

**PERNIAGAAN MUHAMMAD SAW ERA SETELAH
KENABIAN: SEBUAH TAMADUN BAHARU**
(Muhammad (Pbuh) Commerce After Prophethood: A New Civilization)

^{1,2} SUWANDI*

^{2,3} MUHAMMAD HAKIMI MOHD SHAFIAI

^{2,4} WAN NASYRUDIN WAN ABDULLAH

¹ Dusun Lokok Ara, Desa Sesait, Kec. Kayangan, Kab. Lombok Utara, 43354, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

² Institut Islam Hadhari, Universiti Kebangsaan Malaysia, 43600 UKM Bangi, Selangor, Malaysia

³ Pusat Pengajian Ekonomi, Fakulti Ekonomi dan Pengurusan, Universiti Kebangsaan Malaysia, 43600 UKM Bangi, Selangor, Malaysia

⁴ Jabatan Pengajian al-Quran & al-Sunnah, Fakulti Pengajian Islam, Universiti Kebangsaan Malaysia, 43600 UKM Bangi, Selangor, Malaysia

ABSTRAK

Perniagaan Nabi Muhammad SAW berlaku sebelum beliau dilantik menjadi Nabi, adapun setelah menerima wahyu (al-Quran) Baginda tidak lagi memiliki kesempatan untuk melakukan aktiviti perniagaan. Sebagai seorang nabi dan juga bekas peniaga berjaya, Muhammad SAW sentiasa menyokong serta mengajarkan cara berniaga yang baik sesuai syariah kepada para sahabat. Perniagaan yang dijalankan sesuai dengan arahan Baginda telah membawa para sahabat dan juga umat Islam ketika itu ke arah kejayaan perniagaan, malahan tidak hanya membawa keuntungan bagi peniaga sahaja tetapi juga terbukti membawa umat Islam kepada suatu perekonomian yang maju (*economic civil society*). Apakah sebenarnya yang diajarkan oleh Muhammad SAW sehingga menyebabkan umat Islam memperoleh kejayaan dalam perniagaan dan juga kemajuan ekonomi ketika itu? Di atas maksud tersebut kajian kualitatif ini dijalankan dan untuk memperoleh hasil kajian yang signifikan maka kajian ini menggunakan kaedah kepustakaan, pensejarahan dan kaedah tafsir. Hasil kajian

*Corresponding author: Suwandi, Dusun Lokok Ara, Desa Sesait, Kec. Kayangan, Kab. Lombok Utara, 43354, Nusa Tenggara Barat, Indonesia, mel-e: Sw4ndi@yahoo.co.id
Diserahkan: 30 Disember 2015
Diterima: 1 Ogos 2017
DOI: <http://dx.doi.org/10.17576/JH-2017-0902-11>

merumuskan bahawa Baginda mengajarkan perniagaan sesuai dengan al-Quran dan al-Hadis. Antara asas-asas perniagaan berasaskan al-Quran dan al-Hadis ialah asas tauhid, asas kejujuran, asas keadilan sosial, asas kebebasan, asas tanggungjawab, asas keseimbangan, asas kebenaran dan asas tolong-menolong. Prinsip-prinsip asas perniagaan sedemikian sebenarnya sesuai untuk diamalkan oleh peniaga Islam kontemporari bagi menonjolkan nilai-nilai Islam dalam perniagaan masa kini.

Keyword: Muhammad SAW; setelah kenabian, asas perniagaan Islam; al-Quran dan al-Hadis

ABSTRACT

Muhammad (PBUH) was develop a business before the prophecy, while after revelation he was no longer conducts a business activities. But, as a prophet and the former of success pioneer of business He guides all of business doing by Sahabah with based on syariah pillars (al-Quran and al-Hadith). This guide has brought the successfully of business not only among Muslim community but also produce another benefit in the building of common economic community. What has been taught by Muhammad PBUH, causing Muslims gained commercial success and economic progress when it?, Thus, this qualitative research by using a literature, historical and exegesis approach find out the principles of business based on sharia. The results of the study stated that the principles of Islamic Business should be based on tawhid, honesty, social justice, freedom, responsibility, balance, truth and the mutual help. These principles are accordance to solve the problem of contemporary business. Muslim community also could realize these principles in the daily of life in order to highlight the principle of sharia business.

Keyword: *Muhammad PBUH; prophecy, sharia principle, al-Quran and al-Hadith.*

PENDAHULUAN

Di dalam sesebuah masyarakat Islam, perniagaan dan perdagangan merupakan satu tanggungjawab sosial yang merupakan fardu kifayah (Ataul Huq Pramanik 2002). Ia juga merupakan sebahagian dari tuntutan umum supaya manusia saling bantu-membantu dan bekerjasama dalam kehidupan seharian mereka selain memenuhi keperluan hidup bermasyarakat (Aghnides 1981). Bagi umat Islam ia adalah sebahagian daripada usaha kerjasama takwa dan perkara kebaikan (Muhammad Abdul Mun'im al-Jamal 1992). Justeru itu, perniagaan adalah suatu bentuk sumbangan kepada masyarakat umum dan ia disifatkan dalam al-Quran sebagai satu aktiviti yang diharamkan. Firman Allah SWT (al-Baqarah 2: 275) yang bermaksud:

Dan Allah menghalalkan jual beli iaitu perniagaan (*al-Bai*) dan mengharamkan riba.

