

KONSEP ISLAMICPRENEURSHIP DALAM UPAYA MENDORONG PRAKTIK BISNIS ISLAMI

Makhrus¹, Putri Dwi Cahyani²

¹Dosen Prodi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : makhrus.ahmadi@gmail.com

²Dosen Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : putri.dece@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mempelajari konsep *islamicpreneurship* dalam upaya mendorong praktik bisnis islami, untuk mempelajari dan mempelajari bentuk indikator pelaksanaan konsep *islamicpreneurship* dalam upaya mendorong praktik bisnis islami, dan untuk mempelajari dan mempelajari etika bisnis islam yang dapat diterapkan konsep *islamicpreneurship* dalam upaya mendorong praktik bisnis islami.

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (*library research*) yang mengandalkan data-data dari perpustakaan, sehingga bentuk penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan datanya menggunakan dokumentasi, observasi dan kecukupan referensi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dan disajikan secara diskriptif dimulai dengan memaparkan apa yang telah diungkapkan lewat tulisan maupun pengamatan secara langsung. Selain itu, kecukupan data-data perpustakaan yang dipelajari telah dikumpulkan sebelumnya serta data yang sudah terkumpul dianalisis secara kualitatif dengan metode deduktif dan induktif.

Hasil penenelitian ini menunjukkan bahwa konsep *islamicpreneurship* bermakna segala bentuk aktivitas dalam mendirikan, memimpin, mengelola, mengambil risiko, dan menjadi pemilik usaha yang sesuai dengan ajaran Islam. Secara paradigmatic pengertian hal tersebut disebabkan keberadaan manusia sebagai *khalifah* di muka bumi dan diciptakan oleh Allah untuk selalu beribadah kepada-Nya. Indikator pelaksanaan konsep *islamicpreneurship* yakni adanya praktik elaboratif antara praktik bisnis dan penerapan nilai ajaran Islam itu sendiri, sehingga aktivitas bisnis atau berwirausaha tidak saja menjadi kegiatan saling berburu laba yang sebesar-besarnya yang menyebabkan pengesampingan terhadap nilai etis dalam masyarakat dan agama. Penerapan etika bisnis Islam dalam konsep *islamicpreneurship* dalam upaya mendorong praktik bisnis islami yakni menjadikan etika bisnis sebagai etika bisnis Islam sebagai fondasi dalam segala aktivitas bisnis.

Kata-kata kunci : konsep, *islamicpreneurship*, etika.

ABSTRACT

**CONCEPT ISLAMICPRENEURSHIP
EFFORTS IN PROMOTING THE ISLAMIC BUSINESS PRACTICES**

Makhrus¹, Putri Dwi Cahyani²

¹Dosen Prodi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : makhrus.ahmadi@gmail.com

²Dosen Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : putri.dece@gmail.com

This study aims to identify and study the concept islamicpreneurship in an effort to encourage business practices Islamically, to study and learn the form of performance indicators concept islamicpreneurship in an effort to encourage business practices Islamic, and to study and learn the business ethics of Islam which can be applied the concept islamicpreneurship in an effort to encourage business practices Islamic.

This research is a library (library research) that relies on data from the library, so the form of qualitative descriptive study. While data collection techniques using the documentation, observation and adequacy of reference. Analysis of the data used in this research is data obtained and presented descriptively begins by describing what has been disclosed in writing or direct observation. In addition, the adequacy of the data libraries that studied previously collected data that has been collected and analyzed qualitatively with deductive and inductive methods.

Results of this study was demonstrated that the concept islamicpreneurship means any activity in founding, leading, managing, taking risks, and being a business owner in accordance with the teachings of Islam. In the paradigmatic understanding of it was due to human existence as a caliph in the earth and created by God to serve Him always. Indicators of the implementation of the concept islamicpreneurship their elaborative practices between business practices and the application of moral values of Islam itself, so that business or entrepreneurship activity not only be mutually hunting activities profit as much as possible which constitute a waiver of the ethical values in society and religion. Application of Islamic business ethics in the concept islamicpreneurship in efforts to encourage Islamic business practices that make business ethics as business ethics of Islam as the foundation for all business activities.

Keywords: concept, islamicpreneurship, ethics,

PENDAHULUAN

Aktivitas bisnis merupakan aktivitas yang sangat dinamis dalam sejarah kehidupan umat manusia. Dimana seseorang dapat melakukan aktivitas bisnis yang tidak pernah sama dalam tiap waktu termasuk dalam alat transaksinya. Dalam konteks sejarah alat transaksi sebelum manusia mengenal uang sebagai alat pembayaran dalam proses transaksi adanya sistem barter merupakan hal yang lumrah dilakukan. Maka, pada saat manusia menjadikan uang sebagai satu alat sah dalam pembayaran transaksi bisnis pada saat itulah proses transaksi dan aktivitas dan alat pembayaran dalam bisnis juga berkembang. Hal tersebut dikarenakan adanya proses interaksi, tingkat pengetahuan, dan budaya masyarakat yang semakin berkembang.

Proses aktivitas bisnis yang terus berkembang tidak lagi mempertemukan para pelaku bisnis yang dalam hal ini penjual dan pembeli dipertemukan atau harus bertemu dalam dalam satu tempat dan satu waktu sebagaimana terjadi pada aktivitas bisnis konvensional. Sebab, kini masyarakat dihadirkan dengan bentuk bisnis dan transaksi baru yakni transaksi bisnis *online*. Hadirnya, bisnis *online* ini tidak dapat dilepaskan dari perkembangan internet yang dalam konteks yang lebih luas perkembangan teknologi dan informasi. Pengguna internet Indonesia sudah mencapai 63 juta orang, dari para pengguna tersebut terdapat 95% menggunakan internet untuk kebutuhan media sosial, bahkan Indonesia menjadi peringkat ke-4 *Facebook* dengan 65 juta pengguna aktif, peringkat ke-5 *Twitter* dengan 19,5 juta pengguna aktif, *Google+* dengan 3,4 juta pengguna, *LinkedIn* 1 juta pengguna, aplikasi *Path* 700.000, *Line* 10 juta pengguna dan sebagainya. (Kominfo.go.id, 2 Juli 2016).

Pola bisnis *online* ini mampu menghubungkan para pelaku bisnis tidak saja para tingkat lokal melainkan secara global, sehingga akses terhadap produk dapat lebih cepat dan mudah dijangkau. Pola bisnis *online* ini pun lebih banyak dikenal dengan bisnis digital yang ditandai dengan hadirnya beragam layanan aplikasi *online* yang semakin memudahkan arus barang dan jasa dapat ditransaksikan oleh seluruh pengguna jasa internet, pengguna aplikasi *online*, dan pengguna media sosial. Tumbuh dan berkembangnya bisnis berbasis layanan aplikasi *online* di Indonesia belakangan ini semakin menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Bisnis berbasis aplikasi layanan *online* ini, berkembang bersamaan dengan adanya semakin tingginya penggunaan *smartphone* di Indonesia. Tumbuh dan berkembangnya aplikasi *online* ini merambah ke dalam berbagai bidang bisnis, misalnya, dalam bidang transportasi terdapat *Uber*, *Grab*, *Lyft*, *Task Rabbit*, *Go-Jek*, dan *Blu Jek*, bidang asuransi terdapat *Malacca EZ*, bidang penginapan terdapat *AirBnB*, bidang perbankan terdapat *Investree*, *Modalku*, *KoinWorks*, *Lending Club*, dan bidang terdapat *Sejasa*, *Homejoy*, *Go-Clean*, dan *HappyFresh* (Kompas, 28 Maret 2016)

Perkembangan dunia bisnis selalu menemukan muara untuk mencari bentuk, cara, pasar, dan konsumennya sendiri. Dalam konteks bisnis berbasis layanan *online* yang memberikan keuntungan dan kemudahan, juga menimbulkan dampak dan gejolak dengan pengelola bisnis konvensional (*non-online*), seperti terlihat pada kasus *Uber*,

Grab dan bisnis transportasi (taksi) berbasis layanan *online* lainnya yang mendapatkan protes dan aksi demonstrasi dari pengelola taksi konvensional. Bentuk protes tersebut lahir dikarenakan semakin berkurangnya peminat taksi konvensional yang beralih kepada taksi berbasis layanan *online*, sehingga berakibat berkurangnya penghasilan para pengelola taksi konvensional. Selain itu, adanya taksi berbasis layanan aplikasi *online* masih belum memiliki payung hukum juga menyebabkan persoalan tersebut di atas semakin pelik dan menjadi diskusi berbagai kalangan.

