

**ETIKA KOMUIKASI BISNIS DALAM AL-QURAN**  
**(Kajian Terhadap Ayat-ayat Muamalah Dalam Tafsir Al-Mishbah)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh**

**NUR FAHRESI**  
**NIM. 411206652**  
**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**  
**BANDA ACEH**  
**1439 H / 2018 M**

## SKRIPSI

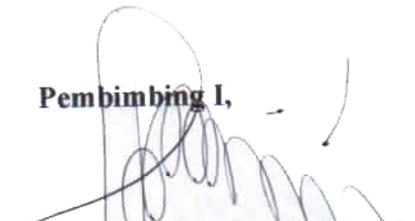
**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh  
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelara Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Oleh**

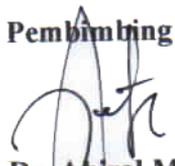
**NUR FAHRESI  
NIM. 411206652**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing I,**

  
**Drs. H. A. Karim Syeikh, M. A.**  
**NIP. 195504201982031002**

**Pembimbing II,**

  
**Dr. Abizal M. Yati, Lc. M. A.**  
**NIP.**

**SKRIPSI**

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry  
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai  
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Diajukan Oleh**

**NUR FAHRESI  
NIM. 411206652**

**Pada Hari/Tanggal**

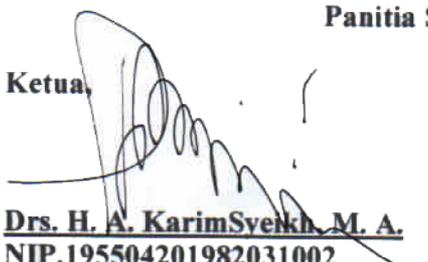
**Jum'at, 12 Januari 2018M  
24 Rabi'ul Akhir 1439H**

**di**

**Darussalam-Banda Aceh**

**Panitia Sidang Munaqasyah**

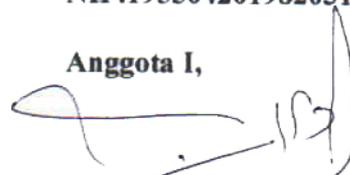
**Ketua,**

  
**Drs. H. A. Karim Syekh, M. A.**  
NIP.195504201982031002

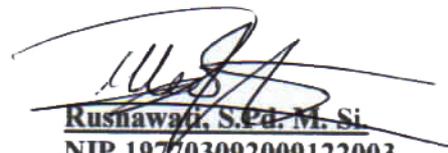
**Sekretaris,**

  
**Dr. Abizal M. Yati, Lc. M. A.**  
NIP.

**Anggota I,**

  
**Ade Irma, BHSc. M. A.**  
NIP.197309212000032004

**Anggota II,**

  
**Rusnawati, S.Pd. M. Si.**  
NIP.197703092009122003

**Mengetahui,  
/ Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry**



  
**Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd.**  
NIP.19641210 198412 2 001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Nur Fahresi

NIM : 411206652

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 20 Desember 2017



Menyatakan,

Nur Fahresi

NIM. 411206652

## KATA PENGANTAR

### بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Alhamdulillah rabbil `alamin segala puji bagi Allah swt yang telah menganugerahkan nikmat Islam dengan Rahmat dan Hidayah-Nya. Shalawat beriringan salam senantiasa selalu tercurahkan kepada Habiballah wa Rasulullah, nabi kita Muhammad saw. Yang telah membawa perubahan bagi umat di dunia dan menjadi suri tauladan bagi umatnya. Semoga kita selalu mengikuti sunnahnya di dunia dan mendapat syafaatnya di akhirat kelak.

Alhamdulillah, penulisan skripsi ini tidak mungkin dapat selesai tanpa doa dan rahmat yang Allah Allah berikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Terima kasih penulis ucapkan kepada orang-orang yang selama ini selalu berada disisi penulis dan memberi dorongan semangat serta motivasi kepada penulis untuk terus berjuang dalam menyelesaikan skripsi tanpa ada kata menyerah. Semoga Allah swt memberikan balasan yang terbaik untuk semuanya. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Dr. Kusmawati M.Pd, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Drs. Juhari Hasan, M.Si selaku Wakil Dekan I, Dr. Jasafat M.A. selaku Wakil Dekan II, dan Drs. Baharuddin, M.Si selaku Wakil Dekan III.

2. Dr. Hendra Syahputra, ST.MM, selaku ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) . Anita, S. Ag., M. Hum selaku sekretaris Jurusan KPI.
3. Drs. H. A. Karim Syeikh, M. A sebagai pembimbing I dan Dr. Abizal Muhammad Yati, Lc. M. A sebagai pembimbing II yang dengan ikhlas telah membimbing penulis dan penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu memberi rahmat kepada keduanya.
4. Ade Irma , B. H. Sc., M. A sebagai penguji I dan Rusnawati, S. Pd., M. Si sebagai penguji II. Semoga Allah SWT selalu memberi rahmat kepada keduanya.
5. Yusri. M. LIS selaku pembimbing Akademik yang selama ini telah membimbing saya selama masa perkuliahan. Semoga Allah SWT membalas semua jasanya.
6. Orang tua tercinta, ayahanda Zul Akli dan ibunda Cut Nurbiah yang selalu mendoakan. Semoga keduanya selalu dalam naungan cinta kasih Ilahi. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Kakak tercinta Ainal Safwani yang selalu berada di sisi penulis suka maupun duka. Selalu memberikan semangat baik dari segi jasmani maupun rohani. Serta selalu mendoakan untuk perjuangan ini dan juga kemudahan dan kelancaran penulisan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan, khususnya jurusan KPI-K angkatan 2012 unit 07. Kepada sahabat penulis Rauzatul Jannah, Irma Suryani, Asmadi, Novi Sara, Muizatun Hasanah dan juga kepada teman-teman yang lain. Serta

seluruh Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, khususnya Jurusan KPI semua angkatan.

8. Teman-teman Komunitas Radio Assalam yang ikut serta memberi dukungan atas penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman KPM yang juga ikut menyemangati untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk masukan berupa kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Wassalamu`alaikum Warahmatullahi Wabarakuh.

Banda Aceh, 27 Desember 2017

Penulis

Nur Fahresi

## DAFTAR ISI

### LEMBARAN PENGESAHAN

### LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>viii</b>

<b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Masalah.....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Kajian Terdahulu .....	9
<b>BAB II: KAJIAN TEORETIS</b> .....	<b>13</b>
<b>A. Dasar-dasar Komunikasi Bisnis</b> .....	<b>13</b>
1. Pengertian Komunikasi Bisnis .....	13
2. Bentuk Dasar Komunikasi .....	15
3. Keterampilan Komunikasi Bisnis .....	18
4. Proses Komunikasi.....	19
5. Munculnya Kesalahpahaman Komunikasi.....	20
6. Fungsi Komunikasi Dalam Berbisnis .....	22
7. Etika Komunikasi Dalam Berbisnis .....	25
<b>B. Al-Quran</b> .....	<b>30</b>
1. Fungsi dan Tujuan Al-Quran .....	30
2. Metode Penafsiran Al-Quran .....	31
3. Metode Penafsiran Quraish Shihab .....	37
<b>C. Muamalah</b> .....	<b>39</b>
1. Ruang Lingkup Muamalah.....	39
2. Transaksi Dalam muamalah.....	40
<b>D. Teori Yang Digunakan</b> .....	<b>44</b>
<b>BAB III: METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>52</b>
A. Fokus dan Ruang Lingkup Penelitian .....	52
B. Jenis Penelitian.....	52
C. Sumber Penelitian .....	55
D. Teknik Pengumpulan Data.....	55

E. Teknik Analisis Data .....	56
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
A. Ayat-ayat yang berkaitan dengan etika komunikasi bisnis dalam Al-Quran.....	57
B. Penafsiran ayat-ayat tersebut menurut pengarang tafsir Al-Mishbah .....	63
C. Etika komunikasi bisnis yang terkandung dalam ayat-ayat tersebut .....	92
<b>BAB V: PENUTUP .....</b>	<b>120</b>
A. Kesimpulan .....	120
B. Saran.....	125

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## ABSTRAK

Al-Quran merupakan rujukan bagi umat Islam dalam menjalankan kehidupan. Karena di dalam Al-Quran terdapat banyak sekali pelajaran bagi umat Islam dalam bersosialisasi dengan umat Islam lainnya. Al-Quran juga mengajarkan tentang bermuamalah seperti bagaimana cara mencari harta dan memeliharanya, yakni dengan jalan perniagaan atau berbisnis serta etika-etika komunikasi dalam berbisnis. Dengan demikian maka di dalam Al-Quran telah terkandung semua aspek ajaran tentang kehidupan. Penelitian dengan judul “*Etika Komunikasi Bisnis Dalam Al-Quran Kajian Terhadap Ayat-ayat Muamalah Dalam Tafsir Al-Mishbah*” dengan tujuan untuk memaparkan ayat-ayat yang berkenaan dengan etika komunikasi bisnis di dalam Al-Quran, mengetahui bagaimana penafsiran ayat-ayat tersebut menurut pengarang tafsir Al-Mishbah serta etika apa saja yang terkandung dalam ayat-ayat tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Al-Quran yang merujuk pada Ensiklopedian Al-Quran dan Tafsir Al-Mishbah karangan M. Quraish Shihab. Sumber data lainnya (sekunder) diperoleh melalui buku-buku yang ditemukan di perpustakaan serta jurnal-jurnal yang relevan dengan penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sangat banyak ayat-ayat yang memaparkan tentang etika komunikasi bisnis di dalam Al-Quran. Yakni, terdapat 21 surat dan 43 ayat. Yang mana ayat-ayat tersebut menjelaskan tentang bagaimana seharusnya komunikasi bisnis itu dilakukan dalam proses transaksi bisnis dengan etika-etika yang terkandung di dalamnya, seperti etika yang menfokuskan pada pesan-pesan Ilahiyah, menghindari transaksi riba, mengandung sikap murah hati, berlaku jujur, tanggung jawab dan adil, serta yang terakhir kerja dab tidak meminta-minta. Kemampuan memahami etika-etika tersebut akan menuntut manusia kepada komunikasi yang lebih efektif dalam proses transaksi bisnis. Sehingga, bisnis dapat berjalan lancar dan komunikasi yang terjadi dapat dikatakan efektif.

Kata kunci: Etika Komunikasi Bisnis, Al-Quran, Tafsir Al-Mishbah.

## **ABSTRACT**

Al-Quran is a reference for Muslims in living life. Because in the Qur'an there are many lessons for Muslims in socializing with other Muslims. Al-Quran also teaches about get you started like how to find property and maintain it, that is by trade or business and communication ethics in the business. Thus, in the Qur'an has contained all aspects of the doctrine of life. The study entitled "The Ethics of Business Communication in Al-Quran Review of the Verses of get you started in interpretation Al-Mishbah" with the aim of exposing verses pertaining to business communication ethics in the Qur'an, knowing how the interpretation of the verses the author of the Al-Mishbah commentary and any ethics contained in those verses. The research method used is qualitative research method. The primary data source in this research is Al-Quran which refers to the Qur'anic encyclopedia and interpretation Al-Mishbah by M. Quraish Shihab. Other data sources (secondary) are obtained through books found in libraries and journals that are relevant to the research. The results of this study indicate that very many verses that describe the ethics of business communication in the Qur'an. Namely, there are 21 letters and 43 verses. The verses describe how the business communication should be done in the process of business transactions with the ethics contained in it, such as ethics that focuses on the Divine messages, avoiding usury transactions, containing generosity, honest, responsibility answer and just, and the last work and do not beg. The ability to understand these ethics will require people to communicate more effectively in the business transaction process. Thus, business can run smoothly and communication that happened can be said to be effective.

**Keywords:** Business Communication Ethics, Al-Quran, interpretation Al-Mishbah.

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh Tentang Pembimbing Skripsi

Lampiran 2 : Daftar Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Al-Quran Al-Karim memperkenalkan dirinya dengan berbagai ciri dan sifat. Salah satu diantaranya adalah bahwa ia merupakan kitab yang keotentikannya dijamin oleh Allah dan ia adalah kitab yang selalu dipelihara. Al-Quran memiliki sekian banyak fungsi. Di antaranya adalah menjadi bukti kebenaran nabi Muhammad SAW. Bukti kebenaran tersebut dikemukakan dalam tantangan yang sifatnya bertahap.<sup>1</sup> Salah satu petunjuk tersebut bahwa Al-Quran memberikan arahan kepada manusia untuk melakukan transaksi jual beli dengan cara yang baik. Transaksi ini merupakan sebuah pekerjaan yang selalu dikerjakan manusia dalam kehidupan demi kelangsungan hidupnya.

Disamping itu Al-Quran mengajarkan bahwa mencari rezeki adalah mencari karunia Allah atau melaksanakan perintah-Nya. Umat Islam diperintahkan melakukan usaha produktif, seperti menanam pohon, membuka tanah mati, melakukan kegiatan yang menghasilkan jasa bagi orang lain, seperti bertukang, mengajar, berdagang dan lainnya. Dalam menjalankan usaha tersebut harus diperhatikan norma halal dan haram. Mengaitkan usaha mencari rezeki dari karunia Allah diharapkan memberi tambahan harapan dan optimisme karena Dia adalah Yang Maha Kaya dan Maha Pengasih kepada

---

<sup>1</sup>M. Quraish Syihab, *Membumikan AlQuran (Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat)*, (Bandung: Mizan Media Utama, 1992), hal. 26, 36&37.

hamba-Nya. Di samping itu, mengaitkan kerja mencari rezeki dengan Allah juga supaya tidak melakukan penipuan, pemerasan dan perampasan terhadap hak orang lain, supaya menjaga diri untuk hanya mau mengambil rezeki yang halal.<sup>2</sup>

Dalam Islam hal ini telah dijelaskan dalam Al-Quran. Oleh karena itu, Al-Quran bukan sekedar wahyu yang melangit, tapi wahyu itu menjadi kitab pegangan dan menjadi rujukan yang membumi.<sup>3</sup> Segala perkara yang berupa perintah maupun larangan wajib dipatuhi, baik dari segi *ibadah* atau *muamalah*. Semua itu demi kemaslahatan manusia di dunia dan di akhirat kelak. Dalam perkara muamalah tentu saja memiliki aturan-aturan yang harus dijalani. Itu merupakan bagian dari etika bermuamalah, seperti jual beli yang merupakan bisnis yang sering dijalankan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini dijelaskan dalam QS. An-Nisa: 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan berniaga yang berdasarkan kerelaan di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh diri kamu. Sesungguhnya Allah terhadap kamu Maha Penyayang.” (QS. An-Nisa’: 29).*

---

<sup>2</sup>Bustanuddin Agus, *Agama dalam Kehidupan Manusi (Pengantar Antropologi Agama)*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2006), hal. 236.

