangka sumber daya yang ada. Sementara itu, perubahan strategis adalah perubahan melakukan sesuatu yang baru (Marhari, 2012).

Adapun perubahan yang akan manajemen hadapi meliputi perubahan rutin, darurat, mutu, radikal, dan kondisi makro:

- a. Perubahan rutin
Manajer setiap hari menghadapi perubahan, misalnya produktivitas kerja, ketidakhadiran karyawan, dan keluhan-keluhan karyawan. Sifat perubahan menuntut tindakan cepat.
- b. Perubahan darurat
Perubahan yang sangat mendadak. Misalnya, pemutusan hubungan kerja mendesak, perubahan pesanan jumlah dan mutu produk tertentu, terjadi kebakaran pabrik.
- c. Perubahan dalam hal mutu
Perubahan tentang mutu produk yang diminta pasar. Dalam situasi itu perlu ada perubahan pesanan jumlah dan mutu produk tertentu dan, terjadi kebakaran pabrik.
- d. Perubahan radikal
Perubahan sistem manajemen atau struktur perusahaan karena perundangan-undangan baru tentang syarat-syarat berdirinya perusahaan. Misalnya, terjadinya divestasi dan merger.
- e. Perubahan kondisi makro
kondisi perekonomian seperti inflasi, pengangguran, dan nilai tukar rupiah, politik dan keamanan. Perubahan itu tidak mampu dikendalikan tetapi perlu dicermati dan diantisipasi.

Konsep inovasi mempunyai sejarah yang panjang dengan pengertian yang berbeda-beda. Schumpeter dalam Jhingan (2010) menyebutkan bahwa inovasi terdiri atas lima unsur:

- a. *introduction of a new good*
- b. *introduction of a new method of production*
- c. *the opening up a new market*
- d. *the conquest of a new source of supply of raw materials*
- e. *the carrying out of the new raw organization of any industry.*

J. Etika Bisnis

Secara umum penelitian mengenai etika bisnis berada dalam dua kerangka. Pertama, mencari legitimasi pembenaran bahwa etika dapat menyatu dalam aktivitas bisnis, dan kedua, etika bisnis merupakan hal relevan dan perlu bila dihadapkan dengan realitas bisnis.

Setiap masyarakat mempunyai etika yang berbeda. Demikian halnya dengan profesi dan bidang usaha termasuk bisnis. Etika dalam berbisnis secara keseluruhan mempunyai dua hal utama, yaitu (1) tidak menipu atau mengelabui, dan (2) tidak melanggar nilai-nilai kesopanan yang berlaku di masyarakat maupun subjek individu.

Contoh perusahaan yang melanggar etika bisnis, *Enron dan Global Crossing* dalam skala internasional. Karena salah strategi dan manipulasi akuntansi yaitu melakukan rekayasa laporan keuangan. Akhirnya, perusahaan *collaps* karena hilangnya kredibilitas, maka ekuitas merek mereka akan jatuh.

K. Etika Bisnis Nabi Muhammad Saw.

Sisi yang cukup menonjol dalam etika bisnis Nabi Muhammad Saw. adalah nilai **spritual**, **humanisme**, **kejujuran** dan **keseimbangan** (Badroen dkk, 2007). Implementasi bisnis yang Muhammad lakukan berporos pada nilai-nilai tauhid yang

diyakini. Secara prinsip beliau telah menjadikan empat pilar itu sebagai dasar transaksi ekonominya sebagai berikut:

1. Tauhid

Bumi dan segala kekayaan yang terkandung dalam tanah, selalu tercermin dalam konsep tauhid yang dalam pengertian absolut hanya berhubungan dengan Tuhan. Umat manusia tak lain adalah wadah kebenaran dan harus memantulkan cahaya kemuliaannya dalam semua manifestasi duniawi.

Dalam Al-Quran dijelaskan, yang artinya sebagai berikut:

“Kamu tidak menyembah yang selain Allah kecuali hanya (menyembah) nama-nama yang kamu dan nenek moyangmu membuat-buatnya. Allah tidak menurunkan suatu keterangan tentang nama-nama itu. Keputusan itu hanyalah kepunyaan Allah Swt. Dia telah memerintahkan agar kamu tidak menyembah selain Dia. Itulah agama yang lurus, tetapi kamu kebanyakan manusia tidak mengetahui” (QS. Yusuf [2] Yusuf : 40)

2. Keseimbangan (Adil)

Pandangan Islam mengenai kehidupan berasal dari suatu persepsi Ilahi mengenai keharmonisan alam. Hal ini dapat dilihat dalam Al-Qur'an yang artinya sebagai berikut:

“..... Kamu sekali-kali tidak melihat pada ciptaan Tuhan yang Maha Pemurah sesuatu yang tidak seimbang. Maka lihatlah berulang-ulang, Adakah kamu lihat sesuatu yang tidak seimbang? Kemudian pandanglah sekali lagi niscaya penglihatan akan kembali kepadamu dengan tidak menemukan sesuatu cacat dan penglihatanmu itupun dalam keadaan payah.” (QS.Al-Mulk [67] : 3 – 4.

Keseimbangan adalah suatu sifat dinamis yang mengerahkan kekuatan hebat menentang seluruh ketidakadilan.

Keseimbangan harus terwujud dalam kehidupan ekonomi. Kedudukan dan tanggungjawab para pelaku bisa beliau bangun dengan prinsip “Akad yang saling setuju”. Ia meninggalkan tradisi riba dan memasyarakatkan kontrak mudharabah dan musyarakah karena sistem *profit and lost sharing* (Marhari, 2012)

3. Kehendak Bebas

Kontribusi Islam yang paling orisinil dalam filsafat sosial adalah konsep mengenai manusia bebas. Hanyalah Tuhan yang mutlak bebas, tetapi dalam batas-batas skema penciptaan-Nya manusia juga dapat bebas. Kemahatahuan Tuhan tentang manusia di bumi, tetapi kebebasan manusia juga diberikan.

Dalam kaitan ini, kita memperoleh pelajaran dari Muhammad, termasuk kerjasama bisnis di luar praktik ribawi. Model-model tersebut antara lain, mudharabah, musyarakah, murabahah, ijarah, wakalah, salam istishna dan lain-lain (Marhari, 2102)

4. Pertanggungjawaban

Muhammad Saw. mewariskan pilar tanggungjawab dalam kerangka dasar etika bisnisnya. Kebebasan harus diimbangi dengan pertanggungjawaban manusia, setelah mengetahui mana yang baik dan mana yang buruk. Hal ini dapat dilihat dalam Al-Quran yang artinya sebagai berikut:

“Tiap-tiap diri bertanggungjawab atas apa yang telah diperbuatnya” (QS. Al-Mudatsir [74] : 38).

Setiap individu harus mempertanggungjawabkan tindakannya. Manusia akan mendapatkan sesuai dengan apa yang diusahakannya.

Keempat pilar sebagai dasar transaksi ekonomi tersebut, Nabi mewujudkan etika bisnisnya dalam bentuk transaksi yang jujur dan bertanggungjawab. Nabi menunjukkan integritas yang tinggi dalam memenuhi janjinya dengan konsumen seperti dalam hal-hal pelayanan yang baik, ketepatan dalam

penyediaan barang dan kualitas barang yang ditawarkan. Selain itu, Nabi juga mengaitkan suatu proses ekonomi dengan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungannya. Artinya, Nabi melarang memperjualbelikan barang yang dapat merusak masyarakat dan lingkungannya.

Berdasarkan keempat pilar dasar transaksi ekonomi dan perwujudannya dalam bentuk transaksi yang jujur dan bertanggungjawab, maka Nabi membangun etika bisnisnya dengan prinsip sebagai berikut:

1. Jujur dan adil

Nabi sukses dalam melakukan misi perdagangan ke beberapa wilayah seperti Yaman, Syria, Irak. Beliau memperoleh keuntungan yang luar biasa karena kejujurannya. Kriteia kejujuran Nabi adalah seperti tidak menipu, menunjukkan kesetiaan, tidak menyembunyikan cacat barangnya dan amanah. Hal ini sesuai dengan hadis Nabi yang diriwayatkan Ibnu Majah dalam Marhari (2012) sebagai berikut:

“Kelak di hari kiamat, seorang Muslim yang berprofesi sebagai pedagang yang terpercaya dan jujur akan dikumpulkan bersama-sama dengan orang yang mati syahid.”

2. Bersikap sopan dan baik hati

Nabi ketika melakukan transaksi bisnis selalu bersikap sopan dan baik hati. Hal ini dapat dilihat dalam hadis Nabi yang diriwayatkan Jabir dalam Marhari (2012) sebagai berikut:

“Rahamat Allah atas orang-orang yang baik hati ketika ia menjual dan membeli dan ketika dia membuat keputusan.”

Nabi dalam melakukan transaksi tidak pernah mengecewakan pembelinya. Nabi memberikan keteladanan yang baik sehingga orang suka berbisnis dengannya.

3. Nabi Menghindari Bersumpah

Nabi dalam melakukan transaksi bisnis dengan pihak lain selalu berusaha tidak bersikap berlebihan seperti banyak

bersumpah. Hal ini dapat dilihat dari nasihat Nabi dalam Marhari (2012) sebagai berikut;

“Hindarilah banyak bersumpah ketika melakukan transaksi dagang sebab itu dapat menghasilkan penjualan yang cepat lalu menghapus berkah.”

Selain itu, Nabi membenci orang-orang yang dalam berdagang menggunakan sumpah palsu. Hal ini dapat dilihat dalam sabda Nabi dalam Marhari (2012) sebagai berikut:

“Pada hari kiamat nanti, Allah Swt., tidak akan berbicara dan tidak akan melihat kepada orang yang semasa hidupnya berdagang dengan menggunakan sumpah palsu.”

4. Menghindari Riba

Nabi dalam melakukan transaksi jual-beli tidak pernah melakukan dengan cara-cara yang memungkinkan terjadinya riba. Bahkan dengan tegas beliau melarang perbuatan riba. Hal ini dapat dilihat dalam sabdanya yang diriwayatkan Al-Baihaqi dalam Marhari (2012) sebagai berikut:

“Suatu dirham yang diperoleh seseorang melalui riba lebih besar dosanya di sisi Allah daripada tiga puluh enam melakukan zina. Dan riba yang besar dosanya adalah riba dari harta orang Muslim.”

5. Tidak Menyepelekan Utang

Nabi dalam melakukan transaksi bisnis selalu menepati janjinya. Karena menurut beliau janji adalah utang yang harus segera ditunaikan. Itulah sebabnya Nabi melarang orang menyepelekan utangnya ketika dia berutang kepada orang lain. Hal ini dapat dilihat dari sabdanya yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah dalam Marhari (2012) sebagai berikut: “Nyawa orang beriman terkatung-katung karena utangnya sampai itu dilunasi.”

6. Tidak Melakukan Wanprestasi kepada krediturnya

Nabi Muhammad Saw. kerap mengembalikan lebih besar nilainya dari pokok pinjamannya sebagai penghargaan terhadap kreditur. Suatu saat, pernah beliau meminjam seekor unta yang masih muda, kemudian menyuruh Abu Rafi mengembalikannya dengan seekor unta bagus yang umurnya tujuh tahun. Nabi dalam sabdanya mengatakan (Marhari, 2102) sebagai berikut:

“Berikan kepadanya unta tersebut (unta bagus yang umurnya tujuh tahun) sebab orang yang paling utama adalah orang yang menebus utangnya dengan cara yang paling baik.”

7. Tidak Menimbun dan Menetapkan Tarif Tinggi

Nabi melarang orang menimbun barangnya, demi memperoleh keuntungan yang tinggi. Banyak hadis yang melarang penimbunan suatu barang. Di antaranya seperti yang dituliskan Ibnu Hajar dalam Marhari (2012), bahwa Rasulullah bersabda sebagai berikut:

“Sejahat-jahatnya hamba adalah orang yang suka menimbun. Jika Allah menetapkan harga turun, maka ia bersedih, jika Allah menetapkan naik, ia senang.”

8. Murah Hati dan Toleran

Nabi dalam melakukan transaksi jual-beli selau bermurah hati dan toleransi dalam menagih utang. Hal ini dapat dilihat dalam hadisnya yang diriwayatkan oleh Jabir dalam Marhari (2012) sebagai berikut:

“Semoga Allah merahmati orang yang memberikan kemudahan ketika menjual, membeli dan menagih utang.”

9. Senantiasa Mengingat Allah

Bagaimanapun kesibukan orang dalam berbisnis hendaknya tidak menghalangi untuk mengingat Allah. Hal ini

ditegaskan Nabi yang diriwayatkan Ath-Thabrani dalam (Marhari, 2012) sebagai berikut.

“Orang-orang yang mengingat Allah di tengah orang-orang yang lalai bagaikan seorang perajurit di tengah orang-orang yang melarikan diri dari peperangan dan bagaikan hidup di tengah orang-orang yang mati.”

Berdasarkan hadis Nabi di atas, dapat dipahami bahwa apapun kesibukan kita, termasuk berdagang atau berbisnis maka kita tidak boleh melupakan Allah. Sebab, jika itu terjadi maka tidak ada bedanya kita dengan orang lari dari medan pertempuran atau seperti kita orang mati saja. Apapun hasil yang diperoleh pasti tidak berberkah dan juga tidak mendapat ridha dari Allah Swt.

BAB II

KONSEP BISNIS MUHAMMAD SAW

Sebelum orang menggunakan uang sebagai media pertukaran, orang dapat memenuhi kebutuhannya sendiri dengan lebih banyak memanfaatkan apa yang disediakan oleh alam. Tetapi kemudian, seiring dengan adanya penambahan jumlah orang dan peningkatan kebutuhan orang, maka orang tidak dapat memenuhi kebutuhannya sendiri dan mereka beralih ke sistem barter.

Sistem barter adalah transaksi yang terjadi antara orang dengan orang lainnya melalui pertukaran barang dengan barang. Sistem barter ini tidak serta merta dapat menyelesaikan masalah secara permanen. Sistem barter ini juga tidak bertahan lama karena terdapat beberapa kelemahan yang sangat mendasar, di antaranya: (1) sulit menemukan dua orang yang berekesuaian kebutuhan dan mau saling mempertukarkan barangnya (*double coincidence of want*), (2) sulit menemukan kesepakatan bersama dalam menentukan harga secara tepat (*terms of trade*), dan (3) sulit menemukan partner bisnis yang dapat melakukan transaksi dengan cepat (*on line*)

Ketiga permasalahan dalam sistem barter tersebut mendorong orang untuk mencari media transaksi yang lebih fleksibel dan memadai untuk mengatasi masalah tersebut. Akhirnya ditemukanlah uang sebagai media transaksi (*medium of exchange*) yang dapat memberikan solusi dengan cepat. Orang yang punya barang ketika menginginkan uang akan dengan mudah menjual barangnya ke orang lain atau pembeli untuk mendapatkan uang. Begitu pula sebaliknya, orang yang punya uang, tetapi ia membutuhkan barang maka dengan uang yang dimilikinya dapat dengan mudah mendapatkan barang dari penjual.

Akibat perkembangan kebutuhan manusia yang semakin cepat, maka bisnis pun meramba ke seluruh denyut nadi

kehidupan manusia. Tidak ada seorang manusia yang dapat hidup serba kecukupan dan sempurna yang dapat memenuhi segala kebutuhannya sendiri tanpa tergantung dari orang lain. Semakin maju dan semakin kaya seorang manusia, semakin banyak pula ketergantungannya kepada orang lain. Itulah sebabnya ada orang yang mendefinisikan orang kaya dengan memberikan pengertian terbalik. Menurut mereka bahwa orang kaya pada hakikatnya adalah orang yang paling sedikit kebutuhannya dan dapat memenuhi hampir seluruh kebutuhannya tanpa melibatkan orang lain. Definsi ini, tidak salah tetapi cocok bagi orang sufi. Orang sufi adalah orang yang lebih mementingkan urusan akhirat daripada urusan dunia. Tetapi, kita sebagai ummat Nabi Muhammad justru disuruh mencari harta dengan cara yang halal.

Dalam Ajaran Islam, justru Allah menyuruh hambanya mencari rezeki supaya kehidupan mereka menjadi lebih baik dan sejahtera. Dengan rezeki yang banyak dan diperoleh dengan cara halal, maka menyebabkan orang dapat menjadi bahagia, karena hampir semua kebutuhannya dapat terpenuhi, termasuk memenuhi kebutuhan akhiratnya sebagai hamba yang beriman. Hal ini dapat dijumpai dalam Al-Qur'an yang artinya, sebagai berikut:

“Dan Kami jadikan malam sebagai pakaian. Dan Kami jadikan siang untuk penghidupan.” (QS. An Naba [78]: 10 -11.

Berdasarkan ayat tersebut di atas, Allah mengajarkan kepada kita untuk menyeimbangkan antara mencari rezeki untuk kehidupan dan beristirahat. Malam hari digunakan untuk istirahat untuk memulihkan tenaga dan siang hari bekerja menggunakan tenaga untuk mencari rezeki dengan cara berdagang atau berbisnis.

Sebagai umat Islam, tentu kita harus menjalankan bisnis sesuai dengan aturan agama yang dipraktikkan oleh Nabi

Muhammad Saw.. Bisnis yang dicontohkan Nabi orientasinya bukan harta semata, tetapi mencari keridhaan Allah yang utama. Dengan demikian, rezeki yang kita peroleh dapat menjadi berkah. Apalagi dalam berbisnis boleh jadi melibatkan banyak orang, sehingga sedapat mungkin tidak merugikan orang lain (Marhari, 2102).

Berikut ini akan dibahas konsep bisnis yang diterapkan oleh Muhammad Saw., sehingga beliau mampu meraih sukses yang besar dan dapat dijadikan rujukan bagi pebisnis sekarang. Konsep bisnis tersebut antara lain: Niat sebagai dasar berbisnis; Dunia tempat mencari syurga; Amanah dan kejujuran dalam dunia bisnis; Kuat, cerdas dan cekatan; Keseimbangan hati, pikiran dan tindakan; Dan menjadi manusia paling bermanfaat.

A. Niat Sebagai Dasar Berbisnis

Berdasarkan kamus bahasa Indonesia yang disusun oleh Huzair (2013) niat adalah: (1) tujuan atas sesuatu perbuatan, (2) maksud yang tersimpan dalam hati, (3) kehendak yang belum dilahirkan, dan (4) janji untuk melakukan sesuatu. Dengan demikian dapat dipahami, bahwa niat adalah sesuatu keinginan yang akan dicapai tetapi belum dilaksanakan atau suatu cita-cita yang masih merupakan wacana yang tersimpan dalam hati tetapi belum terealisasikan dalam kehidupan nyata.

Menurut Abu Hafsh dalam Marhari (2012), bahwa Aku mendengar Rasulullah Saw. bersabda “Sesungguhnya amal-amal itu sesuai dengan niatnya, dan sesungguhnya setiap amal seseorang itu tergantung niatnya. Maka barang siapa yang hijrahnya itu kepada Allah dan Rasulnya, maka pahala hijrahnya kepada Allah dan Rasulnya, dan barang siapa yang hijrahnya untuk dunia yang hendak dicapainya atau karena seorang perempuan yang hendak dinikahnya, maka hijrahnya sesuai dengan apa yang diniatkannya itu.” (HR. Bukhari dan Muslim).

Di dunia bisnis, ketika seseorang akan melakukan aktivitas bisnis, hendaknya memulai dengan niat yang tulus agar aktivitas bisnisnya itu bernilai ibadah di sisi Allah Swt. Dengan niat yang tulus seorang *entrepreneur* akan mudah mendapat ridha dari Allah Swt., sehingga hatinya akan menjadi tentram dan siap menghadapi apa yang akan terjadi, baik itu keberhasilan maupun kegagalan. Karena semua aktivitas bisnis itu tidak hanya dinilai dari hasil akhirnya saja, tetapi juga termasuk prosesnya, yaitu niat yang tulus dan ikhlas.

Sebagai seorang *entrepreneur* muslim, maka ia harus terus memperbaharui dan meluruskan niatnya agar apa yang ia lakukan dapat berbuah kebaikan dan bermanfaat. Ia harus selalu bersungguh-sungguh dalam memperbaiki niatnya. Mengingat bahwa bisnis dewasa ini semakin bergerak pesat, kompetitif dan mengglobal sehingga niat seseorang bisa saja terpengaruh dengan keinginan-keinginan atau pikiran-pikiran yang menghalalkan segala cara yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Oleh karena itu, maka niat seorang *entrepreneur* harus selalu ditujukan kepada Allah Swt. semata dalam melaksanakan bisnisnya.

Apa yang diajarkan dan dipraktikkan Rasulullah dalam urusan muamalah, termasuk berbisnis bahwa ketika akan memulai pekerjaan beliau berniat dengan tulus, sehingga semua aktivitasnya bernilai ibadah. Mengingat menjaga niat ini sangat susah, sehingga Rasulullah selalu mengingatkan agar setiap orang yang melakukan aktivitas, termasuk aktivitas bisnis hendaknya selalu meluruskan dan memperbaharui niatnya. Karena hanya dengan niat yang ikhlas akan membawa berkah dalam segala aktivitas kita karena diridhai Allah Swt.

Niat bagi seorang *entrepreneur* muslim harus berdimensi duniawi dan ukhrawi. Artinya, bahwa seorang *entrepreneur* muslim dalam mengejar apa yang sudah direncanakan, maka harus niatnya selalu mengacu ke dalam dua dimensi, yaitu

dimensi dunia dan dimensi akhirat. Dunia ini hanya tempat atau ladang mencari rejeki, tetapi tujuannya adalah mengejar pahala untuk bekal ke negara akhirat, yaitu kehidupan yang merupakan tujuan akhir dan sifatnya kekal.

B. Dunia Tempat Mencari Syurga

Rasulullah adalah contoh pekerja yang giat. Beliau bukan hanya pandai berkata-kata, tetapi ia membuktikan dengan baik melalui kerja yang giat. Bahkan lebih dari itu, realisasi kerja beliau selalu mendahului kata-katanya. Hal ini dapat dilihat dalam kehidupan keseharian beliau, di mana setiap hari prestasi kerja beliau bukan menurun, justru malahan semakin meningkat seiring dengan berjalannya waktu. Ketika menyampaikan pentingnya kerja untuk membiayai kehidupan keluarga, maka beliau yang pertama melakukannya.

Bekerja bagi Rasulullah adalah sifat utama sebagai kepala keluarga. Meskipun sudah menjadi Rasul, tetapi beliau tetap melakukan pekerjaannya sehari-hari. Menjadi seorang Rasul dan Kepala Pemerintahan adalah menyita perhatian dan waktu yang banyak untuk mengurus umat dan rakyat. Namun, beliau masih dapat meluangkan waktu untuk mengerjakan beberapa pekerjaan tertentu. Sebut saja, beliau masih dapat menambal bajunya yang robek dan menjahit sandalnya yang rusak dan pekerjaan lainnya.

Suatu ketika beliau ke pasar dan ditemani oleh Abu Hurairah. Ketika membeli pakaian, Abu Hurairah ingin membawakan pakaian yang telah dibeli beliau itu. Apa kata beliau kepada Abu Hurairah, "Yang membeli barang itu lebih pantas membawa barangnya". Artinya, sekalipun sudah menjadi Rasul dan Kepala Pemerintahan, beliau tetap membawa barangnya sendiri. Padahal tidak ada yang salah ketika ada orang lain yang ingin membawakan barangnya. Bukankah dia seorang pejabat Kepala Pemerintahan pada masa itu.