Efek tumbuh dan berkembangnya bisnis berbasis layanan aplikasi *online* tersebut, semacam memberikan gambaran mengenai bentuk persaingan bisnis yang cukup nyata. Dimana satu pihak menganggap hal tersebut sebagai peluang bisnis yang harus dimaksimalkan dengan didukung oleh perkembangan teknologi, sedangkan di pihak lain ada yang merasa terancam dikarenakan terlalu lambat menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi. Bentuk praktik bisnis ini semacam mengandung *creative destruction* sebagaimana dicetuskan oleh Josep Schumpeter. Bentuk *creative destruction* adalah proses mutasi atau perubahan industrial yang tidak pernah putus merevolusi struktur ekonomi dari dalam, terus menerus menghancurkan yang lama, dan tidak pernah putus menciptakan temuan-temuan baru. Maka, hadirnya taksi berbasis aplikasi *online* dapat menjadi bentuk revolusi dari bisnis transportasi dan berbagai bidang bisnis lainnya.

Adanya perkembangan bisnis dan berbagai bentuknya harus disikapi dengan bijak, terus melakukan inovasi, mengasah kreativitas, dan memaksimalkan sumber daya yang dimiliki. Oleh sebab itu, hadirnya sudut pandang spiritualistik dalam praktik bisnis akan memberikan memberikan jalan petunjuk bahwa bisnis yang dilakukan semata-mata tidak saja mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi harus dipandang sebagai proses ibadah dalam mendekati diri kepada Tuhan. Upaya dalam menghadirkan sikap spiritualitas dalam praktik bisnis dan ekonomi dalam ajaran Islam dikenal dengan upaya terciptanya *falah*. Istilah *falah* berasal dari kata *afalaha-yuflihu* yang mengandung arti kesuksesan, kemuliaan dan kemenangan. Maksud dari kemuliaan dalam konteks ini adalah kemuliaan multidimensi dengan menjalankan aktivitas ekonomi tidak mengorientasikan diri pada pencapaian materi belaka, melainkan juga pencapaian spiritual (P3EI UII. 2008: 3).

Adanya tujuan *falah* dalam aktivitas bisnis dan ekonomi seorang muslim menjadi benang merah untuk terjadinya keseimbangan antara kehidupan dunia dan akhirat. Maka, secara praksis dalam praktik bisnis islami, beberapa kalangan mendorong adanya konsep dan praktik *islamicpreneurship*. Keberadaan *islamicpreneurship* ini semacam menjadi evolusi dari praktik *entrepreneur* yang memungkinkan para pebisnis yang beragama Islam mampu menghadirkan praktik produksi, distribusi, konsumsi, etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam, sehingga praktik bisnis yang dijalankan tidak hanya berorientasi pada pencapaian profit, melainkan mendorong produktifitas dan kualitas dalam pencapaian kebahagiaan di akhirat.

Aktifitas praktik bisnis dalam pandangan Islam dituntut dilakukan secara beretika. Bentuk etika ini harus tidak boleh bertentangan dengan sumber ajaran Islam

yakni Al Qur'an dan As Sunnah, sebab kepada kedua hal tersebut itulah sumber kebenaran dan orientasi praktik bisnis diniatkan, dijadikan rujukan dan dipraktikkan. Maka, secara prinsip dalam etika bisnis Islam terdapat prinsip yang menjadi acuan bisnis yakni keseimbangan (*equilibrium*). Maksud keseimbangan tersebut yakni keseimbangan orientasi kehidupan di dunia dan akhirat, oleh sebab itu, keberadaan keseimbangan ini termanifestasi dalam beberapa bentuk dalam prinsip etika bisnis Islam, seperti adanya unsur keadilan (*adl*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran (Beekum, 2004: 32).

Adanya prinsip etika bisnis Islam tersebut menyebabkan perbedaan fundamental dengan etika bisnis konvensional, yang lebih menekankan pada pencapaian etik material dan lebih mengenyampingkan aspek-aspek spiritual yang sebenarnya merupakan hal fundamental dalam prinsip etika bisnis Islam. Sehingga hal yang bisa ditemui dalam prinsip dan praktik etika kontemporer yang paling mendasar, yakni, timbulnya cara pandang relativisme (kepentingan pribadi), utilitarisme (kepentingan untung rugi), universalisme (kewajiban), hak (kepentingan individu), dan keadilan (Beekum, 2004: 16). Maka, adanya etika bisnis islami menjadi hal yang tidak bisa dihindari, terlebih dengan semakin bervariatnya beragam masalah yang harus dihadapi. Etika bisnis Islam menjadi *core* dalam pelaksanaan konsep *islamicpreneurship*, sebab, dengan adanya etika bisnis Islam hal tersebut akan menjadi pengendali dalam persaingan bisnis agar tidak keluar dari norma dan ajaran Islam. Maka, *islamicpreneurship* semacam menjadi jalan solusi untuk memberikan pandangan mengenai praktik dan petunjuk mengenai pola dan praktik secara islami, sehingga adanya penelitian ini untuk memberikan eksplorasi secara lebih jauh mengenai *islamicpreneurship* sebagai sebagai sebuah konsep dan gagasan mengenai bisnis secara islami.

Penelitian yang berkaitan dengan etika bisnis menurut Rasulullah dilakukan oleh Muhammad Saifullah dengan judul "*Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah*". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah dilakukan oleh beliau masih dalam keadaan muda atau sebelum usia menginjak 40 tahun. Sehingga pada saat Rasulullah diangkat menjadi rasul, maka segala yang dilakukan oleh beliau didasarkan pada bimbingan wahyu (Al Qur'an) dan bimbingan langsung oleh Allah. Sedangkan prinsip yang dilakukan Rasulullah didasarkan pada sifat Rasulullah, yakni shiddiq, amanah, timbangan yang tepat, menghindari gharar, tidak menimbun barang, tidak melakukan al ghalb dan tadlis diantara para penjual dan pembeli (Saifullah, 2011: 127-156).

Penelitian yang terkait dengan etika dan bisnis menurut sudut pandang agama-agama di Indonesia dilakukan beberapa kontributor buku yang dieditori oleh Yahya Wijaya, Nina Mariani Noor dengan judul buku "*Etika Ekonomi dan Bisnis Perspektif Agama-Agama di Indonesia*". Buku ini memuat 11 artikel yang berisikan mengenai hasil konsorsium tiga kampus di Yogyakarta yang tergabung dalam *Indonesian Consortium for Religious Studies* (ICRS) yang berisikan Universitas Gajah Mada, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, dan Universitas Kristen Duta Wacana. Para penulis artikel dalam buku

ini hendak mengungkap mengenai pengembangan jiwa kewirausahaan yang dilakukan dan dipraktikkan para generasi muda ternyata mendapatkan legitimasi teologis dari agama-agama yang berada di Indonesia, sehingga aktivitas bisnis yang dilaksanakan tidak hanya mengejar akumulasi keuntungan yang sebanyak-banyaknya, tetapi bagaimana mendorong adanya kualitas dan kuantitas kegiatan ekonomi dan bisnis yang tetap memegang nilai-nilai etika yang pada akhirnya memberikan dampak peningkatan kualitas hidup masyarakat. Penerbitan buku bekerjasama dengan Globethict.net asal Geneva Swiss yang merupakan organisasi nirlaba yang bergerak dibidang penyebaran pengetahuan mengenai etika terapan melalui jaringan internet yang dapat diakses secara gratis.