<sup>3</sup>Dody Syihab, *Al-Quran Hidup 24 Jam*, (Jakarta: Penerbit Aldi Prima, 2010), hal. 50.

Muhammad Quraish Shihab menjelaskan<sup>4</sup> melalui ayat di atas Allah mengingatkan, *wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan yakni memperoleh harta yang merupakan sarana kehidupan kamu, di antara kamu dengan jalan yang batil*, yakni tidak sesuai dengan tuntunan syariat, *tetapi hendaklah kamu memperoleh harta itu dengan jalan perniagaan yang berdasarkan kerelaan di antara kamu*, kerelaan yang tidak melanggar ketentuan agama. Karena harta benda mempunyai kedudukan di bawah nyawa, bahkan terkadang nyawa dipertaruhkan untuk memperoleh atau mempertahankannya, maka pesan ayat di atas selanjutnya adalah *dan janganlah kamu membunuh diri kamu sendiri*, atau membunuh orang lain secara tidak hak karena orang lain adalah sama dengan kamu dan bila kamu membunuhnya kamu pun terancam dibunuh, *sesungguhnya Allah terhadap kamu Maha Penyayang*.

Penggunaan kata makan untuk melarang perolehan harta secara batil dikarenakan kebutuhan pokok manusia adalah makan. Kalau makan yang merupakan kebutuhan pokok itu terlarang memperolehnya dengan batil, maka tentu lebih terlarang lagi, bila perolehan dengan batil menyangkut kebutuhan sekunder apalagi tertier.

Syaikh M. Abdul Athi Buhairi juga menjelaskan<sup>5</sup> Al-Quran telah menjelaskan mengenai perintah taqwa kepada Allah dan benar dalam ucapan

---

<sup>4</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Quran*, (Jakarta: Penerbit Lentera Hati, 2002), hal. 411-412.

dan perbuatan. Hal ini dijelaskan dalam *QS. At-Taubah: 119*. Yang mana dalam seruan ini, Allah menghadapkan kaum mukminin kepada hal yang akan membawa kebaikan, baik di dunia maupun di akhirat.

Allah menyeru kepada mereka dua perkara. *Pertama*, bertakwa kepada Allah dalam ucapan dan perbuatan. *Kedua*, selalu tetap pada kebenaran dan menjadi orang yang benar. Sifat *shiddiq* akan berdampak pada kesuksesan di dunia sebelum nantinya merasakan kesuksesan di akhirat, karena ia akan menjadi penolong dalam kesulitan. Jika ia sebagai pedagang maka ia akan beruntung dengan dagangannya, jika ia seorang produsen maka manusia akan menyukai produknya dan akan memuliakan muamalahnya. Jika ia seorang dokter maka akan banyak yang berdatangan dan jika ia seorang fakir maka manusia akan mengulurkan tangan untuk membantunya, membantunya dengan harta, ungkapan dan perbuatan.

Islam tidak membatasi kehendak seseorang dalam mencari dan memperoleh harta selama yang demikian tetap dilakukan dalam prinsip umum yang berlaku, yaitu halal dan baik.<sup>6</sup> Salah satunya dengan melakukan bisnis seperti jual beli, hutang-piutang dan bisnis-bisnis lainnya. Dalam hal jual beli barang yang diperjualbelikan harus barang yang nyata dan bukan barang yang tidak diketahui wujudnya dan termasuk jenis barang yang di dalamnya terkandung manfaat yang tidak diharamkan oleh Allah SWT dan bukan dengan jalan riba, karena riba merupakan musibah yang besar, penyakit yang

<sup>5</sup>Syaikh M. Abdul Athi Buhairi, *Tafsir Ayat-ayat (Yaa Ayyuhal-ladziina Aamanuu)*, (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2005), hal. 61&66.

<sup>6</sup> Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiqh*, Ed. 1 Cet. 2, (Jakarta: Citapustaka Media, 2003), hal. 182.

berbahaya, virus yang ganas dan pembunuh yang sadis. Riba menumbuhkan sikap seorang manusia untuk tidak merasa perlu dengan pemberian Allah yang diberikan kepadanya.<sup>7</sup>

Dalam melakukan jual beli harus dengan rasa suka sama suka dan bebas dari penipuan juga pengkhianatan. Ini merupakan prinsip pokok dari suatu transaksi.<sup>8</sup> Dalam proses transaksi bisnis hendaklah menggunakan komunikasi yang baik seperti mengucapkan perkataan yang benar,<sup>9</sup> dan jauhilah perkataan-perkataan dusta.<sup>10</sup>

Menurut Kats, komunikasi bisnis adalah adanya pertukaran ide, pesan dan konsep yang berkaitan dengan pencapaian serangkaian tujuan komersil.<sup>11</sup> Dan karena manusia pada umumnya melakukan bisnis untuk kebutuhan hidup, maka dalam menjalankan komunikasi bisnis tidak boleh melanggar norma-norma yang berlaku dalam dunia bisnis. Norma-norma tersebut disesuaikan dengan etika komunikasi bisnis yang dijelaskan dalam Al-Quran. Namun, praktiknya saat ini tidak sesuai dengan etika komunikasi bisnis yang terdapat dalam Al-Quran, seperti suka menimbun-nimbun barang, penipuan pada timbangan dan tidak sungkan melakukan transaksi riba. Hal ini

---

<sup>7</sup> Syaikh Ali Ahmad Al Jurjawi, *Hikmah Dibalik Hukum Islam (Bidang Muamalah)*, Buku 2, (Jakarta: Penerbit Buku Islami, 2003), hal. 183.

<sup>8</sup> Amir Syarifuddin, *Garis-garis besar*,...,hal. 194.

<sup>9</sup> Lihat QS. *An-Nisa'* (4): 9.

<sup>10</sup> Lihat QS. *Al-hajj* (15): 30.

<sup>11</sup> Zuhdi Umar Farouk, *Komunikasi Bisnis, Pemahaman Secara Mudah*, (Yogyakarta: Wahana Totalita Publisher, 2010).

biasanya terjadi dalam bisnis jual beli, dan untuk melancarkan usahanya mereka sering melakukan dua *aqad* sekaligus dalam satu barang. Misalnya, “Jika anda membayar kontan saya berikan baju ini seharga Rp. 40.000, akan tetapi jika anda mengangsur (kredit) harganya Rp. 90.000”. Ketika hal itu terjadi maka sudah keluar dari etika jual beli. Karena dalam satu barang hanya satu *aqad*, lalu bagaimana jika terjadi dua *aqad*? Ini menjadi sebuah pertanyaan, karena ini kerap terjadi dalam proses jual beli.

Orang yang terjun ke dunia usaha berkewajiban mengetahui hal-hal yang dapat mengakibatkan jual beli itu sah atau tidak (*fasid*). Ini dimaksudkan agar *muamalah* berjalan sah dengan segala sikap dan tindakannya jauh dari kerusakan yang tidak dibenarkan. Diriwayatkan, bahwa Umar r.a. berkeliling pasar dan ia memukul sebagian pedagang dengan cambuk seraya berkata: “Janganlah berjualan di pasar kami kecuali orang yang pandai (mengetahui) dan jika tidak maka ia memakan *riba*, mau atau enggan.<sup>12</sup> Ini berarti seseorang yang tidak mengetahui sah atau tidaknya jual beli bisa mengakibatkan mereka terjerumus dalam praktek *riba*, baik itu karena disengaja atau karena dia tidak menyadarinya padahal ia tidak berkeinginan melakukannya.

Tak sedikit kaum muslimin yang mengabaikan mempelajari *muamalah*, mereka melalaikan aspek ini, sehingga tak peduli kalau

---

<sup>12</sup> Imam Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin 3*, (Semarang: CV Asy Syifa' Semarang, 1997), hal. 217.

mereka memakan barang haram, sekalipun semakin hari usahanya kian meningkat dan keuntungan semakin banyak. Sikap semacam ini merupakan kesalahan besar yang harus diupayakan pencegahannya, agar semua orang yang terjun ke dunia ini dapat membedakan; mana yang boleh dan baik dan menjauhkan diri dari segala yang syubhat sedapat mungkin.<sup>13</sup>

Semakin luas bisnis tersebut maka lebih besar tekanannya untuk menemukan cara komunikasi yang efektif dalam keberhasilan bisnis. Karena kalau bisnis besar maka tanggung jawab menjadi besar, masalah yang timbul bertambah banyak, karyawan yang harus dibina semakin beragam, pengelolaan keuangan semakin rumit. Kalau sudah begini kondisinya, ketentraman batin pun bisa terganggu.<sup>14</sup> Untuk hal ini pun tentu saja tidak boleh menyimpang dari hukum yang sudah ditetapkan dalam Al-Quran. Karena, tujuan bermuamalah adalah untuk kemaslahatan dan bukan untuk kemudharatan. Seperti yang telah dipaparkan dalam tafsir Al-Mishbah terhadap *QS. An-Nisa: 29*, bahwa untuk memenuhi kebutuhan pokok Allah melarang manusia melakukan muamalah dengan cara yang batil apalagi untuk memenuhi kebutuhan lainnya.

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk mengkaji tentang ayat-ayat yang berkaitan dengan *Etika Komunikasi Bisnis dalam Al-Quran*

---

<sup>13</sup>Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, (Bandung: Penerbit PT Al-Ma'arif, 1996), hal. 46.

<sup>14</sup>Siti Najma, *Bisnis Syariah dari Nol (Langkah Jitu Menuju Kaya, penuh berkah, dan bermakna)*, (Jakarta: Penerbit Hikmah, 2008), hal. 136.

*(Kajian Terhadap Ayat-ayat Muamalah dalam Tafsir Al-Mishbah).*

Dengan harapan penelitian ini dapat bermanfaat untuk memperdalam pengetahuan tentang menjalankan bisnis yang sesuai dengan etika komunikasi bisnis yang terdapat dalam Al-Quran.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Apa saja ayat-ayat Al-Quran yang berkaitan dengan etika komunikasi bisnis?
2. Bagaimana penafsiran ayat-ayat tersebut menurut pengarang Tafsir Al-Mishbah?
3. Etika Komunikasi Bisnis apa sajakah yang terkandung dalam ayat-ayat Al-Quran tersebut?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui ayat-ayat Al-Quran yang berkaitan dengan komunikasi bisnis.
2. Untuk mengetahui penafsiran ayat-ayat tersebut berdasarkan Tafsir Al-Mishbah.
3. Untuk mengetahui etika komunikasi bisnis apa saja yang terkandung dalam ayat-ayat Al-Quran tersebut.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara teoretis, dapat memberikan pemahaman baru dalam konteks komunikasi bisnis khususnya etika komunikasi bisnis dalam Al-Quran.

Disamping itu dapat dijadikan referensi atau literatur dalam menambah pengetahuan dalam perkembangan ilmu komunikasi bisnis.

2. Secara praktis, kajian ini dapat digunakan, khususnya dalam ranah ilmu komunikasi, umumnya disemua bidang bidang yang relevan dengan penelitian ini. selain itu juga sebagai upaya dalam menghidupkan kembali semangat para peneliti lainnya untuk melakukan riset komunikasi berbasis Al-Quran.

### **E. Kajian Terdahulu**

Secara teknis telah ada kajian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang ingin penulis teliti seperti:

1. Jurnal ilmiah *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil* karya Fitri Amalia mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2013. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana konsep dan penerapan etika bisnis Islam bagi pelaku usaha kecil. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konsep etika bisnis Islam serta bagaimana implementasinya bagi para pelaku usaha kecil sehingga nantinya diharapkan hasil resume penelitian ini dapat dijadikan sebuah framework atau model bagi para pelaku usaha lainnya. Penelitian yang dilakukan berupa deskriptif menggunakan studi literatur serta meresume hasil riset sebelumnya. Hasilnya menunjukkan bahwa Kampong Kreati, Bazar Madinah dan Usaha Kecil di Lingkungan UIN Jakarta telah menerapkan etika bisnis Islam, baik oleh pengusaha maupun karyawannya. Dalam

menjalankan usaha dan kegiatan, para pelaku usaha telah memahami dan mengimplementasikan prinsip atau nilai-nilai Islam dengan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits. Implementasi etika bisnis Islam ini meliputi empat aspek: prinsip, manajemen, marketing/iklan dan produk/harga.<sup>15</sup>

2. Jurnal Ilmiah *Transaksi Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Toko Baju Mas Bro Langensari Banjar Ciamis Jawa Barat)*

karya Umi Hafifah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto tahun 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah transaksi penjualan yang dilakukan sesuai dengan etika bisnis Islam. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research), dengan jenis penelitiannya adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang dimaksudkan untuk mendeskripsikan suatu situasi atau kondisi yang bersifat fakta. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil secara umum bahwa transaksi penjualan yang dilakukan oleh Toko Baju Mas Bro ini belum sesuai dengan yang diharapkan. Sedangkan perspektif etika bisnis Islamnya bisa dilihat dari aktivitas kesehariannya

---

<sup>15</sup> Fitri Amalia, *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, Naskah diterima: 10 Oktober 2013, direvisi: 12 November 2013, disetujui: 20 November 2013, hal. 116.

yang selalu menerapkan nilai dan etika yang sesuai dengan prinsip-prinsip penjualan dalam Islam.<sup>16</sup>

Kajian terdahulu yang telah dijelaskan di atas memiliki kesamaan dengan kajian yang akan penulis kaji. Kajian terdahulu pada poin pertama memiliki kesamaan pada bagian mengkaji tentang etika yang berhubungan dengan bisnis dan merujuk pada Al-Quran, meskipun tidak pada bidang yang sama yakni dibidang ilmu komunikasi dan perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya. Karena kajian yang akan diteliti dalam skripsi ini memfokus pada etika komunikasi bisnis yang terkandung dalam Al-Quran yaitu terhadap ayat-ayat *muamalah* yang berhubungan dengan transaksi bisnis, bagaimana komunikasi bisnis yang seharusnya diaplikasikan oleh pelaku bisnis dalam kehidupan sehari-hari, sehingga bisnis berjalan sesuai yang direncanakan dan tentunya dengan menggunakan komunikasi yang baik dan benar.