Bandingkan dengan Kepala Pemerintahan sekarang, baik di tingkat daerah, propinsi, dan negara; apakah masih ada di antara kepala pemerintahan tersebut masih melakukan pekerjaan-pekerjaan tertentu di luar pekerjaannya sebagai kepala pemerintahan atau pelayan masyarakat seperti yang dilakukan Rasulullah Saw.?

Suatu saat, Saad bin Musa Al-Anshari mengisahkan, bahwa suatu ketika Rasulullah Saw. baru kembali dari Perang Tabuk. Beliau melihat tangan Sa'ad yang melepuh. Kulitnya berwarna kehitam-hitaman karena panasnya sengatan matahari. Berikut ini akan dilukiskan dialog antara Nabi dengan Saad oleh Kamaluddin dalam bukunya, "Rahasia Bisnis Rasulullah", yang diterbitkan pada tahun 2008, Edisi Ketiga.

Rasulullah bertanya, "Kenapa tanganmu ya Sa'ad?" Saad menjawab, "Karena aku mengolah tanahku dengan cangkul ini untuk mencari nafkah keluarga yang menjadi tanggunganmu".

Dengan spontan Rasulullah mengambil tangan Sa'ad dan menciumnya seraya berkata, "Inilah tangan yang tidak pernah disentuh api neraka".

Dalam riwayat lain, setelah mencium tangan Sa'ad, beliau bersabda sebagai berikut:

"Hadzihi yaddun yuhibuhallahu wa Rarasuluhu, inilah tangan yang dicintai Allah dan Rasulnya."

Setelah kita membaca kedua riwayat di atas, maka dapat dipahami bahwa Rasulullah sangat menghargai dan menghormati orang yang bekerja sekalipun melepuh tangannya. Apalagi jika orang yang bekerja tersebut demi untuk menghidupi keluarganya. Bagaimana kita tidak kagum kepada pribadi Baginda Rasulullah, ketika dengan spontan mengambil tangan Sa'ad lalu menciumnya, ketika beliau mengetahui bahwa tangan Sa'ad itu melepuh karena kerja keras mencangkul kebunnya demi memenuhi kebutuhan keluarganya. Bahkan beliau mengatakan bahwa inilah tangan yang tidak pernah disentuh api

neraka atau inilah tangan yang dicintai oleh Allah dan Rasulnya (Kamaluddin, 2008).

Pertanyaan kita selanjutnya adalah, apa hubungan antara kerja dengan agama? Dengan kata lain, apa hubungan antara kerja dengan bahasa agama yang tidak disentuh api neraka. Artinya, ketika orang bekerja dengan sungguh-sungguh demi memenuhi kebutuhan hidup keluarganya, maka termasuk orang yang beruntung untuk mendapatkan syurga yang sesuai yang disebutkan Nabi.

Rasulullah ingin mengajarkan, bahwa amalan dunia dan akhirat mempunyai kaitan yang erat. Dunia yang kita tempati sebagai tempat atau ladang untuk menjemput syurga. Dunia yang kita tempati bekerja sementara adalah aktivitas untuk mendapatkan hasil dalam mempertahankan hidup dan keluarga. Ketika pekerjaan mengantar menjadi mapan, maka kebutuhan jasmani yang sifatnya fisik dan dunia akan terpenuhi untuk keluarga. Ketika kita mampu dari sisi harta baik uang maupun barang, maka kita harus berbagi kepada sesama. Hal ini berdimensi agama karena kita sudah dapat membagi kenikmatan yang juga dapat dirasakan oleh orang lain, apatah lagi dengan orang yang tidak mampu. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa terdapat hubungan antara kerja dunia dengan akhirat.

Ketika kita kembali menengok sejarah masa lalu, para nabi sebagai utusan Allah memiliki beranekacam pekerjaan yang mereka lakoni. Sebut saja Nabi Nuh sebagai ahli perkayuan, Nabi Daud sebagai ahli logam, Nabi Idris sebagai ahli jahit, Nabi Syu'aib sebagai ahli pertanian, Nabi Yusuf sebagai menteri hasil bumi, Nabi Musa sebagai ahli bangunan, dan Nabi Muhammad Saw. sebagai *entrepreneur*. Kesemua nabi tersebut, meskipun menjalani misi kenabian sebagai para utusan Allah, mereka tetap bekerja. Artinya, para nabi Allah itu meskipun mempunyai tugas dari Allah, yaitu menyampaikan

kepada umatnya untuk menyembah Allah dan tidak mensyariatkannya. Demikian juga misi kenabian itu, adalah menyampaikan kepada umat untuk melaksanakan segala apa yang diperintahkan oleh Allah serta menjauhi segala apa yang dilarangan-Nya tetapi juga tetap mengerjakan apa yang menjadi kewajiban dunianya. Mereka tidak memisahkan urusan kenabian dengan urusan akhirat. Para nabi tidak membuat dikhotomi antara misi kenabian atau ukhrawi dengan kegiatannya yang bersifat di duniawi.

Demikian juga sejarah para sahabat nabi, kita menemukan ada di antaranya yang memiliki harta yang berlimpah. Misalnya, Abu Bakar Ash-Shdiq dan Utsman bin Affan. Kedua sahabat ini dikenal dengan kaya raya dengan harta yang berlimpah, tetapi dengan hartanya itu tidak membuat keduanya silau dengan kemewahan dunia, tetapi justru kedua sahabat itu menggunakan semua hartanya untuk memperjuangkan Islam. Demikian juga sahabat berikutnya, seperti Abdurrahman bin Auf, dijuluki konglomerat yang kaya dengan strategi bisnis, juga membelanjakan hartanya untuk perjuangan Islam tanpa takut menjadi miskin.

Kita juga menemukan ulama yang sangat populer dengan sebutan Iman Abu Hanifah. Beliau adalah ulama yang terkenal menguasai ilmu fikih, tetapi juga sekaligus sebagai *entrepreneur* yang luar biasa. Beliau sebagai kontraktor, karena kehebatannya sehingga ia memenangkan tender pembangunan benteng Baghdad, meskipun diikuti oleh banyak kontraktor lainnya. Imam Abu Hanifah ini, dalam menjalankan tugasnya sebagai ulama fikih ia juga tetap mengerjakan pekerjaannya sebagai *entrepreneur* kaya pada zamannya.

Berdasarkan fakta sejarah para nabi, sahabat nabi, dan para ulama tersebut kita menemukan teladan yang baik tentang bagaimana semangat mereka mencari harta dan menggunakan harta itu. Mereka memiliki harta yang melimpah tetapi tetap

tidak diperbudak oleh harta mereka sendiri. Sebaliknya, dengan harta yang banyak dimiliki mereka itu justru tidak pernah ragu membelanjakan di jalan Allah. Harta yang mereka miliki digunakan untuk menopang dakwah dan ibadah mereka kepada Allah Swt. Artinya, harta yang mereka miliki digunakan untuk kebaikan, yaitu apa yang diperintahkan oleh Allah melalui nabinya dan apa yang diridhai oleh Allah Swt.. Mereka telah menjadikan dunia sebagai tempat menjemput syurga. Mereka menjadikan kerja sebagai tempat menjemput syurga. Itulah sebabnya mengapa mereka bekerja keras. Mereka semua meyakini bahwa dengan kerja keras, maka pintu syurga semakin dekat. Itulah contoh yang ditampilkan oleh nabi, kemudian diikuti oleh para sahabatnya dan selanjutnya diikuti oleh para ulama. Artinya, mereka sungguh-sungguh adalah contoh ideal mengenai bagaimana menjemput bola dengan kerja keras di dunia.

C. Amanah dan Kejujuran dalam Dunia Bisnis

Kematangan Muhammad semakin bertambah sejalan dengan bertambahnya usia. Ketika usia Muhammad mencapai 25 tahun, Pamannya Abu Thalib melihat peluang bisnis untuk kemasukannya itu. Ia mengetahui, ada seorang pengusaha kaya di Makkah bernama Khadijah sedang mencari seorang manajer yang amanah dan jujur untuk dipilih sebagai pemimpin tim ekspedisi bisnisnya ke Yaman dan Syam. Khadijah menawarkan gaji yang lumayan tinggi pada masa itu, yaitu dua ekor unta muda bagi manajer yang terpilih (Kamaluddin, 2008).

Atas persetujuan Muhammad, Pamannya Abu Thalib menemui Khadijah untuk bernegosiasi tentang pekerjaan tersebut untuk kemasukannya. Bagi Muhammad sendiri tertarik untuk pekerjaan itu, tetapi pamannya meminta gaji yang lebih tinggi dari yang ditawarkan Khadijah dengan persetujuan kemasukannya, yaitu empat ekor unta muda. Hal itu dilakukan,

karena ia mengetahui harga yang pantas atas kemampuan dan kepercayaan bagi kemanaknnya dalam misi bisnis itu. Mengetahui Muhammad tertarik dengan pekerjaan yang ditawarkan, Khadijah dengan pertimbangan yang matang dan penuh keyakinan akhirnya menerima Muhammad sebagai manajer ekspedisinya.

Untuk lebih jelasnya, bagaimana kisah Muhammad menerima tawaran manajer bisnis yang ditawarkan oleh Khadijah melalui pamannya Abu Thalib akan dilukiskan oleh Muhammad Husain Haikal dalam bukunya yang berjudul, "Sejarah Hidup Muhammad", yang diterbitkan pada tahun 2010, edisi ke lima sebagai berikut:

"Anakku, "kata Abu Thalib, "Aku bukan orang yang berpunya. Kedaan makin menekan kita juga. Aku mendengar, bahwa Khadijah mengupah dua ekor anak unta. Tapi aku tidak setuju kalau akan mendapat upah semacam itu juga. Setujukah engkau kalau hal ini kubicarakan dengan dia?"

"Terserah Paman, "Jawab Muhammad". Abu Thalib pergi mengunjungi Khadijah. "Khadijah, setujukah engkau mengupah Muhammad dengan lebih dari yang kau tawarkan?" tanya Abu Thalib. "Aku mendengar engkau mengupah orang dengan dua ekor anak unta. Tapi buat Muhammad aku tidak setuju kurang dari empat ekor unta, "lanjutnya.

"Kalau itu adalah permintaanmu, maka akan kabulkan sekalipun itu buat orang yang jauh dan tidak kusukai, apalagi buat orang yang dekat dan kusukai," jawab Khadijah.

Apa yang disetujui oleh Muhammad dengan Khadijah melalui pamannya Abu Thalib adalah sebuah transaksi bisnis Islami yang disebut dengan sistem "*mudharabah*". Dalam proses negosiasi tersebut sistem bagi hasil antara Khadijah sebagai pemilik modal atau investor (*Sahibul mal*) dengan Muhammad sebagai pelaksana bisnis (*mudharib*) adalah proses negosiasi

yang setara antara kedua belah pihak tanpa ada unsur eksploitasi dan sama-sama ridha sebelum proyek bisnis dijalankan oleh mudharib.

Kembalilah Abu Thalib kepada kemanakannya dengan menceritakan peristiwa yang baru saja dialaminya. “Ini adalah rezeki yang dilimpahkan Tuhan kepadamu,” katanya. Muhammad dengan senang hati menerima pekerjaan itu, walaupun menantang tetapi inilah kesempatan yang terbaik bagi dirinya untuk membantu pamannya mengatasi kesulitan ekonomi yang dihadapi pamannya.

Bagi Muhammad itulah pertama kali memimpin kafilah atau misi ekspedisi bisnis, menyusuri jalur perdagangan utama, yaitu Yaman-Syam melalui Madyan, Wadil dan tempat lainnya yang pernah dilewati se masa kecil bersama pamannya Abu Thalib. Dari misi bisnis tersebut, Muhammad memperoleh keuntungan yang luar biasa dan tidak pernah diraih oleh misi-misi bisnis lain sebelumnya. Kalau kita mencoba mengajukan pertanyaan; apa yang menyebabkan Muhammad memperoleh keuntungan yang luar biasa dalam misi bisnisnya itu? Kalau kita analisis dengan cermat, maka jawabannya adalah karena Muhammad adalah pebisnis yang menerapkan “etika bisnis” yang amanah dan jujur dalam bisnisnya.

Sifat amanah dan jujur itulah yang menyebabkan Muhammad disukai oleh pembeli atau pelanggannya sehingga memperoleh keuntungan setiap mengunjungi wilayah tempat berdagang. Sifat kejujuran yang ditunjukkan Muhammad itulah yang mengantarkan waktu masa mudanya sehingga beliau dijuluki Al-Amin. Julukan ini diberikan oleh penduduk Makkah kepada Muhammad Saw. Al-Amin itu sendiri artinya orang yang jujur. Jujur dalam setiap perkataan dan perbuatannya, sehingga diberikan gelar Al-Amin. Gelar Muhammad Al-Amin diberikan karena kejujurannya

Ada dua musuh bebuyutannya yang pernah dimintai keterangannya tentang kejujuran Muhammad Saw. Pertama, An Nshr bin Al-Harits, yang menyaksikan dan mengakui kejujuran Muhammad dengan berkata, “Semasa Muhammad muda kami suka kepadanya karena dia paling jujur, paling lurus perkataannya, dan paling setia memegang janji.

Kedua, Abu Sufyan juga musuh Muhammad waktu itu. Dia pernah ditanya oleh Emperol Heraclius, “Sebelum membawa seruang ini, yaitu seruan yang mengajak manusia untuk menyembah kepada Tuhan yang Esa, bukan Tuhan banyak. Pernahkah kamu kenal Muhammad sebagai seorang pembohong?” “Tidak pernah sama sekali,” Jawab Abu Sufyan.

Kejujuran yang ditunjukkan oleh Muhammad adalah kejujuran yang ikhlas, tidak dibuat-buat dan direkayasa, dan apa adanya. Di sisi lain, kejujuran merupakan salah satu kata kunci dalam kesuksesan seorang *entrepreneur*. Sebab, suatu usaha tidak bisa berkembang sendiri tanpa ada kaitan dan kelanggenan hubungan dari orang lain atau pihak lain, sangat ditentukan oleh kejujuran kedua belah pihak. Itulah sebabnya Nabi Muhammad telah menyatakan dalam sebuah hadisnya sebagai berikut:

“Kejujuran akan membawa ketenangan sementara ketdajujuran akan menimbulkan keraguan-raguan. (HR. Tumudzi).

Berkaitan dengan sabda Muhammad Saw. di atas, mengenai *trusty* yang dibangunnya, bahwa kejujuran bagi seorang pebisnis adalah harga mati karena dapat memantapkan hati tanpa ragu dalam melakoni bisnisnya sebagai pilihan hidup. Sejalan dengan *trusty* di atas, sebuah tulisan yang dibuat oleh Muhammad Syafei Antonio yang berjudul “Teladan bisnis Rasulullah” dalam Kamaluddin (2008) sebagai berikut:

Antonio menjelaskan dalam tulisannya, bahwa Muhammad Saw. telah memberikan contoh pada bisnis yang luhur. Beliau mencontohkan bahwa kepercayaan (*trust*) adalah modal yang paling berharga dalam usaha. Bisnis harus dijalankan dengan *value driven* yang bermanfaat untuk semua *stakholder*, dan harus cekatan dalam melakukan *positioning* di pasar global. Dalam tataran individu, Muhammad Saw. menganjurkan untuk menjadi *entrepreneur* tangguh dan manajer terpercaya.

Ciri khas dari aktivitas bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah waktu itu adalah, beliau sangat terkenal dengan kejujurannya dan sangat amanah dalam memegang janji. Tidak seorang pun yang berinteraksi dengan Muhammad Saw. kecuali mendapat kepuasan yang luar biasa. Ini merupakan sebuah nuansa dengan pesona tersendiri bagi warga Jasirah Arab. Ditambah dengan kemuliaan akhlaq Muhammad seakan menebarkan pesona indah kepribadiannya.

Muhammad tidak pernah membuat para pelanggannya komplain. Dia selalu menjaga janjinya dan menyerahkan barang-barang yang dipesan dengan tepat waktu. Dia senantiasa menunjukkan rasa tanggung jawab yang besar dengan integritas yang tinggi dengan siapapun. Reputasinya sebagai seorang pedagang yang jujur dan benar telah dikenal luas sejak beliau berusia muda (Kamaluddin, 2008).

Muhammad bisa sukses dalam membangun kerajaan bisnisnya tak bisa dilepas dari berbekal etos kerja yang amanah yang dimilikinya. Selain itu, ia juga memiliki modal yang langka berupa gelar Al-Amin yang diakui bukan hanya dengan teman-temannya tetapi juga diakui lawan politiknya. Tetapi juga oleh musuhnya sekalipun, serta berupa modal lain, berupa kecerdasan (*fathanah*), serta cakap dalam berkomunikasi dan bernegosiasi (*tabligh*) terbukti ampuh mengantarkan beliau dalam meraup keuntungan di setiap dunia bisnis yang digelutinya. Seorang *marketer* haruslah memegang

kepercayaan *stakeholder* ataupun pelanggan, bersikap jujur terhadap produknya, cerdas dalam menentukan strategi pemasaran, serta komunikatif dalam menyampaikan produk.

Dengan kejujuran dan kemampuannya, ternyata Muhammad mampu benar memperdagangkan barang-barang Khadijah, dengan cara perdagangan yang lebih banyak menguntungkan daripada yang dilakukan orang lain sebelumnya. Demikian juga dengan karakter yang manis dan perasaannya yang luhur, ia dapat menarik kecintaan dan penghormatan Maisara (pembantu Khadijah) yang ikut membantu berdagang kepadanya.

D. Berfikir Kreatif dan Siap Menghadapi Perubahan

Kematangan seorang *entrepreneur* dapat dilihat dari seberapa tegar ia menghadapi tantangan-tantangan yang setiap saat datang. Ia tidak gampang putus asa meskipun sering menghadapi masalah dan bahkan beberapa kali mengalami kerugian. Ketika ia gagal atau rugi, maka ia tetap bangkit dan melihat masalah yang dihadapinya sebagai jalan menuju kesuksesan (Kamaluddin, 2008). Ia sangat yakin, bahwa kegagalan yang baru saja dialaminya bukan musibah, tetapi hanya merupakan suatu kesuksesan yang tertunda.

Seorang *entrepreneur* matang, ketika menghadapi resiko yang berat, maka ia harus memiliki jurus-jurus jitu yang dapat membantu keluar dari masalah tersebut. Ia harus memiliki prinsip-prinsip sehingga mudah keluar dari masalah-masalah tersebut. Ada beberapa prinsip yang dapat menjadikan *entrepreneur* menjadi unggul, seperti dikemukakan oleh Rhenal Kasali, seorang pakar manajemen bisnis Indonesia.

Menurut Kasali dalam Kamaluddin (2008), bahwa ada lima prinsip yang harus dipegang oleh seorang *entrepreneur* agar bisa sukses berwirausaha, yaitu: Pertama, reputasi. Seorang *entrepreneur* harus selalu menjaga reputasi (nama

baik). Hal ini berarti, tanpa ada reputasi, baik dari rekan bisnis maupun masyarakat secara keseluruhan maka sulit mendapat kepercayaan. Tanpa kepercayaan, maka bisnis tidak mungkin jalan dengan sempurna.

Kedua, tumbuh dari bawah. Sukses tidak mungkin dicapai secara instan. Sukses pada umumnya berawal dari langkah kecil bahkan ada yang star dari nol. Walaupun titik nol dapat saja berbeda antara satu orang dengan orang lainnya atau antara *entrepreneur* yang satu dengan yang lainnya. Sebagai misal, jika seseorang pernah kuliah atau bekerja, maka paling tidak orang tersebut sudah memiliki jaringan dan pengetahuan dasar atau paling tidak wawasan yang luas ketimbang dengan orang yang belum pernah kuliah atau bekerja sama sekali.

Ketiga, konsentrasi. Ketika seseorang telah menetapkan keputusan untuk memilih bidang tertentu, maka ia harus konsentrasi dan fokus terhadap bidang yang dipilihnya itu. Dia tidak boleh memilih bidang lain, sebelum bidang yang pertama itu sukses. Konsentrasi bagi seseorang, apapun bidang yang dipilihnya menuntut juga adanya ketekunan, karena ketekunanlah yang dapat menentukan keberhasilan seseorang dalam mengelola usahanya. Kita harus percaya, bahwa di dunia ini tidak ada yang bisa mengalahkan ketekunan. Dalam filosofi Orang Bugis dijelaskan, bahwa hanyalah orang yang bekerja keras dan tekun disertai dengan doa, baru rahmat Tuhan mudah turun (*Karesopa temmangingngi nasibawai doa namolomo naletei fammase Dewata Seuwwae*).

Keempat, anti kerumunan. Ketika seseorang akan memulai usaha, tidak boleh ikut-ikutan atau latah dengan satu jenis bisnis tertentu. Ia harus memilih jenis usaha yang berbeda dengan yang lainnya, meskipun berpotensi berisiko atau gagal. Misalnya, dengan produk yang sama, tetapi seseorang dapat memberikan nilai tambah lebih daripada apa yang pada

umumnya dilakukan orang. Seseorang dapat diberikan predikat sebagai *entreprenur* sejati, ketika sudah mampu memproduksi produk yang berbeda dengan orang lain, walaupun pada awalnya bukan hasil pemikirannya sendiri tetapi hanya imitasi dari produk orang lain dengan melakukan perubahan dan perbaikan terus-menerus.

Kelima, modal hanya pelengkap. Sangat jamak, bahwa ketika seorang akan memulai suatu bisnis, maka yang pertama dikeluhkan adalah kurang memiliki modal. Mereka meyakini, bahwa hanya dengan modal yang memadai maka seseorang akan sukses dengan bisnisnya. Mereka berfikir bahwa dengan modal yang besar, misalnya ia harus memiliki perusahaan yang besar, punya kantor dan punya karyawan yang mumpuni. Padahal siapa saja bisa memulai bisnis dengan usaha kecil dan mungkin juga dapat meminjam dari bank. Bahkan tidak sedikit *entrepreneur* yang sukses memulai usahanya dengan tanpa modal uang. Misalnya, dengan sistem titip jual (konsinyasi).

Ada seorang *entrepreneur* “gila” bernama Purdi E. Chandra dalam bukunya yang diterbitkan pada tahun 2011 berjudul, “Menjadi Entrepreneur Sukses”, mengatakan bahwa untuk menjadi sukses tak dibutuhkan duit, yang dibutuhkan hanya tiga hal. Pertama, BOTOL (Berani Optimistis dengan Tenaga Orang Lain). Kedua, BOBOL (Berani Optimistis dengan Bisnis Orang Lain), dan ketiga, BODOL (Berani Optimistis dengan Duit Orang Lain). Chandra dengan sangat sukses membangun bisnis bimbingan belajar Prigama Group karena tekun menerapkan dan mempraktekkan ketiga konsepnya itu, yaitu BOTOL, BOBOL, dan BODOL.

Jadi, kunci kesuksesan seorang *entrepreneur* terletak pada keberaniannya untuk memulai usaha (Kamaluddin, 2008). Menurut Bob Sadino, seorang *entrepreneur* nyentrik, bahwa memulai bisnis bukan selalu menanyakan bisnis apa yang paling cocok digeluti seseorang, tetapi langsung *action*

berbisnis. Mengambil langkah pertama (*first step*) ini, oleh Chandra dinamakan *Entre-Q (entrepreneur quotient)*. Hal ini tidak berarti asal berani saja, tetapi berani yang penuh perhitungan dan optimisme. Lalu dikunci oleh Chandra dengan mengatakan, bahwa di negeri ini ada banyak orang yang kaya ide tapi miskin keberanian. Ya, akhirnya mereka tak pernah jadi kaya. Hanya hidup dalam alam mimpi saja tanpa diimplementasikan dalam kehidupan nyata.

