

Konsep Dan Orientasi Bisnis Dalam Perspektif Islam

Kharina Arifia¹, Nabila Kameliyah²

¹ Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan, Indonesia

Email : kharinaarifia@gmail.com

² Universitas PGRI wiranegara Pasuruan, Indonesia

Email : kameliyahn@gmail.com

Korespondensi: kharinaarifia@gmail.com

Submit : 11/09/2024 | Revision : 15/09/2024 | Accept : 11/10/2024 | Publish : 30/10/2024

Abstrak

Bisnis dalam perspektif Islam merupakan aktivitas muamalah yang terikat erat dengan aturan syariat, bukan sekadar instrumen pencarian profit semata. Artikel ini mengeksplorasi pengertian, orientasi, serta landasan hukum bisnis dalam Islam melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil kajian menunjukkan bahwa orientasi bisnis Islam mencakup empat target utama: profit materi dan benefit non-materi, pertumbuhan, keberlangsungan, dan keberkahan. Bisnis yang Islami harus berlandaskan pada Al-Qur'an, Hadis, Ijma, dan Ijtihad/Qiyas untuk memastikan setiap aktivitasnya bernilai ibadah dan mendatangkan rida Allah SWT.

Kata Kunci : Bisnis Islam, Etika Bisnis, Orientasi Bisnis, Syariah

Abstract

Business in the Islamic perspective is a muamalah activity that is closely bound to sharia rules, not merely an instrument for profit-seeking alone. This article explores the definition, orientation, and legal foundation of business in Islam through a descriptive qualitative approach. The findings show that Islamic business orientation encompasses four main targets: material profit and non-material benefit, growth, sustainability, and blessing (barakah). Islamic business must be grounded in the Qur'an, Hadith, Ijma, and Ijtihad/Qiyas to ensure that every activity carries devotional value and brings about the pleasure of Allah SWT.

Keyword : Business Ethics, Business Orientation, Islamic Business, Sharia.

How to Cite this article (APA 7th Edition):

Arifia, K., & Kameliyah, N. (2024). Konsep dan orientasi bisnis dalam perspektif Islam. *Cashless: Journal of Sharia Finance and Banking*, 2(2), 41–16. <https://doi.org/10.55757/cashless.v2i2.1132>

Pendahuluan

Etika bisnis di Indonesia merupakan sebuah diskursus yang memiliki akar sejarah yang panjang namun tetap relevan untuk diperbincangkan kembali di era modern. Sebagai praktik yang eksis bersamaan dengan hadirnya aktivitas perdagangan di Nusantara, etika bisnis sebenarnya telah menjadi bagian tak terpisahkan dari cara masyarakat Indonesia tempo dulu dalam berinteraksi

ekonomi. Pada masa lampau, pertimbangan untung dan rugi sudah menjadi patokan, namun selalu dibingkai dalam kerangka harmoni sosial demi menghindari konflik kepentingan (Aprilino, 2018).

Secara konstitusional, landasan moral ekonomi di Indonesia telah diberi tempat khusus melalui Pasal 33 UUD 1945. Pesan moral yang terkandung di dalamnya menekankan bahwa pembangunan ekonomi nasional haruslah berorientasi pada kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia sebagai subjek kedaulatan negara. Hal ini menunjukkan bahwa secara ideal, sistem ekonomi kita tidak dirancang untuk memperkaya segelintir orang atau kelompok strategis saja, melainkan demi kemaslahatan publik secara luas (Ariyadi, 2018).

Namun dalam perjalanannya, perkembangan etika bisnis menghadapi tantangan yang tidak mudah akibat pengaruh budaya dan kondisi sosial-politik yang dinamis. Di sisi lain, Islam hadir sebagai sistem aturan yang integral, memberikan bimbingan bagi manusia dalam setiap aktivitasnya, termasuk dalam urusan muamalah dan ekonomi. Islam memberikan batasan yang jelas mengenai apa yang diperbolehkan (halal) dan apa yang dilarang (haram) agar manusia tidak terjebak dalam perilaku eksploitatif (Hasoloan, 2018).