Kajian terdahulu pada poin kedua juga memiliki kesamaan serta perbedaan. Persamaanya terletak pada bagian mengkaji tentang etika bisnis Islam dalam transaksi penjualan yang termasuk kedalam salah satu kegiatan bermuamalah, meskipun tidak pada bidang yang sama, yaitu di bidang ilmu komunikasi. Perbedaannya terdapat pada fokus penelitiannya. Karena kajian yang diteliti pada skripsi ini memfokuskan pada etika komunikasi bisnis yang terkandung dalam Al-Quran. Yakni terhadap ayat-ayat muamalah yang

---

<sup>16</sup> Umi Hafifah, *Transaksi Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Toko Baju mas Bro Langensari Banjar Ciamis Jawa Barat)*, IAIN Purwokerto, 2015, hal. xvi.

berhubungan dengan interaksi bisnis. Bagaimana komunikasi bisnis yang seharusnya diterapkan oleh pelaku bisnis dalam kehidupan sehari-hari.

## BAB II

### KAJIAN TEORETIS

#### A. Dasar-dasar Komunikasi Bisnis

##### 1. Pengertian komunikasi bisnis

Istilah komunikasi telah banyak ditulis dengan menekan pada fokus yang beragam. Keragaman pengertian tersebut disebabkan perbedaan perspektif dalam melihat komunikasi sebagai fenomena sosial. Sebuah definisi singkat dibuat oleh Harold D. Laswell seperti yang dikutip oleh Hafied Cangara bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya”.<sup>17</sup> Paradigma Laswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Jadi berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media dan menimbulkan efek tertentu<sup>18</sup>.

Menurut Himstreet dan Baty dalam *Business Communications: Principles and Methods* yang dikutip oleh Djoko Purwanto, komunikasi

---

<sup>17</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu...* hal. 19.

<sup>18</sup>Onong Ucjhana Effendy, *Ilmu Komunikasi...* hal. 7.

merupakan suatu proses pertukaran informasi antarindividu melalui suatu system yang biasa (lazim), baik dengan symbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan. Sementara itu menurut Bovee, komunikasi adalah suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan.<sup>19</sup>

Lalu apa itu komunikasi bisnis? Menurut Lawrence D. Brennan pengertian bisnis sendiri adalah suatu struktur yang dinamis dari pertukaran gagasan, perasaan dan usaha bersama untuk mendapat keuntungan. Suatu bisnis hanya dapat berlangsung jika melibatkan dua orang atau lebih dalam melakukan interaksi dan komunikasi. Bisnis dapat dilakukan oleh perseorangan, namun demikian pada umumnya bisnis dilakukan oleh suatu badan (organisasi), yakni bentuk kerjasama dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>20</sup>

Secara sederhana dapat dikemukakan bahwa yang dimaksud dengan komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam dunia bisnis, seorang komunikator yang baik disamping harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik, juga harus mampu menggunakan alat atau media komunikasi yang ada untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada pihak

---

<sup>19</sup> Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2006), hal. 3.

<sup>20</sup> Suganda priyatna dan Evanaro ardianto, *Tujuh Pilar Komunikasi Bisnis*, (Bandung: Wiyapadadjaran, 2009), 24-25.

lain secara efektif dan efisien, sehingga tujuan penyampaian pesan-pesan bisnis dapat tercapai.<sup>21</sup>

Bidang komunikasi bisnis meliputi pengiriman dan penerimaan pesan-pesan dalam suatu organisasi, di antara dua orang, di antara kelompok atau dalam satu hingga beberapa bidang untuk mempengaruhi perilaku organisasi. Pada akhirnya, seluruh organisasi bisnis merupakan suatu ajakan yang alami dan menggambarkan upaya untuk mempengaruhi perilaku komunikasi.<sup>22</sup>

## **2. Bentuk Dasar Komunikasi**

Pada dasarnya, ada dua bentuk dasar komunikasi yang sering digunakan dalam dunia bisnis, yaitu:

### **a. Komunikasi verbal**

Komunikasi verbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang lazim digunakan dalam dunia bisnis untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada pihak lain baik secara tertulis maupun lisan. Dalam dunia bisnis dapat dijumpai bermacam-macam contoh komunikasi verbal, seperti membuat dan mengirim surat pengantar barang ke suatu perusahaan, membuat dan mengirim surat penawaran barang kepada pihak lain, membuat dan mengirim surat konfirmasi barang kepada pelanggan,

---

<sup>21</sup> Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 4.

<sup>22</sup> Yuyun Wirasmita, *Komunikasi Bisnis dan Profesional*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998), hal. 4-5.

membuat dan mengirim surat penerimaan kerja dan masih banyak contoh lainnya.<sup>23</sup>

Suatu penelitian yang menggunakan kalangan bisnis sebagai respondennya menunjukkan bahwa kaum bisnis menggunakan sebagian besar waktunya untuk mendengarkan (45%) dan berbicara (30%). Mereka menggunakan sisa waktunya untuk membaca (16%) dan menulis (9%). Hasil penelitian juga mengindikasikan bahwa kalangan bisnis menggunakan tulisan dan bicara untuk mengirim pesan. Sedangkan untuk menerima pesan dengan mendengar serta membaca.<sup>24</sup>

#### b. Komunikasi nonverbal

Bentuk komunikasi yang paling dasar dalam komunikasi bisnis adalah komunikasi nonverbal. Menurut teori antropologi, sebelum manusia menggunakan kata-kata, mereka telah menggunakan gerakan-gerakan tubuh sebagai alat untuk komunikasi dengan orang lain. Ada beberapa macam komunikasi nonverbal, yakni bahasa isyarat, ekspresi wajah, menggunakan sandi, menggunakan symbol-soimbol, pakaian seragam, warna dan intonasi suara. Pendek kata, dalam komunikasi nonverbal orang dapat mengambil

---

<sup>23</sup> Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 5.

<sup>24</sup> Sri Astuti Pratminingsih, *Komunikasi Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hal. 7.

suatu kesimpulan tentang berbagai macam perasaan orang, baik rasa senang, sedih, benci, cinta, maupun berbagai perasaan lainnya.<sup>25</sup>

Komunikasi nonverbal memiliki peranan penting dalam komunikasi bisnis, terutama dalam menyampaikan perasaan dan emosi, mendeteksi kecurangan atau kejujuran dan menegaskan kejujuran tersebut. Komunikasi nonverbal juga penting artinya bagi pengirim dan penerima pesan, karena sifatnya yang efisien. Selain itu komunikasi nonverbal memiliki kelebihan lainnya, yakni lebih dapat dipercaya. Dalam komunikasi verbal, seseorang dapat dengan mudah mengontrol atau memanipulasi kata-kata yang digunakan. Namun, tidak demikian halnya dengan komunikasi nonverbal karena sifatnya yang lebih spontan.<sup>26</sup>

Komunikasi nonverbal tentunya memiliki tujuan, yaitu memberi informasi, mengatur alur percakapan, ekspresi emosi, memberi sifat melengkapi pesan-pesan verbal, mempengaruhi orang lain dan mempermudah tugas khusus. Dalam dunia bisnis komunikasi nonverbal dapat membantu menentukan kredibilitas dan potensi kepemimpinan seseorang. Jika dapat belajar mengelola kesan yang dibuat dengan bahasa isyarat, karakteristik atau ekspresi wajah, suara dan penampilan, maka seseorang akan dapat melakukan komunikasi dengan baik. Dengan kata lain,

---

<sup>25</sup> Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 8.

<sup>26</sup> Sri Astuti Pratminingsih, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 7.

seorang manager (pemimpin) dalam suatu organisasi bisnis juga harus dapat menjadi seorang komunikator yang baik.<sup>27</sup>

### **3. Keterampilan Komunikasi Bisnis**

Komunikasi yang efektif sangat bergantung pada keterampilan seseorang dalam mengirim dan menerima pesan. Secara umum untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis, seseorang dapat menggunakan tulisan maupun lisan, sedangkan untuk menerima pesan-pesan bisnis, seseorang dapat menggunakan pendengaran dan bacaan.

#### **a. Berbicara dan Menulis**

Pada umumnya, untuk mengirim pesan-pesan bisnis, orang lebih senang berbicara, karena komunikasi lisan relatif lebih mudah. Bagi para pelaku bisnis, penyampaian pesan-pesan bisnis secara tertulis relatif lebih jarang dilakukan. Namun, bukan berarti komunikasi secara tertulis tidak penting. Pesan-pesan yang sangat penting dan kompleks, lebih tepat disampaikan secara tertulis.

#### **b. Mendengar dan Membaca**

Dalam menyampaikan informasi perlu diingat bahwa komunikasi yang efektif adalah komunikasi dua arah. Orang-orang yang terlibat dalam dunia bisnis cenderung lebih suka memperoleh atau

---

<sup>27</sup> Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 9-10.

mendapatkan informasi daripada menyampaikan informasi. Untuk melakukan hal tersebut, maka memerlukan keterampilan mendengar dan membaca yang baik.<sup>28</sup>

Adapun menurut Marihot Manulang dalam bukunya *Pengantar Komunikasi Bisnis*, keterampilan komunikasi bisnis tidak hanya mendengar membaca dan menulis, tetapi ada beberapa lainnya seperti percakapannya harus menarik, memiliki kemampuan dalam wawancara dan memiliki kemampuan berdiskusi dengan kelompok kecil.<sup>29</sup>

#### **4. Proses Komunikasi**

Bovee dan Thil menjelaskan proses komunikasi dalam bukunya *Business Communication Today, 6e*, yang terbagi atas enam tahapan, yaitu:

- a. Pengirim mempunyai suatu ide/gagasan
- b. Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan
- c. Pengirim menyampaikan pesan
- d. Penerima menerima pesan
- e. Penerima memberi tanggapan dan umpan balik kepada pengirim<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 6.

<sup>29</sup> Marihot Manullang, *Pengantar Komunikasi Bisnis*, (Bandung: Citapustaka Media, 2014), hal. 2.

<sup>30</sup> Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 11-13.

## 5. Munculnya kesalah pahaman komunikasi

### a. Masalah dalam mengembangkan pesan

Dalam mengembangkan pesan terdapat juga beberapa masalah seperti keraguan isi pesan, asing dengan situasi yang ada atau masih asing dengan audiens, pertentangan emosi dan sulit mengkspresikan ide atau gagasan. Sehingga, seringkali terjadi seseorang dihinggapi rasa ragu-ragu antara ya atau tidak, benar atau salah, disampaikan atau ditahan dan sejenisnya dalam mengambil keputusan.

### b. Masalah dalam menyampaikan pesan

Masalah dalam menyampaikan pesan yang paling jelas terkait dengan sarana fisik untuk berkomunikasi. Misalnya, terdapat sambungan kabel yang kurang baik pada *sound system*-nya, kualitas suara *sound system* yang kurang baik, lampu yang tiba-tiba padam, audiens terhalang oleh pilar, Salinan surat yang tidak terbaca dan masih banyak hal lainnya.

### c. Masalah dalam menerima pesan

Dalam menerima pesan ada beberapa masalah yang dihadapi, yakni adanya persaingan antara penglihatan dan suara, kursi yang tidak nyaman, lampu kurang terang dan kondisi lainnya yang mengganggu konsentrasi audiens. Misalnya, manakala Anda sedang mewawancarai pelamar kerja, terdengar suara tabuhan gamelan di seberang bangunan yang kebetulan juga berdampingan dengan tempat wawancara kerja.

d. Masalah penafsiran pesan

Ada beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya masalah penafsiran pesan. Pertama, perbedaan latar belakang. Dalam hal ini coba pahami pandangan orang lain yang kadang kala tidak bersesuaian dengan persepsi yang Anda bangun sendiri. Kedua, perbedaan penafsiran kata. Hal ini sering kali terjadi karena majemuknya latar belakang budaya yang ada. Tiga, perbedaan reaksi emosional.<sup>31</sup>

Menurut Sri Astuti Pratminingsih dalam bukunya *Komunikasi Bisnis*, munculnya kesalah pahaman komunikasi dapat disebabkan karena adanya hambatan komunikasi baik secara verbal atau nonverbal. Dari segi verbal terdapat beberapa hambatan, yaitu kesalahan pemilihan kata, kurangnya pembendaharaan kosakata, kesalahan penulisan atau pengucapan dan perbedaan level antara pengirim dan penerima.<sup>32</sup> Sedangkan hambatan nonverbalnya adalah perbedaan persepsi, perbedaan kepentingan, perbedaan pengetahuan tentang topik yang dikomunikasikan, keterlibatan emosi, kurangnya intropeksi, kesalahan dalam menilai penampilan, pesan yang disampaikan kurang jelas dan yang terakhir hanya mendengarkan secara pasif.

---

<sup>31</sup> Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 13-16.

<sup>32</sup> Sri Astuti Pratminingsih, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 8-9.

## 6. Fungsi Komunikasi Dalam Berbisnis

Komunikasi memegang peranan penting dalam segala aktivitas manusia termasuk dalam masalah bisnis. Sebuah kegagalan dalam aktivitas bisnis banyak disebabkan karena kurang tertatanya komunikasi bisnis yang dilakukan oleh para pelaku bisnis.

Sutrisna Dewi menjelaskan<sup>33</sup> urgensi komunikasi dalam aktivitas bisnis dapat dilihat dari fungsi-fungsi komunikasi yang meliputi beberapa hal, yaitu:

### a. Informatif

Pimpinan dan anggota organisasi membutuhkan banyak sekali informasi untuk menyelesaikan tugas-tugas mereka. Informasi tersebut berkaitan dengan upaya organisasi untuk mencapai tujuannya.