Imam Bukhari juga pernah meriwayatkan dalam sebuah hadis bahawa suatu hari seorang lelaki menemui Rasulullah SAW untuk meminta sedekah. Baginda SAW menyuruh lelaki itu menunggu sekejap lalu masuk ke dalam rumah. Setelah keluar, Baginda memberi sebilah kapak lantas menyuruhnya pergi bekerja mencari kayu dan menjualnya di pasar. Sebelum lelaki itu pergi, Baginda sempat mengingatkan kepadanya agar dua tiga hari lagi datang berjumpa dengan Baginda semula. Setelah beberapa hari, lelaki itu menemui Rasulullah SAW semula dan terbukti motivasi dan semangat yang diberikan oleh Rasulullah SAW telah membantu lelaki itu menjadi seorang usahawan yang terlibat dengan industri perkayuan. Rasulullah SAW juga pernah bersabda (Muslim 1376, hadis no. 5270) yang bermaksud:

Mencari yang halal adalah fardu atas setiap Muslim.

Oleh itu, berasaskan bukti daripada al-Quran dan al-Hadis di atas jelas menunjukkan bahawa Islam amat menggalakkan umatnya terlibat di dalam perniagaan apatah lagi menjadi seorang usahawan Muslim yang berjaya, bahkan Islam amat membenci pengangguran dan hidup dalam keadaan meminta-minta (Mohd 1976).

Bentuk perniagaan yang dicontohkan oleh Baginda dan para sahabatnya bukanlah isu yang baharu, kerana ia telah memberikan sumbangan yang sangat besar kepada perkembangan dakwah Islam ketika itu. Pada awal perkembangan Islam, para usahawan memainkan peranan yang penting dalam penyebaran agama Islam. Rasulullah SAW sendiri merupakan perintis kepada lahirnya usahawan Muslim. Kemudian ia diikuti oleh para sahabat seperti Abdurrahman bin Auf, Zubair Ibnu Awwam, Talhah bin Ubaidilah dan Shuhaib bin Sinan, kesemuanya mempunyai kualiti, keperibadian dan etika keusahawanan yang amat tinggi. Kehebatan Abdurrahman bin Auf umpamanya dalam hal ehwal perdagangan dirakamkan dalam kisah terkenal ketika kota Madinah menjadi gempar dengan kedatangan kafilah perdagangan mengandungi 700 kenderaan kepunyaan beliau (Asadullah al-Faruq 2009).

Perniagaan yang sesuai prinsip-prinsip syariah seperti yang dijalankan oleh para sahabat dan juga umat Islam, telah membawa umat Islam ketika itu kepada suatu kejayaan perniagaan. Malahan tidak hanya membawa kejayaan kepada individu peniaga sahaja melainkan ia juga telah terbukti membawa masyarakat Islam kepada suatu masyarakat ekonomi yang maju (*economic civil society*). Dalam ekonom modern, 'Adam Smith' dalam - *The Wealth of Nation* - menempatkan perekonomian Muhammad SAW dan Khulafa al-Rasyidin sebagai contoh perekonomian yang

maju (Adiwarman Karim 2001). Kejayaan perniagaan pada masa Rasulullah SAW dan Khulafa al-Rasyidin tentunya tidak lepas daripada petunjuk al-Quran dan al-Hadis. Oleh kerana itu, kajian ini bertujuan untuk menemukan prinsip-prinsip asas perniagaan Islam berasaskan al-Quran dan al-Hadis yang boleh diguna pakai dalam perniagaan masa kini.

Kajian ini penting dalam rangka mengembangkan sistem ekonomi Islam khususnya dalam usaha mewujudkan tamadun perniagaan bersifat Islamik sebagai jawapan ke atas kegagalan sistem ekonomi sama ada kapitalisme mahupun sosialisme, mengkaji nilai-nilai asas Islam tentang urus tadbir perniagaan (*business*) daripada al-Quran mahupun as-Sunnah, merupakan satu perkara yang sewajarnya dilakukan. Selain itu melihat kepada kemunduran umat Islam dalam perniagaan masa kini maka prinsip-prinsip asas perniagaan mengikut al-Quran dan Sunnah ini nantinya boleh diguna pakai oleh umat Islam bagi menonjolkan keunggulan nilai-nilai Islam dalam perniagaan.

HASIL DAN PERBINCANGAN

PERNIAGAAN MUHAMMAD SETELAH MENERIMA WAHYU

Antara Tugas Kenabian dan Perniagaan

Dalam sirah Nabi dapat kita ketahui bahawa pada permulaan kenabian hingga pada tahun ke-13 kenabian, Baginda masih lagi berada di kota Mekah bersama isteri dan anak-anaknya. Pada awal tahun kenabian tersebut, perniagaan Nabi Muhammad SAW masih lagi dalam keadaan normal. Hal ini kerana Islam belum lagi disebarikan secara terang-terangan melainkan hanya kepada keluarga dan sahabat terdekat sahaja. Bermula pada tahun ke-4 kenabian, barulah Islam mulai disampaikan secara terbuka yang mana telah direkodkan sejarah berkenaan peristiwa Bukit Safa (Syeikh Sofiyurrahman al-Mubarakfuri 2013). Pada tahun-tahun seterusnya sehingga tahun ke-13 kenabian, Nabi Muhammad SAW banyak berdepan dengan pelbagai bentuk tekanan dan seksaan serta pemboikotan daripada penduduk Mekah memberikan kesan terhadap perniagaan Baginda dan isterinya sehingga mengalami kerugian yang banyak. Faktor kejatuhan perniagaan dan ekonomi Muhammad dapat dilihat pada awal tahun ke-14 kenabian apabila Baginda terpaksa berhijrah ke Madinah dengan meninggalkan seluruh kekayaan dan perniagaan yang dimiliki di Mekah (Ibnu Hisyam 1995).