Memang diperlukan keberanian tersendiri berbisnis dengan mengandalkan duit orang lain dengan catatan, bila Anda mampu mempertanggungjawabkannya dengan benar dan kredibilitas. Anda layak untuk dipercaya secara terus menerus dan tidak ada salahnya Anda menggunakan dana pihak lain dalam berbisnis. Namun bagi Anda yang tidak memiliki keberanian besar, bersabarlah sampai mempunyai modal sendiri. Sebab bagaimanapun tidak memiliki hutang itu lebih baik daripada berhutang dalam bisnis (Khaerussalam Ikhs, 1987).

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, kita perlu mencontoh pada diri pribadi Muhammad Saw., bagaimana beliau melangkah ketika memulai sesuatu bisnis. Ia memulai bisnis dan perdagangan dengan penuh kreativitas disertai dengan etika bisnis yang handal yang dapat melahirkan kepercayaan (*trusty*). Kreativitas yang diaplikasikan oleh Muhammad tersebut harus ada pada setiap pribadi yang akan melakukan sesuatu, terutama dalam dunia bisnis. Kreativitas, bak sebuah mata air. Jangan biarkan sumbernya mengering. Agar tetap berair, gali terus, supaya mata air kreativitas itu tetap berair (Kamaluddin, 2008).

Di dunia *enterpreneur*, kreativitaslah merupakan salah satu titik sentral kemajuan yang oleh Kamaluddin disebut sebagai “raja”. Dewasa ini, seorang *entrepreneur* tidak mungkin bisa eksis bertahan dan berkembang tanpa kreativitas. Ia harus

menciptakan sesuatu yang berbeda baik dalam menghasilkan produk maupun dalam pelayanan jasa. Kreativitas seorang *entrepreneur* bisa muncul kapan saja, dari mana saja dan siapa saja. Interaksi dengan masyarakat konsumen, dapat menjadi pemicu munculnya kreativitas.

Walaupun tidak disangkal, bahwa kreativitas yang orisinal jarang terjadi pada diri seorang *entrepreneur*. Awalnya mungkin hanya melalui proses imitasi baik produk maupun jasa yang dihasilkannya, tetapi dengan ketekunannya melakukan modifikasi dan perbaikan akhirnya menghasilkan barang atau jasa yang sama sekali jauh berbeda dengan apa yang ditirunya. Sehingga bisa mengklaim apa yang dihasilkan itu adalah hasil produknya sendiri dan selanjutnya bisa dipatenkan.

Kreativitas Muhammad dapat dilihat ketika Madinah diblokade oleh sebagian suku-suku Arab yang dipimpin oleh kaum Yahudi. Pada suatu saat, Madinah sebagai pusat kepemimpinan Muhammad Saw. pernah diisolasi dan diembargo oleh suku-suku Arab lainnya. Madinah menjadi terasing, meskipun kota tersebut berada di jalur perdagangan antarabangsa Arab pada saat itu. Tidak seorang pun pedagang boleh masuk Madinah, walaupun hanya menggelar dagangannya hanya sebentar. Kedadaan Muhammad Saw. dan sahabat-sahabatnya sesama Muslim benar-benar susah, hingga untuk mendapatkan sepotong roti dari penjual sangat sulit. Beberapa minggu Madinah seperti kota mati, dan selama itu pula Muhammad dan sahabat-sahabatnya dalam kondisi yang memprihatinkan.

Namun Muhammad Saw. yang cerdas dan kreatif, tidak pasrah dengan keadaan. Beliau bangkit, dengan membangun pasar alternatif guna menghidupkan ekonomi umat Islam. Beliau juga membeli sarana publik, yaitu sumur yang dikuasai oleh orang Yahudi meskipun dengan harga tinggi. Dengan demikian, umat Islam sudah memiliki sarana air bersih sendiri sebagai

perimbangan dengan pasar Bani Qunaiqa milik Yahudi (Kamaluddin 2008).

Supaya pasar cepat ramai dengan transaksi bisnis Muhammad kemudian memotivasi para pedagang, petani dan *entrepreneur* untuk membuat produk-produk yang dibutuhkan umat Islam. Hanya beberapa hari pasar tersebut ramai dikunjungi para pedagang. Ekonomi umat Islam mulai ramai kembali di Madinah. Sementara pasar dan sarana publik yang dikuasai orang Yahudi semakin lama semakin meredup karena kalah bersaing dengan pasar alternatif milik umat Islam.

Apa yang dilakukan Muhammad adalah suatu kreativitas dengan menciptakan inovasi baru dalam dunia bisnis. Inovasi baru yang dilakukan Muhammad untuk keluar dari kesulitan ekonomi setelah diembargo orang Yahudi di Madinah pada saat itu adalah: pertama, menguasai sumber mata air meskipun harus membeli dengan harga yang mahal; kedua, menciptakan produk secara masif dengan memerintahkan orang Mukmin di Madinah memproduksi barang-barang dengan skala besar sesuai yang dibutuhkan masyarakat; dan ketiga, menguasai pasar melalui hasil produksi barang dengan kualitas tinggi dan harga yang bersaing.

Proses kreativitas melalui inovasi baru yang dilakukan Muhammad Saw. adalah jauh lebih duluan daripada apa yang diperkenalkan oleh Schumpeter dalam Jhingan (2012) sebagai "*innovation*" dalam dunia *entrepreneursip*. Menurut Schumpeter bahwa inovasi adalah: (1) pengenalan produk baru (*the introduction of a new goods*), (2) pengenalan cara produksi baru (*the introduction a new method of production*), (3) pembukaan pasar baru (*the opening up of a new market*), (4) penguasaan sumber bahan mentah baru (*the conquest of a new source of supply of raw materials*), dan (5) pembentukan organisasi, seperti penciptaan monopoli atau oligopoli (*the*

carrying out of the organization, like the creation monopoly or oligopoly).

Kaum Muslimin pun mengubah transaksinya (*muamalah*) dengan pasar alternatif tersebut. Sementara orang Yahudi tidak dipaksa untuk membeli barang-barang dari pasar-pasar kaum Muslimin. Mereka diberi kebebasan berjual beli dengan cara mereka. Bahkan mereka terkadang berbisnis dengan sesamanya orang Yahudi. Sistem transaksi ini berlaku di seluruh dunia, termasuk menurut Syariat Islam.

Perintah membangun sistem ekonomi berbasis perdagangan real, dengan berdasarkan keuntungan bersama, berkeadilan dan beretika Islami dipraktikkan langsung oleh Rasulullah sendiri. Hal ini ditunjukkan oleh Rasulullah di Madinah, di mana pada saat itu beliau yang terjun langsung sebagai pelaku bisnis yang menekankan pada komitmen dan profesionalisme dalam berbisnis.

Akhirnya, dalam waktu singkat sistem ekonomi Islam dengan berbagai model transaksinya sukses menjadi pilihan masyarakat. Kesuksesan ini tentu tidak terlepas dari pribadi Rasulullah sebagai sebagai contoh teladan yang baik. Sistem ekonomi Islam menularkan rasa keadilan menggantikan eksploitasi kapitalis, terjaganya stabilitas harga, dipenuhinya standar mutu barang, terkikisnya spekulasi, konglomerasi dan praktik monopoli dan oligopoli yang dimotori oleh kaum Yahudi. Sistem ekonomi Islam menjadi rahmat bagi seluruh umat, baik Islam, Yahudi dan Nasrani. Bahkan sebagian utang-utang mereka diputihkan oleh kaum Muslimin (Kamaluddin, 2008).

E. Kuat, Cerdas, dan Cekatan

Kuat adalah sifat yang harus dimiliki seorang *entrepreneur*. Dengan sifat kuat yang dimiliki *entrepreneur* itu maka ia akan bekerja dengan sungguh-sungguh tanpa mengenal lelah dan mudah putus asa. Seorang *entrepreneur*

yang menghadapi dunia bisnis yang semakin dinamis dan kompetitif, ketika ingin eksis dan berkembang tidak hanya cukup ia memiliki sifat yang kuat saja tetapi harus cerdas dan cekatan dalam menjalankan strategi-strategi bisnis yang jitu. Untuk menyelaraskan antara kerja keras tanpa mengenal lelah dengan kecerdasan strategi yang jitu maka perlu melakukan inovasi-inovasi bisnis yang kreatif tanpa berhenti.

1. Kuat

Kuat dalam Kamus Bahasa Indonesia dapat berarti: (1) mempunyai kemampuan dan tenaga untuk mengangkat sesuatu yang berat, (2) tidak mudah rusak, (3) tidak mudah dikalahkan, dan (4) tahan dari pukulan. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa orang dapat dikatakan kuat, apabila mampu bekerja dengan sangat kuat tanpa mudah dikalahkan meskipun mendapat tekanan atau pukulan yang sangat berat.

Salah satu Hadis Nabi dari Abu Hurairah dalam Marhari (2012), bahwa Nabi Muhammad Saw. bersabda “Mukmin yang kuat lebih dicintai Allah daripada mukmin yang lemah, dan masing-masing memiliki kebaikan. Bersemangatlah terhadap hal-hal yang bermanfaat bagimu dan mohonlah pertolongan kepada Allah dan jangan merasa malas, dan apabila engkau ditimpa sesuatu maka katakanlah “Telah ditakdirkan oleh Allah yang Dia kehendaki pasti terjadi.” (HR. Muslim).

Berdasarkan Hadis Nabi Muhammad di atas, dapat kita memperoleh beberapa manfaat atau pelajaran penting, di antaranya: Pertama, seorang mukmin yang kuat adalah mukmin yang bukan hanya yang memiliki fisik yang kuat, tetapi harus pula memiliki iman yang kokoh. Jadi, seorang mukmin dikatakan kuat bilamana mampu mensinergikan pada dirinya kekuatan fisik dan keimanan, sehingga dalam menjalankan bisnisnya, dengan fisik dan mental yang kuat, bisnisnya dapat berjalan dengan baik.

Kedua, Allah sangat mencintai orang yang beriman dengan keimanan yang kuat. Betapa bahagianya seseorang, apatah lagi seorang *entrepreneur* jika dirinya sangat dicintai oleh Allah Swt. Dengan kecintaan Allah itu akan membuat seorang *entrepreneur* menjadi lebih tangguh berbisnis karena akan meyakini Allah meridhoi bisnisnya.

Ketiga, dari hadis Nabi di atas diketahui bahwa Allah mencintai mukmin yang lemah dan yang kuat, walaupun Allah menempatkan kecintaannya lebih tinggi kepada mukmin yang kuat. Mengapa Allah mencintai mukmin yang lemah. Hal ini disebabkan karena Allah lebih mencintai mukmin yang lemah dibandingkan kafir, sekalipun kafir itu baik sesama manusia. Karena yang membedakan secara mutlak antara mukmin, termasuk mukmin lemah dengan orang kafir adalah keimanannya atau hubungan fertikalnya dengan Allah Swt.

Keempat, bahwa hanya kepada Allah Swt. tempat kita untuk meminta petunjuk dan pertolongan. Agar kita dapat ditolong oleh Allah Swt., maka hendaknya kita jangan malas berusaha tanpa henti dan terus berdoa setelah kita melakukan upaya maksimal.

Kelima, kita harus meyakini takdir Allah Swt. Apabila kita telah berusaha dengan sebaik mungkin tetapi tetap tidak berhasil, maka kita tidak boleh putus asa. Kita hanya meyakini bahwa boleh jadi apa yang kita yakini baik atau inginkan tetapi tidak di sisi Allah. Menurut Al Abbad dalam Marhari (2012), bahwa ketika usaha gagal, kita tidak boleh mengatakan “kalau, tetapi, dan seharusnya”. Karena ucapan yang demikian dapat membuka pintu syaitan, tetapi kita diperintahkan mengatakan, “Telah ditakdirkan oleh Allah apa yang Dia kehendaki.

Sebagai seorang *entrepreneur* muslim, begitu banyak tantangan dan rintangan yang harus dihadapi, memerlukan kekuatan dan ketahanan fisik serta keimanan yang kuat. Mungkin di sinilah letak rahasia Allah mengapa Allah lebih

mencintai mukmin yang kuat daripada mukmin yang lemah. Bukankah Allah menilai hambanya dari amal perbutannya. Semakin banyak amal perbuatan yang dilakukan hambanya semakin dicintai Allah. Hanya mukmin yang kuatlah yang dapat melakukan aktivitas amal perbuatan yang banyak ketimbang dengan mukmin yang lemah. Dengan kata lain, seorang *entrepreneur* bisa menjadi lebih produktif dalam menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen, serta dapat membuka lapangan kerja sebagai upaya mengatasi masalah pengangguran yang dihadapi manusia.

2. Cerdas

Kata cerdas dalam kamus bahasa Indonesia bermakna: (1) sempurna akal pikirannya, (2) mudah mengerti dan memahami, dan (3) tajam pikirannya. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa seorang dikatakan cerdas bilamana ia mampu dengan mudah mengerti dan memahami suatu hal secara mendalam.

Menurut Abu Dawud dalam Marhari (2012), bahwa Rasulullah bersabda, “Allah Swt., mencela sikap lemah, tidak bersungguh-sungguh, tetapi kamu harus memiliki sikap cerdas dan cekatan, namun jika kamu tetap terkalahkan oleh suatu perkara, maka kamu berucap ‘cukuplah Allah menjadi penolongku, dan Allah sebaik-baik pelindung.’” (HR. Abu Dawud).

Sebagai seorang *entrepreneur*, apatah lagi seorang *entrepreneur* muslim harus kuat dan bersemangat dan tidak malas. Sebagai seorang pebisnis, harus memiliki karakter yang kuat, cerdas dan cekatan. Dunia bisnis dewasa ini semakin dinamis dan semakin kompetitif sehingga seorang *entrepreneur* yang ikut berkompetisi dituntut bukan hanya kuat dan cekatan, tetapi harus pula memiliki kecerdasan yang mumpuni.

Kata cerdas atau berakal dalam Al-Quran adalah ketika berpadunya pikir dan zikir dalam diri seorang muslim sejati. Pikir adalah kerja otak sedangkan zikir adalah hati. Hati yang sehat dan hidup adalah hati yang selalu mengingat kepada Allah Swt. sebagai zat pencipta.

Dalam Al-Quran kata cerdas atau berakal tidak kurang dari 16 kali disebutkan dalam ayat. Salah satu di antaranya dalam Surat Ar-Rad, yang artinya berbunyi, “Adakah orang-orang yang mengetahui bahwa apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu itu benar sama dengan orang buta? Hanyalah orang-orang yang berakal saja yang dapat mengambil pelajaran (QS. Ar-Rad [13] : 19).

Lalu pertanyaan selanjutnya, apakah kecerdasan berpengaruh terhadap bisnis. Tentu saja, karakter seorang *entrepreneur* muslim harus cerdas. Artinya, ia harus memiliki pola pikir dan kemampuan yang baik, pandai membaca peluang atau pasar, serta mampu melakukan inovasi-inovasi setiap saat dalam bisnis yang digelutinya. Kecerdasan seorang *entrepreneur* muslim dapat diukur dari sejauh mana ia mampu memperoleh keuntungan dengan tetap dalam koridor yang *fair* yang diridhai oleh Allah Swt. Keuntungan yang dihasilkan itu tidak hanya berfokus pada hasil penjualan semata, tetapi ada keberkahan dari nilai keuntungan tersebut. Hal ini dipahami, bahwa sekalipun keuntungan tidak besar, tetapi transaksi penjualan yang perputaran uangnya tetap cukup banyak. Akhirnya, ia tetap memperoleh keuntungan yang banyak dan berberkah, yaitu bersatunya keuntungan dunia dan akhirat.

3. Cekatan

Cekatan adalah hal yang dibentuk oleh kebiasaan atau habit dan naluri (Marhari, 2012). Cekatan bisa meningkat menjadi habit jika dilakukan dengan latihan (*exercise*) dan pengulangan (*repetition*). Karena dengan latihan saja yang

dilakukan itu hanya menghasilkan kebenaran (*right*), tetapi ditambah dengan pengulangan yang terus-menerus akan menghasilkan kesempurnaan (*perfect*) (Seauw, 2104).

Ketika kita cekatan maka kita akan mampu dalam memanfaatkan situasi dan kondisi. Cekatan juga akan terbentuk dari pola pikir yang kreatif, pemikiran matang, penuh perhitungan tetapi tidak bertele-tele dan berani mengambil resiko atas keputusan yang diambil dan juga bertanggungjawab. Kita harus merespon dengan cepat ketika ada peluang di depan mata. Karena bagaimanapun peluang tidak selalu ada setiap saat, tetapi ketika peluang sudah dekat maka jangan disia-siakan (Marhari, 2012)

Dalam Al-Qur'an Allah berfirman yang artinya, "Dan bahwa sanya seorang manusia tiada akan memperoleh kecuali apa (hasil) yang diusahakannya sendiri" (QS. An-Najm [53] : 39).

Berdasarkan Al-Qur'an, dapat dipahami bahwa setiap orang dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya harus kerja keras. Sebab, tidak ada rejeki turun dari langit secara tiba-tiba tanpa usaha. Usahalah yang kreatif disertai kerja keras dan tuntas dapat menghasilkan *output* yang maksimal. Dengan kata lain, keberhasilan seseorang dalam bisnis sangat tergantung dari usaha dan kerja kerasnya.

F. Keseimbangan Hati, Pikiran dan Tindakan Nyata

Tuhan telah mencipkatakan manusia dengan sangat kompleks, karena berpadunya antara rasio dan rasa atau antara pikiran dan perasaan dalam diri manusia itu. Hal ini membuktikan bahwa penciptaan manusia oleh Kemahakuasaan Allah adalah penciptaan sempurna yang ideal. Bandingkan dengan penciptaan mahluk lainnya seperti binatang, Tuhan hanya memberikan naluri perasaan tetapi tidak dengan pikiran.

Kesempurnaan penciptaan manusia, telah dijelaskan oleh Allah dalam Firmannya yang artinya adalah,

“Sesungguhnya Kami ciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.” (QS. At-Tin [95] : 4).

Dengan penegasan Tuhan tentang penciptaan manusia yang sempurna di atas, maka hendaknya kita sebagai manusia harus mampu menjadi muslim yang ideal. Manusia yang ideal adalah sosok muslim yang sebaik-baik akhlaknya, yaitu menyeimbangkan, hati, pikiran, dan perbuatan. Hati adalah pusat kendali, yaitu mampu menyeimbangkan pikiran dan hawa nafsu, sehingga seorang muslim yang ideal ketika akan bertindak harus dikontrol hati dan pikiran dalam mengendalikan hawa nafsunya. Dengan kata lain, ketika seorang muslim akan bertindak dia akan selalu dituntun oleh hati dan pikiran yang jernih.

Dalam Hadis lain, Nabi bersabda, “Dan sungguh di dalam tubuh manusia ada segumpal daging yang apabila baik, maka baiklah seluruhnya. Dan apabila ia rusak maka rusaklah seluruhnya. Ketahuilah bahwa ia adalah hati.” (HR. Bukhari dan Muslim).

Aktivitas terjadi karena adanya elemen pemicu dalam diri manusia untuk melakukan aktivitas. Apa isi perintah hati dan pikiran (keduanya) maka itu yang akan terjadi. Demikian juga kuantitas dan kualitas aktivitas atau tindakan manusia tergantung pada keduanya. Akan tetapi, baik dan buruknya tindakan adalah wewenang hati, sedangkan pikiran hanya mampu mengendalikan tindakan ketika dipandu oleh hati yang jernih.

Begitu pula dalam berbisnis, kita harus selalu menjaga keseimbangan dan keselarasan antara hati, pikiran dan perbuatan. Bisnis akan berhasil apabila tindakan yang kita lakukan dipandu atau berada di bawah kendali hati dan pikiran yang positif. Demikian sebaliknya, bisa saja terjadi bisnis tidak berhasil karena tindakan itu tidak dikendalikan oleh hati dan

pikiran yang positif, tetapi justru dikendalikan oleh pikiran negatif dan hawa nafsu.

Rasulullah dalam menjalankan bisnisnya, senantiasa dalam tindakan yang terukur karena selalu dikontrol oleh pikiran yang sehat dipadu dengan hati yang jernih. Apa yang dipraktikkan dalam transaksi bisnisnya Rasulullah tidak pernah menzalimi atau menipu orang. Ia selalu berpatokan pada nilai-nilai etika bisnis yang Islami yang mengedapankan kejujuran dan keikhlasan. Kesemuanya itu tidak terlepas keterpaduan antara pikiran yang sehat dan hati yang jernih.

Bagaimana mungkin seorang Muhammad dapat menarik minat pembeli untuk membeli barangnya? Prilaku apa atau etika bisnis apa yang dijalankan oleh Muhammad sehingga memikat konsumen untuk tertarik menjadi pembeli bahkan menjadi pelanggan setia kepada Muhammad? Untuk menjawab pertanyaan tersebut tentu tidak terlepas dari prilaku keseharian Muhammad. Muhammad dalam bergaul ia selalu mengimplementasikan kejujuran dan amanah. Kedua hal ini tidak mungkin dilaksanakan Muhammad kalau tidak didasarkan pada keseimbangan hati dan pikiran sebelum bertindak. Artinya, apa yang akan dilakukan sudah dipikirkan dengan matang, kemudian dipertimbangkan dengan hati yang tenang, sehingga hasil perbuatannya selalu terukur dan hampir sempurna atau tidak pernah salah.

G. Memiliki Perencanaan dan Sasaran yang Jelas

Bekerja dengan tidak punya rencana dan sasaran yang jelas adalah ibarat seorang yang berlayar tidak mengetahui ke mana akan pergi dan dengan cara apa akan pergi ke tempat tujuan. Begitu juga bagi seorang pekerja yang mengerjakan sesuatu, mereka tidak mengetahui bagaimana caranya bisa menyelesaikan pekerjaannya dan cara apa yang diupayakan untuk menyelesaikan pekerjaan itu.

Berbeda dengan orang yang mempunyai rencana dan sasaran yang ingi dicapai. Misalnya seseorang yang pergi ke Solo, jika ia tersesat, ia masih bisa bertanya kepada siapa saja yang dapat memberikan arahan jalan yang dituju. “Permisi, maaf Pak apakah arah jalan ini suha benar menuju Surabaya.” Maka orang yang ditanya bisa bisa menjawab, “Bukan jalan yang itu menuju ke sana.” Maka berdasarkan keterangan yang ditanya itu, maka ia menuju ke arah yang dituju seperti yang disampaikan kepada yang ditanya itu. Ketika menuju ke suatu tempat, maka kemungkinan besar ia mendapatkan jalan menuju ke Solo.

Walaupun, jika ada seseorang yang berjalan tanpa tujuan. Mungkin kita agak sulit memberikan araha jalan yang dituju. Karena biasanya orang yang yang tidak jelas tujuannya, kadang-kadang dia juga bingung ke mana arah yang dituju. Orang yang semacam ini, bisa orang lain, bisa teman kita, kakak kita dan mungkin kita sendiri yang alami.