### b. Persuasif.

Komunikasi berfungsi mengajak orang lain mengikuti untuk menjalankan ide/gagasan atau tugas. Semakin baik komunikasi yang digunakan, maka semakin mudah kita mempengaruhi/mengajak orang lain untuk bekerja sama.

Persuasif merupakan suatu usaha mengubah sikap, kepercayaan atau tindakan audiens untuk mencapai suatu tujuan. Secara sederhana, persuasif yang efektif adalah kemampuan untuk menyampaikan suatu

---

<sup>33</sup> Sutrisna Dewi, *Komunikasi Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), hal. 21, 23.

pesan dengan cara yang membuat audiens (pembaca atau pendengar) merasa mempunyai pilihan dan membuatnya merasa setuju. Persuasif yang efektif mencakup beberapa komponen penting, yaitu menetapkan kredibilitas, membuat kerangka argumentasi audiens, menghubungkan audiens dengan hal-hal yang logis dan memperkuat posisi anda dengan penggunaan bahasa yang baik dan tepat.

c. Integratif.

Dengan adanya komunikasi, maka organisasi yang terbagi menjadi beberapa bagian atau departemen akan tetap merupakan satu kesatuan yang utuh dan terpadu.<sup>34</sup> Sama halnya dengan banyak bangsa di dunia dewasa ini diguncang oleh kepentingan-kepentingan tertentu karena perbedaan etnis dan ras. Komunikasi seperti satelit dapat dimanfaatkan untuk menjembatani perbedaan-perbedaan itu dalam memupuk dan memperkuat persatuan bangsa.<sup>35</sup> Oleh karena itu, komunikasi merupakan penyatu dari banyaknya perbedaan yang menciptakan perpecahan dalam sebuah organisasi, bangsa bahkan dalam lingkup bisnis.

---

<sup>34</sup> Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, Edisi Keempat, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2011), hal. 164&165.

<sup>35</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi (Edisi Kedua)*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hal. 71.

#### d. Pengendalian.

Komunikasi berfungsi sebagai pengatur dan pengendali organisasi. Tanpa komunikasi sebuah organisasi bagai atap tanpa tiang sebagai penyangga atau seperti gembok tanpa kunci dalam mengatur dan mengendalikan sebuah organisasi agar berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang diinginkan, maka komunikasi merupakan remote control dalam sebuah organisasi. Jika komunikasi yang terjalin efektif, maka akan efektif pula aktivitas organisasi yang dijalankan.

Selain fungsi-fungsi di atas, komunikasi bisnis juga memiliki beberapa tujuan yang menunjang keberhasilan aktivitas bisnis, yaitu menyelesaikan masalah juga membuat keputusan dan mengevaluasi perilaku.<sup>36</sup> Tujuan lainnya dalam komunikasi bisnis yaitu pemenuhan kebutuhan barang dan jasa dalam masyarakat yang diperlukan untuk meningkatkan taraf hidupnya. Dalam kegiatan bisnis ini memiliki tujuan sendiri yaitu sebagai usaha untuk mendapatkan laba.<sup>37</sup>

Komunikasi juga menjadi sebuah jembatan antara komunikastor dengan komunikan untuk menjaga keharmonisan. Komunikator yang baik tentu akan selalu dapat menjaga hubungan persahabatan yang baik dengan audiens sehingga komunikasi dapat berjalan lancar. Dan mencapai

---

<sup>36</sup>Dan B Curtis. dkk, 2000, *Komunikasi Bisnis dan Profesional...* hal. 6.

<sup>37</sup>Suganda Priyatna dan Evinaro Ardianto, *Tujuh pilar...* hlm. 22, 48.

tujuannya. Seorang komunikator yang baik juga akan menghormati dan berhasil memberi kesan yang baik kepada audiens.<sup>38</sup>

## **7. Etika Komunikasi Dalam Bisnis**

Etika merupakan pusat komunikasi. Etika komunikasi merupakan pertimbangan kebenaran atau kesalahan tindakan komunikasi tertentu. Kapanpun seseorang mencari perubahan efek dalam suatu organisasi atau dalam suatu hubungan dengan orang lain, dimensi etis yang ada harus dipertimbangkan. Pertanyaan-pertanyaan berikut menggambarkan persoalan yang terlibat.

- a. Apakah permintaan merupakan manfaat jangka panjang organisasi?
- b. Apakah permintaan merupakan minat terbaik pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi?
- c. Apakah semua pihak memiliki informasi dan pemahaman yang diperlukan untuk membuat pilihan yang diinformasikan?
- d. Apakah informasi itu benar/berdasarkan kenyataan?

Pada komunikasi etis, jawaban untuk semua pertanyaan di atas adalah “ya”. Jawaban tersebut berada di antara pertanyaan etis yang muncul saat komunikasi bisnis ditransaksikan. Membohongi dan menyembunyikan kebenaran bukanlah hal yang etis jika kebenaran itu dapat mencegah orang lain

---

<sup>38</sup> Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 17.

dari penggunaan hak pilih terhadap serangkaian pilihan. Antara etika dan komunikasi terdapat hubungan yang bersifat melekat. Selain memutuskan hal-hal yang efisien, efektif dan diinginkan dalam interaksi komunikasi, komunikator bisnis yang berterus terang akan memilih hal-hal apa yang dianggap etis.<sup>39</sup>

Mustaq Ahmad, 2001, dalam bukunya yang berjudul *Etika Bisnis Dalam Islam*, menyatakan bahwa dalam ajaran Islam terdapat enam etika dasar yang berhubungan dengan bisnis dan perdagangan. Keenam etika bisnis tersebut adalah kerja, Jujur, kebebasan dalam usaha ekonomi, keadilan dan perlindungan, murah hati dan yang terakhir berdagang bukan riba. Pendapat Ahmad ini menjadi penting dan menarik karena menempatkan kerja sebagai etika bisnis nomor satu. Manusia hidup di dunia ini harus bekerja, tidak boleh meminta-minta. Karena mengemis itu bukan pekerjaan.<sup>40</sup>

Di antara agama-agama yang ada di dunia, Islam adalah satu-satunya agama yang menjunjung tinggi nilai kerja. Ketika masyarakat dunia pada umumnya menempatkan kelas pendeta dan kelas militer ditempat yang tinggi, namun Islam sangat menghargai orang-orang yang berilmu, petani, tukang, pengrajin dan pedagang. Karena dalam Al-Quran terdapat banyak seruan

---

<sup>39</sup> Dan B Curtis. dkk, *Komunikasi Bisnis...* hal. 20-21.

<sup>40</sup> Sentot Imam Wahjono, *Bisnis Modern*, (yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal. 15.

mengenai keutamaan usaha atau bekerja dan dorongan atasnya. Bahkan di jadikan siang untuk mencari penghidupan.<sup>41</sup>

Selanjutnya kejujuran yang merupakan poin penting dalam dunia bisnis. Seorang pengusaha harus bersikap jujur, baik dalam berbicara maupun bertindak. Jujur ini perlu agar berbagai pihak percaya terhadap apa yang akan dilakukan. Tanpa kejujuran, usaha tidak akan maju dan tidak dipercaya konsumen atau mitra kerjanya.<sup>42</sup> Selain itu, kejujuran juga akan mempertemukannya dengan Allah dengan wajahnya seperti bulan pada malam purnama.<sup>43</sup>

Mencari rezeki tidaklah dilarang bahkan dianjurkan. Dalam mencari rezeki pun diberi kebebasan dalam usaha ekonomi, selama usaha yang dijalankan tidak menyimpang. Sebagaimana hadist Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh At-Tarmaidzi dari Shakhr Al-Ghamidi, ia berkata Rasulullah SAW pernah berdoa, “*Ya Allah berkatilah umatku pada waktu pagi mereka*”.<sup>44</sup> Tidak berdosa pula untuk mencari karunia Allah dari perniagaan.<sup>45</sup>

Keadilan dan perlindungan juga merupakan pokok penting dalam sebuah bisnis dan perdagangan. Dengan tidak adanya keadilan dapat

---

<sup>41</sup> Lihat QS. An-Naba' (78): 11.

<sup>42</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), hal. 21-22.

<sup>43</sup> Imam Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin ...* hal. 206.

<sup>44</sup> Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Tarmidzi, Seleksi Hadist Shahih Dari Kitab Sunan Tarmidzi*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006), hal. 6.

<sup>45</sup> Lihat QS. Al-Baqarah (2): 198.

menyebabkan kerugian pada sebelah pihak, seperti penimbunan (ihtikar). Seorang penjual makanan menimbun makanan dengan sebab menanti mahal nya harga ini merupakan sebuah kezaliman.<sup>46</sup> Sebagaimana Hadist Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh At-Tarmidzi dari Said Bin Musayyid, dari Ma'ar bin Abdullah bin Nadhlah, ia berkata, aku pernah mendengar Rasulullah SAW bersabda: *“Tidaklah menimbun barang (agar terjual mahal) kecuali orang yang salah”*.<sup>47</sup>

Dalam menjalankan bisnis juga sangat diperlukan sikap murah hati, karena sikap murah hati akan menuntun untuk saling membantu satu sama lain. Pengusaha secara moral harus sanggup membantu berbagai pihak yang memerlukan bantuan. Sikap ringan tangan ini dapat ditunjukkan kepada masyarakat dalam berbagai cara. Pengusaha yang terkesan pelit akan dimusuhi oleh banyak orang.<sup>48</sup>

Allah telah mengharamkan riba dengan keras dalam berbisnis atau berdagang, karena berdagang bukanlah riba. Sehingga, wajib memelihara diri dari padanya atas para tukang tukar uang yang berkecimpung pada emas dan perak dan orang-orang yang bekerja di makanan karena tidak ada riba kecuali pada uang dan makanan. Juga wajib atas tukang tukar uang untuk menjaga diri

---

<sup>46</sup> Imam Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin ...* hal. 240.

<sup>47</sup> Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Tarmidzi ...* hal. 49.

<sup>48</sup> Kasmir, *Kewirausahaan ...* hal. 21-22.

dari nasi'ah (riba karena penundaan waktu bayar hutang) dan fadhl (riba karena menambah barang penukar dari barang yang ditukar).<sup>49</sup>

Selain etika yang tersebut di atas, masih ada beberapa etika komunikasi bisnis lainnya, yaitu saling menguntungkan. Prinsip ini mengajarkan bahwa dalam bisnis para pihak harus merasa untung dan puas. Etika ini pada dasarnya mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis. Seorang penjual ingin memperoleh keuntungan dan pembeli ingin memperoleh barang yang bagus dan memuaskan, maka sebaiknya bisnis dijalankan dengan saling menguntungkan<sup>50</sup> dan ini tergantung pada komunikasi yang terjalin. Oleh karena itu, dalam berbisnis atau berniaga pegangang harus mendeskripsikan barang dagangan yang akan dibeli oleh konsumen. Jika barang memiliki cacat, maka harus mengatakan secara terus terang. Hal ini semata-mata demi keuntungan bersama.

Ada beberapa etika dalam mencari keuntungan. *Pertama*, mewajibkan aktivitas perdagangan dengan landasan keimanan dan ketakwaan. Keimanan adalah landasan motivasi dan tujuan, sedangkan ketakwaan adalah landasan operasionalnya. *Kedua*, memiliki komitmen yang tinggi untuk melaksanakan zikir dan bersyukur. Zikir dimaksudkan sebagai kesadaran akan peran dan kehadiran Allah dalam proses kegiatan bisnis. Sementara syukur dimaksudkan sebagai kesadaran untuk berterimakasih kepada Allah atas prestasi yang diraih.

---

<sup>49</sup> Imam Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin ...* hal. 228.

<sup>50</sup> Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Rasulullah, Walisongo: Juenal Penelitian Sosial Keagamaan, 2011, Volume 19*, hal. 150-151.

*Ketiga*, berjiwa bersih dan mau bertaubat. *Keempat*, memiliki antusiasme yang tinggi dalam menjalankan *amar ma'ruf nahi munkar*.<sup>51</sup> Karena dengan begitu maka termasuk orang-orang yang mendapat keuntungan.<sup>52</sup>

Selain itu, bisnis yang sukses menurut Al-Quran adalah bisnis yang membawa keuntungan pada pelakunya dalam dua fase kehidupan, yaitu yang fana dan terbatas yakni dunia, sekaligus kehidupan yang abadi dan tidak terbatas yakni akhirat. Hal ini merupakan tindakan yang bijaksana bagi pelaku bisnis apabila tidak hanya mengejar dunia saja.<sup>53</sup>

Dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa menurut Al-Quran ada korelasi positif antara sikap keberagamaan dengan perolehan keuntungan dalam berbisnis. Korelasi tersebut dapat dirasakan apabila logika yang digunakan adalah logika Islami yang menekankan visi pengabdian sebagai tujuan kehidupan untuk mencapai keridhaan Allah SWT.

## **B. Al-Quran**

### **1. Fungsi dan Tujuan Al-Quran**

Al-Quran merupakan petunjuk utama bagi manusia untuk mencapai kehidupan di dunia dan di akhirat. Di dalamnya terkandung dasar-dasar hukum

---

<sup>51</sup> M. Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah*, (Antasari Pers: Banjarmasin, 2010), hal. 43-46.

<sup>52</sup> Lihat QS. Ali Imran (3): 104.