Konsep bisnis dalam Islam tidak memisahkan antara kehidupan material dan spiritual. Setiap muslim memiliki tanggung jawab moral untuk menegakkan keadilan di tengah masyarakat melalui praktik bisnis yang jujur. Islam secara tegas melarang segala bentuk kecurangan, seperti penipuan, sumpah palsu, riba, hingga praktik suap yang dapat merusak tatanan ekonomi. Garis pemisah antara yang hak dan yang batil inilah yang menjadi esensi dari etika bisnis Islami (Iswanto, 2017).

Pentingnya integrasi nilai moral dalam bisnis tidak bisa ditawar lagi, karena setiap tindakan ekonomi memiliki dampak sosial dan spiritual. Pelaku bisnis dituntut untuk tidak hanya memikirkan efisiensi produksi tetapi juga tanggung jawab sosial mereka. Sayangnya, selama ini banyak pihak yang terjebak dalam pola pikir ekonomi klasik yang menghalalkan segala cara demi mengejar keuntungan sebesar-besarnya dengan modal sekecil-kecilnya (Muchtar, 2020).

Pendekatan studi Islam mengenai etika bisnis banyak bersumber dari nilai-nilai luhur Al-Qur'an. Melalui kajian terhadap sumber primer ini, wirausahawan diarahkan untuk memiliki perilaku takwa, baik, ramah, dan amanah dalam setiap

transaksi. Hal ini dilakukan demi menjaga agar rezeki yang diperoleh merupakan rezeki yang halal dan diridhai oleh Allah SWT (Purwanto, 2017).

Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai orientasi bisnis dalam Islam menjadi sangat krusial bagi para akademisi maupun praktisi. Tanpa pemahaman tujuan yang benar, pelaku usaha akan mudah goyah saat menghadapi tantangan atau kerugian. Artikel ini disusun untuk menguraikan lebih detail mengenai pengertian, orientasi, serta landasan hukum yang menjadi fondasi utama bisnis dalam perspektif Islam (Rahman, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian pustaka (library research). Bahan yang digunakan dalam kajian ini adalah literatur primer berupa dokumen "Orientasi Bisnis dalam Islam" serta berbagai jurnal pendukung yang relevan sebagaimana tercantum dalam daftar pustaka, seperti karya Toni Ferdian Aprilino, Ariyadi, dan Evan Hamzah Muchtar. Bahan-bahan ini mencakup teori-teori etika bisnis Islam, konsep profit dalam syariah, serta landasan yuridis ekonomi Islam. Metode analisis data dilakukan melalui tiga tahap: pertama, reduksi data dengan memfokuskan pada poin-poin utama orientasi bisnis; kedua, penyajian data secara sistematis mengenai pengertian, tujuan, dan hukum bisnis; dan ketiga, penarikan kesimpulan. Peneliti mendeskripsikan secara mendalam bagaimana nilai-nilai Islam mentransformasi orientasi bisnis dari sekadar pengejaran materi menjadi pencarian keberkahan ukhrawi.

Hasil dan Pembahasan

a. Pengertian dan Hakikat Bisnis Islam

Bisnis sering kali dipandang sebagai kegiatan terorganisir yang mengubah input menjadi output berupa barang atau jasa demi menghasilkan profit. Namun, dalam kacamata Islam, bisnis memiliki dimensi yang lebih luas daripada sekadar transaksi materi. Bisnis Islam adalah kegiatan usaha yang seluruh operasionalnya berpatokan pada prinsip syariah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis. Seorang wirausaha muslim dituntut untuk memiliki inovasi dan kreativitas guna menghindari kejenuhan pasar, namun tetap dalam koridor etika. Ketaqwaan menjadi kunci utama; pebisnis muslim harus

senantiasa mengingat Allah dalam setiap kegiatannya sehingga terhindar dari perilaku buruk seperti berbohong atau menipu pembeli. Dengan demikian, bisnis berbasis Islam tidak hanya membawa kesejahteraan di dunia, tetapi juga keselamatan di akhirat (Saifullah, 2021).

b. Empat Pilar Orientasi Bisnis Islam

Dalam ajaran Islam, sebuah bisnis harus diarahkan untuk mencapai empat tujuan utama agar dapat dikategorikan sebagai bisnis yang sukses secara hakiki:

1. Target Profit (Materi dan Imaterial)

Profit atau keuntungan merupakan bagian tak terpisahkan dari bisnis, namun pengambilannya diatur oleh etika. Imam Al-Ghazali merumuskan prinsip pengambilan laba yang etis, di antaranya adalah memberikan laba minimal jika pembeli sangat membutuhkan, atau bahkan tanpa untung jika dirasa perlu (Fadila & Sartika, 2021). Selain itu, Islam menganjurkan untuk melebihkan harga saat membeli dari orang miskin dan memberikan kelonggaran bagi mereka yang kesulitan membayar utang. Prinsip saling menguntungkan harus menjadi ruh dalam setiap transaksi agar tidak ada pihak yang merasa terzalimi. Keuntungan yang dicari bukan hanya bersifat materi di dunia, tetapi juga keuntungan imaterial yang bersifat ukhrawi. Dengan orientasi ini, bisnis menjadi media bagi pelaku usaha untuk menabung pahala melalui pelayanan yang jujur kepada pelanggan (Lestari & Jubaedah, 2023).

2. Target Hasil (Benefit Non-Materi)

Tujuan bisnis dalam Islam melampaui angka-angka profitabilitas. Fokus utama juga terletak pada penciptaan manfaat (*benefit*) bagi organisasi internal maupun pihak eksternal. Hal ini mencakup penciptaan suasana persaudaraan dan kepedulian sosial di lingkungan kerja (Syarif, 2019). Islam menekankan tiga orientasi nilai tambahan:

- **Qimah Insaniyah:** Memberikan manfaat kemanusiaan melalui bantuan sosial, sedekah, dan penyediaan kesempatan kerja.
- **Qimah Khuluqiyah:** Menanamkan nilai akhlak mulia dalam aktivitas bisnis sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang Islami.
- **Qimah Ruhiah:** Menjadikan seluruh aktivitas bisnis sebagai media

untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

3. Target Pertumbuhan (Growth) dan Keberlangsungan

Setelah profit dan benefit diraih, perusahaan wajib menjaga pertumbuhan agar terus meningkat dari tahun ke tahun. Upaya peningkatan ini tidak boleh dilakukan dengan menghalalkan segala cara, melainkan harus tetap konsisten dalam koridor syariah. Keberlangsungan bisnis (*sustainability*) menjadi target agar perusahaan dapat terus eksis dan memberikan manfaat dalam jangka waktu Panjang. Penting untuk dicatat bahwa bisnis Islami akan tumbuh subur dalam lingkungan yang Islami pula. Dalam lingkungan yang tidak mendukung, pelaku bisnis rentan terseret ke dalam praktik haram seperti suap perizinan, penggunaan bunga bank, atau iklan yang tidak pantas. Oleh karena itu, menjaga integritas di tengah sistem yang ada merupakan tantangan sekaligus kewajiban bagi pebisnis muslim (Mubarroq & Latifah, 2023).

4. Target Keberkahan (Barakah)

Keberkahan adalah tujuan inti dari bisnis Islam. Keberkahan menjadi bukti bahwa aktivitas yang dilakukan telah diridhai oleh Allah SWT dan bernilai ibadah. Perbedaan utama antara bisnis Islam dan non-Islami (sekuler) adalah ketaatan pada aturan halal dan haram. Bisnis Islam lebih menekankan pada optimalisme (pencapaian terbaik dalam aturan) daripada maksimalisme (pencapaian sebesar-besarnya tanpa batas). Keberkahan memastikan bahwa hasil yang diperoleh, meskipun mungkin tidak sebesar jika dilakukan dengan cara haram (seperti menjual barang haram), akan mendatangkan ketenangan dan kemanfaatan yang lebih luas. Tanpa keberkahan, segala pencapaian materi tidak akan memiliki nilai di sisi Allah SWT (A'yun et al., 2021).