Setelah Baginda berhijrah ke Madinah (pada tahun ke-13 kenabian), Baginda memulakan pembangunan tamadun Islam dengan menyatukan kaum Muhajirin

(Mekah) dan penduduk Ansar (Yathrib) di bawah satu persaudaraan berlandaskan satu akidah yang sama iaitu Islam. Selanjutnya Baginda turut membangunkan kota dan peradaban Madinah baik dari pelbagai aspek seperti politik, ekonomi, pendidikan dan tamadun. Baginda juga mulai menyusun serta memperkuat kekuatan kaum Muslimin melalui barisan ketenteraan dan perluasan wilayah. Impaknya Islam berjaya menempatkan kekuasaannya di seluruh negeri sekitar Madinah sehinggalah ke Mekah al-Mukaramah. Setelah Baginda berjaya menjadi seorang pemimpin yang menguasai Jazirah Arab, maka peluang untuk berniaga menjadi tidak ada (Laode Kamaludin 2010). Ini menyebabkan Rasulullah SAW hanya berfungsi sebagai pengawas dan penasihat di dalam perniagaan dan ekonomi. Nasihat-nasihat Rasulullah SAW ini didasarkan daripada al-Quran dan dijelaskan dalam hadis-hadis sehinggalah ianya menjadi peraturan yang wajib diikuti kaum Muslimin dan penduduk Arab ketika itu hingga saat ini.

Setelah menjadi Nabi baik di Mekah mahupun setelah hijrah ke Madinah transaksi perniagaan Nabi Muhammad SAW telah banyak berkurang. Adapun transaksi-transaksi yang dilakukan lebih banyak kepada pembelian daripada penjualan barang. Daripada bukti-bukti yang ada, dapat dilihat bahawa hanya terdapat tiga transaksi penjualan yang berlaku berbanding transaksi pembelian yang lebih banyak (Afzalurrahman 1997). Dari sini dapat diketahui bahawa Nabi Muhammad SAW tidak lagi aktif berniaga kerana transaksi pembelian lebih kepada penggunaan sedangkan penjualan bertujuan kepada produktiviti (perniagaan). Hal ini kerana Rasulullah SAW lebih banyak mengisi masa dalam hal-ehwal pentadbiran negara dan agama berbanding perniagaan. Segala hal ehwal perniagaan Baginda menyerahkannya kepada keluarga dan para sahabat, sedangkan Nabi berperanan sebagai pengawas dan penasihat.

Kenyataan di atas sangat sesuai dengan hadis Nabi ‘Aku tidaklah diberi wahyu untuk mengumpul kekayaan atau untuk menjadi salah seorang pedagang di antara kamu’ (HR. Tirmidzi). Hadis ini menegaskan bahawa setelah Muhammad SAW diangkat menjadi Nabi, Baginda tidak lagi memberikan tumpuan kepada perniagaan. Hal ini kerana Baginda menitikberatkan hal ehwal dakwah, pemerintahan negara dan juga peperangan. Namun demikian, Rasulullah SAW sangat menggalakkan para sahabatnya untuk berniaga. Galakan Baginda dapat dilihat melalui sabdanya yang bermaksud ‘Sembilan dari sepuluh pintu rezeki terdapat dalam perniagaan’, dalam hadis lain ‘Pedagang yang jujur lagi amanah akan bersama para nabi dan para syuhada’ (al-Tirmidzi 1987, no. hadis 1209). Selain itu, Rasulullah SAW juga melarang para sahabatnya agar tidak berhenti daripada melakukan perniagaan seperti larangan Baginda kepada Abdurrahman bin Auf dan Usman bin Affan (Afzalurrahman 1997).

Antara Sahabat Nabi yang Tetap Menjadi Peniaga

Abdurrahman bin Auff merupakan antara sahabat Nabi SAW yang paling terkenal dalam perniagaan. Beliau merupakan pedagang Mekah. Setelah menganut Islam, beliau tetap digalakkan oleh Rasulullah untuk terus berniaga dengan mengikuti tunjuk ajar Rasulullah. Hasilnya Abdurrahman bin Auff menjadi semakin kaya sehingga salah seorang sahabat bertanya “Wahai Abdurrahman!” setelah kamu menganut Islam, perniagaan kamu semakin berjaya dan kekayaan kamu bertambah banyak, jelaskan kepada kami apakah rahsianya” maka beliau menjawab “setelah aku di doakan Rasulullah SAW, aku menjadi hairan, setiap kali aku mengangkat mana-mana batu sekalipun, aku akan mendapati emas dan perak di bawahnya”. Selain itu, beliau juga menjelaskan bahawa “terdapat empat rahsia kejayaan aku dalam perniagaan iaitu: pertama; aku tidak pernah menolak keuntungan walaupun sedikit, kedua; aku tidak pernah menangguk pesanan walaupun seekor haiwan, ketiga; aku tidak mengamalkan riba ketika melaksanakan penjualan, dan keempat; aku akan sedekahkan sebahagian keuntungan yang diperoleh (Asadullah al-Faruq 2010).

Begitu juga Usman bin Affan dan Abu Bakar yang memiliki perniagaan pakaian, Umar bin Khattab yang memiliki perniagaan jagung, Amru bin Ash yang memiliki perniagaan bahan-bahan membuat pakaian dan perniagaan haiwan, Talhah dan Zubair serta beberapa sahabat yang lain tetap berniaga dan memiliki kekayaan yang banyak serta menjadi lebih kaya setelah menganut Islam (Afzalurrahman 1997). Semua sahabat Nabi ini setelah menganut Islam segera meninggalkan cara perniagaan Jahiliah sebaliknya mengikuti cara yang diajarkan Nabi Muhammad SAW. Hasilnya perniagaan mereka bertambah besar sekaligus menjadikan mereka semakin kaya. Dalam sirah Nabi para sahabat ini sering menginfakkan seluruh hartanya kepada Nabi untuk persiapan perang. Setelah pulang daripada peperangan, mereka akan memulakan perniagaan semula dan kembali kaya, bahkan lebih kaya daripada sebelumnya. Hal ini dapat dilihat seperti Abdurrahman bin Auf dan Abu Bakar Assidiq yang menyerahkan seluruh hartanya semasa peperangan Badar dan Tabuk. Malah tindakan mulia Abdurrahman bin Auf dan Abu Bakar Assidiq ini berterusan sehingga pada peperangan-peperangan yang lain (Valentino Dinsi 2007).