<sup>53</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami*, (UIN-Malang Pers: Malang, 2008), hal. 207.

yang mengatur segala aspek kehidupan manusia. Sementara itu, ada sebagian orang yang menganggap bahwa Al-Quran itu hanya memuat masalah-masalah yang berhubungan dengan peribadatan, kerohanian dan hubungan manusia dengan Allah saja. Pendapat ini tidak saja keliru tetapi juga berlawanan dengan Al-Quran itu sendiri.<sup>54</sup>

Tidak diragukan lagi bahwa tujuan utama Al-quran adalah menegakkan sebuah tata masyarakat yang adil, berdasarkan etika dan dapat bertahan di muka bumi ini. Apakah individu yang lebih penting sedang masyarakat adalah instrumen yang diperlukan di dalam penciptaannya atau sebaliknya, itu hanya merupakan masalah akademis karena tampaknya individu dengan masyarakat tidak dapat dipisahkan.<sup>55</sup> Tujuan terpenting Al-Quran adalah kesempurnaan dan kemuliaan manusia. Akibatnya, seruan tak putus-putusnya bagi nurani penganutnya ditemukan di dalamnya, bahwa suatu organisasi kemasyarakatan harus didirikan. Jadi, Al-Quran adalah tuntunan ibadah dan tatanan sosial.<sup>56</sup>

## **2. Metode Penafsiran Al-Quran**

Abu Hayyan mendefinisikan tafsir sebagai ilmu yang membahas tentang cara pengucapan lafazh-lafazh Al-Quran, indikator-indikatornya,

---

<sup>54</sup> Darwis Hude, dkk, *Cakrawala Ilmu Dalam Al-Quran*, (Jakarta: Penerbit Pustaka Firdaus, 2002), hal. 2&3.

<sup>55</sup> Fazlul Rahman, *Tema Pokok Al-Quran*, (Bandung: Penerbit Pustaka, 1996), hal. 54&55.

<sup>56</sup> J.M.S. Baljon, *Tafsir Quran Muslim Modern*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1996), hal. 55.

masalah hukum-hukumnya baik yang independen maupun yang berkaitan dengan yang lain, serta tentang makna-maknanya yang berkaitan dengan kondisi struktur lafazh yang melengkapinya.<sup>57</sup> Dalam berbagai tulisan para ahli tafsir modern akan dijumpai keberatan terhadap pendapat yang telah ada. Yang pertama dan yang paling banyak adalah postulat gerakan pembaruan yang berpendapat bahwa setiap orang diperkenankan mengungkapkan makna kitab suci.<sup>58</sup>

Terdapat beberapa metode penafsiran Al-Quran yang digunakan oleh para ulama tafsir seperti metode penafsiran *tahlili* dan *maudhu'i*. Metode penafsiran tahlili yaitu menafsirkan ayat demi ayat sesuai dengan susunannya dalam setiap surah.<sup>59</sup> Metode *tahlili* atau yang menurut Muhammad Baqir Sadr sebagai metode *tajzi'i (al-ittijah at-tajzi'iy)* adalah suatu metode penafsiran yang berusaha menjelaskan Al-Qur'an dengan menguraikan berbagai seginya dan menjelaskan apa yang dimaksudkan oleh Al-Qur'an. Seorang mufassir menafsirkan Al-Qur'an sesuai dengan tertib susunan Al-Qur'an mushaf Utsmani, menafsirkan ayat demi ayat kemudian surah demi surah dari awal surah *Al-Fatihah* sampai akhir surah *Al-Nas*.<sup>60</sup>

---

<sup>57</sup> Syaikh Manna Al-Qaththan, *Pengantar Studi Ilmu Al-Quran*, (Jakarta: Pustaka A-Kautsar, 2006), hal. 409.

<sup>58</sup> J.M.S. Baljon, *Tafsir Quran ...* hal. 25.

<sup>59</sup> M. Quraih Shihab, *Tafsir Al-Mishbah...* hal. viii

<sup>60</sup> Akhmad Arif Junaidi, *Pembaruan Metodologi Tafsir al-Qur'an (Studi atas Pemikiran Tafsir Kontekstual Fazlur Rahman)*, (Semarang : Gunung Jati, 2001), hal. 27.

M. Baqir Hakim<sup>61</sup> menjelaskan tentang tafsir Mawdu'i bahwa istilah mawdu'i (tematis) memiliki tiga macam arti, yaitu:

- a. "Objektivitas" berlawanan dengan "subjektivitas" (adz-dzatiyah) dan "berada dalam ruang" (at-tahiyuz). Istilah "objektivitas" 'mawdu'i' digunakan dengan makna ini. Maka, dia adalah sikap amanah dan konsisten dalam pembahasan ini, serta sikap berpegang teguh pada ketentuan-ketentuan ilmiah yang berlandaskan kepada realitas peristiwa dalam membahas setiap perkara dan kejadian yang sama, tanpa terpengaruh sedikitpun dengan perasaan dan pendirian pribadinya. Pengertian istilah mawdu'i seperti ini adalah benar bahkan diharuskan pada kedua metode tafsir, baik metode mawdu'i maupun metode tajzi'i.
- b. Memiliki makna melalui pembahasan dari tema yang merupakan peristiwa nyata yang dikembalikan kepada ayat-ayat Al-Quran untuk mengetahui pendirian peristiwa nyata tersebut. Karena itulah, seorang mufasir yang menggunakan metodologi tafsir mawdu'i harus memusatkan perhatiannya pada tema-tema yang berkaitan dengan kehidupan, akidah sosial dan fenomena alam.
- c. Terkadang tafsir mawdu'i dimaksudkan untuk menyebutkan apa-apa yang dinisbatkan kepada suatu tema; saat seorang mufasir memilih tema tertentu, kemudian mengumpulkan ayat-ayat Al-Quran yang berkaitan dengan tema tersebut dan menafsirkannya, serta berusaha

---

<sup>61</sup> M. Baqir Hakim, *Ulumul Quran*, (Jakarta: Al Huda, 2006), hal. 508-509.

menyimpulkan pandangan Al-Quran dari ayat-ayat yang berkaitan dengan tema tersebut.

Dalam menerapkan metode tafsir mawdu'i, M. Quraish Shihab menjelaskan ada beberapa langkah yang harus ditempuh,<sup>62</sup> yaitu:

- a. Menetapkan masalah yang dibahas
- b. Menghimpun ayat-ayat yang berkaitan dengan masalah tersebut.
- c. Menyusun runtutan ayat sesuai dengan masa turunnya, disertai pengetahuan tentang *asbab al-nuzulnya*.
- d. Memahami korelasi ayat-ayat tersebut dalam surahnya masing-masing
- e. Menyusun pembahasan dalam kerangka yang sempurna (out-line).
- f. Melengkapi pembahasan dengan hadis-hadis yang relevan dengan pokok pembahasan.
- g. Mempelajari ayat-ayat tersebut secara keseluruhan dengan jalan menghimpun ayat-ayatnya yang mempunyai pengertian yang sama atau mengompromikan antara yang 'am (umum) dan yang khash (khusus), mutlak dan muqayyad (terikat) atau yang pada lahirnya bertentangan, sehingga kesemuanya bertemu dalam satu muara, tanpa perbedaan atau pemaksaan.

Beberapa catatan dalam rangka pengembangan metode tafsir mawdu'i dan langkah-langkah yang diusulkan di atas, yaitu:

---

<sup>62</sup> M. Quraish Shihab, *Membumikan Ak-Quran (Fungsi dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat)*, (Bandung: Mizan, 2013), hal. 176-179.

- a. Penetapan masalah yang dibahas. Ini berarti, mufasir mawdu'i diharapkan agar terlebih dahulu mempelajari problema-problema masyarakat atau ganjalan-ganjalan pemikiran yang dirasakan sangat membutuhkan jawaban Al-Quran, misalnya petunjuk Al-Quran menyangkut kemiskinan, keterbelakangan, penyakit dan sebagainya. Dengan demikian, corak dan metode penafsiran semacam ini memberi jawaban terhadap problema masyarakat tertentu di lokasi tertentu dan tidak harus memberi jawaban terhadap mereka yang hidup sesudah generasinya, atau yang tinggal di luar wilayahnya.
- b. Menyusun runtutan ayat sesuai dengan masa runtutan, yaitu hanya dibutuhkan dalam upaya mengetahui perkembangan petunjuk Al-Quran menyangkut persoalan yang dibahas, apalagi bagi mereka yang berpendapat ada *nasikh* dan *mansukh* dalam Al-Quran. Bagi mereka yang bermaksud menguraikan satu kisah atau kejadian, maka runtutan yang dibutuhkan adalah runtutan kronologis peristiwa.
- c. Metode ini tidak mengharuskan uraian tentang kosakata, kesempurnaannya dapat dicapai apabila sejak dini sang mufassir berusaha memahami arti kosakata ayat dengan merujuk kepada penggunaan Al-Quran sendiri. Hal ini dapat dinilai sebagai perkembangan dari tafsir *bi al-ma'tsur*, yang pada hakikatnya merupakan benih awal dari metode mawdu'i.
- d. Perlu digaris bawahi bahwa walaupun dalam langkah-langkah tersebut tidak dikemukakan menyangkut sebab *nuzul*, tentunya hal ini tidak

dapat diabaikan sebab *nuzul* mempunyai peranan yang sangat besar dalam memahami ayat-ayat Al-Quran. Hanya saja hal ini tidak dicantumkan di sana karena ia tidak harus dicantumkan dalam uraian, tetapi harus dipertimbangkan ketika memahami arti ayat-ayatnya masing-masing. Bahkan hubungan antara ayat yang biasanya dicantumkan dalam kitab-kitab tafsir yang menggunakan metode analisis, tidak pula harus dicantumkan dalam pembahasan, selama ia tidak mempengaruhi pengertian yang akan ditonjolkan.

Rosihon Anwar<sup>63</sup> juga menjelaskan klasifikasi tafsir, yaitu *bi Al-Ma'tsur* dan *bi Ar-Ra'yi*. Yaitu:

a. Tafsir bi Al-Ma'tsur

Tafsir bi Al-Ma'tsur adalah penafsiran Al-Quran yang mendasarkan pada penjelasan Al-Quran sendiri, penjelasan Rasul, penjelasan para sahabat melalui *ijtihadnya* dan *aqwal* tabi'in. Jadi, bila merujuk pada definisi di atas ada empat otoritas yang menjadi sumber penafsiran *bi Al-Ma'tsur*. *Pertama*, Al-Quran yang dipandang sebagai penafsir terbaik terhadap Al-Quran sendiri. *Kedua*, otoritas hadis nabi yang memang berfungsi sebagai penjelas (mubayyin) Al-Quran. *Ketiga*, otoritas sahabat yang dipandang sebagai orang yang banyak mengetahui Al-

---

<sup>63</sup> Rosihon Anwar, *Ulumul Quran*, (Bandung: Pustaka setia, 2012), hal. 214-223

Quran. *Keempat*, otoritas penjelasan tabi'in yang dianggap orang yang bertemu langsung dengan sahabat.

b. Tafsir bi Ar-Ra'yi

Husen Adz-Dzahabi mendefinisikan, yaitu tafsir yang penjelasannya diambil berdasarkan ijtihad dan pemikiran mufassir setelah terlebih dahulu mengetahui bahasa Arab serta metodenya, dalil hukum yang ditunjukkan, serta problema penafsiran seperti *Asbab An-nuzul*, *Nasikh-Mansukh* dan sebagainya.

### 3. Metode Penafsiran Quraish Shihab

Prof. Dr. Muhammad Quraish Shihab, M.A. lahir di Rappang, Sulawesi Selatan, pada 16 Februari 1944. Pakar tafsir ini meraih gelar M.A. untuk spesialisasi bidang tafsir Al-Quran di Universitas Al-Azhar Kairo, Mesir pada 1969. Pada 1982 meraih gelar doktor di bidang ilmu-ilmu Al-Quran dengan yudisium *Summa Cum Laude* disertai penghargaan Tingkat Pertama di universitas yang sama.<sup>64</sup>

Quraish Shihab Juga menjelaskan<sup>65</sup> dalam memilih urutan surah-surah yang diuraikan di sana, penulis berupaya mendasarkannya pada urutan masa turun surah-surah tersebut. Dimulai dengan *Al-Fatihah* sebagai induk Al-

---

<sup>64</sup> M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Quran...* hal. 7

<sup>65</sup> M. Quraih Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Volume 1...* hal. Viii-ix.

Quran, disusul dengan surah yang memuat wahyu pertama *Iqra'*, selanjutnya *Al-Muddatstsir*, *Al-Muzzammil* dan seterusnya hingga surah *At-Thariq*.

Menghidangkan tafsir Al-Quran berdasarkan urutan-urutan turunnya diharapkan dapat mengantarkan pembaca mengetahui rentetan petunjuk Ilahi yang dianugerahkan kepada Nabi Muhammad saw. dan umatnya. Di sisi lain, menguraikan tafsir Al-Quran berdasarkan urutan surah-surah dalam *mushhaf* seringkali menimbulkan banyak pengulangan, jika kandungan kosa kata atau pesan ayat atau surahnya sama atau mirip dengan ayat atau surah yang ditafsirkan.

Dalam Konteks memperkenalkan Al-Quran, dalam buku Tafsir Al-Mishbah, penulis berusaha akan terus berusaha menghidangkan bahasan setiap surah pada apa yang dinamai tujuan surah atau tema pokok surah. Memang, menurut para pakar, setiap surah ada tema pokoknya. Pada tema itulah berkisar uraian ayat-ayatnya. Jika kita mampu memperkenalkan tema-tema pokok itu, maka secara umum kita mampu memperkenalkan pesan utama setiap surah dan dengan memperkenalkan ke 114 surah, kitab suci ini akan dikenal lebih dekat dan mudah.

## C. Muamalah

### 1. Ruang Lingkup Kajian Muamalah

Dari induksi para ulama terhadap Al-Quran dan As-Sunnah, ditemukan beberapa keistimewaan ajaran *muamalah* di dalam kedua sumber hukum Islam, yaitu:

- a. Prinsip dasar dalam persoalan *muamalah* adalah untuk mewujudkan kemaslahatan umat manusia, dengan memperhatikan dan mempertimbangkan berbagai situasi dan kondisi yang mengitari manusia itu sendiri.
- b. Bahwa berbagai jenis *muamalah*, hukum dasarnya adalah boleh sampai ditemukan dalil yang melarangnya. Ini artinya, selama tidak ada dalil yang melarang suatu kreasi jenis *muamalah*, maka *muamalah* itu dibolehkan.<sup>66</sup>

Ruang lingkup fiqh muamalah dapat dibagi dua. *Pertama*, ruang lingkup yang memiliki format yang baku. Kepemilikan hak kebendaan, peminjaman, ihyaul mawat. *Kedua*, ruang lingkup yang tidak memiliki format tertentu. Para pihak dapat merumuskan sendiri kriteria dan syarat-syarat yang dikehendaki dan disetujui oleh masing-masing pihak. Pemindahan hutang, perkongsian/syirkah, baik dalam bidang pertanian maupun dalam bidang peternakan.