Orang yang semacam ini, bukan berati tidak melakukan sesuatu aktivitas, hanya saja pekerjaan yang mereka lakukan berjalan tanpa tujuan yang jelas, sehingga produk yang dihasilkan rendah kualitasnya. Orang tersebut meyakini dengan sangat yakin atau fanatik terhadap suatu jenis produk. Orang ini sebagian besar meyakini, bahwa memang takdir itu tidak boleh diubah, maka lenyaplah dari mereka potensi dasar manusia, sebagai makhluk yang berkembang, seandainya 200 tahun dihidupkan maka pastilah akan menjalaninya secara sama. Kalau sekiranya ia sebagai buruh tani, maka 200 tahun akan tetap menjadi petani (Kamaluddin, 2008).

Begitu juga dalam dunia bisnis, keberhasilan sangat tergantung pada prencanaan yang yang dirancang dengan baik. Bagi *entrepreneurs* perencanaan adalah bagai laksana sebuah navigasi yang menjadi petunjuk setiap aktivitas yang dijalani. Berdasarkan kalkulasi yang cermat, maka itulah profil seorang

entrepreneur dapat menggerakkan roda bisnis ke arah yang lebih maju.

Muhammad adalah seorang pebisnis yang sadar tentang *planning* dan strategi untuk dapat menjalankan bisnisnya dengan baik. Nabi Muhammad Saw. adalah seorang *entrepreneur* yang dapat menjalankan bisnisnya, ini terlihat dari seluruh perjalanan bisnis Muhammad Saw. Pada mulanya ia hidup sebagai penggembala. Setelah melakukan survei kecil-kecilan tentang pengembangan potensi dagangnya, Muhammad melihat peluang pada bisnis perdagangannya lebih menjanjikan, ditambah dengan lokasi strategi Makkah sebagai jalur perdagangan orang Arab.

Muhammad Saw. sangat berhati-hati dan berusaha tidak gegabah untuk memutuskan perpindahan pekerjaan itu, sebelum tahu betul tentang bisnis baru yang akan digelutinya. Inilah mengapa dalam usianya yang sangat belia, ia ngotot untuk ikut pamannya berdagang ke luar negeri (ke Syam). Tujuannya adalah untuk mencari pengetahuan yang mendalam tentang dunia bisnis, juga daerah-daerah yang strategi dikunjungi. Berdasarkan catatan sejarah, Muhammad Saw. banyak mengunjungi daerah-daerah bisnis seperti; kota Basrah, Syiria dan Yaman (Kamaluddin, 2008).

Ketika Muhammad merasa telah menguasai tentang bisnis, maka beliau berani menawarkan diri untuk menjadi manajer perdagangan para investor. Salah satu investor kaya yang bersedia bekerja sama dengan Muhammad untuk menjalankan bisnisnya adalah Khadijah. Khadijah pada masa itu, adalah seorang janda kaya yang tinggal di Makkah. Kemudian, selanjutnya Khadijah mengangkatnya sebagai manajer ke pusat perdagangan Habshah di Yaman. Keahliannya telah menjalankan bisnisnya dengan sukses mendatangkan profit baginya dan investornya. Tidak satupun bisnis yang digelutinya mengalami kerugian. Bahkan ia sampai

4 kali memimpin ekspedisi perdagangan untuk Khadijah ke Syiria, Jorash, dan Bahraian di sebelah Timur Semannajung Arab. Itulah kunci bisnis Rasulullah yang mengagungkan.

H. Menjadi Manusia Paling Bermanfaat

Manusia yang baik adalah manusia yang bagus taqwanya dan banyak memberikan manfaat kepada sesama. Hal ini dijelaskan Nabi dalam sebuah hadisnya, sebagai berikut:

“Manusia yang paling baik adalah manusia yang bagus taqwanya dan paling banyak memberikan manfaat sesamanya.”

Apa yang ditegaskan oleh Nabi di atas, penilai tentang manusia “*the best*”, bukan terletak pada ketampanannya dan banyaknya materi yang dimilikinya. Tetapi, manusia dipandang baik ketika hubungan dengan Tuhannya sangat bagus, dalam artian bagus ibadahnya. Selanjutnya tidak sampai di situ, manusia dikatakan baik harus pula disempurnakan kepribadiannya dengan mudah membagi kenikmatan, termasuk berupa materi yang diperoleh dari Allah Swt. kepada sesama.

Dengan kata lain, manusia yang baik adalah di samping bagus hubungannya dengan Tuhan juga bagus hubungannya dengan sesama. Jadi, harus ada keseimbangan antara hubungan vertikalnya dengan Allah dan hubungan horizotalnya dengan sesama makhluk lainnya. Bahkan sesama manusia sebagai makhluk Allah yang banyak membagi atau memberi, maka ini sejalan dengan hadis Nabi Muhammad Saw.sebagai berikut:

“Tangan yang di atas adalah lebih mulia daripada tangan yang di bawa.”

Artinya, orang yang banyak memberi materi kepada sesama lebih mulia daripada orang yang selalu diberi atau meminta. Seorang *entrepreneur* bukan hanya memberi materi

dalam bentuk umpan atau makanan untuk dikonsumsi yang sifatnya sesaat, tetapi jauh lebih dari itu, dia lebih banyak memberi dalam bentuk pancing berupa pekerjaan atau tepatnya, menciptakan lapangan kerja bagi orang-orang pada umumnya.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, ada tiga pertanyaan mendasar untuk menilai diri kita: Pertama, mengapa kita meluangkan waktu yang cukup banyak untuk menimba ilmu bermacam-macam di bangku sekolah, apa yang kita cari? Kedua, mengapa kita sampai rela melakukan itu semua, padahal tidak sedikit kita mengeluarkan cost? Ketiga, mengapa kita harus pintar? (Kamaluddin, 2008).

Untuk menjawab pertanyaan di atas, tentu tidak bisa kita menjawab dengan gegabah. Kita harus bijaksana menjawabnya, bahwa dari ketiga pertanyaan di atas, tujuan kita harus melakukan itu semua pada saat masih sekolah karena kita ingin pintar. Hanya dengan kepintaranlah manusia dapat berbuat banyak dalam kebaikan. Dengan kepintaranlah kita bisa bahagia bukan hanya di dunia tetapi juga di akhirat kelak Insya Allah. Hal ini sesuai dengan hadis Nabi Muhammad Saw. sebagai berikut:

“Barang siapa yang ingin menguasai dunia haruslah dengan ilmu, barang siapa ingin menguasai akhirat hendaklah dengan ilmu, dan barang siapa ingin keduanya (menguasai dunia dan akhirat) hendaklah dia menguasai ilmu.”

Di sini Nabi tidak membedakan ilmu agama dengan ilmu umum, yang terpenting menguasai ilmu pengetahuan. Artinya, tidak ada dikhotomi antara ilmu pengetahuan umum dan ilmu pengetahuan agama dalam penguasaan ilmu. Selain itu, menguasai ilmu pengetahuan tidak terbatas hanya untuk kepentingan diri sendiri dalam menunjang karier. Tetapi, lebih dari itu adalah bagaimana ilmu yang diperoleh itu dapat dibagi

kepada sesama. Mengapa ilmu itu perlu disebarakan atau diajarkan? Karena kelak di hari akhirat kita dimintai pertanggungjawaban tentang ilmu yang kita miliki. Pertanyaan untuk ilmu hanya satu, yaitu untuk apa ilmu digunakan? Beda dengan harta pertanyaannya dua, yaitu: dari mana harta diperoleh, dan kemana harta itu digunakan?

Sesungguhnya ilmu yang diperoleh dari bangku sekolah itu, tujuan utamanya agar kita dapat menjadi pintar dan bisa diajarkan. Karena dengan pintar kita dapat dengan mudah memperoleh pekerjaan, mendapatkan kehormatan dan kemudahan lainnya. Dengan adanya pekerjaan yang sesuai dengan kompetensi, maka kita akan memperoleh uang. Selanjutnya dengan adanya uang kita dapat membeli apa yang menjadi keinginan kita. Dengan terpenuhinya keinginan-keinginan itu, maka kita senang dan bahagia di dunia. Lalu bagaimana dengan di akhirat? Di akhirat bisa juga kita senang dan bahagia, jika uang yang kita dapatkan di dunia banyak digunakan untuk beramal dalam kebaikan sesuai yang diajarkan oleh agama. Sedangkan ilmu yang diajarkan kepada orang diharapkan dapat juga bermanfaat bagi dirinya dan orang lain sehingga mereka juga mendapatkan bahagia, baik di dunia maupun di akhirat kelak Insya Allah.

Tentang bahagia ini banyak orang salah kapra. Ada yang meyakini bahwa dengan banyak harta otomatis akan bahagia. Orang yang demikian, mereka punya obsesi mencari harta sebanyak-banyaknya. Mereka bekerja siang dan malam demi mengumpulkan harta. Mereka terkadang dalam mengejar materi itu tidak membedakan mana yang halal dan mana yang haram. Tujuannya hanya satu, yaitu bagaimana bisa menumpuk harta sebanyak banyaknya. Karena mereka punya obsesi bahwa dengan harga yang banyak otomatis akan menggapai kebahagiaan.

Ternyata obsesi atau pandangan tersebut tidak benar. Kita lihat dalam kehidupan sehari-hari, betapa banyak orang yang memiliki harta yang berlimpah tetapi tidak bisa menikmatinya. Ada yang difonis dokter kena penyakit gula sehingga ia hanya mengonsumsi makanan yang tidak banyak mengandung karbohidrat dan gula. Ada juga yang difonis oleh dokter memiliki kolesterol yang dalam batas berbahaya atau kolesterol yang tinggi dan jahat lagi, sehingga semua makanan yang dikonsumsi harus terukur dan tidak boleh banyak mengandung lemak.

Apa sesungguhnya bahagia itu. Bahagia itu terletak pada diri pribadi seseorang, bukan datang dari luar. Bahagia itu ketika kita dapat memberi kebaikan kepada sesama manusia, bukan sebaliknya. Kita dapat membantu dalam kebaikan tanpa tendensi apa-apa kecuali dengan ikhlas dan hanya karena Allah Swt. semata.

Maka benarlah apa yang dikatakan Nabi dalam sebuah hadisnya, bahwa “Manusia yang paling baik adalah manusia yang bagus taqwanya dan banyak memberi manfaat terhadap orang lain.”

Apa yang disampaikan oleh Nabi terbukti bahwa kebahagiaan bukan berasal dari luar tetapi dari diri pribadi seseorang. Bukan banyaknya yang kita peroleh dari orang, tetapi banyaknya yang kita berikan kepada orang lain. Bukankah kita banyak memberi kepada orang lain adalah bagian dari ibadah. Bagi orang yang bagus ibadahnya dan dermawan harta kepada sesama adalah suatu perwujudan dari keimanan dan ketaqwaan kepada Allah Swt.. Kedua hal itu tidak terpisahkan dan melekat pada diri orang yang baik.

Oleh karena itu, apapun profesi kita, termasuk dalam menggeluti dunia bisnis, maka mau tidak mau kita harus selalu menjaga hubungan secara vertikal (Hablun minallah) dan

hubungan secara horizontal kepada sesama manusia (Hablu minannas). Orang yang selalu menjaga hubungannya, baik hubungan vertikal maupun hubungan sesama manusia melalui silaturahmi maka hidupnya akan dipanjangkan oleh Allah Swt. Hanya dengan demikian, maka Allah Swt. selalu meridhai apapun aktivitas kita, termasuk berbisnis yang halal.

Jadi, jelasnya bahwa dalam menjalani hidup dan kehidupan di dunia untuk menuju kehidupan yang abadi yaitu akhirat, maka hendaknya kita harus memperbaiki hubungan kita secara vertikal dengan Allah Swt, dengan jalan melaksanakan segala perintahnya dan menjauhi segala larangannya. Begitu pula sebaliknya, kita juga harus selalu memperbaiki hablu minannas sesama manusia karena ini adalah perintah Allah dan Rasulnya sebagai perwujudan keberislaman dan keberimanan kita.

BAB III

KUNCI SUKSES BISNIS MUHAMMAD SAW

Kelahiran Muhammad Saw. membawa perubahan yang luar biasa bagi keberlanjutan bangsa Arab. Pengaruh tersebut terutama terkait dengan dunia bisnis dan perdagangan. Muhammad memiliki karakter yang dapat mempengaruhi dunia secara menyeluruh yang keberhasilannya dalam menciptakan etika bisnis yang pada masa itu belum ada yang dapat dijadikan acuan para pebisnis (Kamaluddin, 2008).

Berbagai referensi menjelaskan bahwa Nabi Muhammad di masa mudanya sudah mendapat predikat terhormat dari bangsa Arab. Nabi Muhammad banyak dilukiskan sebagai **Al-Amin** (orang yang paling dapat dipercaya) dan **Ass-Shidiq** (orang yang paling jujur dalam perkataannya). Tak heran, masa muda Muhammad sudah mendapat julukan yang luar biasa. Di sisi lain, masa muda Muhammad sudah pernah mengikuti pamannya berdagang ke Syiria pada usia 12 tahun.

Nabi Muhammad cukup lama berbisnis, yaitu lebih dari 20 tahun berkiperah dalam dunia usaha dan perdangan, sehingga beliau dikenal di Yaman, Syiria, Basrah, Iraq, Yordania dan kota-kota perdagangan di jazirah Arab. Namun, uraian yang mendalam tentang pengalaman dan keterampilan Muhammad dalam berbisnis dan berdagang ternyata masih kurang mendapat informasi yang jelas di kalangan umat Islam.

Sebelum menjadi mudharib (*fun manager*) dari harta Khadijah, ia sering melakukan perjalanan perdagangan ke luar Makkah yaitu ke kota Basrah, Syiria dan Yaman. Dalam Sirah Halabiyah dikisahkan bahwa ada empat kali melakukan lawatan untuk Khadijah, dua ke Habasyah dan dua lagi ke Jorasy serta ke Yaman bersama Maisara. Selain itu, ia juga melakukan beberapa lawatan ke kota Bahrain dan Abisinia (Kamaluddin, 2008).

Ketika Muhammad berusia 30 tahun, banyak terlibat dalam dunia bisnis seperti pebisnis lainnya. Nabi Muhammad melakukan perjalanan dagang sebanyak tiga kali setelah menikah dengan Khadijah. Perjalanan pertama ke Yaman, perjalanan kedua ke Najd dan perjalanan ketiga ke Najran. Selain dari perjalanan dagang tersebut, Nabi terlibat pula dalam urusan dagang yang besar selama musim haji, sedangkan di musim lain, Nabi sibuk mengurus perdagangan grosir pasar-pasar kota Makkah. Ketika menjalankan bisnisnya, Nabi Muhammad menerapkan prinsip-prinsip manajemen yang handal sehingga bisnisnya tetap untung.

Prinsip-prinsip manajemen yang diterapkan Nabi Muhammad adalah: jujur, setia dan profesional. Dengan prinsip-prinsip manajemen tersebut dikenal dengan prinsip etika bisnis. Hal inilah yang menyebabkan konglomerat mempercayainya. Inilah dasar kepribadian dan etika bisnis yang dipraktikkan oleh Nabi Muhammad sehingga bisa menjadi *money magnet* bagi konglomerat-konglomerat Arab pada saat itu (Kamaluddin, 2008).

Berikut ini akan dibahas kunci sukses yang dijalankan oleh Nabi Muhammad Saw, dalam membangun bisnisnya sehingga beliau berhasil menjadi kaya. Kunci itu meliputi: Bukan sekedar mimpi tapi mampu mewujudkan mimpi itu; Pintar mempromosikan diri; Membayar gaji karyawan sebelum kering keringatnya; Menjaga sinergisme; Bersyukur dan berterima kasih; dan Berbisnis dengan Cinta.

A. Bukan Sekedar Mimpi Tapi Mampu Mewujudkan Mimpi

Menjadi kaya dengan harta yang banyak adalah impian pada umumnya bagi setiap orang di dunia ini. Namun untuk mewujudkan mimpi itu menjadi benar-benar kaya, ternyata bukanlah soal yang mudah. Buktinya sampai hari ini dan mungkin sampai kapan pun kita tidak pernah menemukan

jumlah orang kaya sama banyaknya dengan jumlah orang miskin. Artinya, orang miskin selalu jauh lebih banyak ketimbang orang kaya. Bahkan, penghuni orang miskin di bumi ini semakin bertambah dan orang kaya semakin berkurang.

Ada banyak kisah menarik tentang bagaimana perbedaan antara orang miskin dan orang kaya dalam menjalani kehidupannya. Ketika kita mencoba menanyakan kepada orang miskin, misalnya, apakah saudara mau kaya? Hampir semua menjawab mau. Selanjutnya ketika kita menanyakan, apa sudah ada cara yang dilakukan untuk menjadi kaya? Di sini kelihatan mereka tidak bisa menjawab dengan lancar, walaupun pertanyaan sebelumnya dengan enteng dijawab tanpa beban. Artinya, ketika pertanyaannya dalam batas mimpi, maka semua mudah menjawab. Ketika pertanyaan berlanjut ke dunia nyata, maka mereka tidak lancar menjawab. Kalau toh ada yang menjawab, mereka biasanya menjawab dengan alasan bagaimana menjustifikasi dirinya bahwa tidak mungkinlah menjadi kaya karena memang bukan nasibnya menjadi kaya. Ia terkadang pasrah menerima nasib tanpa mencoba menelusuri faktor-faktor apa yang menyebabkan orang bisa menjadi kaya.

Sementara ketika kita mencoba menanyakan kepada orang kaya, bagaimana caranya bisa menjadi kaya. Ternyata, ada banyak cerita yang menarik yang dapat dijadikan inspirasi. Dapat ditarik benang merahnya bahwa pada umumnya orang yang menyebut dirinya kaya, bukan karena cara-cara yang instan tetapi melalui proses yang panjang. Proses itu melalui kerja keras yang tidak kenal lelah. Mereka mengimplementasikan apa yang menjadi impiannya ke dalam dunia nyata, melalui apa yang sering diingatkan oleh Presiden Jokowi, yaitu kerja, kerja dan kerja.

Beberapa contoh orang mewujudkan impiannya menjadi sukses di bidang politik, misalnya Presiden RI, Susilo Bambang Yudoyono. Ketika Suharto menjadi presiden ia hanya sebagai

ajudan dan selalu setia mendampingi Suharto. Tetapi, beberapa tahun kemudian ia terpilih menjadi Presiden RI yang keenam. Di bidang bisnis dan motivator kita lihat, misalnya Andrie Wongso yang walaupun tidak tamat Sekolah Dasar, tetapi pernah menduduki ranking nomor wahid terbaik sebagai motivator di Indonesia. Di bidang sastrawan, misalnya Habiburrahman El Shirazy, penulis novel terkenal dan *best seller*, yaitu: “Ayat-ayat Cinta” dan “Ketika Cinta Bertasbih” dan bahkan diangkat dalam Layar Lebar dengan jumlah penonton yang membludak. Hal ini dicapai melalui proses yang lama dan disertai dengan kerja keras akhirnya menjadi penulis novel yang terkenal. Selanjutnya, di kalangan seniman atau dunia selebritis, misalnya Tukul Arwana yang dulunya hanya seorang yang datang ke Jakarta untuk mencari keberuntungan, tetapi ia mengalami kehidupan kota seperti kejamnya ibu tiri. Bahkan, mencari sesuap nasi pun sangat susah, akhirnya dapat mencapai suatu prestasi yang luar biasa, yaitu menjadi host termahal di Indonesia melalui Empat Mata yang disiarkan di TV swasta, yaitu Trans TV.

Kesemua kisah sukses di atas, tidak ada yang dicapai dengan cara yang instan. Tetapi, melalui proses yang panjang, yang tadinya walaupun diawali dengan hanya mimpi, kemudian diimplementasikan ke dalam dunia nyata. Mereka yang sukses tersebut tidak pernah mengenal menyerah. Ada kalanya jatuh bangun demi mengejar impiannya. Semua itu dilakukan dengan cara kerja keras, cerdas, dan tuntas akhirnya dapat membunikan impiannya melalui kerja nyata dan mereka sukses meraih impiannya menjadi orang berhasil di bidangnya masing-masing.

Lihatlah, misalnya orang-orang yang berjasa besar dalam dunia ilmu pengetahuan dan teknologi. Sebut saja Thomas A. Edison. Ia adalah seorang penemu listrik yang membuat dunia menjadi terang-benderang meskipun pada malam hari yang

gelap gulita. Keberhasilannya tidak diperoleh melalui jalan yang instan, tetapi melalui proses penelitian dan percobaan yang panjang. Ia memulai dengan memikirkan bagaimana membuat lampu. Seluruh aktivitas kesehariannya hanya difokuskan pada uji coba lampu yang ingin ditemukannya. Keinginannya yang kuat, tidak membuatnya putus asa walaupun berkali-kali gagal. Setelah melakukan percobaan yang sulit dihitung jumlahnya dan pada akhirnya apa yang diimpikannya untuk menemukan lampu listrik dapat terwujud.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ternyata orang miskin, kenapa tidak bisa menjadi kaya, karena mereka tidak pernah berani mewujudkan impiannya menjadi kenyataan. Sebaliknya, kenapa orang bisa menjadi sukses, karena apa yang diimpikannya, misalnya menjadi kaya, dia mengimplementasikannya ke dalam dunia nyata, melalui kerja yang nyata. Kerjanya itu pun, harus kerja keras, cerdas dan tuntas. Demikian juga orang besar yang berjasa dalam penemuan teknologi. Ia melakukan penelitian dan percobaan yang terkadang ribuan kali jumlahnya. Demi mewujudkan impiannya itu, ia tidak pernah mengenal putus asa dan akhirnya ia mewujudkan apa yang menjadi impiannya.

Nabi Muhammad Saw. adalah seorang yang memiliki mimpi yang besar. Mimpinya itu dimulai dari sejak kecil. Ia memimpikan bagaimana bisa menjadi pemimpin yang besar dan disegani meskipun ia berasal dari keluarga yang tidak mampu. Ia lahir dalam keadaan yatim dan setelah umurnya mencapai enam tahun ia menjadi yatim piatu. Ia sadar dengan keadaannya itu, tetapi ia juga sadar tentang masa depan yang harus diraihinya dengan keberhasilan dan kesuksesan. Dia mempersiapkan dirinya dengan memikirkan strategi mewujudkan segala impian yang ada dalam pikirannya dengan tindakan nyata. Baginya, setelah memiliki impian itu harus

diwujudkan dalam kenyataan. Setelah beriman, baru beramal dan berbuat baik (Kamaluddin, 2008).

Prinsip hidup Nabi Muhammad itu dapat dipahami dari hadisnya yang berbunyi sebagai berikut:

“Bahwa hari ini harus lebih baik dari hari kemarin dan hari esok harus lebih baik dari hari ini.”

Prinsip inilah yang dijalankan oleh Nabi sehingga kariernya berkembang terus. Hal ini dapat dilihat dari seorang yang awalnya hanyalah seorang pengembala kambing kemudian beralih menjadi ketua tim ekspedisi dagang Khadijah yang sukses melalui jasa pamannya bernama Abu Talib. Khadijah pada masa itu adalah salah seorang konglomerat Makkah yang disegani. Lalu kemudian, Muhammad benar-benar sukses menjadi pedagang yang kaya dan mempersunting Khadijah yang konglomerat Makkah itu.