Kejadian ini sangat menarik kerana hal ini tidak pernah berlaku di zaman Jahiliah ataupun di zaman moden sekarang. Sekiranya difikirkan secara logik, mereka yang menganuti Islam akan menjadi miskin kerana tekanan kuat daripada pihak non-Muslim serta sering berlaku peperangan zaman tersebut. Faktor lain pula, mereka sepatutnya bertambah miskin apabila menginfakkan seluruh harta benda mereka dan menjalankan perniagaan daripada awal semula. Namun hakikatnya mereka bertambah kaya dan memiliki kedudukan yang lebih tinggi daripada sebelumnya (sebelum

masuk Islam). Hal ini kerana mereka mendapat bimbingan dan pengajaran secara langsung daripada Nabi Muhammad SAW. Hasil kajian pakar perniagaan moden menyimpulkan bahawa rahsia kejayaan perniagaan Muhammad dan para sahabat adalah kerana mereka memiliki etika dan strategi yang hebat dalam perniagaan. Etika dan strategi perniagaan ini diasaskan melalui pengalaman Muhammad semasa menjadi peniaga sebelum kenabian, malah pengalaman Baginda tersebut turut diperkuat oleh al-Quran dan hadis selepas diutus menjadi Rasul (Syarbini Amirulloh 2012).

Wahyu Sebagai Sumber Ilmu Perniagaan

Menurut Runes (1971-1994) istilah sumber atau epistemologi pertama kali digunakan oleh J.F Ferrier pada tahun 1854, seterusnya Runes menjelaskan bahawa *epistemology is the branch of philosophy which investigates the origin, structure, methods and validity of knowledge*. Tokoh lain yang cuba mendefinisikan epistemologi adalah D.W Hamlyin seperti yang dinukilkan oleh Ahmad Tafsir (2009), beliau mengatakan bahawa epistemologi merupakan sumber dan hakikat ilmu pengetahuan, asas dan andaian serta secara umum hal tersebut boleh diguna pakai sebagai penguat bahawa orang tersebut memiliki pengetahuan. Dengan demikian epistemologi boleh kita definisikan secara sederhana iaitu sumber ilmu pengetahuan atau dasar ilmu yang dimiliki oleh seseorang sehingga ianya boleh dikatakan sebagai sebuah ilmu.

Sebelum menjadi Nabi, Muhammad dikenal sebagai pemuda yang jujur dan beretika tinggi dalam setiap perniagaannya. Keunggulan strategi dan etika perniagaan Baginda ini diperoleh daripada tunjuk ajar datuknya Abdul Mutalib dan juga bapa saudara Abu Thalib yang menjadi pengasuh Baginda sejak kecil lagi. Di samping itu kebaikan akhlak dan kepandaian berniaga ini juga berasal daripada hati Baginda yang bersih dan suci di mana ketika Beliau umur 5 tahun Malaikat Jibril AS telah membelah dan membersihkan hati Baginda dengan air zam-zam (Syekh Sofiyurrahman Mubarakfuri 2013). Setelah umur mencapai 40 tahun, Baginda diangkat menjadi seorang Nabi dan Rasul terakhir menerima wahyu al-Quran sekali gus ia menjadi mukjizat kenabian dan petunjuk bagi umat Islam (al-Baqarah 2: 185).

Setelah menerima wahyu dan diutus menjadi Nabi, segala sikap, perkataan dan perbuatan Baginda adalah berasaskan bimbingan dan petunjuk wahyu Allah SWT secara langsung. Segala perintah dan larangan Allah SWT telah menjadi tanggungjawab yang wajib ditaati dan menjadi panduan hidup Baginda, sahabat dan seluruh kaum Muslimin. Begitu juga sunah Rasulullah yang merangkumi perkataan, perbuatan dan pengakuan menjadi sandaran para sahabat dan umat Islam selepas al-Quran.

Dengan demikian wahyu adalah sumber utama bagi semua ilmu dan pengetahuan yang dimiliki oleh Nabi sama ada wahyu yang disampaikan Allah SWT melalui malaikat Jibril (al-Quran) ataupun yang langsung disampaikan oleh Allah SWT kepada Nabi tanpa perantara Jibril yang disebut sebagai hadis Qudsi. Begitu juga ilmu perniagaan (*muamalah*) yang diajarkan kepada sahabat atau umat Islam yang membawa mereka kepada kejayaan perniagaan ketika itu bersumberkan daripada al-Quran dan al-Sunnah. Bagi Nabi Muhammad, sumber ilmunya (*epistemology*) adalah secara langsung daripada Allah SAW, manakala bagi umat manusia yang lain sumber ilmunya (*Islamic epistemology*) adalah wahyu dan hadis Nabi SAW.

Khun (1992) mengatakan jika dilihat dari sudut sejarah, sebenarnya ilmu perniagaan yang diterima oleh masyarakat Jahiliah setelah memeluk Islam merupakan sesuatu yang baru atau paradigma baru (*new paradigm*) dan sangat jauh berbeza dengan ilmu perniagaan yang ada pada zaman Jahiliah sebelum datangnya Islam. Pada zaman Jahiliah sumber ilmu perniagaan mereka adalah berdasarkan kepada ajaran nenek moyang yang berunsurkan kepentingan-kepentingan kebendaan mereka pada ketika itu, sedangkan cara perniagaan yang diajarkan Muhammad SAW jelas bersumber daripada wahyu Tuhan.