---

<sup>66</sup> Ridwan Nurdin, *Fiqh Muamalah (Sejarah, Hukum dan Perkembangannya)*, (Banda Aceh: Penerbit PeNA, 2010), hal. 15&17.

Dalam literatur Ilmu Hukum, terdapat berbagai istilah yang sering dipakai sebagai rujukan disamping istilah “Hukum Perikatan” untuk menggambarkan ketentuan hukum yang mengatur transaksi dalam masyarakat. Ada yang menggunakan istilah “Hukum Perutangan”, “Hukum Perjanjian” atau “Hukum Kontrak”. Masing-masing istilah tersebut memiliki titik tekan yang berbeda satu dengan lainnya.<sup>67</sup>

## **2. Transaksi Dalam Muamalah**

Secara sederhana transaksi diartikan peralihan hak dan kepemilikan dari satu tangan ke tangan lain. Transaksi itu secara umum dalam Al-Quran diartikan *tijarah*. Adapun cara berlangsungnya *tijarah* tersebut yang sesuai dengan kehendak Allah adalah menurut prinsip suka sama suka, terbuka dan bebas dari unsur penipuan untuk mendapatkan sesuatu yang ada manfaatnya dalam pergaulan hidup di dunia.

Adapun bentuk-bentuk transaksi dalam muamalah secara garis besar ada dua. *Pertama, ijbari* yang artinya berlangsung dengan sendirinya tanpa adanya kehendak dari pihak-pihak yang terlibat. *Kedua, ikhtiyari* dalam arti peralihan hak kepada orang lain berlaku atas kehendak dari salah satu atau kedua belah pihak.<sup>68</sup>

---

<sup>67</sup> Hamid Sarong, dkk, *Fiqh*, PSW IAIN Ar-Raniry, (Banda Aceh: PSW IAIN Ar-Raniry, 2009), hal. 97&98.

<sup>68</sup> Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiqh ...* 189&190.

Dari uraian di atas, maka pada bahasan ini poin pertama tidak dijelaskan dalam penulisan ini. Karena peralihan hak dalam bentuk *ijbari* hanya terdapat dalam kewarisan. Sedangkan peralihan hak secara *ikhtiyari* mencakup tentang jual-beli, riba, utang-piutang dan beberapa hukum lainnya yang berkaitan dengan transaksi sesama manusia.

a. Jual beli

Dalam jual beli tidak terlepas dari kata akad, menurut As-Sayyid Sabiq akad berarti ikatan atau kesepakatan.<sup>69</sup> Ulama fiqih membagi akad dilihat dari dua segi, yaitu secara umum dan secara khusus. Akad secara umum adalah segala sesuatu yang dikerjakan oleh seseorang berdasarkan keinginannya sendiri, seperti wakaf, talak, pembebasan, atau sesuatu yang pembentukannya membutuhkan keinginan dua orang, seperti jual-beli, perwakilan dan gadai. Pengertian akad secara umum di atas adalah sama dengan pengertian akad dari segi bahasa menurut pendapat ulama Syafi'iyah, Malikiyyah dan Hanabilah. Sedangkan secara khusus adalah perikatan yang ditetapkan dengan *ijab-qobul* berdasarkan ketentuan syara' yang berdampak pada objeknya.<sup>70</sup>

Oleh karena itu, yang dimaksud dengan jual beli ialah pertukaran suatu barang dengan barang yang lain dengan cara tertentu (akad). Jual

---

<sup>69</sup> Al-Sayyid Sabiq, *Fiqh Al-Sunnah ...* hal. 127.

<sup>70</sup> Rachmad Syafe'I, *Fiqh Muamalah*, cet. Ke-2, (Bandung: CV. Pustaka, 2004), hal. 43-44.

beli ini disyariatkan dalam *QS. Al-Baqarah [2] : 275*.<sup>71</sup> Jual beli berarti juga proses pemindahan hak milik/barang atau harta kepada pihak lain dengan menggunakan uang sebagai alat tukarnya. Dalam perkembangannya (sesuai keadaannya) jual beli bisa menjadi wajib, sunat, maupun haram.<sup>72</sup>

Dalam transaksi jual beli/perdagangan, orang lelaki dan perempuan diperbolehkan untuk melakukan perdagangan yang halal dalam syariat. Semua dianggap sama dalam perdagangan.<sup>73</sup> Adapun hikmah diperbolehkan jual-beli itu adalah menghindarkan manusia dari kesulitan dalam bermuamalah dengan hartanya.<sup>74</sup>

#### b. Riba

Riba menurut bahasa berarti tambahan dan kerap disebut rima'. Allah SWT berfirman dalam *QS. Al-Hajj [22] : 5* yang artinya, *Hiduplah bumi itu dan menjadi subur*. Maksudnya, ia semakin bertambah dan berkurang. Adapun riba menurut syara' adalah transaksi dengan menggunakan kompensasi tertentu yang tidak diketahui kesamaannya dalam ukuran syariat pada saat akad atau disertai penanguhan serah terima dua barang yang dibarter atau salah satunya. Penting untuk

---

<sup>71</sup> Muhibbuthabary, *Fiqh Amal Islami (Teoritis dan Praktis)*, (Bandung: Citapustaka Media, 2012). hal. 155.

<sup>72</sup> Sudarsono, *Sepuluh Aspek Agama Islami*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1994), hal. 158.

<sup>73</sup> Abdur Rahman I Doi, *Syariah III Muamalah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1996), hal. 12.

<sup>74</sup> Amir Syarifuddin, *Garis-garis...* hal. 194.

dijelaskan di sini bahwa riba hanya terjadi di dalam jual beli yang mengandung unsur riba (ribawi) dan akad utang-piutang. Dengan kata lain ruang lingkup riba terbatas pada harta ribawi. Ada tiga macam riba, yaitu:

1. Riba fadhil, jual beli dengan tambahan pada salah satu jenis barang yang dipertukarkan, tidak yang lain.
2. Riba yad, jual beli disertai penangguhan serah terima dua barang yang dipertukarkan atau salah satunya.
3. Riba nasa', jual beli yang ditangguhkan pada masa tertentu.

Menurut selain ulama Syafi'iyah, jenis riba kedua dan ketiga bermakna sama yakni riba nasa'.<sup>75</sup> Seperti yang dijelaskan Amir Syarifuddin tentang macam-macam riba yang terbagi atas dua bentuk, yaitu satu berada dalam wilayah utang-piutang yang disebut riba nasiah dan yang satu lagi berada dalam wilayah jual-beli yang disebut dengan riba fadhil. Penggunaan kata riba untuk yang pertama adalah secara hakiki dan penggunaannya yang kedua adalah secara *majazi*.<sup>76</sup>

Disamping tiga macam riba di atas, ada satu macam lagi seperti dikemukakan oleh Al-Mutawalli, yakni riba *qardh*. Yaitu, utang-piutang yang mensyaratkan pemberian keuntungan kepada salah satu pihak.<sup>77</sup>

---

<sup>75</sup> Wahbah zuhaili, *Fiqh Imam Syafii* 2, Cet. I, (Jakarta: Penerbit Amahira, 2010), hal. 1&2.

<sup>76</sup> Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiqh...* hal. 209.

<sup>77</sup> Wahbah zuhaili, *Fiqh Imam Syafi'i* ... hal. 2-3.

### c. Utang-piutang

Utang-piutang merupakan perbuatan kebajikan yang telah disyariatkan dalam Islam. Hukumnya adalah mubah atau boleh. Dasar hukum bolehnya transaksi dalam bentuk utang-piutang tersebut dijelaskan dalam surat *Al-Baqarah* ayat 282. Tujuan dan hikmah dibolehkannya utang-piutang itu adalah memberi kemudahan bagi umat manusia dalam pergaulan hidup. Unsur-unsur yang terlibat dalam transaksi utang-piutang tersebut adalah orang yang berutang, orang yang memberi utang dan objek utang-piutang yaitu uang atau barang yang dinilai dengan uang dan tenggang waktu pembayaran.

Pihak yang terlibat dalam transaksi yaitu *dain* dan *muddain* adalah orang yang telah cakap dalam bertindak terhadap harta dan berbuat kebajikan, yaitu telah dewasa, berakal sehat dan berbuat dengan sendirinya tanpa paksaan. Hutang harus dibayar dengan jumlah dan nilai yang sama dengan yang diterima dari pemiliknya.<sup>78</sup>

## D. Teori Yang Digunakan

### 1. Teori Makna

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori makna,<sup>79</sup> yaitu teori makna Gustav Blanke (1973) dan teori makna konstektual Hannapel/Melenk (1979). Teori-teori tersebut ditunjang teori simiotika Van

---

<sup>78</sup> Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiqh ...* hal. 222-224.

<sup>79</sup> Ririn Indah P s, FIB UI, *Analisis Makna Literatur*, 127456-RB11|284a, 2008.

Zoest (1992) dan (1993); *Serba Serbi Semi`otika dan Semiotika: tentang tanda, cara kerjanya dan apa yang kita lakukan dengannya.*

### 1.1. Makna

Leksikon yang dibentuk dalam otak manusia memiliki makna tertentu untuk mengungkapkan maksud atau keinginan yang ingin disampaikan. Hal ini menjadi bahan penelitian para ahli linguistik, khususnya semantik. Menurut Gustav Blanke, kata-kata yang dihasilkan oleh manusia dipengaruhi latar belakang budaya penuturnya. Makna menurut Blanke adalah relasi antara hubungan sistemis dan tidak sistemis. Hal yang dimaksud sistemis oleh Blanke adalah unsur bahasa, sementara yang dimaksud dengan hal yang tidak sistemis adalah unsur luar bahasa. Terkadang seseorang mengetahui makna berdasarkan pengalaman pribadinya atau pengalaman umum.

Hannapel/Melenk menjelaskan bahwa untuk memahami makna suatu kata tidaklah semudah yang dibayangkan, makna kata dapat dilihat dari dua sisi, yaitu:

- a. *Wortbedeutung* adalah pemahaman makna yang sebenarnya. Pemahaman makna yang seperti ini disebut sebagai makna leksikal.
- b. *Wortgebrauch* adalah pemahaman makna suatu kata yang disesuaikan dengan penggunaan kata tersebut dalam suatu konteks, pemahaman seperti ini disebut sebagai makna konstektual.

Pendapat Hannapel/Melenk ini didukung oleh filosof Inggris kelahiran Austria, Ludwig Wittgenstein, seperti yang dikutip Hannapel/Melenk “*wenn man wissen will, was ein Wort bedeutet, muss man seine Gebrauch betrachten.*” Untuk memahami makna suatu kata, kita harus mengacu pada penggunaan kata tersebut sesuai dengan konteksnya.

Menurut Blanke, pemahaman makna suatu kata harus dilihat dari penggunaannya, yang berarti secara kontekstual. Blanke lebih lanjut mengatakan bahwa penggunaan suatu kata berdasarkan konteksnya mempunyai hubungan dengan teori saussure tentang *langue* dan *parole*. Kata-kata yang terdapat dalam *langue* dipertajam maknanya melalui ujaran (*parole*) dalam suatu masyarakat bahasa.

Berdasarkan pengertian makna di atas dapat disimpulkan bahwa untuk memahami makna suatu kata harus diperhatikan konteks yang mengelilingi kata tersebut. Pemahaman konteks suatu kata dapat muncul dari pengetahuan, pengalaman dan pemahaman seseorang ketika mendengar atau membaca suatu kata. Oleh karena itu, memahami makna kata dalam sebuah teks atau sebuah ujaran sangat penting karena dengan mengetahui makna kata-kata tersebut dapat diketahui maksud atau tujuan dari teks atau ujaran yang disampaikan.

## **2. Teori Penafsiran Al-Quran**

Pada teori ini peneliti melihat dari dua segi pendekatan tafsir Al-Quran, yaitu:

## 2.1. Pendekatan tekstual

Secara sederhana teknik ini dapat diasosiasikan dengan *tafsir bi alma'tsur* yaitu nash yang ditafsirkan sendiri dengan nash baik Al-Qur'an ataupun Hadits. *Tafsir bi al-ma'tsur* yang menempati posisi pertama dalam masa penafsiran Al-Qur'an dibagi menjadi dua: *Pertama*, Periode Riwayah. Pada periode ini para sahabat menukil sabda Nabi, perkataan para sahabat atau tabi'in untuk menjelaskan tafsir Al-Qur'an, dan pengambilan tersebut dilakukan dengan teliti dan waspada demi menjaga kesahihan *Isnad* penukilan sehingga dapat menjaga apa yang di ambil. *Kedua*, Periode *Tadwin* (pembukuan). Pada Periode ini para sahabat atau tabi'in mencatat dan menghimpun penukilannya yang sudah dianggap sah setelah diadakan penelitian, sehingga himpunan tersebut membentuk ilmu sendiri.

Sekalipun aliran ini mempunyai banyak kelebihan seperti penafsiran yang mendekati obyektivitas yang didasarkan atas ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW, tetapi ia juga mempunyai kelemahan, misalnya adanya cerita Israiliyat yang dianggap sebagai Hadits dan hal itu menyesatkan umat serta keberadaan Hadits palsu.<sup>80</sup> Dengan kata lain, yang dimaksud dari *tafsir bi al-ma'tsur* adalah tafsir Al-Qur'an dengan Al-Qur'an, Al-Qur'an dengan Sunnah atau penafsiran Al-Qur'an menurut *atsar* yang timbul dari kalangan sahabat.<sup>81</sup>

---

<sup>80</sup> Muhaimin, dkk, *Kawasan Dan Wawasan Studi Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2005), hal. 111

<sup>81</sup> Muhammad Ali Ash-Shabuuniy, *Studi Ilmu Al Qur'an*, terj. Amiudin, (Bandung: Pustaka Setia, 1999), hal. 248.