Ketika Nabi meminang Khadijah, mahar yang diberikan oleh Muhammad kepada Khadijah tidak tanggung-tanggung yaitu sebanyak 100 ekor unta muda plus 12 *uqiyah* (ons) emas, yang kalau dinilai dengan uang rupiah sekarang, sekitar Rp 1 Milyar (El-Banjary, 2013). Bahkan lebih dari itu, karena melalui tindakan nyata yang terus-menerus dilakukan Nabi Muhammad Saw. tanpa henti, maka Makkah yang tadinya adalah kawasan tandus dan gersang yang tidak banyak dilirik oleh dunia luar, akhirnya menjadi sebuah kota yang besar dan makmur serta ramai dikunjungi pedagang besar dari berbagai penjuru dunia.

Apa yang dilakukan oleh Nabi Muhammad Saw. adalah sebuah pembuktian bahwa beliau dapat mengubah mimpi menjadi kenyataan. Beliau tidak hanya pandai bermimpi tapi mampu mewujudkan impiannya. Ia tadinya lahir dari keluarga miskin tapi melalui kerja keras akhirnya menjadi kaya. Ini pula menjadi pembuktian, bahwa dengan melalui kerja keras tanpa kenal lelah disertai dengan doa kepada Allah Swt. akhirnya apa yang menjadi cita-cita atau impian dapat terwujud.

B. Pintar Mempromosikan Diri

Beberapa hasil penelitian menemukan bahwa rata-rata perusahaan yang sukses memasarkan produknya adalah mengeluarkan biaya promosi yang tidak sedikit jumlahnya, misalnya antara 20% - 30% dari seluruh biaya operasionalnya. Ketatnya persaingan, sehingga terkadang ada perusahaan yang melakukan promosi dengan cara-cara yang tidak sehat. Mereka mempromosikan barangnya dengan sangat bagus, tetapi ketika orang membeli ternyata tidak sebagus apa yang dipromosikan.

Jika kita berjalan-jalan di tengah kota, maka kita akan menyaksikan betapa banyak baliho besar yang terpasang di pinggir jalan dan sudut kota. Gambar-gambar itu adalah rata-rata adalah orang besar dan terkenal sedang melaksanakan suatu aktivitas dan biasanya juga diikuti dengan kata-kata atau kalimat yang mengajak kita. Demikian juga, ketika anda sedang menyaksikan sebuah tayangan TV, misalnya sebuah sinetron yang sangat menarik, tiba-tiba terpotong karena ada beberapa siaran iklan dari beberapa produk yang menjadi sponsor akan lewat yang berisi ajakan untuk membeli produknya.

Kalau anda hidup dan tinggal di kota, mungkin anda pernah mengalami ketika anda baru bangun pagi di rumahnya dan langsung membuka pintu rumahnya. Betapa terkejutnya anda ketika ada beberapa lembar kertas berceceran di depan pintu yang berisi tawaran-tawaran produk lengkap dengan tempat dan nomor teleponnya. Kesemuanya itu adalah suatu bentuk promosi yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan untuk memperkenalkan produknya sekaligus menarik perhatian anda untuk membelinya.

Seperti yang umum kita ketahui bahwa hal utama dalam dunia bisnis adalah bagaimana terjadi suatu transaksi antara penjual barang dalam hal ini perusahaan dan pembeli atau konsumen dari masyarakat. Terjadinya transaksi antara penjual

dan pembeli adalah ruh yang menghidupkan dunia bisnis (Kamaluddin, 2008). Dengan terjadinya transaksi, maka berputarlah komoditas yang akan memberikan profit bagi penjual atau perusahaan dan bagi konsumen sebagai masyarakat akan memperoleh barang yang dibutuhkan.

Semakin besar nilai transaksi yang terjadi di antara penjual dan pembeli, maka semakin besar pula keuntungan yang akan diperoleh oleh penjual. Artinya, profit yang mereka peroleh dari transaksi pengusaha akan semakin mereka menikmati hasilnya. Dengan kata lain, pengusaha semakin mendekati kesuksesan. Siapa saja yang terlibat dari transaksi tersebut, apakah pedagang kecil atau pedagang besar yang dapat menarik pembelinya untuk melakukan transaksi merupakan kemestian yang harus dilakukan oleh seorang pebisnis. Masing-masing pebisnis tersebut berusaha menemukan strategi-strategi yang jitu bagaimana bisa menarik para pembeli sebanyak-banyaknya untuk membeli barangnya. Para pebisnis memahami benar bahwa produk atau jasa yang dihasilkan atau ditawarkannya harus laku dijual. Para pebisnis bisa melakukan promosi dengan cara, baik konvensional maupun non konvensional dengan cara-cara yang kreatif dan cerdas. Hanya saja, terkadang ada pebisnis yang melakukan promosi dengan cara-cara kasar dan bahkan dengan cara yang culas.

Demikian pula praktik promosi, ditemukan baik di pasar tradisional maupun di pasar swalayan. Di pasar tradisional misalnya, ketika kita berada di pasar tersebut kita dapat menyaksikan bagaimana penjual membujuk pembeli sedemikian rupa demi untuk membuat laku barangnya. Dari arah kejauhan kita akan mendengar suaranya yang tak henti-hentinya mengajak kita untuk melihat barang-barangnya. Ketika kita sudah mulai mendekat, mereka semakin gesit dan represif dan juga berbagai bujuk dan rayuan untuk mengajak kita untuk

membeli barangnya (Kamaluddin, 2008). Di tempat lain, misalnya di toko swalayan yang ber AC, kita juga akan menemukan promosi sebagai suatu keharusan untuk menyukseskan perusahaan. Promosi yang dilakukan di swalayan yang ber AC, misalnya ketika kita masuk maka akan disambut dengan pelayan yang ramah dengan senyum mempesona dari seorang pramuniaga. Hal itu dilakukan demi menarik pembeli sebanyak-banyaknya di satu sisi, dan pihak lain konsumen dianggap sebagai raja, sehingga harus diberikan pelayanan yang istimewa.

Sekarang ini, masyarakat semakin sadar akan pentingnya promosi. Promosi yang dilakukan, sudah menjangkau baik masyarakat tradisional, maupun masyarakat kaya dan modern. Mereka semua semakin menyadari bahwa produk dan jasa apapun yang ditawarkan atau dijual di masyarakat tidak akan mungkin maksimal akan laku jika tidak dilakukan promosi. Promosi ini memegang peranan strategi untuk mendorong penjualan. Mereka harus menunjukkan kepada konsumen bahwa barangnyalah yang paling berkualitas. Bahkan lebih dari itu, mereka sesungguhnya ingin menunjukkan bahwa merekalah yang memiliki format yang paling ampuh untuk menunjukkan kualitas dirinya.

Demikian pula di media cetak dan elektronik, kita menyaksikan perang promosi yang begitu dahsyat. Terkadang promosi yang mereka tampilkan sangat dramatis, tidak sesuai dengan fakta (kualitas) barang yang sebenarnya. Sebaliknya, pada saat yang sama pembeli pun semakin cerdas, bahkan sampai pada titik apatis di mana dalam pandangan mereka, promosi tidak lebih dari bagian lain dari fenomena yang berbeda dengan produk sendiri. Ketika sedang menyaksikan tayangan iklan misalnya, banyak di antara pembeli yang menyaksikannya dengan pandangan yang sinis. Seolah-olah mereka

mengatakan, bahwa Ah itu hanya membohongi kita (Kamaluddin, 2008)

Walaupun tetap disadari bahwa promosi sampai saat ini masih diperlukan. Dengan adanya promosi orang akan jadi tahu akan adanya perusahaan yang memperkenalkan diri, barang-barang dan keahlian. Sering juga kita jumpai seorang yang memiliki tingkat kemampuan yang melebihi dari rata-rata kebanyakan orang, prestasi sekolah yang tinggi. Namun ketika selesai pendidikannya di perguruan tinggi, tetap agak sulit mendapat pekerjaan, baik di perusahaan-perusahaan swasta maupun di instansi pemerintah. Sebaliknya, ada orang yang prestasinya biasa-biasa saja, rata-rata sama dengan kebanyakan orang pada saat kuliah, tetapi begitu selesai ia dengan mudah mendapat pekerjaan.

Kalau kita mencoba ingin melihat, kenapa terjadi perbedaan kedua orang tersebut di atas. Ternyata kita temukan bahwa kedua contoh di atas terjadi perbedaan yang sangat signifikan, karena orang kedua tidak dipromosikan oleh orang yang berkompeten, sebaliknya yang cepat kerja karena dipromosikan orang yang profesional. Artinya, boleh jadi orang kedua tersebut adalah orang yang sering memperlihatkan keterampilannya di hadapan orang, sehingga ada orang yang melirikinya, sebaliknya orang pertama adalah kurang memperlihatkan keterampilan yang dimiliki, sehingga tidak ada orang yang merekrutnya.

Bagaimana promosi yang dilakukan oleh Muhammad pada saat berdagang adalah sebuah contoh yang harus dipedomani karena sarat dengan nilai-nilai etika bisnis yang Islami. Ia melakukan promosi, terutama terhadap barang dagangannya tidak berlebihan tetapi apa adanya. Dia tidak melebihkan sedikit pun informasi mengenai barangnya, justru terbuka dengan kondisi barang yang ditawarkan.

Muhammad adalah seorang pebisnis yang sadar dengan perlunya promosi. Ia tahu waktu-waktu di mana para pedagang di seluruh penjuru dunia mengadakan transaksi-transakaidadadakan di tempat tertentu. Para pedagang tidak mebiarkan moment-moment seperti itu berlalu tanpa menjajakan dagannya dengan harapan akan memperoleh keuntungan yang besar. Dari tempat pasar dadakan itu ke tempat yang lainnya diikuti oleh Muhammad untuk berbisnis sehingga membuat Muhammad dikenal oleh seluruh pedagang yang terlibat dalam perdangan tersebut.

Selain itu, Nabi Muhammad Saw. juga menunjukkan pola bisnis yang berbeda dengan bisnis yang lain. Bisnis yang dimaksud adalah bisnis keterbukaan. Ketika pedagang lain menetapkan harga dagannya dengan harga yang pantas menurut mereka, maka Muhammad tidak demikian, tetapi justru ia lebih memilih menceritakan berapa harga barang yang ia beli sebelumnya atau harga pokok barangnya tanpa profit dan selanjutnya memberi kebebasan para pembelinya untuk memberikan keuntungan pada dirinya. Seperti yang dikatakan Muhammad Saw. bahwa, “Saya dulu mendapatkan barang dagangan ini dengan harga sekian, terserah bapak mau memberikan profit berapa untuk saya,”. Inilah contoh transaksi yang sering dilakukan oleh Muhammad Saw. atas cutomernya, sehingga mereka puas dan senang bertransaksi dengan beliau (Kamaluddin, 2008).

Rasulullah sangat paham dan sadar akan sebuah ruh penjualan. Karena itu, beliau tidak pernah tergoda untuk terburu-buru memperoleh profit sebanyak-banyaknya dalam waktu singkat terhadap bisnis yang dijalankannya. Baginya profit sedikit dengan volume penjualan yang besar atau kuantitas penjualan yang banyak, pelan tapi pasti dan sifatnya jangka panjang, akan jauh lebih menguntungkan ketimbang dengan profit relatif besar yang diperoleh dengan terburu-

terburu di awal penjualan, di mana akan membuat pelanggan meninggalkan dirinya ditransaksikan pembelian selanjutnya.

Lebih dari itu, Muhammad Saw. mengutamakan kejujuran di atas segala-galanya. Karena itu, ketika barang memiliki cacat, maka Muhammad dengan segera menjelaskan secara detail kecatatannya. Dengan kejujuran beliau mempertahankan customernya. Hal itu yang membuat Muhammad Saw. berbeda dengan pedagang-pedagang lainnya. Perbedaan itulah yang memiliki kekuatan tersendiri yang menarik para konsumen untuk bertransaksi bisnis dengan Muhammad Saw., sekaligus sebagai sarana promosi bagi dirinya (Kamaluddin, 2008).

Muhammad Saw. sebagai seorang pebisnis selalu berpikiran panjang. Ia tidak pernah tertarik untuk melakukan cara-cara yang tidak *fair* dalam melakukan promosi. Ia tidak pernah meyakinkan pelanggannya mengenai kualitas barangnya yang sangat berlebihan, di mana faktanya kualitas barang yang ditawarkan tidak sebaik dengan yang dipromosikan. Beliau sangat sadar dan paham bahwa dengan cara-cara seperti itu sifatnya jangka pendek. Beliau sangat menjaga baik dengan relasi pelanggannya karena itu berdampak pada jangka panjang. Kejujuran itulah yang membuat pelanggannya merasa nyaman bertransaksi dengan beliau.

Itulah kedahsyatan cara Muhammad Saw. mempromosikan dirinya dalam bertransaksi bisnis. Kelihatannya sederhana, tetapi sangat sulit diimplementasikan pebisnis-pebisnis sekarang. Namun, bagi kita umat Islam sebagai umatnya Nabi Muhammad Saw. harus mengikuti cara-cara bisnis yang pernah dijalankan beliau. Dengan demikian, ketika kita mampu mengikuti cara-cara berbisnis Muhammad Saw., itu pertanda bahwa kita telah menjalankan sebagian dari ajaran kebenaran yang dicontohkan beliau.

C. Membayar Gaji Karyawan Sebelum Kering Keringatnya

Sebelum kita membahas tentang bagaimana Muhammad Saw. menggaji karyawannya ketika ia berdagang, maka terlebih dahulu kita akan memberikan pengertian gaji, kemudian apakah pengertian gaji sama dengan pengertian upah. Sebab, dalam masyarakat pengertian antara gaji dan upah pada umumnya disamakan.

Berdasarkan referensi manajemen bisnis, maka antara gaji dan upah dibedakan. Istilah gaji terkait dengan imbalan karyawan tetap yang diterima karyawan dan biasanya dibayarkan sekali dalam sebulan. Sedangkan upah terkait dengan pemberian imbalan pekerja tidak tetap, atau tenaga buruh lepas, seperti upah lepas di perkebunan kelapa sawit, upah buruh bangunan yang dibayar mingguan atau harian (Kamaluddin, 2008). Di sini dapat dibedakan pengertian gaji dan upah berdasarkan jenis karyawan dan sistem pembayarannya.

Sementara itu, Afzalurrahman dalam bukunya "*Muhammad as a Trader*" bahwa gaji dapat didefinisikan sebagai harga yang harus dibayarkan pada pekerja atas pelayanannya dalam memproduksi barang. Sedangkan Benham di dalam "*Economic*", Tahun 1940, mendefinisikan gaji sebagai sejumlah uang yang dibayarkan berdasarkan perjanjian atau kontrak oleh seorang majikan pada seorang pekerja karena jasa yang ia berikan (Kamaluddin, 2008). Berdasarkan dua pendapat di atas, dapat dipahami, bahwa gaji adalah pembayaran kepada tenaga kerja atau karyawan yang telah memberikan jasanya dalam memproduksi barang atau jasa.

Namun terlepas dari kedua pengertian tersebut, di dalam dunia bisnis, masalah gaji adalah masalah yang tidak pernah selesai walaupun telah dimediasi oleh serikat pekerja dan pemerintah. Masalah yang sering diperdebatkan manajemen dengan karyawan adalah di satu sisi karyawan selalu menginginkan ada kenaikan gaji secara berkala dan di sisi lain

perusahaan terkadang sulit memenuhi tuntutan kenaikan gaji karyawan tersebut karena profit yang diperoleh setiap tahun tidak selamanya tinggi, terkadang sedikit dan bahkan bisa rugi.

Belum lagi masalah lain, seperti karyawan yang sudah lama bekerja di suatu perusahaan kurang setuju melihat karyawan baru digaji melampaui gajinya. Alasannya, bahwa pegawai atau gaji bagi karyawan baru belum pantas digaji dengan melampaui standar karyawan lama. Sebab, karyawan baru belum berpengalaman sedang karyawan lama merasa dirinya lebih pantas karena pengalamannya cukup banyak. Padahal karyawan lama tidak menyadari bahwa karyawan baru rata-rata memiliki kompetensi yang tinggi dan juga melalui negosiasi atau upah dengan pimpinan perusahaan pada saat diterima kerja.

Selain itu, ada fakta lain menunjukkan bahwa bonus yang dibagikan perusahaan kepada karyawan sering menimbulkan protes karyawan lain. Padahal, secara logika mestinya karyawan bersyukur karena perusahaan mau berbagi profit yang didapat dengan karyawannya. Karyawan protes karena merasa bahwa apa yang dibagikan kepadanya terlalu kecil ketimbang dengan profit yang didapat perusahaan. Sebagian juga karyawan protes karena ia merasa bahwa perusahaan tidak adil membagi profitnya karena ada karyawan lebih banyak bonus yang didapat ketimbang dengan karyawan lainnya padahal pekerjaan dan tanggung jawab terhadap perusahaan sama.

Terlepas dari perbedaan pengertian gaji dan upah menurut referensi yang ada, maka Islam menjelaskan upah dan gaji lebih komprehensif ketimbang dengan referensi di atas. Sebagaimana yang dikatakan Muhammad Saw. dalam sebuah hadisnya yang diriwayatkan oleh Abu Dzarr dalam Kamaluddin (2008) sebagai berikut:

“Mereka (para budak dan pelayanmu) adalah saudaramu, Allah menempatkan mereka di bawah asuhanmu, sehingga barang siapa mempunyai saudara di bawah asuhannya, maka harus diberinya makan seperti apa yang dimakannya (sendiri) dan memberi pakaian seperti apa yang dipakainya (sendir) dan tidak membebankan pada mereka dengan tugas yang sangat berat, dan jika kamu membantu mereka (mengerjakannya), “ (HR. Muslim).

Berdasarkan hadis di atas dapat dipahami bahwa gaji yang sifatnya materi haruslah terkait dengan ketersediaan dan kecukupan pangan, sandang dan papan. Ini dapat dipahami bahwa gaji seseorang harus tersedia dalam bentuk bahan pokok berupa makanan, pakaian dan perumahan. Artinya, gaji yang diterima seseorang ketika bekerja baik di perseorangan, swasta maupun di pemerintah harus mampu mencukupi kebutuhan pokoknya (*based needs*) yang paling mendasar, yaitu berupa makanan, pakaian dan perumahan, walaupun tersedianya hanya mencapai standar minimum.

Hadis lain dari Nabi yang diriwayatkan Syadad dalam (Kamaluddin, 2008), Rasulullah Saw. bersabda sebagai berikut:

“Siapa yang menjadi pekerja bagi kita, hendaklah ia mencarikan istri (untuknya); seorang pembantu bila tidak memilikinya, hendaklah ia mencarikannya untuk pembantu. Bila tidak mempunyai tempat tinggal, hendaklah ia mencarikan tempat tinggal.” Abu Bakar mengatakan dalam Kamaluddin (2008): Diberitahukan kepadaku bahwa Nabi Muhammad Saw. bersabda: “Siapa yang mengambil sikap selain itu, maka ia adalah seorang yang keterlalaan atau pencuri.” (HR. Abu Daud).

Hadis Nabi di atas menegaskan, bahwa siapapun majikan yang mempekerjakan seorang pekerja termasuk pembantu, maka ia wajib mencarikan jodoh. Jodoh artinya, bagi

pekerja laki-laki majikan harus mencarikan seorang istri, sedangkan jika ia perempuan maka majikan harus mencarikan suami termasuk pembantu, baik laki-laki maupun perempuan.

Berdasarkan kedua hadis di atas, dapat dipahami bahwa seseorang dipekerjakan oleh siapapun, maka tidak hanya harus menyediakan kebutuhan pokok berupa makanan, pakaian, dan perumahan juga termasuk mencarikan jodoh, yaitu istri bagi pekerja laki-laki dan suami bagi pekerja perempuan.

Lebih jauh dapat dipahami, bahwa antara majikan dan pekerja berdasarkan perspektif Islam adalah bukan sebatas hubungan pekerjaan yang sifatnya formal, pekerja adalah bagian dari keluarga majikan. Karena itu, dalam konsep Islam pekerja bagi seorang majikan adalah bagian dari keluarga, sehingga harus bertanggung jawab memenuhi standar kebutuhan pokok, termasuk mencarikan jodoh.

Nabi dalam berbisnis, ketika menjadi seorang majikan maka ia memperlakukan pekerjanya sebagai keluarganya. Nabi bertanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan pokok, termasuk mencarikan jodoh bagi pekerjanya. Bahkan Nabi selalu bersama pekerjanya makan, karena ia memahami dan meyakini bahwa apa yang dimakannya sebagai seorang majikan harus pula dinikmati oleh pekerjanya.

Memahami lebih jauh hadis Nabi di atas menurut Afzalurrahman dalam Kamaluddin (2008), bahwa paling tidak ada tiga dimensi hikmah yang dapat dipetik dari dua hadis nabi di atas sebagai berikut:

Pertama, majikan dan karyawan seharusnya saling menganggap saudara seiman dan bukan sebagai majikan dan pekerja atau tuan dan budak (atasan dan bawahan). Perubahan sikap majikan terhadap pekerja sesungguhnya akan memperbaiki hubungan mereka. Apabila majikan menganggap karyawannya sebagai keluarganya atau saudaranya sendiri, semata-mata karena mengharap ridha Allah, maka ia pasti akan

bersikap sopan dan dermawan membayar gaji pekerjanya, sehingga pekerja dapat memenuhi semua kebutuhan pokoknya. Di sisi lain, pekerja akan memberikan perhatian khusus terhadap pekerjaannya dengan berusaha mengerahkan seluruh kemampuan dan kekuatannya. Sebagai hasilnya, maka perusahaan akan semakin berkembang dan maju yang pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan perusahaan dan tentu akan berdampak pada kesejahteraan majikan dan pekerja.

Kedua, majikan seharusnya berada pada tingkat yang sama dengan karyawannya, paling tidak dalam soal kebutuhan yang mendasar. Dengan kata lain, pekerja hendaknya diberi gaji yang cukup memadai agar dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Selain itu, dengan gaji yang memadai diharapkan mereka mampu menikmati suatu kehidupan yang menyenangkan dan juga dapat lebih dekat dengan majikannya.

Ketiga, seorang pekerja tidak boleh dibebankan dengan pekerjaan yang terlalu berat atau sulit. Tugas yang sulit yang melampaui kemampuannya akan membuatnya berada dalam kesulitan yang besar dalam mengerjakannya. Ia tidak boleh disuruh bekerja terlalu lama yang mungkin dapat mengganggu kesehatannya. Dengan kata lain, sifat pekerjaan tersebut, baik dipandang dari segi kemampuan fisik maupun waktu, tidak boleh terlalu memberatkan dirinya.

Rasulullah bersabda “Berikanlah gaji kepada pekerja sebelum kering keringatnya, dan beritahukan ketentuan gajinya, terhadap apa yang dikerjakan.” (HR. Baihaqi).

Berdasarkan hadis di atas, dapat dipahami bahwa prinsip utama keadilan terletak pada kejelasan akad (transaksi) dan komitmen untuk melakukannya. Akad dalam sistem penggajian adalah akad yang terjadi antara majikan dengan pekerja. Artinya, sebelum pekerja dipekerjakan, harus jelas dahulu bagaimana gaji yang akan diterima oleh pekerja. Gaji itu,

meliputi besarnya jumlah yang harus diterima dan aturan cara pembayarannya.