Penelitian berbasis komparasi paradigmatik mengenai etika bisnis dilakukan oleh AM. M. Hafidz MS, Syam'ani Sya'roni, dan Marlina (2012) yang dimuat di Jurnal Penelitian dengan judul "*Etika Bisnis Al Ghazali dan Adam Smith dalam Perspektif Ilmu dan Ekonomi*". isi artikel ini mengeksplorasi mengenai bangunan etika bisnis yang dirumuskan oleh Al Ghazali dan Adam Smith, persamaan dan perbedaan pandangan etika bisnis yang dirumuskan oleh Al Ghazali dan Adam Smith, serta relevansi rumusan etika bisnis kedua tokoh tersebut dalam praktik bisnis dan ekonomi modern. Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa pada tingkat praktik rumusan mengenai etika bisnis Al Ghazali dan Adam Smith tidak mengalami perbedaan. Bagi Al Ghazali etika bisnis dibangun diatas prinsip orientasi iktikad yang baik, kejujuran, keseimbangan kepentingan diri dan sosial, serta perilaku atau perbuatan yang baik dan tepat. Selain itu, Adam Smith memandang bahwa etika bisnis harus didasarkan pada keadilan dan kebebasan dalam menjalankan aktivitas ekonomi, sehingga pandangan Al Ghazali dan Adam Smith masih relevan untuk dijadikan rujukan pokok dalam etika bisnis kontemporer (Hafidz, dkk. 2012: 18-34).

Penelitian mengenai kewirausahaan (*entrepreneurship*) dilakukan oleh Sabri (2013) dengan judul artikel "*Kewirausahaan (Entrepreneurship) Modal Manusia dalam Membangun Perekonomian*". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan berwirausaha merupakan fondasi penting dalam sebuah negara, penelitian ini memberikan gambaran mengenai kemajuan dialami China dan Jepang memiliki para entrepreneur yang cukup banyak. Selain itu, penelitian ini mendorong pentingnya kreativitas dan inovasi yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan. Maka, seorang wirausahawan harus memiliki jiwa percaya diri, sikap mental berwirausaha, mengubah pola pikir, dan kreativitas dalam berwirausaha. Meski artikel penelitian ini tidak memberikan wujud konkrit mengenai praktik *entrepreneurship*, namun memberikan petunjuk mengenai cara dan sikap seorang *entrepreneur* dalam membangun usaha dan perekonomian.

Artikel ini merupakan hasil penelitian kepustakaan (*library research*) yang mengandalkan data-data dari perpustakaan, sehingga bentuk penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Maka, untuk memperoleh data dalam proses penelitian dapat mengandalkan dokumentasi dari media dan teori dari berbagai literatur, sehingga objek penelitian ini adalah dokumen, informasi media dan literatur yang membahas mengenai

kewirausahaan islami (*islamicpreneurship*). Sumber penelitian ini bersifat diskriptif kualitatif yang bertujuan mendapat gambaran secara detail mengenai suatu fenomena yang biasanya berupa pola-pola mengenai fenomena yang dibahas. Sedangkan kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan (Moleong, 2001:112), sehingga dalam hal ini, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang penulis manfaatkan dari data dokumentasi dan arsip-arsip lainnya yang terkait dengan permasalahan yang penulis teliti (Sunggono, 2001: 37). Pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi, observasi, dan kecukupan referensi.

PEMBAHASAN

Islam memandang aktivitas bisnis (ekonomi) sebagai salah satu tujuan yang mulia, sehingga para pemeluknya diberikan kemudahan dalam beraktivitas bisnis sepanjang tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks pemikiran ekonomi, keberadaan manusia anggap sebagai *homo economicus*. Artinya, manusia merupakan aktor ekonomi yang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tidak dapat terlepas dari permasalahan ekonomi. Manusia hanya dapat memikirkan dirinya sendiri, tanpa memperdulikan hal lain, sehingga pada akhirnya timbullah eksploitasi terhadap sumberdaya alam, penindasan terhadap sumberdaya manusia, dan sumber ekonomi lainnya. Ibnu Qayyim menghadirkan gagasan *homo islamicus* bukan *homo economicus*.

Adanya gagasan *homo islamicus* mempunyai pandangan bahwa setiap manusia bertanggung jawab untuk membimbing diri menjadi hamba Allah yang baik, sehingga dalam konteks tujuan ekonomi Islam adalah tercapainya *falah* yang mengorientasikan pada kemuliaan multidimensi dengan menjalankan aktivitas ekonominya, sehingga tidak hanya mengorientasikan diri pada pencapaian materi belaka, melainkan juga pencapaian spiritual, dengan kata lain ada kemuliaan aktivitas ekonomi di dunia dan akhirat sebagai bentuk ibadah dan hal ini berlaku pada individu maupun kelompok. Penggunaan *homo islamicus* jauh lebih mendalam dan bermakna serta dapat menjadi petunjuk dan pedoman untuk mencapai kehidupan yang sesungguhnya. Oleh sebab itu, hadirnya etika yang bersumber dari ajaran Islam harus menjadi nadi segala bentuk dan aktivitas bisnis umat manusia.

Pembahasan mengenai *islamisprenurship* harus tidak fokus pengertian ada *islamisprenurship* semata, melainkan juga harus dikaitkan dengan adanya *entrepreneurship* dan *socialpreneurship* yang telah ada sebelumnya. Istilah kewirausahaan (*entrepreneurship*) dipahami sebagian orang sebagai suatu proses untuk menciptakan sesuatu yang baru secara kreatif dan inovatif. Adapula yang menyatakan bahwa *entrepreneur* merupakan seseorang yang melakukan upaya kreatif dan inovatif dalam upaya mengembangkan ide dan sumber daya untuk menemukan peluang dan hidup baru. Sedang *sociopreneur* adalah kewirausahaan yang berbasis sosial, yang menyebabkan seorang wirausahawan mampu menggerakkan kemampuan masyarakat untuk dapat berdaya saing, sehingga aktivitas bisnis tidak berorientasi pada keuntungan individu, melainkan juga terkait dengan aktivitas bisnis yang memiliki orientasi organisasi sosial (Utomo, 2012:3).

Kewirausahaan Islam (*islamicpreneurship*) bermakna segala bentuk aktivitas dalam mendirikan, memimpin, mengelola, mengambil risiko, dan menjadi pemilik usaha yang sesuai dengan ajaran Islam. Sehingga *islamicpreneurship* merupakan upaya mendorong hadirnya praktik bisnis yang menebarkan nilai-nilai Islam segala bentuk aktivitas bisnis, hal tersebut disebabkan keberadaan manusia sebagai *khalifah* di muka bumi dan diciptakan oleh Allah untuk selalu beribadah kepada-Nya (FoSSEI, 29/3). Maka, membawa konteks ibadah kepada aktivitas bisnis atau bermu'amalah harus dilakukan dengan cara yang sesuai dengan ajaran Islam, sebab prinsip utama dalam *islamicpreneurship* adalah Al Qur'an dan As Sunnah. *Islamicpreneurship* memandang keberadaan sumber daya merupakan hal yang sangat fundamental, bentuk sumber daya tersebut dapat berupa *soft skill*, *hard skill*, dan *islamic value* yang menjadi fondasi dasar dalam setiap aktifitas pelaku bisnis. Maka, keberadaan *soft skill* dan *hard skill* yang baik diimbangi dengan penguasaan, pemahaman, dan kesadaran mengenai *islamic value* yang termanifestasi dalam bentuk etika bisnis.