Dengan demikian metode penafsiran Al-Qur'an secara tekstual adalah pendekatan pemahaman ayat-ayat Al-Qur'an terfokus pada *sahih al-manqul* (riwayat yang sahih) dengan menggunakan penafsiran Al-Qur'an dengan al-Qur'an, penafsiran Al-Qur'an dengan Sunnah, penafsiran Al-Qur'an dengan perkataan para sahabat dan penafsiran Al-Qur'an dengan perkataan para tabi'in yang mana sangat teliti dalam menafsirkan ayat sesuai dengan riwayat yang ada.<sup>82</sup>

## 2.2. Pendekatan kontekstual

Al-Quran adalah Kitab suci yang *shahih li kulli zaman wa makan*. Selama empat belas abad Al-Qur'an tetap bertahan sebagai penerang dalam memecahkan berbagai masalah. Amin Abdullah memaparkan ada dua ranah keprihatinan umat Islam dewasa ini dalam memahami Al-Qur'an. *Pertama*, bagaimana dapat memahami ajaran Al-Qur'an yang bersifat universal (*rahmatan li al-alamin*) secara tepat setelah terjadi proses modernisasi, globalisasi, dan informasi yang membawa perubahan sosial yang begitu cepat. *Kedua*, bagaimana sebenarnya konsepsi dasar Al-Qur'an dalam menaggulangi eksekses negatif dari deru roda perubahan sosial pada era modernitas seperti saat ini.<sup>83</sup>

Kata "kontekstual" berasal dari "konteks" yang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung dua arti. *Pertama*, bagian sesuatu uraian

---

<sup>82</sup> Jurnal Farabi Volume 12 Nomor 1 Juni 2015 ISSN 1907-0993 E ISSN 2442-8264, hal. 143-144.

<sup>83</sup> Jurnal Farabi Volume 12 Nomor 1 Juni 2015 ISSN 1907-0993 E ISSN 2442-8264, hal. 144.

atau kalimat yang dapat mendukung atau menambah kejelasan makna. *Kedua*, situasi yang ada hubungan dengan suatu kejadian.<sup>84</sup> Kedua arti ini dapat digunakan karena tidak terlepas istilah dalam kajian pemahaman tafsir kontekstual.

Dari sini pemahaman kontekstual atas Al-Qur'an adalah memahami makna ayat-ayat Al-Qur'an dengan memperhatikan dan mengkaji keterkaitannya dengan peristiwa atau situasi yang melatarbelakangi turunnya ayat-ayat tersebut, kata lain dengan memperhatikan dan mengkaji konteksnya. Dengan demikian *asbab nuzul* dalam kajian kontekstual dimaksud merupakan bagian yang paling penting. Tetapi kajian yang lebih luas tentang pemahaman kontekstual tidak hanya terbatas pada *asbab nuzul* dalam arti khusus seperti yang biasa dipahami, tetapi lebih luas dari itu meliputi: konteks sosio-historis di mana *asbab nuzul* merupakan bagian darinya. Dengan demikian, pemahaman kontekstual atas ayat-ayat Al-Qur'an berarti memahami Al-Qur'an berdasarkan kaitannya dengan peristiwa-peristiwa dan situasi ketika ayat-ayat diturunkan, dan kepada siapa serta tujuannya apa ayat tersebut diturunkan.

Untuk itulah Al-Qur'an berusaha didialogkan dengan realita zaman sekarang, melalui studi kontekstualitas Al-Qur'an. Sedangkan makna yang lebih luas lagi, studi tentang kontekstual Al-Qur'an adalah studi tentang peradaban yang didasarkan pada pendekatan sosio-historis. Adapun pemahaman sosiohistoris dalam pendekatan kontekstual adalah pendekatan

---

<sup>84</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka 1989), hal. 458.

yang menekankan pentingnya memahami kondisi-kondisi aktual ketika Al-Qur'an diturunkan dalam rangka menafsirkan pernyataan legal dan sosial ekonominya. Atau dengan kata lain, memahami Al-Qur'an dalam konteks kesejarahan dan harfiyah, lalu memproyeksikannya kepada situasi masa kini kemudian membawa fenomena-fenomena sosial ke dalam naunganaungan tujuan Al-Qur'an.<sup>85</sup>

Aplikasi pendekatan kesejarahan ini menekankan pentingnya perbedaan antar tujuan atau ideal moral Al-Quran dengan ketentuan legal spesifiknya. Ideal moral yang dituju Al-Quran lebih pantas diterapkan ketimbang ketentuan legal spesifiknya. Jadi dalam kasus seperti perbudakan yang dituju Al-Quran adalah emansipasi budak. Sementara penerimaan Al-Qur'an terhadap pranata tersebut secara legal, dikarenakan kemustahiilan untuk menghapuskan seketika.<sup>86</sup>

Pendekatan sejarah tersebut tidak bisa lepas dari *asbab al-nuzul* ayat Al-Qur'an yang biasanya bersumber dari Sunnah, *atsar* ataupun dari *tabi'in*. Jadi, secara metodologis teknik ini termasuk kedalam metode tafsir *bi al-ma'tsur*. Hubungan teks dan konteks bersifat dialektis; teks menciptakan konteks, persis sebagaimana konteks menciptakan teks; sedangkan makna timbul dari keduanya. Upaya ke arah penafsiran kontekstual terhadap teks-teks Al-Qur'an pertama-tama harus dimulai

---

<sup>85</sup> Jurnal Farabi Volume 12 Nomor 1 Juni 2015 ISSN 1907-0993 E ISSN 2442-8264, hal. 144-145.

<sup>86</sup> M. Fatih Suryadilaga, dkk, *Metodologi Ilmu Tafsir*, (Yogyakarta: Teras, 2005), hal. 138-142.

dengan menempatkan prinsip ketuhanan (tauhid). Di sinilah, maka ayat-ayat Al-Qur'an yang bermakna pesan-pesan yang bersifat universal ini harus menjadi dasar bagi seluruh cara pandang penafsiran kita terhadap teks-teks atau ayat-ayat Al-Qur'an.<sup>87</sup>

Berdasarkan paparan tersebut dapat disimpulkan bahwa pendekatan kontekstual studi yang didasarkan pada pendekatan sosio-historis. Adapun pemahaman sosio-historis dalam pendekatan kontekstual adalah pendekatan yang menekankan pentingnya memahami kondisi-kondisi aktual ketika al-Qur'an diturunkan, dalam rangka menafsirkan pernyataan legal dan sosial yang terjadi pada masa lampau sampai sekarang.

---

<sup>87</sup> Jurnal Farabi Volume 12 Nomor 1 Juni 2015 ISSN 1907-0993 E ISSN 2442-8264, hal. 145.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Fokus dan Ruang Lingkup Penelitian**

Kajian tentang ayat-ayat muamalah di dalam Al-Quran memiliki pembahasan yang sangat luas. Namun, dalam penelitian ini peneliti hanya fokus pada permasalahan *muamalah* yang menyangkut tentang etika komunikasi bisnis di dalam Al-Quran. Karena, penulis hanya ingin meneliti etika komunikasi bisnis apa saja yang seharusnya diterapkan oleh seorang pembisnis agar bisnis yang dijalankan sukses di dunia maupun di akhirat kelak. Dalam permasalahan ini, penulis hanya mengkaji terhadap ayat-ayat yang terkait dengan muamalah yang terdapat dalam tafsir Al Mishbah karangan M. Quraish Shihab.

#### **B. Jenis Penelitian**

Efektif dan sistematisnya sebuah penelitian sangat ditentukan oleh metode yang digunakan. Dan pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif sering disebut penelitian naturalistik, karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting); disebut juga sebagai metode etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut juga

metode deskriptif analisis, karena data yang terkumpul dan analisisnya bersifat kualitatif.<sup>88</sup>

Penelitian ini merupakan golongan dari *Liberary Research* (penelitian kepustakaan). Maksudnya adalah dengan mengkaji ayat-ayat Al-Quran yang menjelaskan tentang komunikasi bisnis (muamalat). Selain itu peneliti juga mencari dan merujuk pada data teoritis yang bersumber dari buku dan kitab yang memang sesuai dan sinkron dengan penelitian ini.

Metode yang digunakan adalah metode analisis isi (*content analysis*). Menurut Berelson & Kerlinger, analisis isi merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif dan kualitatif terhadap pesan yang tampak. Sedangkan menurut Budd analisis isi adalah suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengelola pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.<sup>89</sup>

*Content analysis* juga merupakan analisis ilmiah tentang isi pesan dalam suatu komunikasi. *Content analysis* ini termasuk kepada kelompok penelitian kualitatif. *Content analysis* bisa diartikan sebagai pemeriksaan dan pengolahan data secara konseptual sehingga peneliti memahami dengan jelas

---

<sup>88</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 230

<sup>89</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010), 232-233.

isi yang terkandung dalam ayat-ayat yang berkaitan dengan muamalah yang terdapat dalam tafsir Al-Mishbah.

Penggunaan analisis isi mempunyai beberapa manfaat atau tujuan. McQuail dalam buku *Mass Communication Theory* mengatakan bahwa tujuan dilakukan analisis terhadap isi pesan komunikasi adalah untuk mendeskripsikan dan membuat perbandingan terhadap isi media, membuat perbandingan antara isi media dengan realitas sosial, isi media merupakan refleksi dari nilai-nilai sosial dan budaya serta sistem kepercayaan masyarakat, mengetahui fungsi dan efek media, mengevaluasi media *performance* dan yang terakhir adalah untuk mengetahui apakah ada bias media.<sup>90</sup>

Penelitian kualitatif juga merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Bogdan dan Taylor mendefinisikan “metode deskriptif analisis” sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>91</sup>

---

<sup>90</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis ...* hal. 233-234.

<sup>91</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 15

### **C. Sumber Penelitian**

Sumber data utama (primer) penelitian ini merujuk pada tafsir Al-Mishbah karangan M. Quraish Shihab, serta merujuk pada Ensiklopedia Al-Quran karangan Fakhruddin Hs. Alasan penulis menjadikan tafsir Al-Mishbah sebagai rujukan dalam kajian ini karena tafsir ini unggul dari segi kebahasaan. Sedangkan sumber data lainnya (sekunder) dalam penelitian ini, yaitu yang diperoleh melalui buku-buku yang ditemukan dipergustakaan. Beberapa buku yang menjadi rujukan diantaranya: *Pengantar Ilmu Komunikasi*; karangan Hafied Cangara; *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*; karangan Onong Uchjana Efendi; *Komunikasi Bisnis*; karangan Strisna Dewi; *Garis-garis Besar Fiqh*; karangan Amir Syarifuddin dan beberapa buku lain yang dianggap sinkron dengan pembahasan.

### **D. Teknik Pengumpulan Data.**

Dalam penelitian ini, peneliti sendiri yang memilih, menetapkan fokus penelitian, melakukan pengumpulan data, menganalisis data dan membuat kesimpulan atas penemuannya.<sup>92</sup> Adapun langkah-langkahnya, yaitu menetapkan masalah yang akan dibahas dengan mempelajari terlebih dulu problema-problema atau ganjalan-ganjalan pemikiran yang terjadi dalam masyarakat, menghimpun ayat yang berkaitan dengan masalah tersebut, menyusun runtutan ayat sesuai dengan masa turunnya, kemudian memahami

---

<sup>92</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), hal. 222.

korelasi ayat-ayat tersebut dalam surahnya masing-masing, menyusun pembahasan dalam kerangka yang sempurna, melengkapi pembahasan dengan hadis-hadis yang relevan dengan pokok pembahasan dan yang terakhir mempelajari ayat-ayat tersebut secara keseluruhan dengan jalan menghimpun ayat-ayat yang mempunyai pengertian yang sama atau mengompromikan antara yang umum dengan yang khusus, sehingga kesemuanya bertemu dalam satu muara.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Setelah penulis menemukan ayat yang berkaitan dengan muamalah, selanjutnya kepada tahapan pemilihan ayat yang berkaitan dengan etika komunikasi bisnis. Lalu penulis menyertakan terjemahan dan penguraian ayat-ayat tersebut berdasarkan penjelasan yang terdapat dalam tafsir Al-Mishbah yang menjadi rujukan penelitian ini. Secara keseluruhan untuk teknik penulisan skripsi, penulis berpedoman pada buku panduan penulisan skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh tahun 2013.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Ayat-ayat Yang Berkaitan Dengan Etika Komunikasi Bisnis Dalam Al-Quran

Di dalam Al-Quran banyak ayat-ayat yang berkaitan dengan etika komunikasi dalam menjalankan bisnis. Yakni, dalam *QS. Al-Baqarah* [2] terdapat 8 ayat, yaitu ayat 188, 275, 276, 278, 279, 280, 282 dan 283. Dalam *QS. Ali Imran* [3]: 130, *QS. An-Nisa'* [4]: 29 dan 135, *QS. Al-An'am* [6]: 146 dan 152, *QS. Al-'Araf* [7]: 10 dan 85, *QS. At-Taubah* [9]: 24 dan 105. *QS. Hud* [11]: 84 dan 85, *QS. Al-Isra'* [17]: 35 dan 53, *QS. An-Nur* [24]: 33 dan 37. Dalam *QS. Asy-Syu'ara* [26] terdapat 4 ayat, yakni 181-184, *QS. Al-Qashash* [28]: 26, *QS. Ar-Rum* [30]: 39, *QS. Al-Ahzab* [33]: 70, *QS. Ar-Rahman* [55]: 9, *QS. Al-Hadid* [57]: 25, *QS. Al-Jumu'ah* [62]: 9-11, *QS. Al-Mulk* [67]: 15, *QS. Al-Ma'arij* [70]: 32 dan 33, *Al-Mudatstsir* [74]: 38, *QS. An-Naba'* [78]: 11 dan yang terakhir adalah *QS. Al-Mutaffifin* [83]: 1-3.

Namun, dalam skripsi ini peneliti hanya mengkaji beberapa ayat saja terkait dengan etika komunikasi bisnis dalam Al-Quran, yaitu:

1. Al-Baqarah: 278-279

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءٰمَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَاۤ اِنَّ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (mengerjakan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan rasul-Nya akan menerangimu dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.”<sup>93</sup>

## 2. Al-Baqarah: 282

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُبَ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلَأِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۚ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا ۚ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيَمْلَأْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ ۚ وَأَسْتَشْهِدُوا شَهِدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ ۖ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ ۚ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۚ وَلَا تَسْمَعُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَٰلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمٌ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۖ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا ۗ وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ۚ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۚ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ ۗ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ



<sup>93</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan ...* hal. 69-70.