Dari Perniagaan Jahiliah kepada Perniagaan Islam

Masyarakat Jahiliah dikenali memiliki sifat dan sikap yang buruk dalam kehidupan seharian serta dalam perniagaan, antaranya berjudi, meminum arak, membunuh anak perempuan, berzina, menindas golongan lemah dan menghina kaum wanita serta hamba sahaya. Sifat buruk ini turut wujud dalam urusan perniagaan seperti mengurangkan timbangan, menyorok barangan, membeli barangan sebelum sampai ke pasar, mengamalkan sihir bagi meningkatkan jualan, menyembunyikan kerosakan barangan yang hendak dijual, mengamalkan riba dan lain-lain lagi (Anas Khoiruddin 2011).

Kehadiran Muhammad SAW walaupun sebelum dilantik menjadi nabi sebenarnya telah membawa warna baharu (*New colour*) dalam perniagaan Jahiliah. Rasulullah SAW sentiasa bersikap jujur, adil, ramah dan mesra kepada pembeli serta tidak pernah bersumpah dengan nama berhala meskipun etika dan akhlak sedemikian bertentangan dengan budaya (*civilization*) masyarakat Jahiliah. Akhlak perniagaan yang sedemikian terbukti telah membawa Muhammad kepada kejayaan dalam perniagaan. Namun di sisi lain kaum Quraish, mereka tidak menyukai cara Baginda berniaga dan enggan mengamalkannya (Syeikh Sofiyurrahman Mubarakfuri 2013). Dengan demikian, cara Nabi Muhammad SAW tersebut merupakan sesuatu yang baharu dalam perniagaan, namun kerana ia dilakukan oleh Baginda sahaja, maka tidak dilihat pada masa itu Baginda membawa sebuah tamadun baru. Hal ini kerana

tamadun (*hadharah*) adalah cara hidup bagi sekumpulan manusia yang menetap di sesuatu lokasi tertentu (Ibn Manzur t.th).

Semenjak peristiwa di Gua Hira' ketika Nabi Muhammad SAW dilantik menjadi Nabi dan Rasul oleh Allah SWT dan diturunkan kepadanya al-Quran sebagai wahyu, maka secara langsung memperoleh bimbingan dan petunjuk daripada Allah SWT melalui malaikat Jibril a.s. Cara hidup berasaskan wahyu ini kemudian diimani dan diikuti oleh para sahabat dan kaum Muslimin. Adapun kaum Muslimin tidak hanya mengikuti wahyu sahaja namun perkataan dan perbuatan serta pengakuan Nabi (al-Hadis) juga diambil kira tanpa sebarang keraguan. Setelah hijrah ke Madinah dan mendirikan Negara Islam yang pertama maka Islam mulai tersebar dengan cepat sehingga pada tahun ke-10 hijrah seluruh kota Madinah dan Mekah telah menjadi kekuasaan umat Islam. Dengan demikian aturan dan ajaran Islam telah tersebar ke seluruh Jazirah Arab bahkan sampai ke Syria, Rusia, Yaman, Mesir, dan kota-kota lainnya. Di kota Mekah sendiri, kehidupan masyarakat Jahiliah telah berubah sepenuhnya, baik dalam kehidupan seharian mahupun dalam urusan perniagaan dan muamalah lainnya (Ibnu Hisyam 1995).

Dengan pembukaan Jazirah Arab oleh Nabi Muhammad SAW, maka bagi Baginda dan para sahabat al-Quran dan al-Hadis adalah satu-satunya peraturan hidup (syariah) yang wajib diikuti. Begitu juga, dalam perniagaan unsur-unsur Jahiliah turut ditinggalkan dan kembali kepada al-Quran dan Sunnah seperti meninggalkan penipuan, meninggalkan riba, tidak menjual barangan yang diharamkan dan sebagainya. Jika dipandang daripada sudut *hadharah* (tamadun) maka sesungguhnya tamadun perniagaan Jahiliah telah berubah kepada tamadun baru iaitu tamadun perniagaan Islam (*Islamic business civilization*) dan ini mencipta tamadun baru (*A new civilization*).

Prinsip-prinsip Asas Perniagaan Nabi Muhammad SAW

Rasulullah SAW telah menjelaskan bahawa di dalam Islam segala perkara yang dilakukan mempunyai kayu ukur dan peraturannya (syariah). Peraturan tersebut disusun secara umum di dalam kitab (wahyu) dan dijelaskan secara terperinci di dalam hadis. Prinsip-prinsip perniagaan di dalam al-Quran antaranya adalah; pertama, saling reda-meredai, harmoni, dan melarang monopoli (al-Nisa' 4: 29); kedua, tidak ada unsur penipuan dan kecacatan di dalam kontrak (al-Baqarah 2: 282); ketiga, larangan melakukan riba (al-Baqarah 2: 275-279); keempat, adanya kesan sosial melalui sumbangan baik melalui zakat ataupun sedekah (al-Tawbah 9: 34); kelima, mengurangi timbangan merupakan satu kezaliman (Hud 11: 85) sehingga dalam praktik perniagaan, timbangan dan sukatan wajib amanah, (al-A'raf 7: 85, al-Baqarah 2: 205); keenam, adanya keadilan sosial dan melarang kerosakan dan

ketujuh, peniaga dilarang melakukan kezaliman kepada dirinya mahupun kepada orang lain (al-A'raf 7: 85, al-Baqarah 2: 205).