Berkaitan dengan etika bisnis dalam konteks kajian studi Islam, selama ini seringkali dipahami kajian mengenai Al Qur'an, padahal bila ditinjau dari kajian sejarah Nabi Muhammad merupakan seorang pebisnis yang sukses, sehingga pembahasan mengenai etika bisnis perlu melihat perilaku berbisnis Nabi Muhammad (Syaifullah, 2011: 128). Dalam konteks ini, kita bisa memahami praktik bisnis islami tersebut, setidaknya harus memahami rambu etika dalam berbisnis seperti yang pernah dilaksanakan oleh Nabi Muhammad. Misalnya, tidak boleh memperjual belikan barang haram, motivasi bisnis untuk sarana ibadah, mencari keseimbangan dunia dan akhirah, menikmati proses dan harus dikeluarkan hak orang miskin baik dalam bentuk zakat dan shadaqah. Konteks mengenai pentingnya etika dalam bisa kita pahami dalam tiga persepektif, yakni: pertama, etika digunakan dalam pengertian nilai dan norma agama yang menjadi pedoman bagi individu dan kelompok dalam mengatur tingkah laku. Kedua, etika dalam artian hanya kumpulan azas atau nilai-nilai moral atau kode etik. Ketiga, etika ilmu mengenai baik dan buruk (Wijaya&Noor, 2016: 17). Dari ketiga perspektif tersebut keberadaan etika bisnis islam dalam *islamicpreneurship* menjadi salah indikator bagaimana aktivitas dan proses bisnis dapat berjalan sesuai dengan ketentuan nilai dan ajaran agama Islam, sehingga pada tahap yang lebih luas menyebabkan kebiasaan dan budaya bisnis dengan mengedepankan nilai-nilai Islam.

Keberadaan *islamicpreneurship* memberikan rambu arahan praktik bisnis harus memperhatikan norma, etika, dan segala bentuk nilai agama Islam. Maka, terkait norma etika dan norma bisnis dalam Islam setidaknya dapat terlihat dalam beberapa hal, yakni: pertama, larangan utama dalam Islam dalam transaksi bisnis yang mengandung unsur *maysir* (judi), *gharar* (spekulasi), dan *riba* atau biasa disebut dengan singkatan maghrib. Kedua, terjadi hak dan kewajiban semua pihak dalam yang terlibat dalam kontrak bisnis, sehingga memungkinkan para pihak yang terlibat untuk menyadari tanggung jawab yang sama. Artinya, bila terjadi kerugian atau keuntungan dapat dibagi bersama antara pihak yang terikat dalam kontrak perjanjian bisnis tersebut. Ketiga, terjalannya prinsip keadilan, saling membantu, menghindari kecurangan, salah tafsir dan sebagainya, sehingga segala bentuk aktivitas bisnis menjadi saling memberdayakan.

Keempat, segala bentuk aktivitas bisnis harus diorientasikan untuk mendapatkan keberkahan dan tercapainya kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Artinya, menjadikan segala bentuk dan rangkaian bisnis sebagai sarana beribadah untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT, sehingga dalam praktiknya para pelaku bisnis mendorong untuk tidak merebut dan mengambil hak orang lain yang bukan menjadi haknya.

Adanya gagasan dan praktik *islamicpreneurship* yang banyak dikampanyekan oleh beberapa penguasa muslim, semacam menjadi menjadi alur baru dalam konsep dan praktik bisnis, setelah sebelumnya telah ada konsep *entrepreneurship*, *socialpreneurship*, *technopreneurship*, dan lainnya. Selain itu, adanya gagasan *islamicpreneurship* menjadi salah satu dorongan dan motivasi terhadap para pengusaha muslim dalam memperbesar donasi kebaikan dalam arus produksi, distribusi, dan konsumsi atas barang dan jasa menjadi islami, sehingga pada tahap ini yang perlu dilakukan mendorong hal tersebut menjadi sebuah gerakan yang mampu memberikan dampak sistemik tidak saja terhadap semua lapisan masyarakat, baik secara individu maupun kelompok. Sehingga keberadaan konsep *islamicpreneurship* tidak lain merupakan unsur inti dalam gagasan dan praktik ajaran Islam kedalam praktik bisnis dan berwirausaha yang pada akhirnya menjadi sebuah kebiasaan dan budaya dalam berbisnis.

Indikator keberhasilan dari konsep *islamicpreneurship* yakni dengan adanya praktik elaboratif antara praktik bisnis dan penerapan nilai ajaran Islam itu sendiri, sehingga aktivitas bisnis atau berwirausaha tidak saja menjadi kegiatan saling berburu laba yang sebesar-besar yang menyebabkan pengesampingan terhadap nilai etis dalam masyarakat dan agama. Para *islamicpreneur* akan selalu berpandangan bahwa segala aktivitas bisnis yang dilakukannya sangat terkait dengan prinsip, nilai, dan sarana diri untuk mendekatkan diri kepada Allah. Akibatnya, bila aktivitasnya hanya diorientasikan untuk pencapaian dan penumpukan hal-hal yang bersifat material, seorang *islamicpreneur* akan merasa rugi karena tidak mampu memberikan peran dan dampak positif terhadap diri dan orang-orang disekelilingnya, khususnya mereka yang tidak mampu (*dhuafa*).

Beberapa pengusaha muslim mencoba mencoba menyatupadankan antara bisnis dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam praktiknya tidak hanya mengejar keuntungan semata, melainkan mampu menghadirkan nuansa islami dan memberikan donasi dalam bentuk berbagai program kesejahteraan masyarakat. Adapun para penguasa tersebut seperti: pertama, pasangan suami Jody Brotosuseno dan Siti Hariyani selaku *owner* Waroeng Steak&shake yang gerainya sudah mencapai 50 gerai diseluruh Indonesia. Dalam praktik bisnisnya Jody Brotosuseno dan Siti Hariyani mengharuskan para karyawan sholat berjamaah tepat waktu, shalat dhuha, dan tidak merokok. Selain itu, adanya sikap amanah dan jujur dalam melaksanakan pekerjaan juga menjadi salah satu kunci kesuksesan bisnisnya. bangun pesantren dan bakti sosial. Salah satu gerainya di kawasan Jalan Gejayan Yogyakarta didedikasikan untuk kegiatan amal, dimana seluruh keuntungan dari gerai tersebut didonasikan untuk mendanai umah Tahfidz dengan

santri mencapai 2.000 orang santri (bisniskeuangan.kompas, 30/9). Kedua, H. Slamet Raharjo yang mendirikan warung makan Bebek Goreng H. Slamet (Asli) dipinggir jalan Jogja-Solo dan saat memiliki 39 cabang. Kehidupan H. Slamet meski sudah sukses dengan usaha bebek gorengnya tetap hidup sederhana dan mendirikan Ponpes tahfidzul Qur'an, pengajian, menghajikan karyawan, bersedekah dan menjadi donatur kegiatan sosial lain. Ketiga, Sugiharto Saptuari *owner* Kedai Digital yang sudah banyak tersebar di tanah air. Disela kesibukan mengelola bisninya Saptuari Sugiharto mendirikan Sedekah Rombongan yang mengumpulkan donasi untuk membantu para kaum dhuafa yang membutuhkan, sehingga sejak berdirinya Sedekah Rombongan pada tahun 2011 hingga saat ini (Rombongan ke-892) telah tersalurkan donasi sebanyak 41.591.024.933 rupiah.