Hadis lain menjelaskan tata cara pembayaran gaji seorang pekerja dari majikannya dapat dilihat dari sabda Rasulullah dalam Kamaluddin (2008) sebagai berikut:

“Dari Abdullah bin Umar, Rasulullah Saw. bersabda, ‘Berikanlah gaji orang gajian sebelum kering keringatnya.’” (HR. Ibnu Majah dan Imam Thabrani).

Berdasarkan hadis Nabi di atas, jelaslah bagi kita tata cara pembayaran gaji yang seharusnya dilakukan oleh seorang majikan yang mempekerjakan pekerja. Ia harus menunaikan kewajibannya secepatnya, apabila pekerjanya telah menyelesaikan pekerjaannya atau kewajibannya sebagai seorang buruh.

Berkaitan dengan kasus di atas, dijelaskan pula dalam sebuah hadis nabi tentang ancaman orang yang melalaikan kewajibannya atau tidak menepati komitmennya yang seharusnya harus ditunaikan, termasuk pula majikan yang tidak menunaikan kewajiban terhadap buruhnya, artinya tidak membayar gaji buruhnya yang seharusnya harus dipenuhinya.

“Diriwayatkan dari Abuhurairah r.a. dalam Kamaluddin (2008), dari Nabi Muhammad Saw., bahwa beliau bersabda: ‘Allah telah berfirman: ‘Ada tiga jenis manusia di mana Aku adalah musuh mereka nanti di hari akhirat. *Pertama*, adalah orang yang membuat komitmen akan memberi atas nama-Ku (bersumpah dengan nama-Ku), kemudian ia tidak memenuhinya. *Kedua*, orang yang menjual seorang manusia bebas (buka budak), lalu memakan uangnya. *Ketiga*, adalah orang yang menyewa seorang gajian dan mempekerjakan dengan penuh, tetapi tidak membayar gajinya.’” (HR. Bukhari).

Berdasarkan hadis-hadis di atas paling tidak ada tiga hal yang dapat dijadikan dasar dalam melakukan aktivitas, terutama

aktivitas bisnis, yaitu: (1) Orang yang berjanji akan memberikan sesuatu kepada seseorang dengan atas nama Tuhan, tetapi ia tidak menepatinya, (2) Orang yang memperdagangkan manusia bebas bukan seorang budak belian, maka ia haram hukumnya untuk memakan hasil penjualannya itu, dan (3) Majikan yang mempekerjakan seorang pekerja dengan pekerjaan penuh, tetapi ia tidak membayar gajinya, maka termasuk orang yang berbuat zalim.

Khusus kasus yang ketiga tersebut, berkaitan dengan pembahasan kita, terutama bagaimana seorang majikan dalam memenuhi kewajibannya ketika mempekerjakan seorang pekerja. Dari hadis tersebut dapat dipahami bahwa seorang majikan yang terlambat membayar upah pekerjaanya dapat dikategorikan sebagai orang yang zalim. Apatah lagi kalau seorang majikan benar-benar tidak membayar sama sekali upah pekerjaanya, maka termasuk orang yang dimusuhi atau dibenci Allah Swt..

Seorang majikan tidak boleh mengambil hak seorang pekerjaanya, misalnya mengurangi gaji seorang pekerjaanya dari yang seharusnya diterma. Dalam pengertian yang lebih jauh dapat dipahami, bahwa seorang majikan tidak boleh menggaji seorang karyawannya di bawah standar yang berlaku, jika perusahaannya mampu memenuhi hak-hak pekerjaanya, Misalnya, upah yang berlaku sesuai standar adalah Rp 1.500.000,- per bulan, lalu seorang majikan hanya membayar Rp 1.100.000, maka jelas majikan tersebut berbuat zalim terhadap pekerjaanya. Apabila ini terjadi, maka pebisnis itu telah memotong hak pekerjaanya dan tidak sejalan dengan apa yang diperaktikan oleh Muhammad Saw.

Sebaliknya, jika seorang pebisnis mengikuti cara-cara berbisnis Nabi, yaitu membayar gaji sebelum kering keringat pekerjaanya dan juga tidak memotong hak atau gaji pekerjaanya, apalagi tidak sampai membayar gaji pekerjaanya, maka yakinlah

bahwa pekerja tersebut akan bekerja dengan senang dengan motivasi yang tinggi, sehingga produktivitasnya meningkat. Hal ini tentu dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan sehingga profit perusahaan akan meningkat. Sebagai dampaknya, akan kembali kepada peningkatan kesejahteraan bagi pemilik dan seluruh karyawan perusahaan.

D. Menjaga Sinergisme

Sering kita mendengar ungkapan yang mengatakan, bahwa “tidak ada sesuatu yang tidak mungkin di dunia, tetapi tidak ada juga sesuatu yang sempurna”. Kalimat tersebut sering kita dengar disampaikan oleh orang dekat seperti bapak, ibu atau nenek ketika memberikan nasihat kepada anak atau cucunya mengenai bagaimana kita mengarungi kehidupan ini yang serba penuh persaingan. Nasihat tersebut juga sering diungkapkan oleh guru di sekolah dalam memotivasi muridnya untuk menjadi pintar.

Kalimat lain, yang sering pula kita dengar dari nenek atau guru di sekolah, bahwa “tidak ada yang tidak mungkin di dunia ini”. Artinya, semua yang ada di dunia yang fana ini, bisa diubah atau dapat dicapai bukan dengan kebetulan tetapi melalui kerja keras dan tuntas serta mendapat ridha dari Allah Swt.. Pekerjaan apapun dan bagaimanapun beratnya suatu pekerjaan, jika ditekuni dengan sungguh-sungguh disertai kesabaran, maka hasilnya dapat diraih dengan sukses.

Kalimat tersebut memberikan motivasi, bagaimana memandang hidup dengan penuh optimisme. Kita dan kehidupan yang kita jalani adalah sangat berharga. Sayang sekali jika ada memandang sebaliknya mengenai diri dan kehidupannya di masa yang akan datang dengan penuh pesimisme. Apalagi memengaruhi kehidupannya hingga masa bodoh dan apatis, sehingga tidak melakukan apa-apa. Padahal sesungguhnya dengan optimisme yang tinggi, dapat memacu

seseorang untuk bekerja lebih keras dalam meraih apa yang menjadi impiannya. Seperti telah dibahas sebelumnya, bahwa dengan kerja dan tuntas tanpa kenal lelah, banyak contoh yang dapat membuktikan bahwa seseorang dapat meraih impiannya dengan sukses.

Walaupun disadari pula, bahwa terkadang dalam meraih impian itu tidak bisa kita hanya bekerja sendiri. Sehebat apapun seseorang, maka pasti ada saja kekurangannya dan kekurangannya itu bisa ditutupi dengan kelebihan orang lain. Kerja sama dengan orang lain, walaupun masing-masing tidak sama dan mungkin unik, tapi dapat menjadi sinergi yang kuat untuk dapat menyelesaikan masalah. Seberat apapun masalah yang dihadapi asalkan dikerjakan dengan bersama atau disnergikan dengan tim yang tangguh maka pasti bisa diselesaikan. Seperti salah satu syair Roma Irama dalam lagunya, “Berat sama dipukul, ringan sama dijinjing.” Artinya, apapun yang dikerjakan dalam dunia ini maka penyelesaiannya akan menjadi ringan jika disnergikan dengan orang dalam mengerjakannya.

Sebagai contoh, bagaimana fungsi anggota badan dalam tubuh manusia. Misalkan, jika kaki tidak menjalankan fungsinya maka pastilah seorang manusia akan mengalami masalah yang besar dalam memindahkan tubuhnya. Bagaimana pula bila tangan sakit, maka betapa sulitnya untuk sekedar memindahkan barang dari suatu tempat ke tempat yang lain (kamaluddin, 2008). Dengan demikian, dapat dipahami bahwa dalam diri manusia terdapat beberapa anggota tubuh yang ketika menjalankan fungsinya, maka akan saling melengkapi. Demikian juga dalam suatu masyarakat, bahwa tidak ada yang dapat hidup sempurna tanpa saling bekerja sama.

Begitu pula dalam dunia bisnis, sinergi merupakan suatu hal yang sangat penting untuk mengifisienkan dan memajukan sebuah usaha. Terjadinya sinergi antara suatu perusahaan

dengan perusahaan lainnya, maka pekerjaan akan menjadi ringan sehingga hasil dapat menjadi lebih produktif dan maksimal. Dengan sinergi itu pula, dapat menarik pelanggan yang jauh lebih banyak ketimbang sendiri-sendiri. Dengan bersinergi mereka akan meningkatkan omzet penjualannya, yang akibat akhirnya dapat meningkatkan profit bagi masing-masing yang bersinergi.

Misalkan sinergi antara penjual Coto Makassar dengan penjual Es Kelapa. Awalnya, penjual coto hanya akan menarik pembeli coto saja yang jumlahnya tentu terbatas. Akan tetapi, jika bersinergi dengan penjual es kelapa muda, maka tentu ceritanya lain, di mana mereka tentu akan menarik pelanggan yang lebih banyak. Satu sisi, penjual coto akan menarik pelanggan penjual es kelapa, dan begitu pula sebaliknya, penjual es kelapa akan menarik pelanggan coto. Sangat boleh jadi, ada pelanggan yang memang mau menikmati sekaligus, yaitu makan coto sambil minum es kelapa, sehingga dapat mengifisienkan waktu bagi penikmat dua jenis makanan tersebut.

Mari kita lihat bagaimana bentuk sinergi lain yang sering kita jumpai bahkan kita alami sendiri, misalnya bagaimana sinergi antara antara ATM satu dengan ATM-ATM lainnya dalam satu link. Sebut misalnya, ATM bersama, di mana ada beberapa bank yang bersinergi untuk membentuk ATM bersama dalam satu link. Bank tersebut, jelas dapat menguntungkan, baik dari segi biaya operasional karena akan ditanggung bersama. Begitu pula yang dirasakan pelanggan yang dengan mudah menemukan dan mengakses ATM bersama dalam menarik dananya dari bank yang berbeda, tetapi dapat menarik dananya dengan mudah melalui ATM bersama.

Bentuk sinergi beberapa bank dengan membentuk ATM bersama dalam suatu link tersebut, karena masing-masing bank yang bersinergi dapat memanfaatkan sarana dan prasarana

yanga sama, sehingga secara sinergi mereka akan mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda. Sinergi ini akan memberikan layanan yang jauh lebih banyak ketimbang disediakan ATM tertentu saja oleh satu bank saja. Hal ini, selain dapat memudahkan para nasabah bank yang bersinergi, juga jelas akan meningkatkan daya tarik nasabah bank masing-masing di masa yang akan datang.

Rasulullah sebagai pebisnis menjalankan sinergi dalam bisnisnya. Pembahasan sebelumnya, bagaimana Rasulullah bersinergi dengan Khadijah seorang janda kaya pada masanya. Khadijah tidak dapat berbuat banyak ketika ia akan meningkatkan omzet penjualannya tanpa bersinergi dengan manajer yang amanah seperti Muhammad Saw.. Begitu pula sebaliknya, Muhammad tidak akan memperoleh modal yang banyak jika tidak bersinergi dengan Khadijah yang kaya itu. Dengan terjadinya sinergi antara pemilik modal yang besar dengan manajer yang amanah, maka kedua pihak, Khadijah dan Muhammad Saw. dapat memperoleh keuntungan yang besar, di mana sebelum-sebelumnya tidak pernah meraih keuntungan yang besar ketika keduanya berbisnis sendiri-sendiri.

Sinergi yang strategis yang dilakukan Nabi Muhammad Saw. dengan Khadijah adalah bentuk sinergi yang banyak dipraktikkan pebisnis sekarang. Hanya saja praktiknya yang dijalankan sekarang tidak persis seperti apa yang dijalankan oleh Nabi Muhammad Saw.. Terkadang ada yang sudah mulai menyimpang. Praktik yang dijalankan Nabi walaupun pada awalnya, bentuknya seperti mudharabah. Di mana konsep mudharabah ini hanya salah satu dari dua orang yang bekerja sama, memiliki modal finansial sedangkan yang lainnya memiliki modal SDM berupa keterampilan mengelola atau manajer. Misalnya, pada awal Nabi diberi amanah memimpin menjalankan usaha dagang di Syiria, di mana Muhammad

belum memiliki modal finansial, tetapi hanya memiliki modal skill dalam menjalankan usaha kerja sama dengan Khadijah. Pembagian keuntungan dan atau kerugian adalah ditanggung bersama (*profit and lost sharing*).

Setelah nabi sudah memiliki kemampuan modal, maka kerja sama dengan Khadijah berubah menjadi kerjasama Musyarakah. Konsep musyarakah ini adalah dua orang bekerja sama atau lebih, masing-masing memiliki modal finansial. Bentuk pembagian keuntungan sama halnya dalam bentuk kerja sama mudharabah, di mana jika terdapat keuntungan maka akan dibagi bersama dan jika terjadi kerugian maka akan ditanggung bersama pula (*profit and lost sharing*). Hanya yang sedikit berbeda antara kerjasama mudharabah dengan musyarakah, di mana pada mudarabah, jika terjadi kerugian, maka pemilik modal finansial akan berkurang modalnya, sedangkan bagi yang memiliki modal skill atau pengelola hanya akan kehilangan peluang untuk memperoleh keuntungan. Sedangkan pada sistem musyarakah, jika terjadi kerugian, maka kedua pihak yang kerjasama akan mengalami pengurangan modal finansial.

Kedua bentuk kerjasama yang dilakukan oleh Muhammad dengan Khadijah, menurut penulis dapat dibuktikan dengan adanya persiapan mahar yang cukup tinggi bagi Muhammad pada saat akan melamar Khadijah. Walaupun ada keterangan yang berbeda mengenai hal mahar, ada yang menyebut bahwa mahar Muhammad pada saat melamar Khadijah sebanyak 20 ekor unta (Marhari, 2102), sedangkan versi lain menyebutkan bahwa mahar Muhammad melamar Khadijah adalah sebanyak 100 ekor unta (Kamaluddin, 2008) yang kalau dikurs dengan rupiah, maka nilainya mencapai milyaran rupiah. Trelepas dari perbedaan tersebut, namun fakta tersebut membuktikan bahwa Muhammad benar-benar kaya pada saat melamar Khadijah.

E. Bersyukur dan Berterima Kasih

Dewasa ini ada suatu hal yang menyebabkan kondisi umat Islam lemah adalah karena mereka memahami Nabi Muhammad secara parsial. Sebagian besar di kalangan umat Islam tidak memahami Nabi Muhammad secara total, sehingga dia juga mempraktikkan ajaran Islam dalam aktivitas kesehariannya setengah-setengah.

Jika dipahami secara total tentang diri dan kehidupan Nabi Muhammad, maka kita dapat menigikuti beliau secara total, termasuk memahami beliau sebagai *entrepreneur* handal, pebisnis yang ulung yang menjadi rujukan beberapa pakar manajemen di dunia.

Muhamad Saw. adalah seorang sosok manusia mandiri. Walaupun beliau sebelum lahir atau masih dalam kandungan rahim ibunya bapaknya sudah meninggal. Ketika beliau baru berusia 6 tahun ibunya yang sangat dicintainya juga meninggal. Apa yang dialami Muhammad tidak membuatnya lemah, tetapi justru sebaliknya menjadi manusia yang kuat. Terbukti pada saat beliau bersusia 7 tahun sudah mulai bekerja mengembala kembang milik para investor.

Banyak umat Islam kurang menyadari bahwa ternyata Nabi Muhammad adalah seorang *entrepreneur* sejati. Mereka tidak mengetahui sejarah lengkap Nabi Muhammad Saw. Mereka tidak memahami bahwa Nabi sejak umur 12 tahun sudah ikut berdagang dengan pamannya mengelilingi jasilrah Arab. Ketika Nabi mencapai umurnya 17 tahun ia berani mandiri dan menjadi *entrepreneur* muda yang lepas dari pamannya. Muhammad menjalankan bisnis dari seorang pedagang kaya yang bernama Kahdijah. Nabi menjalankan bisnis dengan Kahdijah bukan sebagai karyawan, tetapi mitra bisnis dengan sistem *profit and lost sharing* (bagi hasil). Sistem bagi hasil ini menjadi cikal bakal

sistem ekonomi syariah dewasa ini. Sistem ini sudah diterapkan di semua bank yang berlabel syariah di Indonesia.

Kita sebagai umat Islam sekaligus sebagai umat Muhammad Saw. patut kita bersyukur karena Nabi kita, selain sebagai utusan Allah yang membawa risalah kenabian, juga seorang *entrepreneur* yang sukses. Jadi kita sebagai umat Muhammad kalau kita ingin sukses berbisnis sekaligus halal, maka tidak ada jalan lain kecuali mencontoh pribadi Nabi dalam menjalankan bisnisnya.

Perlu juga disadari bahwa nabi sukses berbisnis bukan karena beliau seorang yang kaya atau mendapat harta warisan yang berlimpah dari orang tuanya. Muhammad bukan pula seorang yang mendapat *captive market* untuk memasarkan barang dagangannya, tetapi karena mampu melewati beberapa tahap sebagai berikut:

Pertama, mampu menghilangkan mental *blocking*. Ia mampu mengalahkan dirinya sendiri. Ketakutan dalam menghadapi kegagalan usaha merupakan hambatan terbesar dalam meraih sukses dalam berbisnis. Untuk mengatasi hal tersebut maka perlu melakukan hal sebagai berikut: a. Hitung kemungkinan resiko terbesar atau kemungkinan terburuk yang akan terjadi, dan b. Hitung pula kemampuan untuk menanggung kerugian terbesar atau kemungkinan terburuk. Sebab, dalam berbisnis resiko pasti ada, oleh karena itu bagi pebisnis pemula hendaknya memilih bisnis yang beresiko kecil. Allah mengaskan, bahwa Allah tidak akan mengubah nasib Anda kecuali Anda mengubah diri Anda, dan siapa yang sungguh-sungguh berjuang, maka akan ditunjukkan jalannya.

Kedua, mampu menguasai pasar. Ini berarti harus tahu: a. Tahu di mana membeli barang yang lebih murah, b. Tahu ke mana akan menjual barang dengan lebih mahal, c. Tahu di mana membeli barang dengan bayar tangguh atau tidak cash,

dan d. Tahu ke mana menjual barang dengan lebih mahal dan bayar tunai.

Ketiga, mampu memproduksi sebagian barang sesuai tuntutan pasar yang tidak dapat dipenuhi oleh pemasok, sehingga perlu diproduksi sendiri. Secara perlahan mulai juga diperhitungkan untung rugi ketika memproduksi barang sendiri walaupun barang tersebut dapat dipenuhi oleh pemasok.

Keempat, mampu mengelola organisasi secara efektif dan efisien. Seiring dengan bertambahnya sumber daya manusia, maka perlu dibuat aturan yang jelas mengenai hak dan kewajiban, dan pembagian pekerjaan sesuai dengan kompetensi di antara para pekerja.

Kelima, mampu menarik dan meyakinkan pemilik modal atau investor untuk ikut serta dalam bisnis yang kita jalankan. Posisi tawar antara pemilik awal dengan investor harus setara dan saling membutuhkan (Kamaluddin, 2008).

Rezeki itu sendiri sebenarnya sudah diatur oleh Allah Swt. Tetapi, apakah kita berpangku tangan saja menunggu rezeki itu. Tentu tidak, karena rezeki itu harus pula dijemput. Selanjutnya, apakah rezeki itu bisa ditingkatkan? Tentu saja tergantung usaha dan cara merencanakannya. Hanya dengan usaha dan rencacana yang jelas rezeki dapat diraih. Untuk meraihnya diperlukan keberanian untuk menjemputnya.

Sejalan dengan hal tersebut, Islam melarang orang bermalas-malasan tanpa bekerja. Orang dilarang tawakkal tanpa usaha, tetapi usaha atau kerja dulu semaksimal mungkin baru tawakkal. Sebab, Allah Swt. menyediakan fasilitas di alam raya ini agar manusia mampu berusaha agar mendapat kemudahan dalam mencari rezeki, sesuai dengan bakat dan kemampuan masing-masing. Hanya saja Nabi menegaskan, bahwa rezeki 90 persen ditempatkan Allah di bisnis. Karena itu, kalau anda mendapatkan rezeki yang banyak, maka tidak ada jalan harus memilih pekerjaan di sektor bisnis.

Jika sekiranya seorang pebisnis sukses menjadi *entrepreneur* yang kaya, maka hendaknya jangan lupa bersyukur kepada Allah Swt. Sebab, rasa syukur itu merupakan tanda dari rasa berterima kasih kepada Allah Swt. Bahkan kita diberi umur yang panjang dan kesehatan oleh Allah Swt. maka rasa bersyukur itu tidak bisa kita tinggalkan. Kalau perlu setiap saat, kapan dan di manapun kita harus selalu bersyukur.

Namun dalam kenyataannya, banyak orang merasa tidak berkecukupan. Ada orang yang secara kasat mata hidupnya berlimpah materi, tetapi tidak mempunyai keturunan. Sebaliknya, ada orang yang mempunyai banyak keturunan tetapi kehidupannya sangat miskin. Ada orang memiliki banyak uang, tapi musuhnya banyak. Ada orang kepribadiannya sangat baik, tetapi badannya lemah dan sakit-sakitan. Mereka-mereka itu merasa serba kurang, dan karena merasa serba kurang, akhirnya lupa bersyukur kepada Allah Swt.

Betapa banyak orang yang memiliki harta yang berlimpah, tetapi hidupnya tidak bahagia karena tidak memiliki rasa bersyukur dalam dirinya. Sebaliknya, betapa banyak orang yang secara ekonomis dan berpendidikan minim, tetapi hidupnya bahagia karena mereka memiliki rasa bersyukur dan selalu mensyukuri apa yang diberikan oleh Allah Swt.. Karena itu, hakikat dari kebahagiaan hidup itu bukan terletak pada harta yang banyak, pendidikan dan pangkat yang tinggi, tetapi sebenarnya pada **sikap** terhadap pemberian Allah Swt..

Nabi Muhammad Saw. meski sukses dalam berbisnis, tetapi beliau tidak diutus hanya sebagai pedagang, melainkan diutus memperbaiki moral umat manusia. Hal ini dapat dilihat dari hadis Nabi yang berbunyi, bahwa tidaklah aku diutus di dunia kecuali hanya untuk menyempurnakan akhlak manusia.

F. Berbisnis dengan Cinta

Kata cinta dalam Kamus Lengkap Bahasa Indonesia yang disusun Hizair (2013) bermakna: 1. Perasaan sayang sekali, 2. Menyukai, dan 3. Terpikat. Dengan demikian, kata cinta dapat dipahami sebagai sesuatu yang disukai atau disayangi atau dapat memikat hati.

Kata cinta mungkin satu-satunya kata yang paling diminati umat manusia sedunia dibandingkan dengan kata-kata yang lain. Kata cinta adalah kata yang tidak pernah habis dieksplorasi oleh para pujangga. Kata cinta adalah kata yang paling laris ditulis oleh seniman. Kata cinta adalah kata yang paling sakti yang mampu menyedot perhatian para khalayak, tanpa merasa jenuh. Kata cinta adalah kata yang selalu mempesona bagi para penulis dan pembacanya.

Kata cinta bila digabungkan dengan kata lain maka akan selalu menghadirkan makna yang sarat dengan keindahan. Sebagai contoh; kata membaca misalnya. Kata ini mungkin tidak menarik bagi sebagian orang awam. Tetapi, jika kata membaca ditambah dengan kata cinta, maka maknanya akan lain dan sangat mungkin diminati sebagian orang, yaitu menjadi “cinta membaca”.