Syed Nawab Haidar Naqvi (1981) menjelaskan bahawa perniagaan Islam memiliki empat prinsip asas iaitu tauhid, keseimbangan (keadilan), kebebasan dan tanggung jawab. Tauhid dapat menyedarkan manusia sebagai makhluk ilahiah ataupun makhluk yang bertuhan. Oleh itu, dalam berniaga manusia tetap berada dalam pengawasan dan dalam rangka melaksanakan perintah Tuhan (ibadah) (al-Jumu'ah 62: 10). Keseimbangan dan keadilan, memberikan maksud bahawa dalam perniagaan manusia tidak dibenarkan mengambil keuntungan secara berlebih-lebihan (al-A'raf 7: 31) Selain itu pemilikan seseorang individu yang tidak terbatas sebagaimana dalam sistem kapitalis adalah tidak dibenarkan kerana dalam Islam harta mempunyai fungsi sosial yang jelas (al-Dhariyat 51: 19). Kebebasan membawa maksud bahawa manusia sebagai individu mahupun kelompok mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan kegiatan perniagaan kerana menurut Islam masalah ekonomi merupakan isu muamalah dan bukan ibadah khusus. Hal ini kerana, banyak perkara dalam perniagaan terangkum dalam kaedah umum iaitu 'semua dibenarkan kecuali ada nas yang melarang'. Contohnya riba dan penipuan adalah dilarang. Dalam perkara ini kebebasan manusia sebenarnya tidak bersifat mutlak, tetapi merupakan kebebasan terpimpin yang mempunyai unsur tanggungjawab dan keadilan. Ini kerana manusia mempunyai tanggungjawab secara langsung kepada Tuhan yang mana harta sebagai komoditi dalam perniagaan adalah amanah Tuhan yang harus dipertanggungjawabkan di hadapan Tuhan.

Imam Ibnu Taymiah dalam kitab al-Hisbah menjelaskan ada lima prinsip asas yang harus dititikberatkan dalam perniagaan iaitu pertama, amanah dalam sukatan dan timbangan (al-Mutaffifin 83: 1-3); kedua, menjauhi penipuan dan helah dalam penjualan barangan seperti menyembunyikan kecacatan barangan, berbohong dan sumpah palsu (HR. Bukhari Muslim); ketiga, mengelakkan daripada sebarang kontrak yang tidak sah (*illegal*) seperti jual beli dengan riba dan judi, jual beli *gharar*, *mulamasah* dan *najas*; keempat, berlakunya pasaran persaingan sempurna yang mana pengeluar dan pengguna sama-sama mengetahui harga serta peniaga tidak boleh membeli barangan sebelum sampai di pasar dengan tujuan boleh mendapatkan harga rendah; kelima, tidak berlaku ihtikar pada barangan penting (Sri Nawatmi 2010).

Rasulullah SAW sendiri banyak memberikan petunjuk dalam hadis-hadis tentang asas-asas perniagaan yang mesti dimiliki oleh seorang peniaga seperti; pertama, jujur dalam jual beli. Beliau bersabda 'Tidak dibenarkan seorang Muslim menjual satu jualan yang mempunyai kecacatan, kecuali ia menjelaskan kecacetannya' (Ibn

Majah 1424, no. hadis 2246). ‘Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami’ (Muslim 1376. No. hadis 146). Nabi sendiri mempraktikkan sikap jujur ini sebelum Baginda SAW diangkat menjadi nabi. Oleh kerana itu kejujuran merupakan syarat utama menjadi seorang peniaga. Prinsip kedua, prinsip keadilan sosial adalah bahagian penting yang harus diambil kira kerana Islam melarang dari sikap mengumpul harta semata-mata. Pemilikan individu tanpa mengambil kira hak orang lain adalah dilarang kerana di dalam harta peribadi seseorang, terdapat hak orang lain yang harus dikeluarkan baik dalam bentuk infaq, zakat ataupun sedekah.

Prinsip ketiga, prinsip kebebasan (*free will*) secara bertanggungjawab (*responsibility*). Kebebasan dalam berkontrak mahupun dalam berjual beli adalah digalakkan. Kebebasan yang dimaksudkan adalah setiap pihak adalah bebas dalam berkontrak (kontrak perniagaan ataupun kontrak dengan pekerja) dan memenuhi isi daripada kontrak tersebut. Begitu juga dalam jual beli setiap orang adalah bebas menjual dan membeli apa sahaja atas dasar suka sama suka dan ranpa ada paksaan serta tidak melanggar syariat seperti jual beli barang yang dilarang (seperti menjual khamar, daging babi dan riba). Manakala prinsip bertanggungjawab dapat dilihat dalam banyak perkara seperti pemberian upah pekerja yang tidak terlalu rendah serta membayar pada waktu yang dipersetujui, dan bagi pemberi pinjaman modal, pemberian balik adalah modal pokok kerana amalan kerana sistem riba atau bunga adalah bertentangan dengan prinsip kebebasan dan tanggungjawab yang dituntut. Dalam hal ini juga Islam melarang semua jenis transaksi yang tidak jelas (*alegotoris*) seperti *gharar*, *ihtikar* dan sebagainya.

Prinsip keempat, prinsip keseimbangan (*equilibrium*). Prinsip ini bermaksud seseorang peniaga tidak boleh menentukan harga atas dasar ihtikar kerana harga mestilah ditentukan berdasarkan harga pasaran (*market price*) bahkan kerajaan turut dilarang dalam penentuan harga barangan. Prinsip keseimbangan ini juga menuntut adanya kesedaran daripada peniaga untuk tidak melakukan sebarang bentuk penipuan seperti mengurangi timbangan ataupun menjual barangan yang mempunyai kerosakan keculi telah dijelaskan kekurangan barangan tersebut semasa melakukan transaksi. Prinsip kelima, prinsip kebenaran (*benevolence*). Y. Vardi (2001) menjelaskan prinsip kebenaran yang dimaksudkan adalah kebenaran universal yang mana semua aktiviti perniagaan mestilah benar menurut syariah. Menurut al-Qaradawi (1972) prinsip kebenaran menurut syariah itu mestilah tercakup dalam empat aktiviti perniagaan iaitu; pengolahan, penggunaan, kontrak jual beli, dan juga pengagihan.