Ketiga penguasa diatas hanya sebagian para penguasa yang memiliki visi dan orientasi bisnis yang tidak hanya mementingkan diri dengan pencapaian keuntungan maksimal dengan meniadakan aspek sosial alam sekitarnya. Hal tersebut diatas menunjukkan bahwa kegiatan berbisnis atau berwirausaha dapat dijadikan sarana beribadah dan berbagi ekonomi yang pada akhirnya menciptakan kemandirian dan kesejahteraan bersama. Selain itu, budaya bisnis yang dibangun juga dilandaskan dengan hadirnya etika bisnis Islam yakni dengan memberikannya kesempatan bagi para karyawan untuk mengembangkan diri, serta menjadikan unsur ketakwaan dan keikhasan para karyawan dalam beribadah dan bekerja sebagai bagian dari kesuksesan sebuah emperium bisnis. Adanya praktik bisnis islami secara idealitas akan melahirkan etos kerja yang islami, hal tersebut disebabkan karena pemahaman yang mendalam mengenai etika itu sendiri. Rafik Issa Bekum (Rivai, dkk., 2012: 2-3) berpandangan bahwa etika merupakan seperangkat prinsip moral uang membedakan baik dari buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif, karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu. Dalam Islam etika dikenal dalam Al Qur'an dengan *khuluq*, selain itu ada juga ungkapan lain seperti *khair* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *'adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (kebenaran dan kebaikan), *ma'ruf* (mengetahui dan menyetujui), dan *taqwa* (ketakwaan). Tindakan yang terpuji disebut sebagai salihat dan tindakan yang tercela disebut sebagai *sayyi'at*.

Supaya pemahaman mengenai etika dan praktik bisnis islami dapat berjalan secara dengan baik dan tepat yang dalam konteks spesifik dapat disebut dengan *islamicpreneur*, menurut Veithzal Rivai (2012: 403-419) harus mengetahui dan memahami larang dan anjuran bisnis dalam Islam. Larangan bisnis dalam Islam meliputi beberapa hal, yakni: pertama, adanya larangan bisnis yang mengandung unsur *najash* yakni cara bisnis menaikkan penawaran harga dengan permainan orang dalam. Kedua, adanya arangan *khalabah* yang berarti pemasaran yang menyesatkan dengan cara melebih-lebihkan mutu komoditi guna merayu pelanggan (manipulatif). Ketiga, bisnis yang bebas dari *dharar* (kerusakan) dimana sebuah bisnis merujuk pada menyelamatkan orang lain dari bahaya apa pun, yang disebabkan kontrak oleh kedua belah pihak (produsen dan konsumen). Keempat, larangan curang terhadap takaran dan timbangan, praktik ini merampas hak orang lain yang lain, yang menyebabkan

ketidakpercayaan pembeli terhadap pedagang sebagaimana dapat dilihat dalam QS. Al Muthaffifin: 1-6. Kelima, adanya larangan merekayasa harga, hal tersebut agar harga di pasar sesuai dengan yang ditentukan oleh Allah (*sunnatullah*), sehingga harga tidak bisa diintervensi oleh siapa pun sepanjang harga dipasar tersebut berjalan secara normal. Namun, jika ada ketidaknormalan, riba dan penipuan, maka pemerintah bertindak untuk mengatur dan menentukan harga secara adil, sehingga tidak ada yang dirugikan. Keenam, larangan adanya ihtikar (penimbunan barang), sebab Islam menganjurkan agar mengembangkan harta yang dimiliki dan menginvestasikannya, serta melarang untuk membekukan dan tidak memfungsikannya.

Segala bentuk larangan yang ditentukan dalam Islam senantiasa memberikan dampak positif terhadap kehidupan manusia. Karena, setiap ada kali ada larangan atau batasan tertentu, Islam juga memberikan jawaban lain atas pilihan yang dapat dipilih atas larangan dan batasan tersebut. Dalam konteks larangan bisnis tersebut diatas, Islam memberikan anjuran-anjuran yang menjadi rambu-rambu yang dapat dilaksanakan atau dikerjakan seorang muslim dalam berbisnis. Adapapun bentuk anjuran Islam dalam bisnis tersebut sebagai berikut: pertama, anjuran keterbukaan dan transparansi, sebab Islam menaruh keutamaan yang besar terhadap peran informasi dalam pasar, karena informasi tidak akurat dan menipu merupakan dosa. Kedua, anjuran memenuhi kesepakatan dan kewajiban, sebab lontrak bisnis berkonsekuensi pada hak dan kewajiban harus memenuhi isi perjanjian kontrak. Sebab perjanjian kelak akan diminta pertanggung jawabannya (QS. Al Isra': 34). Ketiga, anjuran kerjasama dan menghilangkan kesengsaraan, karena praktik bisnis yang kejam menyebabkan ketidaksetiaan, ketidakadilan, penipuan dan lainnya. Maka, saling membantu, solidaritas dan saling menanggung bersama atas kerugian dan bahaya adalah norma penting dalam kerangka ekonomi Islam. Keempat, anjuran pemasaran bebas dan penetapan harga yang adil, sebab Islam memberikan kebebasan asasi untuk memasuki jenis usaha atau transaksi halal apapun, meski begitu, tidak berarti bebas tidak terkendali untuk berkontrak. Sementara itu, perdagangan juga diijinkan jika dilakukan atas komoditas yang diperbolehkan dan sesuai dengan prinsip syariah.

Kegiatan bisnis atau berwirausaha merupakan kegiatan proses *muamalah* yang menitik beratkan pada kredibilitas, produktivitas, inovasi, dan transparansi. Proses tersebut pada titik tertentu memerlukan adanya momentum dimana sikap berusaha untuk menawarkan inovasi dan ide bisnis baru dalam tiap produk dan jasa yang ditawarkannya, sehingga tidak saja menghasilkan nilai tambah terhadap sebuah produk dan jasa, tetapi juga mendorong adanya kreativitas baru yang bisa dilakukan dan orang orang lain lakukan. Oleh sebab itu, penggunaan teknologi informasi selalu menjadi indikator keberhasilan indikator dalam memasarkan produk dan jasanya secara kompetitif, tentunya dengan biaya murah dan hasil yang maksimal. Hal inilah yang kemudian menjadi inspirasi para pelaku bisnis modern dengan memanfaatkan potensi dan kreativitas dalam praktik bisnisnya. Hal terpenting dari serangkaian proses secara fundamental adalah menjadikan spirit nilai-nilai agama menjadi unsur inti bagi berjalannya roda organisasi bisnis. Hadirnya, konsep *islamicpreneurship* sebagai sebuah dorongan hadirnya bisnis yang menebarkan nilai-nilai Islam segala bentuk

aktivitas bisnis, harus ditarik secara mendalam dengan memahami keberadaan manusia sebagai *khalifah* di muka bumi dan diciptakan oleh Allah untuk selalu beribadah kepada-Nya, sehingga kegiatan bisnis atau berwirausaha menjadi bagian dari aktivitas ibadah yang sama besar mulianya dengan amalan ibadah yang lain yang dalam dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari.

Hadirnya *islamicpreneurship* tidak bisa dilepaskan dengan anjuran Al Quran mengenai mengkonsumsi segala hal yang halal dan baik (QS. Al Baqarah: 168), persaingan yang tidak fair (QS. Al Baqarah 188). jual beli halal dan riba haram (QS. Al Baqarah: 275), menghindari transaksi yang diharamkan Islam (QS. Al A'raf: 32), menghindari cara memperoleh dan menggunakan harta secara baik dan halal (QS. At Taubah 34-35), pemalsuan dan penipuan (QS. Al Isra': 35), larangan mengkonsumsi binatang yang dilarang (QS. Al Maidah: 3), larangan tidak boleh merugikan orang lain (QS. An Nisa': 29-30) dan berbagai anjuran dan larangan lainnya. Selain itu, kesuksesan berwirausaha yang dilaksanakan oleh Rasulullah harus menjadi inspirasi agar usaha yang dijalankan sesuai dengan koridor dan tujuan bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam. Adanya *islamicpreneurship* menjadi rekonstruksi bisnis baru, dimana tidak praktik bisnis secara mulai keluar dari koridor dan nilai inti ajaran agama, bahkan secara ekstrem meninggalkan agama akibat terlalu berorientasi terhadap keuntungan yang maksimal, bukan diorientasikan pada pencapaian keberkahan yang maksimal. Oleh sebab itu, beberapa praktik *islamicpreneurship* terkadang tidak jauh dari bisnis perlengkapan ibadah, buku islami, travel perjalanan umroh dan haji dan lainnya. Namun, adapula yang secara tidak spesifik memberikan label atau simbol Islam dalam praktik dan merk bisnisnya, tapi memberikan nilai-nilai universal dan praktik bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam sebagai fondasi emperium bisnis yang dilaksanakan.