Jika membaca adalah suatu aktivitas yang tidak disukai oleh semua orang, tetapi jika dilakukan dengan penuh cinta, maka aktivitas itu menjadi ringan dan menarik. Dengan penuh rasa cinta, maka aktivitas membaca berjam-jam dapat dilakukan orang dengan perasaan senang. Mereka terkadang tidak merasakan waktu satu jam atau lebih ketika sedang menikmati yang namanya membaca dengan penuh cinta. Energi cinta mereka membuat aktivitas yang mereka lakukan menjadi tampak menyenangkan (Kamaluddin, 2008).

Cinta adalah fenomena ajaib yang kedatangannya selalu ditunggu oleh manusia. Sebab, cinta merupakan kekuatan misterius yang mampu menghadirkan suasana kering menjadi

hangat dengan penuh inspirasi. Cinta laksana suplemen yang dapat meningkatkan kualitas aktivitas seseorang menjadi bertambah berlipat kali. Bahkan sering cinta itu sesungguhnya memberikan andil yang besar bagi kesuksesan seseorang.

Sebagai contoh: Sebut saja Tomas Alfa Edison, begitu cintanya terhadap lampu listrik, sehingga dengan rasa cintanya itu dapat menemukan lampu listrik yang dapat menerangi dunia. Begitu pula dengan Bill Gates, dengan rasa cintanya yang begitu besar terhadap perangkat lunak komputer, sehingga dengan rasa cinta itulah yang mengantarkannya menjadi raja *software* nomor wahid di dunia. Demikian pula Henry Ford yang begitu mencintai kendaraan bermotor, sehingga dengan rasa cintanya itu membuatnya sukses merajai bisnis motor. Seperti itu berlaku pula pada beberapa orang terkenal di bidangnya, misalnya Iwan Fals dengan penyanyi legendaris sekaligus pencipta lagu terpopuler, W.S. Rendra sebagai penyair ternama, dan Habiburrahman dengan penulis novel yang fenomenal.

Sesungguhnya dalam dunia bisnis, kecintaan terhadap profesi itu memiliki peranan yang sangat penting. Kaitannya dengan orang lain, cinta pemilik perusahaan dengan customernya, merupakan aspek yang tidak boleh diabaikan begitu saja. Pemilik perusahaan menarik perhatian dan cinta customernya bukan merupakan hal yang instan, tetapi memerlukan waktu yang panjang. Dia memupuk cintanya dengan customernya dengan penuh perhatian agar customer tidak meninggalkan perusahaannya dan pindah ke perusahaan lainnya.

Ketika sesuatu terjadi dan menyerpa customer sehingga dengan amat terpaksa harus meninggalkan langganannya perusahaannya dan membeli barang lain misalnya, maka tentu membutuhkan cinta pengganti yang harus menggantikan posisi langganannya awal agar perusahaan bisa stabil kembali. Tentu

perusahaan itu harus kerja keras mencari dan mencari cinta dari customer lain.

Dalam agama Islam, cinta dan kasih sayang yang tulus adalah diridhai oleh Allah dan mendapat pahala. Sebab, apabila seseorang memberikan cinta yang tulus kepada orang lain, maka orang itu akan mengalami hal yang sama. Hal itu berlaku dalam dunia bisnis. Semakin besar rasa cinta Anda kepada pelanggan-pelanggan Anda, semakin baik perlakuan Anda terhadap pelanggan-pelanggan Anda itu, semakin baik pula perlakuan mereka kepada Anda dan semakin nyamanlah pelanggan Anda. Padahal, semakin nyaman pelanggan Anda, semakin suka berbisnis pada Anda. Apalagi, kalau relasi Anda itu menceritakan kepada teman-temannya betapa baiknya Anda terhadap mereka. Maka sudah pasti relasi Anda akan terus bertambah, dan itu berarti akan menambah penghasilan dan keuntungan bisnis Anda (Kamaluddin, 2008).

Rasulullah Saw. adalah pribadi yang agung yang dalam sepanjang sejarah hidupnya dikenal dengan pribadi yang penuh cinta dan kasih sayang. Beliau tidak pernah menyakiti orang lain. Bahkan orang yang membencinya, beliau tidak pernah bereaksi keras dan balik membencinya. Justru terhadap mereka yang membencinya, beliau malahan mendoakan agar Allah memberi petunjuk dan mengampuninya orang itu.

Pernah suatu ketika beliau hendak menunaikan shalat berjamaah di masjid, tapi ada orang yang membenci beliau dan selalu melemparinya dengan kotoran manusia agar beliau berhenti ke masjid. Apa yang dilakukan Rasulullah Saw.? Beliau tidak marah dan menghardik, apalagi membalas perbutan orang itu. Beliau malah mendokannya agar dosanya diampuni dan diberikan petunjuk oleh Allah Swt.. Sungguh luar biasa perbuatan Nabi itu.

Sepanjang sejarah perjalanan Rasulullah, kita tidak pernah menemukan beliau bertindak kasar, justru sebaliknya

selalu bertindak lemah lembut dan penuh kecintaan kepada siapapun. Termasuk relasi-relasinya ketika beliau sedang menjalankan bisnisnya. Beliau adalah orang yang paling pintar dalam memberikan perhatian kepada orang-orang di sekelilingnya. Begitu pintarnya beliau mendistribusi perhatian itu, hingga semua orang yang pernah bergaul dengan beliau, selalu merasa kalau merekalah orang yang paling diistimewakan, paling dekat dan paling disayang oleh beliau.

Sifat lemah lembut dan kasih inilah yang membuat para pelanggan Rasulullah Saw. terus berdatangan. Semakin hari, semakin bertambah pelanggannya. Rasulullah pernah bersabda, “Barang siapa yang memandang saudaranya dengan pandangan kasih sayang, maka akan diampuni dosanya oleh Allah Swt .” (HR Hakim dan Ibnu Umar)

Begitulah Rasulullah Saw. sukses membangun kerajaan bisnisnya. Salah satu kuncinya adalah cinta dan kasih sayang yang tulus. Beliau sangat mencintai pekerjaannya. Menurut beliau, bekerja karena Allah itu adalah ibadah. Itulah sebabnya ketika berbisnis, beliau mencintai relasi-relasinya karena itu juga ibadah dalam bentuk muamalah. Itulah contoh teladan yang dapat diambil dari kehidupan Nabi (Kamaluddin, 2008).

J. Cara Membelanjakan Harta Muhammad

Ketika bisnis yang dijalankan telah menuai keberhasilan dengan ditandai keberhasilan bertambahnya harta kita secara signifikan. Pertanyaannya, bagaimana kita mendistribusikan atau membelanjakan harta tersebut? Apakah hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup sendiri atautkah adakah kewajiban lainnya yang harus dipenuhi?

Adanya pemahaman tentang Islam yang komprehensif harus dimiliki oleh semua umat Islam sehingga ketika ia akan membelanjakan hartanya harus sesuai dengan syariat Islam. Nabi Muhammad Saw. paham betul bahwa harta yang dimiliki

ada hak bagi orang lain, anak yatim, orang miskin, orang berhutang, mualaf, dan lain sebagainya. Muhammad pun sadar untuk mengeluarkan zakat hartanya agar menjadi bersih dari dosa.

Nabi Muhammad Saw. bersabda sebagai berikut:

“Tidak akan bergeser dua telapak kaki seorang hamba pada hari kiamat sampai ditanya (diminta pertanggungjawaban) tentang umurnya ke mana ia habiskan, tentang ilmunya bagaimana dia mengamalkannya, dan tentang hartanya; dari mana diperolehnya dan ke mana akan dibelanjakannya.”

Hadis Nabi tersebut menunjukkan bahwa kewajiban mengatur pembelanjaan harta dengan menggunakannya untuk hal-hal baik dan diridhai Allah Swt. karena pada hari kiamat, manusia akan dimintai pertanggungjawaban tentang harta mereka dari mana diperolehnya dan ke mana dibelanjakannya. Berikut adalah cara membelanjakan harta yang dicontohkan oleh Muhammad Saw. (Marhari, 2012).

1. Menggunakan harta secukupnya

Menurut Agama Islam memiliki harta secara halal adalah hak sah setiap orang. Namun, pemilikan harta itu bukanlah tujuan, tetapi sarana untuk menikmati karunia Allah Swt. dan wasilah untuk mewujudkan kemaslahatan umum, yang memang tidak sempurna kecuali dengan harta yang dijadikan Allah Swt. bagi manusia sebagai landasan. Memiliki harta untuk disimpan, diperbanyak, lalu dihitung-hitung tanpa keinginan untuk mengeluarkan zakatnya adalah tindakan yang dilarang oleh Allah Swt. dan Rasulnya.

Firman Allah dalam Al-Qur'an yang artinya sebagai berikut:

“Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasulnya dan nafkahkan 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.” (QS Al-Hadiid [57] : 7).

Maksud dari menguasai harta di atas adalah penguasaan yang bukan secara mutlak. Penguasaan atau hak milik pada hakikatnya adalah milik Allah Swt. Manusia menafkahkan hartanya itu haruslah menurut hukum-hukum yang telah disyariatkan Allah Swt. Karena itu, tidak boleh berlaku sombong apatah lagi menjadi kikir dan boros.

Membelanjakan harta untuk tujuan konsumsi adalah mendorong masyarakat untuk memproduksi barang sehingga dapat memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Jika sekiranya tidak ada manusia yang bersedia menjadi konsumen dan juga daya belinya menurun karena sifat-sifat yang melampaui batas, maka cepat atau lambat, roda produksi akan berhenti, dan selanjutnya perkembangan bangsa akan terhambat.

2. Tidak berbuat mubazir

- a. Islam mewajibkan setiap orang Islam membelanjakan harta miliknya untuk memenuhi kebutuhan diri pribadi, keluarganya serta menafkakhkannya di jalan Allah Swt. Dengan kata lain, Islam memerangi kekikiran dan kebakhilan.
- b. Larangan kedua, adalah masalah harta adalah tidak berbuat mubazir kepada harta karena Islam mengajarkan bersifat sederhana.

Kedua jenis penggunaan harta tersebut harus dimintai pertanggungjawaban di hari pembalasan. Hal ini sesuai dengan sabda Rasulullah Saw. sebagai berikut:

“Tidak beranjak kaki seseorang pada hari kiamat, kecuali setelah ditanyai empat hal dan tentang hartanya, dari mana diperolehnya dan kemana membelanjakannya.”

Hadis di atas menjelaskan kepada kita bahwa harta yang dibelanjakan di dunia, baik untuk tujuan dunia maupun untuk tujuan akhirat, kelak di hari pembalasan akan dimintai pertanggungjawabannya tentang sumber dan penggunaannya. Artinya, bagi seorang muslim ketika akan mencari rezeki harus dengan cara-cara yang halal dan dari sumber yang halal pula. Begitu pula ketika akan membelanjakannya harus pula ke jalan yang benar dan diridhai Allah Swt. karena semua itu harus dipertanggungjawabkan di hadapan Allah Swt., Tuhan yang Maha Adil.

3. Tidak menghambur-hamburkan

Menghambur-hamburkan uang atau boros adalah perilaku tidak baik. Menghambur-hamburkan adalah berbahaya, yaitu dapat merusak harta, kurang merawatnya dan cenderung menghabiskannya sehingga harta atau uang itu menjadi rusak, binasa dan bahkan punah. Perbuatan ini termasuk menghambur-hamburkan uang. Perbuatan ini dilarang oleh Nabi sesuai sabdanya sebagai berikut:

“Sesungguhnya Allah memakruhkan kamu menghambur-hamburkan uang.” (HR. Bukhari).

Ada beberapa penafsiran mengenai menghambur-hamburkan uang, tetapi semuanya sepakat bahwa yang dimaksud menghambur-hamburkan uang adalah segala pembelanjaan yang bertentangan dengan syariat, baik untuk kepentingan agama maupun kepentingan dunia. Sebab, Allah Swt. menjadikan harta sebagai sarana untuk menegakkan kemaslahatan hambanya (marhari, 2012).

4. Kewajiban Membelanjakan Harta

Islam mewajibkan umatnya untuk bekerja dan berpenghasilan guna memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-

hari. Setelah seseorang memperoleh harta dengan cara yang halal maka ada kewajiban yang harus ditunaikan, yaitu membelanjakan harta itu mengacu pada kaidah aturan Islam seperti tidak boros, mubazir, dan tidak kikir. Hal ini dapat dilihat dalam Al-Qur'an tentang perintah membelanjakan harta yang artinya:

“(Yaitu) mereka yang beriman kepada yang gaib, yang mendirikan salat dan menafkahkan sebagian rezekinya yang kami anugrahkan kepada mereka.” (QS. Al-Baqarah [2] : 3).

Para ahli tafsir berbeda pendapat mengenai maksud infak ini, apakah infak itu maksudnya adalah zakat fardhu, sedekah sunah atau menafkahkan harta untuk keluarga. Pendapat lain mengatakan bahwa kata infak yang dimaksud adalah untuk keluarga, untuk masyarakat atau fisabilillah.

BAB IV

APLIKASI KONSEP MANAJEMEN BISNIS MUHAMMAD SAW

Berbicara tentang bisnis, Al-Quran memiliki istilah-istilah yang mewakili tentang bisnis, di antaranya: al-tijarah, al-bai'u dan isytara. Istilah tijarah sendiri berasal dari kata tajarah, yang berarti berdagang, berniaga atau berbisnis. Istilah tijarah ini sudah jamak orang mengetahuinya dalam dunia bisnis sehingga banyak yang menggunakannya.

Menurut Ar-Raghib dalam Marhari (2012), attijarah Nabi Muhammad Saw. adalah sosok manusia sempurna yang harus diteladani. Artinya, Muhammad Saw. walaupun dia seorang manusia biasa, tetapi seluruh aktivitas kesehariannya harus diikuti, termasuk sebagai pemimpin ummat dan kesuksesannya dalam berbisnis. Kita tidak bisa melihat dan mencontoh kehidupan Nabi hanya secara parsial saja. Tetapi sebagai ummatnya, tentu kita harus melihat seluruh aspek kehidupan Nabi secara totalitas dan berusaha meneladaninya.

Nabi Muhammad Saw. menganjurkan umatnya memiliki harta yang banyak. Harta yang berberkah, yaitu melalui bisnis syariah dengan cara yang benar (efisien) dan melalui bisnis yang benar (efektivitas). Beberapa sabda Nabi Muhammad Saw. dengan jelas menganjurkan umatnya untuk memiliki harta dengan jalan berbisnis, di antaranya:

“Perhatikanlah olehmu sekalian, sesungguhnya sembilan dari sepuluh pintu rezeki di dunia ini adalah perdagangan.” (HR. Ahmad).

Hadis di Nabi atas memberikan petunjuk yang jelas, bahwa ketika seseorang akan mencari rezeki yang banyak, maka tempatnya pada perdagangan atau bisnis. Kalau dihitung secara persentasi, maka 90 persen peluang mendapatkan rezeki dari berbisnis. Sedangkan sisanya dari pekerjaan lain, misalnya menjadi pegawai, untuk mendapatkan rezeki hanya peluangnya sebesar 10 persen.

Di lain hadis, Nabi pernah bersabda sebagai berikut: “Sesungguhnya sebaik-baik mata pencaharian adalah seorang pedagang.” (HR. Baihaqi).

Apa yang dianjurkan oleh Nabi Muhammad Saw. di atas telah dilaksanakan sendiri dengan sukses. Sebagai bukti, beliau pernah memiliki kekayaan bukan dari warisan, tetapi dari kerja keras dalam berbisnis. Beliau pernah berkorban dalam jumlah yang sangat besar, yaitu mengurbankan 100 ekor unta secara pribadi. Kalau dihitung secara kasar, satu ekor unta berkisar Rp 10 juta. Berarti kurban Nabi sendiri berkisar Rp 1000 juta atau RP 1 M. Jumlah yang sangat besar dari seorang pribadi sepanjang sejarah peradaban manusia.

Pertanyaannya kemudian, bagaimana Nabi Muhammad Saw. bisa sukses berbisnis? Ternyata jauh sebelum para ahli bisnis seperti Frederick Taylor dan Henry Fayol pada abad ke-19 mengangkat prinsip manajemen sebagai sebuah disiplin ilmu, Nabi Muhammad Saw. telah menerapkan nilai manajemen modern dalam kehidupan dan praktik bisnisnya. Nabi Muhammad telah meletakkan dasar-dasar moral, manajemen, dan etos kerja mendahului zamannya (Marhari, 2012).

Prinsip bisnis modern seperti kepuasan pelanggan, pelayanan yang prima, transparansi, persaingan yang sehat, efisiensi dan kemampuan semuanya telah menjadi gambaran pribadi manajemen bisnis Nabi Muhammad Saw. Keenam prinsip bisnis tersebut telah dibuktikan dan dipraktikannya dengan sukses ketika Nabi berdagang. Keenam prinsip manajemen modern tersebut akan dibahas satu per satu sebagai berikut.

A. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan suatu kebutuhan dan sekaligus menjadi harapan bagi setiap pelanggan. Jika itu dapat

dipenuhi oleh produsen atau penjual maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang.

Bahkan lebih dari itu, pelanggan yang melakukan pembelian ulang dapat pula menginformasikan kepada temannya dan pelanggan lain tentang kebaikan tempat langganannya membeli barang.

Kepuasan pelanggan sangat terkait dengan kualitas produk dan jasa. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan pelanggan semakin tinggi. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian. Demikian pula sebaliknya, pelanggan yang tidak puas akan menghentikan pembeliannya dan pindah ke produk atau jasa yang lainnya.

Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Harapan mereka dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalannya serta janji dari perusahaan tersebut. Harapan-harapan pelanggan ini dari waktu ke waktu selalu berkembang dan dinamis seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman pelanggan (Marhari, 2012).

Berdasarkan hal tersebut di atas, kepuasan pelanggan meliputi produk dan jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Dari segi produk, pelanggan akan melihat kualitas, harga, nilai tambah, bentuk dan keandalannya. Sedangkan dari segi jasa pelayanan, pelanggan akan menilai bagaimana perusahaan melakukan pelayanan baik saat menjual maupun layanan purna jual. Adanya kemudahan dan kenyamanan dalam transaksi bahkan dalam sikap perusahaan saat menghadapi masalah atau komplain dari pelanggan, baik pada saat membeli maupun setelah membeli atau purna jual.

Sebuah teladan dari Muhammad Saw. dapat dijadikan edukasi dan rujukan. Nabi bukanlah pengusaha yang

orientasinya hanya profit semata, tetapi ia lebih mementingkan pada hubungan jangka panjang dengan pelanggannya. Dengan hubungan jangka panjang yang didasari saling menghargai, Nabi justru menghasilkan profit yang lebih baik ketimbang para pengusaha lain pada waktu itu (Marhari, 2012)

Aktivitas pemasaran modern yang selalu terkait dengan tujuan terakhir yang hanya bisa dicapai dengan *heart share* adalah kesetiaan relasi atau konsumen. Namun seberapa setia seorang pelanggan setelah kita melakukan sebuah strategi pemasaran yang lengkap itu, masih terkait juga dengan seberapa menariknya suatu nilai tambah yang tersedia. Karena pengadaan nilai tambah bersama pegalaman bekerja menjadi salah satu solusi yang tepat untuk mempertahankan kesetiaan para pelanggan. Karena pelanggan yang setia walaupun jumlahnya tidak sebanyak dengan pembeli temporer yang kadang-kadang jumlahnya jauh lebih banyak, tetapi pelanggan yang fanatik tetap jauh lebih baik.

Nabi Muhammad Saw. tidak hanya mampu menciptakan pelanggan yang setianya (*loyalty customer*) saja, tetapi juga mampu menciptakan serta menumbuhkan pelanggan yang percaya (*trusty customer*) dengan memanfaatkan dasar kejujuran, keikhlasan, silaturahmi, dan bermurah hati yang merupakan inti dan strategi bisnis pemasaran yang dilakukan, sehingga pada tahapan tersebut saja, beliau tidak hanya mampu mengungguli *heart share* (bermurah hati) dari konsumen, tetapi beliau juga telah memenangkan *soul share* dari pelanggan.

Nabi Muhammad Saw. sejak dulu selalu berusaha memenuhi janjinya. Firman Allah Swt. dalam Al-Qur'an yang artinya sebagai berikut.

“Hai orang-orang yang beriman penuhilah akad-akad itu...”(QS. Al-Maidah [5] : 1

Nabi Muhammad Saw. dalam berbisnis, selalu memberikan value produknya seperti yang dikatakan atau dijanjikannya. Inilah kiat Nabi menjamin *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan). Nabi, bukan hanya pada saat berbisnis dikagumi kejujurannya, tetapi juga dalam aktivitas sosial dan kemasyarakatan selalu mengedepankan kejujuran. Bahkan sejak kecil, Nabi sudah diketahui oleh semua pemuka agama dan tokoh masyarakat mengenai kejujurannya. Itulah sebabnya, Nabi Muhammad Saw. diberi gelar Al'amin (terpercaya). Gelar ini bukan hanya datang dari orang yang menyukainya tetapi juga termasuk orang yang membencinya. Sebut saja Abu Jahal adalah orang yang paling membencinya, tetapi ketika ditanya mengenai kejujuran Muhamaad, maka ia tidak menyangkal.

B. Pelayanan yang Unggul

Nabi Muhammad Saw. ketika berbisnis sangat mencintai pelanggannya sebagaimana dia mencintai dirinya sendiri. Oleh karena itu, dia selalu melayani pelanggannya dengan sangat baik. Karena Nabi meyakini, bahwa hanya dengan pelanggan yang setia yang dapat mempertahankan kelanjutan bisnisnya. Pelanggan yang sifatnya temporer walaupun jumlahnya jauh lebih banyak, tetapi tetap tidak bisa diandalkan dalam jangka panjang. Hal tersebut dibuktikan Nabi dengan sabdanya sebagai berikut.

“Demi diriku ditangan-Nya, seseorang tidak dikatakan beriman, sebelum ia mencintai saudaranya, sebagaimana cintanya kepada diri sendiri.” (HR Bukhari dan Muslim).

Nabi pernah membuktikan kecintaannya kepada pelanggannya. Nabi pernah menunggu pembelinya bernama Abdullah bin Abdul Hamzah selama tiga hari. Abdullah mengatakan, Aku telah membeli sesuatu dari Nabi sebelum menerima tugas kenabian dan karena masih ada sesuatu

urusan dengannya, maka aku berjanji untuk datang menemuinya, tetapi aku lupa. Ketika teringat tiga hari kemudian, akupun pergi ke tempatnya dan menemukan Nabi masih berada di sana. Nabi berkata, “Engkau telah membuatku resah. Aku berada di sini selama tiga hari menunggumu.” (HR. Abu Dawud)

Apa yang dilakukan Nabi adalah sebuah gambaran dan pengorbanan yang luar biasa untuk tidak membuat relasi atau pelanggannya kecewa. Tidaklah pula Nabi lantas marah, kecuali dia hanya menyampaikan telah risau menunggu selama tiga hari. (Marhari, 2012). Bandingkan, sekiranya kita sebagai seorang pedagang yang telah berjanji dengan seorang pembeli yang mau datang pada hari itu. Tetapi, pembeli tersebut tiga hari kemudian baru datang untuk memenuhi janjinya. Apakah kita bisa melakukan seperti yang dilakukan oleh Nabi yaitu bersabar dan tetap menunggu pelanggannya?