c. Analisis Hukum Bisnis Islam

Hukum bisnis syariah dirancang untuk menjaga keseimbangan antara kenikmatan dunia dan kebahagiaan akhirat. Setiap muslim wajib mengetahui ketentuan hukum agama agar terhindar dari kerugian dan aktivitas haram. Aturan hukum dibutuhkan karena pihak-pihak yang bertransaksi memerlukan jaminan yang lebih kuat daripada sekadar janji lisan, serta perlunya upaya hukum jika terjadi wanprestasi (Nawatmi, 2022). Sumber hukum bisnis syariah terdiri dari

empat pilar utama:

1. **Al-Qur'an:** Sebagai sumber pertama yang memberikan hukum ekonomi untuk menciptakan kestabilan. Salah satu landasan kuat adalah larangan riba dan halalnya jual beli dalam surat Al-Baqarah ayat 275.
2. **Hadits (As-Sunnah):** Menjadi pedoman kedua yang merinci hukum-hukum bisnis yang mungkin tidak dijelaskan secara detail dalam Al-Qur'an.
3. **Ijma:** Konsensus para cendekiawan dan masyarakat yang tetap berakar pada Al-Qur'an dan Hadis.
4. **Ijtihad atau Qiyas:** Usaha penalaran analogi untuk menemukan kepastian hukum pada persoalan-persoalan baru yang muncul di era modern (Andre Alkahfi & Nawawi, 2022).

Kesimpulan

Bisnis syariah merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan berlandaskan pada syariat Islam, di mana aspek halal dan haram menjadi filter utama dalam memperoleh serta menggunakan harta. Orientasi bisnis dalam Islam tidak hanya terpaku pada pencapaian profit materi, tetapi juga mencakup pertumbuhan, keberlangsungan, manfaat non-materi, dan yang terpenting adalah keberkahan. Seluruh aktivitas ini harus bersandar pada sumber hukum yang jelas, yaitu Al-Qur'an, Hadis, Ijma, serta Ijtihad/Qiyas, agar setiap langkah usaha bernilai ibadah di hadapan Allah SWT

Referensi

- A'yun, Q. A. N., Chusma, N. M., Putri, C. N. A., & Latifah, F. N. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Online pada E-Commerce Populer di Indonesia. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 1(2).
- Andre Alkahfi, M., & Nawawi, Z. M. (2022). Peran Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis Di Era Globalisasi. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 1(2), 75–88. <https://doi.org/10.47467/manbiz.v1i2.1675>
- Aprilino, T. F. (2018). Orientasi Bisnis Dalam Islam. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 19(2), 107–114.
- Ariyadi. (2018). Business in Islam. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 5(1), 13–26.

- Fadila, S., & Sartika, M. (2021). Analisis Praktik Jual Beli Online dengan Sistem Dropshipping dalam Perspektif Fikih Muamalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1638–1647.
- Hasoloan, A. (2018). Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis. *Jurnal Warta*, 57(1), 430–439.
- Iswanto, Y. (2017). *Kewirausahaan dalam Multi Prespektif* (al.). Universitas Terbuka.
- Lestari, P. S., & Jubaedah, D. (2023). Prinsip-Prinsip Umum Etika Bisnis Islam. *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam*, 8(2), 220. <https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4514>
- Mubarroq, A. C., & Latifah, L. (2023). Analisis Konsep Muamalah Berdasarkan Kaidah Fiqh Muamalah Kontemporer. *Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 95.
- Muchtar, E. H. (2020). Konsep Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah [2] Ayat 168-169 (Kajian Tematis Mencari Rezeki Halal). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 156–170.
- Nawatmi, S. (2022). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Khazanah Ulum Ekonomi Syariah*, 5(2), 11–17. <https://doi.org/10.56184/jkues.v5i2.133>
- Purwanto, M. E. (2017). Hukum Bisnis Menurut Islam. *Jurnal Ekonomi*, 1–28.
- Rahman, S. (2020). Bisnis Dalam Islam. *Mutawazzin: Jurnal Ekonomi Syariah, Pascasarjana, IAIN Sultan Amai Gorontalo*, 1.
- Saifullah, M. (2021). Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1).
- Syarif, F. (2019). Perkembangan Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia. *Pleno Jure*, 8(2), 1–16. <https://doi.org/10.37541/plenojure.v8i2.38>