Keberadaan manusia dalam melakukan aktivitas bisnis dan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan kehidupannya, kadangkala menyebabkan ambisi yang luar biasa atas kepemilikan harta yang dimilikinya. Oleh sebab itu, manusia pun mempunyai kecenderungan untuk bekerja lebih keras agar memenuhi atau menambah harta yang dimiliki. Sebab dengan mempunyai harta yang lebih diasumsikan bisa menjamin kelangsungan dan kesejahteraan hidupnya sat ini atau masa yang akan datang. Mencari harga sebagai bentuk bagian dari *sunnatullah*, maka manusia harus mampu menghadirkan etos kerja keras dalam mewujudkan kesejahteraan ekonomi yang diinginkannya.

Berkaitan indikator pelaksanaan konsep *islamicpreneurship* dalam upaya mendorong praktik bisnis islami, secara konseptual hal tersebut tidak hanya diukur dengan penerapan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis atau usaha yang telah dilaksanakan, melainkan hal tersebut harus diimbangi dengan adanya kesadaran bahwa segala hal yang dilakukannya didasarkan atas kesadaran bersama, bukan semata-mata untuk memenuhi peraturan atau regulasi birokratif yang mengharuskan hal tersebut. Misalnya, berlakunya undang-undang mengenai *corporate social responsibility* (CSR) yang mengharuskan setiap perusahaan mengeluarkan sebagian keuntungan yang dimiliki kegiatan sosial, sehingga bagi perusahaan yang tidak mengindahkan hal tersebut, maka

akan mendapatkan sanksi hukum. Pada titik inilah semangat berdonasi tersebut terbagi atas dua bagian yakni karena kesadaran untuk berdonasi untuk kegiatan sosial ataukah hanya untuk memenuhi kebutuhan regulatif.

Guna menghindari hal tersebut diatas, maka kaum *islamicpreneur* harus juga memahami akan pentingnya memahami kepemilikan dalam Islam. Karenanya, Islam memandang kepemilikan manusia sebagai sebuah titipan dari Tuhan yang harus dijaga kepemilikannya dengan baik tanpa harus merusak atau bahkan membawa kerusakan (bencana). Dalam hal kepemilikan inilah maka Islam mengatur arus kepemilikan, menurut Taqiyudin an Nabhani membaginya menjadi 3 hal utama (Yuliadi, 2007: 103-104) yakni :pertama, kepemilikan individu. Islam mengakui hak kepemilikan individu sebagai sebuah bentuk penghargaan atas usaha yang telah dilakukannya, serta Islam juga mengatur kepemilikan atas 5 sebab diantaranya ; bekerja, warisan, mempertahankan hidup, pemberian negara dan kepemilikan karena pemberian (*hibah*). Kedua, kepemilikan umum. Bentuk kepemilikan yang pemanfaatannya harus dikelola secara bersama-sama sebab akan berkaitan dengan hajat hidup orang banyak. Seperti air, listrik, sumber energi, hasil hutan, gas, minyak dan lainnya. Kepemilikan umum ini tidak bisa dimiliki oleh segelintir orang sebab akan menumbulkan eksploitatif yang tidak adil. Ketiga, kepemilikan negara. Bentuk kepemilikan yang pemanfaatannya berada ditangan kepala negara yang dalam sejarah Islam dikenal harta rampasan perang, 1/5 harta tidak berkepemilikan dan lainnya. Namun, dalam konteks sekarang ini, lebih dikenal dengan kepemilikan asset yang dimiliki negara lewat badan usaha yang dimilikinya, serta kepala negara mempunyai wewenang untuk mengatur pengelolaannya sebagai bagian dari kekayaan negara yang harus dijaga untuk keberlangsungan pemerintahan negara terebut. Kepemilikan atas kepala negara ini, bukan berarti menjadi kepemilikannya sebagai pribadi melainkan karena otoritasnya sebagai kepala negara.

Pemahaman diri mengenai kepemilikan dalam Islam senantiasa memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap praktik dan gerakan kolektif bisnis di masyarakat dan negara. Selain itu, secara pradigmatif hal tersebut akan menentukan kearah mana seorang pelaku bisnis memberikan visi, misi, dan orientasi terhadap yang hendak dibangun. Dalam konteks kepemilikan Zakiyuddin Baidhawi memberikan penjelasan komparatif mengenai kepemilikan berikut ini :

Tabel 1 :
Perbandingan teori kepemilikan dan implikasinya

TEORI	PRINSIP	IMPLIKASI
Libertarianisme	<ul style="list-style-type: none"> ' Pada awalnya dunia ini tidak ada yang memiliki ' Absolutisme <i>self-interest</i> ' Kepemilikan individu mutlak 	<ul style="list-style-type: none"> Kepentingan diri diatas segalanya tidak mengenal fungsi sosial Pajak dan retribusi sosial dianggap rampasan atas kepemilikan pribadi Tidak menerima hak kepemilikan

Egalitarianisme radikal	<ul style="list-style-type: none"> ' Kebebasan individu dibatasi ' Absolutisme kepemilikan kolektif 	<p>publik dan cenderung meminimalkan barang-barang publik untuk kesejahteraan sosial atas sumber daya publik dan haki.</p> <ul style="list-style-type: none"> ' Kepentingan kolektif sebagai panglima ' Negara cenderung totaliter karena akumulasi kekuasaan politik dan ekonomi ' Elit penguasa sebagai personifikasi negara
Etika Al Qur'an	<ul style="list-style-type: none"> ' Kepemilikan individu terbatas ' Kepemilikan kolektif dijamin ' Sumber daya bukan kepemilikan eksklusif 	<ul style="list-style-type: none"> ' Ada fungsi sosial dalam kepemilikan pribadi, baik wajib atau sukarela. ' Kepemilikan kolektif kesejahteraan bersama ' Sumber daya menjadi hak bersama semua spesies makhluk hidup yang perlu dijaga kelestariannya ' Menolak privatisasi atas sumber daya publik dan atas kekayaan bersama masyarakat.

Sumber : Wijaya&Noor, 2014: 43

Islam menghormati kepemilikan sebagai bentuk hak atas usaha yang dilakukan manusia dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Selain itu, Islam memelihara keseimbangan ekonomi agar tidak terjadi eksploitasi kepemilikan secara absolut. Karena, hakikat kepemilikan manusia sebagai sebuah titipan yang amanahnya dipertanggung jawabkan dunia dan akhirat. Keseimbangan ekonomi dalam Islam akan berjalan secara adil bukan hanya dilihat adanya pertemuan antara kurva *demand* dan *suply*, melainkan terjadi apabila sebagian harta yang dimiliki memberikan ruang atas kepemilikan sosial bersama seperti adanya pengelolaan dan penyaluran zakat, infak dan shadaqah. Keseimbangan ini bisa difahami sebagai bentuk peribadatan ekonomi untuk mencapai kemaslahatan bersama. Pada tahap selanjutnya, setelah memahami konsep kepemilikan hal yang tidak kalah penting adalah memahami distribusi sebagai bagian dalam menilai indikator keberhasilan dari praktik *islamicpreneurship*.

Manusia dalam melakukan aktivitas ekonominya selain menjadi memiliki kuasa atas kepemilikan (produksi) juga mempunyai kewajiban dalam menjalan distribusi agar apa yang menjadi aktivitas ekonominya bisa berjalan dengan lancar. Proses distribusi secara sederhana bisa dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Secara langsung manusia memproduksi barang dan jasa kemudian mendistribusikan sendiri hingga sampai pada konsumen, baik konsumen datang sendiri ke tempat produksi atau produsen menyediakan jalur buat konsumen. Distribusi tidak langsung merupakan

proses distribusi dengan melibatkan pihak ketiga dalam proses distribusi barang dan jasa yang telah diproduksi untuk bisa sampai pada pihak konsumen.