Hal itu sangat sulit dilakukan oleh pebisnis sekarang. Namun, itu bukan hal yang mustahil tidak dapat dilakukan jika ada usaha untuk meneladani cara berbisnis Nabi. Nabi memberikan pelayanan sedemikian rupa baiknya. Nabi menjalin hubungan bathin yang sangat dalam dengan konsumennya. Jika sekarang ini muncul istilah pelayanan prima (*service excellent*) yang dilakukan perusahaan, maka Nabi telah lebih dahulu melakukannya. Nabi terlebih dahulu memahami karakter konsumennya dan apa yang dibutuhkannya. Beliau melayani dengan sangat baik dan ramah dengan pelanggannya. Ia selalu berkata yang benar atas produk yang ditawarkannya.

Konsep pelayanan prima itu, mencakup tiga hal, yaitu sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), dan tindakan (*action*). (Marhari, 2012). Ketiga hal tersebut telah dipraktikkan oleh Nabi dalam menjalankan bisnisnya. Ketiga bentuk konsep pelayanan prima tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

Pertama sikap. Sikap adalah bagaimana sikap pelayanan yang diharapkan tertanam bagi pelaku bisnis, misalnya karyawan dalam melayani pelanggannya dapat bersikap baik, ramah dan simpatik karena sikap karyawan ini akan mencerminkan image perusahaan. Artinya, citra perusahaan akan diwakili oleh karyawan. Pelanggan akan menilai perusahaan dari kesan pertama berinteraksi dengan orang-orang yang ada di perusahaan termasuk karyawan.

Kedua perhatian. Perhatian adalah ketika pelaku bisnis melakukan kegiatan layanan harus selalu memperhatikan dan mencermati atau mengapresiasi apa yang menjadi keinginan pelanggan. Jika pelanggan menunjukkan minat untuk membeli barang atau jasa yang kita tawarkan, maka kita harus segera melayani pelanggan dengan baik tanpa melihat apakah pelanggan itu pembeli riil (pembeli yang punya akses dan punya uang pada saat itu) atau hanya pembeli potensial (pembeli punya akses tetapi belum punya uang pada saat itu) sehingga pelanggan merasa puas karena terpenuhi keinginannya.

Ketiga tindakan. Tindakan adalah ketika pelanggan sudah menjatuhkan pilihannya pada produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini terjadi karena terjadi komunikasi yang baik antara pembeli dan penjual dan sekaligus merupakan tanggapan pelanggan yang menjatuhkan pilihannya, sehingga terjadi transaksi jual-beli. Selanjutnya yang tidak kalah pentingnya untuk diperhatikan oleh penjual adalah kondisi purna jual. Artinya, bahwa pelayanan yang diberikan kepada pelanggan oleh penjual tidak hanya sampai terjadi transaksi jual-beli, tetapi masih perlu diikuti dengan pelayanan purna jual, yaitu melayani ketika pelanggan mengalami masalah teknis penggunaan barang yang sudah dibelinya.

C. Transparansi/Kejujuran

Transparan merupakan keharusan yang harus dijalankan oleh setiap orang dalam melakukan aktivitas. Barlow dan Maul, pakar pemasaran, dalam bukunya *“Emotional Value: Creating Strong Brand with Your Customer”*, mengatakan bahwa, “Banyak pelanggan pada saat ini tidak membutuhkan *product* atau *service* yang berkualitas tinggi, tetapi yang dibutuhkan adalah sebuah nilai tambah (*value added*) secara emosional yang jauh lebih berharga ketimbang nilai dari produk atau jasa itu sendiri.” (Marhari, 2012).

Apa yang dikatakan Barlow dan Maul tersebut, Nabi Muhammad Saw. telah memikirkan dan mempraktikannya dalam berbisnis jauh sebelumnya, bahkan sebelum produk benar-benar canggih dan berkualitas tinggi. Nabi menyadari sepenuhnya bahwa *marketing* yang sesungguhnya bukanlah sebatas produk atau jasa, tetapi lebih pada muatan emosi yang terkandung di dalamnya sikap jujur adalah inti dari nilai tambah yang sesungguhnya. Sebaik apapun nilai tambah (*value added*) yang kita tawarkan pada konsumen apabila kita tidak jujur akan menjadi sia-sia. Apapun yang ditawarkan selanjutnya kepada konsumen tetap tidak akan diterima. Karena itu, sekali saja kita berbohong kepada pelanggan maka ia tidak akan percaya lagi.

Jauh sebelum Nabi Muhammad menjadi pebisnis, beliau sudah dikenal seorang yang dapat dipercaya di kalangan masyarakat. Setelah Nabi menjadi pebisnis sikap-sikap itu tidak berkurang sedikitpun. Sikap jujur Nabi itu menjadi otomatis membuahkan sebuah kepercayaan (*trusty*) jangka panjang dari semua orang yang berinteraksi dengan beliau, baik dalam hal bisnis maupun dalam hal lain dalam kehidupan sehari-hari.

Sewaktu Nabi Muhammad Saw. berbisnis sangat mudah dekat dengan pelanggannya karena masyarakat sangat percaya dengannya dengan sebutan gelar Al-Amin (yang

terpercaya). Sikap ini tercermin saat beliau berhubungan dengan pelanggan maupun pemasoknya. Saat Nabi memasarkan barangnya dia menjelaskan semua keunggulan dan kelemahan barang yang dijualnya. Bagi Nabi Muhammad Saw. kejujuran adalah *brand*-nya (Marhari, 2012).

Sifat transparansi yang ditonjolkan oleh Nabi pada saat melakukan bisnis ini harus dibudayakan di kalangan pebisnis, terutama pebisnis Islam. Artinya, bahwa ketika seorang pebisnis menawarkan barangnya kepada pembeli apalagi kepada pelanggan, maka ia tidak boleh menyembunyikan informasi mengenai standar barangnya. Konsumen harus mengetahui kelebihan dan kekurangan barang yang ingin dibeli, sehingga dengan demikian ia dapat mengantisipasi kemungkinan masalah-masalah yang terjadi pada saat menggunakan barang yang dibelinya. Konsumen dapat melakukan perawatan (*maintenance*) secara berkala jika ingin melihat barangnya menjadi awet.

D. Persaingan yang Sehat

Masalah persaingan dalam dunia bisnis bukanlah hal yang tabu, tetapi justru menjadi sarana untuk berprestasi melalui persaingan secara *fair* dan sehat. Sekiranya Tuhan tidak menghendaki persaingan, maka sangat mungkin kita diciptakan di dunia dengan satu jenis etnis saja. Selain itu, dengan adanya persaingan justru harus memacu umat Islam menjadi umat yang terbaik (*khaira umma*). Mereka dapat menjadi manusia yang kreatif dan inovatif serta terus berinovasi untuk menghasilkan barang-barang baru yang dapat memberikan manfaat kepada masyarakat.

Menurut paham kapitalisme, bahwa ide munculnya perdagangan adalah perdagangan bebas. Hanya dengan perdagangan bebaslah yang dapat memberikan *benefit* bagi pihak-pihak yang terlibat dalam perdagangan. Sekalipun

kemudian, terjadi pro kontra dengan ide perdagangan bebas dan persaingan bebas ini, tetapi kondisi ini terus bergulir dan berkembang sejalan dengan era globalisasi.

Dampak dari perdagangan dan persaingan bebas tersebut, berkembang pula praktik-praktik perdagangan liar yang terkadang menghalalkan segala cara demi meraup keuntungan yang besar. Akan tetapi, Islam sebagai agama sekaligus sebagai pedoman dan aturan hidup dengan tegas memberikan aturan-aturan yang rinci, tentang bagaimana berbisnis dengan baik dan halal. Menurut Marhari (2012), bahwa minimal ada tiga unsur yang perlu dicermati dalam membahas persaingan bisnis dalam Islam yaitu: (1) pihak-pihak yang bersaing, (2) cara persaingan, dan (3) produk jasa yang dipersaungkan.

Pertama, pihak yang bersaing. Pihak yang bersaing adalah pelaku-pelaku bisnis yang menjalankan usahanya. Ketika ia menjalankan bisnisnya tentu tidak bisa dipisahkan dengan pandangannya mengenai bisnis yang digelutinya. Apa yang menjadi motivasi dan landasan ketika seseorang menjalankan bisnisnya tentu terkait dengan kepehamannya tentang etika bisnis yang diyakini kebenarannya.

Bagi seorang pebisnis muslim, bisnis yang dijalankan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang akan diperoleh harus diusahakan karena itu adalah rezeki yang sudah disiapkan oleh Allah Swt. bagi orang yang mengusahakannya. Dalam mengusahakan untuk memperoleh rezeki harus sesuai yang dikehendaki oleh Allah Swt. yaitu dengan cara yang halal dan tayyib. Dengan melalui usaha inilah sehingga orang bisa berbeda rezekinya. Ada orang dapat berusaha dengan baik dan maksimal sehingga ia dapat memperoleh rezeki yang banyak. Ada pula berusaha walaupun kelihatannya maksimal tetapi rejeki tidak sama dengan orang pertama tadi. Artinya, bahwa di sinilah harus

sadar dan meyakini bahwa dalam soal rezeki, walaupun manusia berusaha semaksimal mungkin tetapi ada campur tangan Allah Swt. dan campur tangan itu mulak.

Begitu pula dalam hal lain seperti jodoh dan kematian, usaha dan kerja keras tetap terbuka lebar dan memang diharuskan setiap manusia, tetapi sekali lagi bahwa campur tangan Allah Swt. mutlak adanya. Seandainya tidak ada campur tangan Allah, maka semua yang akan diusahakan manusia sesuai dengan batas kemampuan maksimal mereka akan tercapai menurut kehendak mereka. Tetapi, faktanya bahwa masing-masing berbeda rezekinya. Namun demikian, yang pasti bahwa Allah Swt. tidak akan mematikan hambanya sebelum mencukupkan rezekinya. Tugas kita sebagai manusia adalah berusaha mencari rezeki. Salah satu sumber rezeki yang potensial dan besar kemungkinannya adalah dengan jalan berbisnis yang baik dan halal. Kita tidak boleh pesimis dan putus asa karena banyaknya pesaing karena rezeki itu bukan tergantung dari pesaing tetapi rezeki tergantung dari usaha kita dan kehendak Allah Swt. Jika Allah menghendaki kita menjadi kaya setelah berusahakan dengan keras maka tidak ada yang bisa menghalanginya sedikitpun. Sebagaimana Allah berfirman dalam Al-Quran yang artinya sebagai berikut:

Dialah yang menjadikan bumi ini mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan, hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan (QS. Al-Mulk [67] : 16).

Umat Islam meyakini bahwa rezeki datang hanya dari Allah Swt. akan menjadi kekuatan ruhiyah bagi seorang pebisnis muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakkal yang kokoh dalam berbisnis. Dalam menjalankan bisnis, seorang pebisnis muslim senantiasa menyandarkan segala sesuatunya kepada Allah. Jika sekiranya bisnisnya

memenangkan persaingan maka ia bersyukur. Tetapi jika terjadi sebaliknya, ia terpuruk dalam persaingan maka ia bersabar. Intinya adalah segala keadaan yang akan muncul akan dihadapinya dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah diperintahkan oleh Allah Swt. Dengan demikian, Insyaa Allah perasaan stres atau tertekan tidak seharusnya menimpa pebisnis muslim (Marhari, 2012)..

Oleh karena itu, maka seorang muslim yang memilih profesi sebagai pebisnis akan meyakini bahwa berbisnis merupakan pelaksanaan perintah Allah untuk bertebaran di muka bumi dalam mencari karunia-Nya. Karena itu, tidak pernah memikirkan menghalalkan segala cara untuk memenangkan persaingan. Baginya persaingan adalah bagaimana memperebutkan menjadi terbaik. Terbaik bagi Allah, bagaimana seorang pebisnis memenangkan persaingan dengan cara yang baik dan halal, yaitu menjalankan aturan yang telah diperintahkan oleh Allah Swt. dalam Al-Qur'an dalam berbisnis. Sedangkan terbaik bagi manusia adalah menjalankan bisnis dengan menghasilkan produk yang berkualitas, harga bersaing dan dengan pelayanan yang maksimal. Allah Swt. berfirman dalam Al-Qur'an yang artinya sebagai berikut:

“Dan, Kami jadikan malam ini sebagai pakaian, dan Kami jadikan siang untuk mencari penghidupan.” (QS. An-Nas [78] : 10-11).

Berkaitan dengan kerja, Islam memerintahkan setiap Muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi. Hal ini dianjurkan dalam Islam, sebagaimana sering diperintahkan umatnya untuk selalu berlomba-lomba dalam kebaikan. Berdasarkan landasan tersebut, maka dapat dipahami bahwa persaingan tidak lagi diartikan sebagai suatu usaha untuk saling jejal atau mematikan di antara pebisnis, tetapi justru mendorong para pebisnis untuk melakukan yang terbaik dalam usaha bisnisnya. Tujuannya adalah bagaimana meningkatkan kualitas produk

dan jasa yang ditawarkan oleh pebisnis kepada konsumen atau masyarakat. Sebagai akhir dari semua ini, maka para pebisnis bisa memberi kontribusi positif bagi kemajuan ekonomi masyarakat.

Kedua, Segi Cara Bersaing. Bersaing dalam berbisnis adalah hal yang wajar. Bersaing yang dimaksud adalah bersaing secara sehat dan bukan bersaing saling mematikan di antara pebisnis seperti dibahas di atas. Muhammad Saw. telah memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik dan sehat. Ketika Nabi berdagang, Nabi tidak pernah berusaha untuk mematikan pesaing dagangnya. Ini bukan berarti Nabi tidak melakukan persaingan dalam perdagangannya tetapi nabi meningkatkan daya saing barangnya. Beliau selalu berusaha melakukan pelayanan yang terbaik kepada pembeli apalagi kepada pelanggannya. Beliau tidak berlebihan menyampaikan kehandalan barangnya. Tetapi, justru beliau secara spesifik menyampaikan kualitas barangnya yang sesungguhnya. Beliau secara rinci dan jujur menyampaikan jenis dan kualitas barangnya, termasuk jika ada barang yang cacat. Secara alami, cepat atau lambat hal ini akan menarik simpati sekaligus kepercayaan konsumen kepada Nabi tentang bagaimana cara berpromosi yang baik.

E. Efisiensi

Kata efisiensi dalam kamus Bahasa Indonesia yang disusun oleh Hizair (2013) berarti: 1. Kemampuan menjalankan tugas dengan baik dan tepat, 2. Ketepatan cara (usaha, kerja dsb) dalam menjalankan sesuatu. Dengan kata lain, efisiensi dapat diartikan sebagai kemampuan menjalankan suatu tugas atau ketepatan menjalankan suatu usaha kerja dengan baik.

Dalam dunia manajemen, Drucker dalam Marhari (2012) menggunakan kata benar dalam merumuskan makna efisiensi

dan efektivitas. Efisiensi berarti melakukan sesuatu secara benar (*do thing right*), sedangkan efektivitas berarti melakukan sesuatu dengan benar (*do right thing*). Karena itu, efisiensi diarahkan pada pemakaian *input*, yaitu bagaimana penghematan dalam penggunaan input untuk menghasilkan suatu *output* tertentu. Hal ini dapat diwujudkan melalui penerapan konsep dan teori manajemen yang tepat. Sementara itu, efektivitas diarahkan pada tingkat pencapaian tujuan. Hal ini dapat diwujudkan melalui penerapan *leadership* dan pemilihan strategi yang tepat.

Kedua prinsip ini, efisiensi dan efektivitas, dapat digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan dalam suatu perusahaan. Prinsip ini mendorong baik para akademisi maupun praktisi untuk selalu mencari cara, teknik dan metode yang paling tepat dalam mewujudkan tingkat efisiensi dan efektivitas yang semaksimal mungkin. Semakin efisien dan efektif suatu perusahaan dalam mengelola usahanya maka semakin kompetitif perusahaan tersebut. Dalam bahasa Agama Islam, agar sukses menjalankan bisnis dalam suatu usaha, maka kata sifat amanah dan shiddiq (jujur) dapat dijadikan rujukan atau modal dasar dalam menerapkan prinsip efisiensi dan efektivitas tersebut.

Nabi Muhammad Saw. melarang keras orang mencampur barang yang berkualitas bagus dan barang yang berkualitas rendah demi meraup keuntungan dalam berdagang. Bahkan Nabi pernah marah ketika mendapati seorang pedagang menyembunyikan jagung basah di sela-sela jagung kering (Marhari, 2012). Nabi ketika berdagang, selalu menunjukkan barang yang berkualitas bagus dan menetapkan harga yang pantas. Demikian pula terhadap barang yang berkualitas rendah, beliau juga menunjukkan kualitasnya dan harganya yang murah kepada pembeli.

Apa yang dicontohkan Nabi dalam berbisnis adalah suatu bentuk berdagang dengan cara benar atau apa yang disebut dengan istilah sekarang dengan etika bisnis yang benar. Pelajaran terpenting dari kisah di atas adalah bahwa Nabi Muhammad Saw. selalu berusaha memberikan *good value* atas barang yang akan dijualnya. Artinya, bahwa barang yang berkualitas bagus harus disampaikan kepada konsumen dengan benar sehingga wajar kalau harganya tinggi. Demikian juga terhadap barang yang berkualitas rendah tidak bisa disembunyikan informasinya kepada konsumen, sehingga memang pantas dijual dengan harga murah. Bukan berusaha memberikan macam-macam alasan, misalnya karena ada diskon besar-besaran atau cuci gudang dan sebagainya sehingga pantas dijual murah. Padahal sesungguhnya hanya mau mendokrak penjualannya terhadap barang yang berkualitas rendah dengan memberikan informasi yang tidak benar kepada pelanggan. Sebagai kata kunci yang dapat dipetik dari praktik etika bisnis yang dijalankan Nabi dalam berbisnis adalah *jujur* dalam memberikan informasi sehingga melahirkan *amanah* pada dirinya. Kedua etikan bisnis Nabi tersebut melahirkan kepercayaan (*trusty*) kepada siapa saja yang berhubungan dengan Nabi, termasuk bertransaksi bisnis dengan Nabi Muhammad Saw.

F. Kemampuan

Kata kemampuan dalam bahasa Indonesia sering disamakan maknanya dengan kompetensi. Kata kompetensi sendiri dalam kamus Bahasa Indonesia yang disusun Hazair (2103) berarti kewenangan untuk memutuskan atau bertindak. Dengan demikian, kemampuan atau kompetensi adalah orang dapat disertai tugas atau amanah untuk mengerjakan atau memutuskan sesuatu haruslah yang mempunyai kewenangan.

Apabila seseorang mempunyai kompetensi atau kewenangan dalam berbisnis, maka apa yang dijalankan, misalnya menghasilkan produk adalah pasti produk yang berkualitas. Nabi Muhammad Saw. ketika menjalankan bisnisnya tidak hanya sekedar melakukan transaksi, tetapi juga mempraktikkan secara langsung dengan sempurna mengenai cara untuk menarik *mind share*, *market share*, serta *heart share* dengan tanpa merugikan pihak-pihak lainnya, dalam hal ini pesaing dan customernya. Hal tersebut dibuktikan dengan kemampuan Nabi Muhammad Saw dalam berbisnis. Beliau mempunyai kompetensi dalam memosisikan dirinya pada semua segemen pasar yang ditujunya. Segmentasi yang dilakukan Nabi sebelum berdagang dengan pelanggannya bukan hanya pada segmentasi geografis dan demografis saja tetapi lebih daripada itu, beliau mampu menyentuh segmentasi psikologis secara umum dan secara khusus, yakni secara pribadi (Marhari, 2012).

Keberhasilan Nabi Muhammad Saw. menyempurnakan risalah Ilahi yang terakhir setelah risalah Ilahi yang dibawa para Nabi-nabi sebelumnya telah membentuk konsistensinya menjaga differensiasi dengan yang lain. Staretegi bernegosiasi sampai keterbukaan dalam bertransaksi menunjukkan kemampuan Beliau dalam merebut *market share* dari konsumen. *Market share* (kemurahan hati) yang selalu menjadi fokus perhatian para *marketer* (pemasar) dalam merebut hati para pelanggannya dewasa ini juga telah lama dan lebih dahulu dipraktikkan dengan sangat sempurna oleh Nabi Muhammad Saw. beberapa abad yang lalu. Hal ini dibuktikan dengan munculnya *trusty* (kepercayaan) dari siapa saja yang pernah bergaul termasuk bertransaksi bisnis dengan Nabi.

Nabi Muhammad Saw. mampu membaca peluang sesuai dengan kondisi yang terjadi tanpa mengabaikan keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Karena itu, tidak mengherankan

mengapa bisnis yang dijalankan oleh Nabi selalu meraup keuntungan yang besar. Hal ini tentu tidak terlepas dari kepiawaian Nabi Muhammad Saw. dalam merebut *share* hati pelanggannya yang disebut dengan berbisnis dengan hati (Marhari, 2102).

Pelajaran yang dapat dipetik dari praktik bisnis Nabi di atas, bahwa dalam berbisnis kemampuan atau kompetensi sangat dibutuhkan. Kompetensi ini dapat dibangun dari awal melalui praktik bisnis yang jujur dan amanah. Nabi dalam berbisnis dapat merebut hati pelanggannya karena mempunyai kemampuan bukan hanya pada kemampuan melakukan diferensiasi secara geografis dan demografis, tetapi lebih dari itu beliau mampu melakukan diferensiasi dan mampu menempatkan dirinya pada segmentasi psikologis dengan sempurna di segala tingkat umur dan karakter. Itulah sebabnya mengapa Nabi Muhammad Saw kapanpun dan di manapun berbisnis pasti selalu memperoleh keuntungan yang luar biasa dari pelanggannya yang setia.

DAFTAR PUSTAKA

- El-Banjary, M. R., 2012. *Keajaiban Seribu Dinar*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- , 2013. *Menyingkap Kode Rezeki Ilahi*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Badroen dkk., 2007. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Depertemen Agama RI, 2007. *Al-Qur'anul Karim Terjemahan Per Kata*. Jakarta: Syaamil Internasional.
- Gunara, Th. dan Sudibyo, U. H., 2008. *Marketing Muhammad Saw*. Bandung: Madani Prima.
- <http://ilmupengetahuanumum.com/10-orang-terkaya-di-dunia-2016-versi-vorbes/>.
- <http://internasional.republika.co.id/berita/internasional/global/16/03/02/oe3gjw377-ini-10-orang-terkaya-di-indonessia-2016-versi-forbes>.
- Khoerussalim Ikhs, H. 2007. *To be The Moslem Entrepreneur*. Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar.
- Jhingan, M. L. , 2007. *The Economics of Development and Planning*. New Delhi: Vikas Publishing House, PVT LTD.
- Maluddi, L. 2008. *Rahasia Bisnis Rasulullah*. Semarang: Wisata Ruhani Pesantren Basmalah.
- Marhari, Y. 2012. *Manajemen Bisnis Modern Ala Nabi Muhammad*. Jakarta Timur: Al Maghfirah.
- Seaw, J. F. 2012. *How to Master*. Jakarta: Wisata Ruhani Basmalah
- Siswanto. H. B. 2012. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Terry, G. R. 3013. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.