Jika digabungkan prinsip-prinsip perniagaan menerusi al-Quran dan Sunnah serta praktik perniagaan sahabat Nabi tersebut maka didapati prinsip-prinsip asas perniagaan Islam sebagai berikut:

1. Asas tauhid, peniaga hendaklah menjadikan perniagaan sebagai ibadah dan yakin bahawa rezeki dalam perniagaan adalah kurniaan Allah SWT. Sesungguhnya manusia diciptakan untuk beribadah (al-Jumu'ah 62:10) dan adapun rezeki dalam perniagaan adalah sesuai ketentuan-Nya (al-Talaq 65: 2-3).
2. Asas kejujuran, ini berarti bahawa peniaga hendaklah sentiasa jujur dan tidak melakukan sebarang penipuan ketika berniaga. Allah SWT mengutuk orang-orang yang berlaku tidak adil dalam perniagaan (Hud 11: 85) seperti tindakan mengurangi timbangan dianggap sebuah tindakan kezaliman (al-Mutaffifin 83: 112). Rasulullah SAW sebagai pedagang yang jujur (*al amin*) bahkan tidak membenarkan seorang Muslim menjual suatu barangan yang terdapat cacat, kecuali dijelaskan kecacatannya kepada pembeli (Ibnu Majah 1424, no. hadis 2246).
3. Asas keadilan sosial, di mana di dalam Islam tidak dibenarkan adanya penumpukan harta pada segelintir orang sehingga praktik monopoli dilarang. Di dalam harta orang kaya terdapat hak-hak fakir miskin yang harus dikeluarkan baik dalam bentuk zakat ataupun sedekah (al-Tawbah 9: 32). Rasulullah SAW mengecam orang-orang yang bakhir serta enggan mengeluarkan zakat, bahkan Allah mengancam orang-orang seperti ini dengan kekeringan bertahun-tahun dan kelaparan (al-Bukhari 1387, no. hadis 1338).
4. Asas kebebasan (*Free Will*), maksudnya ialah jual beli hendaklah berlaku suka sama suka dan boleh dengan siapa saja selama tidak melanggar syara'. Siapapun boleh memasuki pasar dan berniaga dengan orang Islam (al-Hujarat 49: 13) asalkan perniagaannya berlaku suka sama suka dan tidak melanggar syariah (al-Nisa' 4: 29). Rasulullah SAW sendiri bekerjasama dengan Yahudi untuk menggarap sawahnya di Khaibar dengan sistem mudharabah dan baginda juga pernah menggadaikan baju besi milik-Nya kepada seorang Nasrani di pasar yang hingga beliau wafat baju besi itu belum ditebus (al-Bukhari 1387, no.hadis 2513 dan Muslim 1376, no. hadis 1603).
5. Asas tanggungjawab (*Responsibility*), seorang peniaga hendaklah menunaikan hak dan kewajibannya kepada pekerja, pengguna dan pelabur serta siapa saja yang terlibat dalam perniagaan. al-Quran menjelaskan bahawa setiap Muslim wajib memenuhi janji-janjinya (al-Ma'idah 5: 1). Rasulullah SAW memerintahkan agar bersegera membayar upah pekerja sebelum kering keringatnya (Ibnu Majah 1424, no. hadis 178), baginda juga bersabda bahwa "Menunda penuaian kewajiban (bagi yang mampu) termasuk kezholiman" (al-Bukhari 1387, no.hadis 2400 dan Muslim 1376, no. hadis 1564).
6. Asas keseimbangan (*Equilibrium*), di mana harga hendaklah ditentukan berdasarkan harga pasaran dan bukan oleh individu ataupun pemerintah. Itulah sebabnya Islam melarang praktek *monopoli* karena ia dapat merusak keseimbangan harga pasaran (al-Nisa' 4: 29). Pemerintah dilarang menetapkan

harga akan tetapi diharuskan bertindak sebagai pengawas pasar bagi memastikan pasar berlaku secara adil dan tidak berlaku sembarang penipuan termasuklah monopoli. Rasulullah sendiri menolak untuk turut campur dalam penentuan harga dengan sabdanya “Sesungguhnya Allah-lah yang menentukan harga, yang menahan dan melapangkan rezeki (Abu Daud 1427, no.hadis 3451, al-Tirmidzi 1987, no. hadis 1314, Ibnu Majah 1424, no. hadis 2200).

7. Asas kebenaran (*al-Shidqah*), asas kebenaran dalam perniagaan bermaksud ia dilaksanakan menurut syariat Islam. Asas kebenaran dalam perniagaan ialah asas syariah (al-Quran dan al-Sunnah). Oleh itu, perniagaan hendaklah dijalankan dengan cara-cara yang benar dan bersama orang-orang yang benar (al-Tawbah 9: 119).
8. Asas tolong-menolong (*Ta'awun*), di mana saling tolong-menolong dan saling memudahkan dalam perniagaan adalah digalakkan. Setiap Muslim wajib saling tolong-menolong dalam kebajikan dan takwa, dan melarang tolong-menolong dalam berbuat dosa dan kerosakan (al-Ma'idah 5: 2) dan perniagaan termasuk dalam perkara kebajikan. Dalam perniagaan dilarang berbuat dosa seperti penipuan dan praktik riba kerana ini dapat menyebabkan kerosakan dan pertikaian dalam perniagaan. Muslim itu bersaudara dan Allah SWT akan selalu menolong hamba-hamba-Nya, selama hamba itu suka menolong saudaranya (al-Bukhari 1387, no. hadis 2442 dan Muslim 1376, no. hadis 2580).

Kelapan-lapan prinsip inilah yang menjadi acuan Rasulullah SAW dan para sahabatnya dalam perniagaan. Cara-cara berniaga ini dipraktikkan dengan baik oleh para sahabat dan telah menjadi tamadun baru (*new civilization*) dalam masyarakat muslim di Madinah mahupun di Mekah. Setelah Rasulullah SAW meninggal, prinsip-prinsip perniagaan dan etika perniagaan ini masih terus diguna pakai sebagai satu garis panduan yang harus ditaati oleh para sahabat dan kaum Muslimin di seluruh dunia ketika itu, bahkan sahabat Umar bin Khattab ketika menjadi Amiril Mu'minin dengan tegas melarang sesiapa sahaja sama ada lelaki mahupun wanita untuk daripada memasuki pasar sekiranya tidak mengetahui peraturan-peraturan (*prinsip asas*) perniagaan tersebut (Y. Vardi 2001).