Proses distribusi merupakan objek vital dalam proses aktivitas ekonomi, sebab distribusi merupakan jembatan yang menghubungkan antara produsen dengan konsumen. Jika hal ini tidak terjadi maka akan menimbulkan kekacauan ekonomi, misalnya dengan adanya penimbunan/spekulasi barang dan jasa sehingga menyebabkan kelangkaan di pasar ekonomi dan inflasi. Adanya kenaikan secara drastis inilah kaum spekulan yang menimbun akan diuntungkan sebab sudah mendapatkan selisih harga dari penjualan dan pembelian, hal inilah yang kemudian ditentang oleh Islam, sebab atas nama apapun perilaku cacat moral dan etika dalam bidang ekonomi ini jelas-jelas sangat dilarang.

Aktivitas ekonomi dasarnya mempunyai keuntungan (kekayaan) maka jika sudah sampai pada kadar tertentu yang sudah ditentukan oleh Islam, maka wajib menyalurkan sebagian dari kekayaannya kepada kaum dhuafa yang membutuhkan. Adapun bentuk distribusi yang ada dalam Islam (Yuliadi, 2007: 106) yakni : pertama, adanya kewajiban berzakat sebagai bentuk penyucian diri dan harta yang telah dihasilkan jika sudah mencapai kadar ketentuan syariat. Para *muzakki* (orang yang punya harta) wajib mengeluarkan 2.5 % dari harta yang dimiliki pada *Mustahiq* (orang miskin yang berhak menerima harta). Inilah keadilan distribusi kekayaan atas kepemilikan pribadi atau kelompok. Kedua, setiap warga negara berhak melakukan atau memanfaatkan kepemilikan umum dan negara berkewajiban mengelola semua sumber ekonomi secara efisien dan mandiri untuk kesejahteraan rakyat. Oleh sebab itu, negara dituntut lebih memperhatikan kebersinambungannya sumber ekonomi sebagai bagian dari asset yang harus dikelola dan didistribusikan secara benar. Ketiga, negara wajib memperhatikan rakyat yang belum mempunyai lahan untuk melakukan aktivitas ekonomi. baik itu berupa penyediaan lapangan pekerjaan atau pembagian tanah negara kepada rakyat yang belum mempunyai lahan garapan agar dapat memaksimalkan sumber daya alam yang ada dan lainnya. Keempat, pemberian harta waris pada keluarga yang menjadi ahli waris. Islam secara kekeluargaan mengatur distribusi kekayaan individu kepada keluarganya sendiri. Hal ini, bagian dari upaya tidak meninggalkan generasi yang lemah. Warisan ini boleh diwariskan pada keluarganya sendiri, yayasan atau kepada orang yang berhak menerimanya sesuai dengan keinginan si pewaris. Kelima, adanya larangan menimbun emas dan perak meski sudah dikelarkan zakatnya. Emas sebagai bagian dari barang yang terbatas, maka penimbunan ini dilarang sebab akan menghambat aktivitas ekonomi. Harta dalam Islam tidak boleh berada dalam satu individu dan kelompok melainkan harus berputar sebagai bagian dari pola dan proses aktivitas perekonomian.

Adanya distribusi ekonomi sebagaimana dijelaskan diatas menjadi hal yang sangat vital, sebab hal tersebut terkait dengan kesehatan sebuah ekonomi suatu negara atau ruang bisnis tertentu. Maka, adanya pemahaman paradigmatik mengenai relasi kepemilikan (produksi) dan distribusi dalam Islam harus menjadi hal yang tidak terpisahkan oleh para pelaku ekonomi (bisnis), hal ini dikarenakan nilai dasar ajaran Islam harus meresap dalam tiap sendi ekonomi secara kolektif yang kemudian menghasilkan praktik *islamipreunership* yang mampu membedakan praktik bisnis islami dan konvensional. Zakiyuddin Baidhawi memberikan pandangan menarik mengenai distribusi yang penulis rangkum sebagai berikut:

Tabel 2 :
Perbandingan teori distribusi dan implikasinya

TEORI	PRINSIP	IMPLIKASI
Libertarianisme	Hak-hak kepemilikan eksklusif (<i>selfinterest</i>); hak-hak absolut atas distribusi dunia secara tidak proporsional.	Pajak pendapatan dan kekayaan dan pungutan semisalnya oleh negara merupakan pelanggaran hak milik karena membiarkan orang untuk memiliki sebagian hak orang lain; pajak sama dengan kerja paksa; kebebasan membolehkan ketidakadilan distributif tidak ada konsep tentang tanggung jawab sosial untuk mengatasi kelangkaan, ketidakberdayaan, dan ketidakpastian mereka yang kurang beruntung
Etika Al Qur'an	Distribusi sumber daya alam dan lingkungan berada dalam kerangka partisipasi; redistribusi kekayaan dan pendapatan merupakan tanggung jawab bersama untuk memastikan jaminan sosial, peningkatan kapasitas dan otoritas bagi mereka yang kurang beruntung.	Menjamin pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar manusia; kemitraan dalam kepemilikan kekayaan alam tertentu dapat mereduksi disparitas atau kesenjangan dalam pendapatan dan kekayaan; harmoni antara kepentingan pribadi dan kepentingan sosial, dan antara kesejahteraan individu dan kesejahteraan sosial; Meningkatkan

Sumber : Wijaya&Noor, 2014: 59-60.

Pola relasi kepemilikan dan konsumsi diatas, memberikan gambaran mengenai urgensi pentingnya nilai Islam digerakkan dalam segala bentuk aktivitas ekonomi. Apalagi, sebagian besar persoalan konflik struktural dan horizontal tidak jarang dilatarbelakangi

persoalan ekonomi. Oleh sebab itu, Islam menganjurkan para pemeluknya untuk mapan secara ekonomi sebagai bentuk peribadatan, sehingga segala aktivitas ekonomi yang dikerjakan dan hasilnya yang diperbolehkan tidak bertentangan syariah serta seluruh aktivitasnya sebagai cara mencari keberkahan di dunia dan di akhirat.

Adanya etika bisnis Islam yang dapat diterapkan konsep *islamicpreneurship* dalam upaya mendorong praktik bisnis islami dengan menjadikan etika bisnis sebagai etika bisnis Islam sebagai fondasi dalam segala aktivitas bisnis. Oleh sebab itu, dalam konsep bisnis islami, sebuah bisnis harus meliputi empat unsur diantaranya: konsep peran manusia, konsep syariah Islam, tata nilai islam, dasar konsep bisnis (Rivai, 2012: 15-23). Maka, adanya nilai etis islami senantiasa memberikan para pelaku bisnis untuk selalu menghadirkan bentuk aktivitas bisnis yang baik, mandiri, sejahtera, dan saling memberdayakan. Bahkan etika bisnis dalam Islam sebagai fondasi dalam *islamicpreneurship* harus mampu memberikan visi, target, dan orientasi yang harus dipahami oleh para pelaku *islamicpreneur*. Sebab keberadaan etika memiliki tujuan sebagai sarana untuk memperoleh orientasi kritis bila berhadapan dengan berbagai praktik bisnis yang membingungkan, selain itu adanya etika menampilkan ketrampilan intelektual yakni ketrampilan untuk berargumentasi secara rasional dan kritis, serta orientasi etis ini diperlukan dalam mengambil sikap yang wajar dalam suasana bisnis yang sangat plural.

Guna memberikan efek yang jauh lebih bermakna, maka para pelaku *islamicpreneurship* seyogyanya juga harus mempraktikkan dan merefleksikan mengenai etika bisnis sebagaimana telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW diantaranya (Rivai, 2012: 39-41) yakni: (1) prinsip esensial dari dalam bisnis adalah kejujuran, (2) pentingnya kesadaran tentang signifikansi sosial dalam kegiatan bisnis, (3) tidak melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi dalam bisnis, (4) selalu bersikap ramah dalam berbisnis, (5) dilarang berpura-pura dengan menawar harga tinggi agar ada orang lain tertarik untuk ikut membeli barang yang dijual tinggi, (6) dilarang menjelekkan bisnis orang lain agar membeli dagangannya, (7) tidak melakukan iktikar (menumpuk atau menimbun barang), (8) perlu dan pentingnya takaran, ukuran, timbangan yang benar, (9) bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah, (10) membayar upah karyawan sebelum kering keringatnya, (11) menghindari praktik monopoli dalam berbisnis, (12) tidak boleh melaksanakan kegiatan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (mudharat) yang dapat merugikan dan merusak hidupan individu dan sosial, (13) komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, (14) bisnis dilaksanakan dengan sukarela tanpa paksaan, (15) segera melunasi hutang yang menjadi kewajiban, (16) memberi tenggang waktu apabila penghutang, (17) bisnis yang dilaksanakan bersih dari segala unsur riba.

Konsep dan praktik *islamicpreneurship* senantiasa akan memberikan dampak sistemik dan berjangka panjang, manakala hal tersebut dilakukan dengan memahami dan menyadari bahwa ajaran Islam memberikan beragam petunjuk dalam setiap dimensi kehidupan manusia, sehingga nilai ajaran Islam mampu diamplikasikan secara kolektif dan sistemik dalam beragam aktivitas, termasuk dalam kegiatan berbisnis dan berwirausaha. Selain itu, adanya paradigma baru dalam praktik bisnis modern yang menuntut inovasi dan kreativitas juga harus sesuai dengan ajaran Islam dan kebutuhan masyarakat secara kolektif, sehingga harus dipahami, disadari, dan digerakkan oleh semua elemen yang terlibat dalam praktik bisnis islami.

PENUTUP

Adanya praktik berbisnis atau berwirausaha pada dasarnya tidak terlepas dari paradigma bisnis dan usaha itu sendiri, dalam pandangan Islam bentuk dan kegiatan bisnis tersebut sebagai kegiatan mulia dan tanpa bebas nilai. Artinya, segala bentuk dan aktivitas bisnis merupakan sarana ibadah untuk mendapatkan ridha Allah SWT, sehingga penelitian mengenai *islamicpreneurship* ini memiliki kesimpulan sebagai berikut: pertama, adanya konsep *islamicpreneurship* bermakna segala bentuk aktivitas dalam mendirikan, memimpin, mengelola, mengambil risiko, dan menjadi pemilik usaha yang sesuai dengan ajaran Islam. Secara paradigmatis pengertian hal tersebut disebabkan keberadaan manusia sebagai *khalifah* di muka bumi dan diciptakan oleh Allah untuk selalu beribadah kepada-Nya.

Konsep *islamicpreneurship* memberikan rambu arahan praktik bisnis harus memperhatikan norma, etika, dan segala bentuk nilai-nilai agama Islam. Adanya gagasan *islamicpreneurship* menjadi salah satu dorongan dan motivasi terhadap para pengusaha muslim dalam memperbesar donasi kebaikan dalam arus produksi, distribusi, dan konsumsi atas barang dan jasa menjadi islami, sehingga pada tahap ini yang perlu dilakukan mendorong hal tersebut menjadi sebuah gerakan yang mampu memberikan dampak sistemik tidak saja terhadap semua lapisan masyarakat, baik secara individu maupun kelompok. Kedua, indikator pelaksanaan konsep *islamicpreneurship* yakni adanya praktik elaboratif antara praktik bisnis dan penerapan nilai ajaran Islam itu sendiri, sehingga aktivitas bisnis atau berwirausaha tidak saja menjadi kegiatan saling berburu laba yang sebesar-besarnya yang menyebabkan pengesampingan terhadap nilai etis dalam masyarakat dan agama.

Para *islamicpreneur* akan selalu berpandangan bahwa segala aktivitas bisnis yang dilakukannya sangat terkait dengan prinsip, nilai, dan sarana diri untuk mendekatkan diri kepada Allah. Akibatnya, bila aktivitasnya hanya diorientasikan untuk pencapaian dan penumpukan hal-hal yang bersifat material, seorang *islamicpreneur* akan merasa

rugi karena tidak mampu memberikan peran dan dampak positif terhadap diri dan orang-orang disekelilingnya, khususnya mereka yang tidak mampu (*dhuafa*). Ketiga, penerapan etika bisnis Islam dalam konsep *islamicpreneurship* dalam upaya mendorong praktik bisnis islami yakni menjadikan etika bisnis sebagai etika bisnis Islam sebagai fondasi dalam segala aktivitas bisnis. Maka, adanya nilai etis islami senantiasa memberikan para pelaku bisnis akan selalu menghadirkan bentuk aktivitas yang baik, mandiri, sejahtera, dan saling memberdayakan. Keberadaan etika bisnis Islam sebagai fondasi dalam *islamicpreneurship* memberikan visi, target, dan orientasi yang harus dipahami oleh para pelaku *islamicpreneur*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul ‘Azim Islahi. 1992. *Readings in Islamic Economic Thought*. Malaysia: Longman.
- AM. M. Hafidz MS, Syam’ani Sya’roni, Marlina “Etika Bisnis Al Ghazali dan Adam Smith dalam Perspektif Ilmu dan Ekonomi”. *Jurnal Penelitian*, Volume 9, No. 1, Mei 2012. Hlm 18-34.
- FoSSEI. *Islamicpreneurship, Sebuah Ibadah dan Penciptaan Nilai yang Solutif*. dalam <http://fossei.org/2016/02/02/islamicpreneurship-sebuah-ibadah-dan-penciptaan-nilai-yang-solutif/> diakses 29 Maret 2016 waktu 09.05.
- Humam Santoso Utomo. “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendekatan Sociopreneurship”. *Makalah*. Bussiness Conference 2012, Yogyakarta 6 Desember 2012. Diakses http://eprints.upnyk.ac.id/2634/2/7_Humam_ABUPNYK.pdf 30 Maret 2016 waktu 16.06.
- Husaini Usman, Purnomo Setiady Akbar. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Imamuddin Yuliadi. *Ekonomi Islam Filosofi, Teori dan Implementasi*. Edisi Revisi. Yogyakarta. LPPI UMY 2007. Hal. 102-103
- Lexy J Moleong. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Saifullah. 2011. Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah. *Jurnal Walisongo*, Volume 19, Nomor 1, Mei 2011. Hlm. 127-156.
- Rafik Issa Beekum. Etika Bisnis Islami. (Alih bahasa Muhammad). Cetakan I. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2004. Hlm. 16.
- Riza Noerinda Lubis dan Bambang Widjanarko Otok “Pengaruh Kepribadian Terhadap Perilaku Kewirausahaan Menggunakan Partial Least Square” diakses melalui <http://digilib.its.ac.id/public/ITS-Undergraduate-17971-1309106002-Paper.pdf> tanggal 30 Maret 2016 jam 10.30.
- P3EI UII. 2008. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Rajawali Press.
- Sunggono, Bambang. 2007. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: RajaGrafinfo Persada.
- Sabri. “Kewirausahaan (*Entrepreneurship*) Modal Manusia dalam Membangun Perekonomian”. *Jurnal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*. Volume I, No. 7. Maret 2013.
- Shihab, Quraish, *Etika Bisnis dalam Wawasan al-Qur’an*, *Jurnal Ulumul Qur’an*, No 3/VII/97.
- Yahya Wijaya, Nina Mariani Noor (Eds). 2014. *Etika Ekonomi dan Bisnis Perspektif Agama-Agama di Indonesia*. Geneva. Globathict Net.
- Viethzal Rivai, dkk. 2012. *Islamic Business and Economic Ethic*. Jakarta: Bumi Aksara. http://kominform.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pegguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker#.VZDM0IK3OTY diakses 22/07/2016 waktu 23.30
- <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/06/08/08323684/twitter.com>
Koran Kompas, 28 Maret 2016.