KESIMPULAN

Berdasarkan huraian di atas, jelas bahawa Islam sebagai *way of life* kerana memberikan ajaran yang lengkap dan universal tentang perniagaan melalui wahyu (al-Quran) dan praktik perniagaan Muhammad SAW. Perniagaan yang diajarkan Muhammad SAW bersumberkan daripada wahyu Allah SWT, dan Hadis sehingga sesuai digunakan oleh semua generasi. Selain itu, kehadiran Nabi Muhammad SAW yang mampu mengubah secara keseluruhan cara berniaga bangsa Arab iaitu dari cara Jahiliah kepada cara-cara berniaga Islam merupakan suatu perubahan tamadun

kerana ia telah merubah cara hidup sebuah kelompok di sesebuah tempat. Cara-cara perniagaan Nabi Muhammad SAW. ini sangat sesuai digunakan pada zaman kini kerana boleh menyelamatkan para peniaga daripada etika dan strategi yang salah dalam berniaga. Hal ini kerana perniagaan tidak hanya bertujuan mengejar keuntungan di dunia sahaja tetapi yang lebih penting adalah untuk keselamatan di akhirat kelak. Selain mengikuti sunnah berniaga mengikut Rasulullah SAW, cara berniaga ini juga telah terbukti menjadikan Muhammad SAW sebagai peniaga yang berjaya, malah kejayaan Baginda diikuti oleh para sahabat sehingga sama-sama turut berjaya kerana mengamalkan cara-cara berniaga menurut syaria Islam.

RUJUKAN

al-Quran

- Abu Muhammad Abdul Malik Ibnu Hisyam ibnu Ayyub al-Humairy. 1955. *al-Sirah al-Nabawiyah*. Mesir: Ummul Quro University.
- Abu Dawud Sulaiman bin al-As-asy. 1427. *Sunan Abi Dawud*, Cet.II, Riyad: Maktabah al-Ma'aarif Lin-Nasr Wattaauzi'.
- Adiwarman Karim. 2002. *Ekonomi Islam, Suatu Kajian Ekonomi Makro*. Jakarta: The International Institute of Islamic Thought.
- Afzalurrahman. 1997. *Muhammad as a Trader*. Jakarta: Yayasan Swarna Bhumy.
- Aghnides, Nicolas P. 1981. *Introduction to Mohammedan Law and A bibliography*. Laho: Sang-e-Meel Publications.
- Ahmad Tafsir. 2009. *Filsafat Umum Akal dan Hati Sejak Thales Sampai Capra*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Anas Khoiruddin. 2011. *Sejarah Bangsa Arab Pra Islam*, ww.docstoc.com [26 Juli 2011].
- Asadullah al-Faruq. 2012. *Rahasia Sukses Dagang Muhammad dan Abdurrahman bin Auf*. Bandung: as-Salam Publishing.
- Ataul H.P. 2002. Islam and Development Revisited with Evidences From Malaysia. *Islamic Economic Studies* 10(1): 105-117.
- al-Bukhari, Muhammad Ibnu Ismail. 1387. *Sahih al-Bukhari*. India: Maktabah Rahmaniyyah.

- Ibni Majah, Muhammad Bin Yazid al-Qazwiniy as-Syahir bi. 1424. *Sunan Ibnu Majah*, Cet. II. Riyadh: Daar ul Ma'arif Linnasyri Wattaauzi'.
- Khun, Thomas S. 1970. *The Structure of Scientific Revolution*. International Encyclopedia of Unified Science. Vol. 2(2): University Chicago Press.
- Laode Kamaludin dan Aboza M. Richmuslim. 2010. *Cerdas Bisnis Cara Rasulullah*. Jakarta: Richmuslim Adikarya Bangsa.
- Muhammad Abdul Mun'im al-Jamal. 1992. *Mausu'atu al-Iqtishadi al-Islami*. Kairo: Darul Kitab.
- Mohd, S. M. 1976. Kamus Istilah Islamiah Sanusi. Kota Bharu: Syarikat Dian Sdn. Bhd.
- Muslim, Ibnu Hajjaj al-Qurasyi . 1376. *Sahih Muslim*. India: Maktabah Rasyidiyah.
- al-Qaradawi, Yusuf. 1972. *al-Halal wa-al-Haram fi al-Islam*. Beirut: al-Maktab al-Islami
- Syarbini Amirullah. 2011. *Muhammad Sebagai Bisnisan Ulung*. Jakarata: PT. Elek Media Komputindo.
- Sri Nawatmi. 2010. *Etika Bisnis Islam*. *Journal Etika Bisnes* 9 (1): 55-56.
- Syeikh Sofiyurrahman al-Mubarakfuri. 2013. *Sirah Nabi ar-Rahiq al-Makhtum*. Selangor: Kemilau Publika Sdn. Bhd.
- Syed Nawab Haidar Naqvi. 1981. *Ethics and Economics: An Islamic Synthesis*. United Kingdom: Islamic foundation.
- al-Tirmidzi. 1987. Kitab al-Buyu' Abu Isa Muhammad Ibnu isa ibnu Surah al-Tirmidzi. Delhi-India: Maktabah Rasyidiyah.
- Valentino Dinsi. 2007. *Rahasia Kaya dan Sukses Abdurrahman bin Auf*. Jakarta: as-Salam.
- Y. Vardi. 2001. The effects of organizational and ethical climate as on misconduct at work. *Journal of Business Ethics* 29(4): 325.