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan adil. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya, karena Allah telah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun darinya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksilah dari dua orang saksi dari orang-orang lelaki di antara kamu. Jika bukan dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka seorang lagi mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar, sampai batas waktu (membayar)nya. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah dan lebih dapat menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguan kamu. Tetapi jika ia merupakan perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi memudahkan yang bermuamalah (dan jangan juga yang bermuamalah memudahkan para saksi dan penulis). Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada diri kamu. Dan bertaqwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.”<sup>94</sup>

### 3. An-Nisa’: 29

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءٰمَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta di antara kamu dengan jalan yang batil. Tetapi (hendaklah) dengan perniagaan yang berdasarkan kerelaan di antara

<sup>94</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan ...* hal. 70.

kamu. Dan janganlah kamu membunuh diri kamu; sesungguhnya Allah terhadap kamu Maha Penyayang.”<sup>95</sup>

4. Hud: 84

﴿ وَإِلَىٰ مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا ۚ قَالَ يَنْقَوْمِ أَعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنِّ إِلَهِ غَيْرُهُ ۗ وَلَا تَنْقُصُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ ۚ إِنَّي أُرِيكُمْ بِخَيْرٍ وَإِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ مُّحِيطٍ ﴿٨٤﴾

Artinya: “Dan kepada Madyan saudara mereka, Syu’aib. Dia berkata: “Wahai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tiada Tuhan bagi kamu selain Dia. Dan janganlah kamu kurangi takaran dan timbangan, sesungguhnya aku melihat kamu dalam keadaan yang baik dan sesungguhnya aku khawatir terhadap kamu akan azab hari yang meliputi.”<sup>96</sup>

5. Hud: 85

﴿ وَيَنْقَوْمِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٨٥﴾

Artinya: “Dan “Wahai Kaumku, sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia meyangkut hak-hak mereka, dan janganlah kamu membuat kejahatan di bumi dengan menjadi perusak-perusak.”<sup>97</sup>

---

<sup>95</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan ...* hal. 122.

<sup>96</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan ...* hal. 340.

<sup>97</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan ...* hal. 340.

6. An-Nur: 37.

رَجَالٌ لَا تُلْهِيمُهُمْ تِجَارَةً وَلَا بَيْعًا عَنِ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ سَخِفُونَ يَوْمًا  
تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ ﴿٣٧﴾

Artinya: “Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak pula oleh jual beli dari dzikrullah, dan melaksanakan shalat serta menunaikan zakat. Mereka tajut kepada suatu hari yang (ketika itu) goncang hati dan penglihatan.”<sup>98</sup>

7. Asy Syu'ara: 181-184

﴿١٨١﴾ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨٢﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٣﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٤﴾ وَاتَّقُوا الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالْحَبِيلَةَ الْأُولَىٰ ﴿١٨٥﴾

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus, Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan menjadi perusak-perusak; Dan bertakwalah kepada Allah yang telah menciptakan kamu dan umat-umat yang dahulu.”

8. Al-Jumu'ah: 9

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا  
الْبَيْعَ ۚ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٩﴾

<sup>98</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan ...* hal. 550.

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila disebut untuk shalat pada hari Jum’at, maka bersegeralah menuju dzikrullah, dan tinggalkanlah jual beli. Itulah yang baik buat kamu, jika kamu mengetahui.”<sup>99</sup>

#### 9. Al-Jumu’ah: 10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”

#### 10. Al-Jumu’ah: 11

وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ هَمَّوْا أَنْفَضُوا إِلَيْهَا وَتَرَكُوكَ قَائِمًا قُلْ مَا عِنْدَ اللَّهِ خَيْرٌ مِّنَ اللَّهِو وَمِنَ التِّجَارَةِ وَاللَّهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ ﴿١١﴾

Artinya: “Dan apabila mereka melihat perniagaan atau permainan, mereka berbondong-bondong kepadanya dan meninggalkanmu berdiri. Katakanlah: Apa yang di sisi Allah lebih baik dari pada permainan dan perniagaan dan Allah adalah sebaik-baik pemberi.”<sup>100</sup>

#### 11. Al-Mutaffifin: 1-3

إِذَا السَّمَاءُ انشَقَّتْ ﴿١﴾ وَأَذْنَتْ لِرَبِّهَا وَحُقَّتْ ﴿٢﴾ وَإِذَا الْأَرْضُ مُدَّتْ ﴿٣﴾

---

<sup>99</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan ...* hal. 933.

<sup>100</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan ...* hal. 934.

Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi”

#### A. Penafsiran Ayat-ayat Tersebut Menurut Pengarang Tafsir Al-Mishbah

##### 1. Al-Baqarah: 278-279

Pada ayat ini terkandung penolakan tegas terhadap orang yang mengatakan bahwa riba tidak haram kecuali berlipat ganda, karena Allah tidak membolehkannya kecuali mengembalikan modal pokok tanpa ada penambahan.<sup>101</sup> Ayat ini telah menerangkan dengan jelas bagaimana Allah telah memberikan informasi bagi mereka orang yang melakukan praktek riba, dengan yang beriman dan beramal shaleh, melaksanakan shalat dan menunaikan zakat, maka sungguh tepat ayat-ayat ini mengundang orang-orang yang beriman yang selama ini memiliki ketertarikan dengan praktek riba, agar segera meninggalkannya, sambil mengancam mereka yang enggan meninggalkan sisa riba.

*Bertakwalah kepada Allah*, yakni hindarilah siksa Allah, atau hindari jatuhnya sanksi dari Allah, Tuhan Yang Maha Perkasa lagi Maha berat siksanya. Menghindari hal itu, antara lain dengan menghindari praktek riba, bahkan meninggalkan sisa-sisanya. *Tinggalkan sisa riba*, yakni yang belum dipungut. Al-‘Abbas, paman Nabi Muhammad saw., bersama seorang keluarga Bani Al-Mughirah, bekerja sama mengutangi

---

<sup>101</sup> Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, volume 12 ,, hal. 119.

orang-orang dari kabilah Tsaqif secara riba. Setelah turunnya larangan riba, mereka masih memiliki sisa harta yang belum mereka tarik, maka ayat ini melarang mereka mengambil sisa riba yang belum mereka pungut dan membolehkan mereka mengambil modal mereka. Ini jika kamu beriman. Penutup ayat ini mengisyaratkan bahwa riba tidak menyatu dengan iman dalam diri seseorang. Jika seseorang melakukan praktek riba, itu artinya ia tidak percaya kepada Allah dan janji-janji-Nya.<sup>102</sup> Padahal Allah telah mengkomunikasikannya melalui ayat ini.

Ayat selanjutnya menjelaskan, *jika kamu tidak melaksanakan apa yang diperintahkan ini, sehingga kamu memungut sisa riba yang belum kamu pungut, maka ketahuilah bahwa akan terjadi perang dahsyat dari Allah dan Rasul-Nya*. Kata *dahsyat* dipahami dari bentuk *nakirah* (indefinit) pada kata *harb*. Sulit dibayangkan, betapa dahsyatnya perang itu, apalagi ia dilakukan oleh Allah dan rasanya terlalu besar jika meriam digunakan membunuh lalat. Karena itu, banyak yang memahami kedahsyatan yang dimaksud bukan dalam perangnya, tetapi dalam ancaman ini.

*Jika kamu bertaubat*, yakni tidak lagi melakukan transaksi riba dan melaksanakan tuntunan ilahi ini, tidak mengambil sisa riba yang belum diambil, maka perang tidak akan berlanjut, bahkan kamu boleh kembali mengambil bahan *pokok hartamu* dari mereka. Dengan demikian *kamu*

---

<sup>102</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 1, hal. 597.

*tidak menganiaya* mereka dengan membebani mereka pembayaran hutang yang melebihi apa yang mereka terima, *dan tidak* pula *dianiaya* oleh mereka karena mereka harus membayar penuh sebesar jumlah utang yang mereka terima.<sup>103</sup>

Nabi telah mengutuk siapa saja yang, baik orang yang menerima riba, petugas yang menulis nota dan kedua saksi praktek riba. Semuanya punya peran sama. Hadis lain meriwayatkan bahwa nabi melarang memperdagangkan tumpukan kurma yang tidak diketahui jumlah timbangannya. Sama halnya, orang Islam dilarang menjual buah-buahan yang masih ada dipohon sebelum buah-buahan itu masak. Bahkan sampai kepada bila kedua belah pihak siap menanggung resikonya. Itu semua telah dilarang dalam al-Quran dan Sunnah Nabi, yaitu larangan terhadap transaksi dagang yang bertujuan menciptakan kewajaran dan larangan terhadap ketidakadilan, baik ringan atau berat.<sup>104</sup> Yang berarti tidak ada tipu daya dalam komunikasi yang terjadi dalam bisnis tersebut apapun alasannya.

## 2. Al-Baqarah: 282.

Inilah ayat yang terpanjang dalam Al-Quran dan yang dikenal oleh para ulama dengan nama *Ayat al-Mudayanah* (ayat utang-piutang). Ayat ini antara lain berbicara tentang anjuran – atau menurut sebagian ulama –

---

<sup>103</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 1, hal. 598.

<sup>104</sup> A. Rahman I Doi, *Muamalah ...* hal. 58.

kewajiban menulis utang-piutang dan mempersaksikannya di depan pihak ketiga yang dipercaya (notaris), disertai dengan jumlah dan ketetapan waktunya. Oleh karena itu, ketika komunikasi terjadi maka harus dapat dipastikan bahwa semua hal yang tersebut tidak memberatkan sebelah pihak.

Larangan mengambil keuntungan melalui riba dan perintah bersedekah yang telah dijelaskan dalam ayat sebelumnya, dapat menimbulkan kesan bahwa al-Quran tidak bersimpati terhadap orang yang memiliki harta atau mengumpulkannya. Kesan keliru itu dihapus melalui ayat ini, yang intinya memerintah memelihara harta dengan menulis hutang-piutang walau sedikit, serta mempersaksikannya. Seandainya kesan itu benar, tentulah tidak akan ada tuntutan yang sedemikian rinci menyangkut pemeliharaan dan menulis hutang-piutang.<sup>105</sup> Menulis dan menyertakan saksi-saksi ini sangat penting dan merupakan etika komunikasi dalam bab utang-piutang.

Di sisi lain, ayat sebelum ayat ini adalah nasihat Ilahi kepada yang memiliki piutang untuk tidak menagih siapa yang dalam kesulitan, nasihat itu dilanjutkan oleh ayat ini, kepada yang melakukan transaksi hutang-piutang, yakni bahwa demi memelihara harta serta mencegah kesalahan pahaman, maka hutang piutang hendaknya ditulis walau jumlahnya kecil, di samping nasehat serta tuntunan lain yang berkaitan dengan hutang-

---

<sup>105</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 1, hal. 602.

piutang.<sup>106</sup> Nasihat Ilahi ini merupakan bentuk komunikasi Sang Khalik dengan makhluk dalam menyampaikan informasi.

Ayat 282 ini dimulai dengan seruan Allah swt. kepada kaum yang menyatakan beriman, *Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya*. Perintah ayat ini secara redaksional ditunjukkan kepada orang-orang beriman, tetapi yang dimaksud adalah mereka yang melakukan transaksi hutang-piutang, bahkan secara lebih khusus adalah yang berhutang. Ini agar orang yang memberi piutang merasa lebih tenang dengan penulisan itu. Karena menuliskannya adalah perintah atau tuntunan yang sangat dianjurkan, walau kreditor tidak memintanya.

Kata *tadayantum*, yang di atas diterjemahkan dengan *bermuamalah*, terambil dari kata *dain*. Kata ini memiliki banyak arti, tetapi makna setiap kata yang dihimpun oleh huruf-huruf kata *dain* itu (yakni *dal*, *ya'* dan *nun*) selalu menggambarkan hubungan antar dua pihak, salah satu berkedudukan lebih tinggi dari pihak yang lain. Kata ini antara lain bermakna hutang, *pembalasan*, *ketaatan* dan *agama*. Kesemuanya menggambarkan hubungan timbal balik itu atau dengan kata lain bermuamalah. Muamalah yang dimaksud adalah muamalah yang *tidak secara tunai*, yakni hutang-piutang.<sup>107</sup>

---

<sup>106</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 1, hal. 602-603.

<sup>107</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 1, hal. 603.

Sudah jelas bahwa hubungan antara dua belah pihak atau semua hubungan timbal balik tersebut dapat terjadi jika ada komunikasi seperti apa yang digunakan juga sangat menentukan keefektifitasan sebuah interaksi. Apakah komunikasi yang berlandaskan pada etika, seperti menggunakan bahasa yang Mauizah hasanah, maka hasil dari bisnis tersebut akan mencerminkan komunikasi bagaimana yang terjadi.

Selanjutnya Allah SWT menegaskan: *Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menulisnya dengan adil*, yakni dengan benar, tidak menyalahi ketentuan Allah dan perundangan yang berlaku dalam masyarakat. Tidak juga merugikan salah satu pihak bermuamalah, sebagaimana dipahami dari kata *adil* dan di antara kamu. Dengan demikian, dibutuhkan tiga kriteria bagi penulis, yaitu kemampuan menulis, pengetahuan tentang aturan serta tatacara menulis perjanjian, dan kejujuran. Semua ini bertitik fokus pada etika komunikasi.

Ayat ini lebih mendahulukan penyebutan adil daripada penyebutan pengetahuan yang diajarkan Allah. Ini karena keadilan, di samping menuntut adanya pengetahuan bagi yang berlaku adil, juga karena seorang yang adil tapi tidak mengetahui, keadilannya akan mendorong dia untuk belajar.<sup>108</sup>

Tentang keadilan juga disinggung pada QS. *An-Nisa* [4]: 135, yakni: *Wahai orang-orang yang beriman, jadilah penegak-penegak*

---

<sup>108</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 1, hal. 604.

*keadilan yang sempurna lagi sebenar-benarnya, menjadi saksi-saksi karena Allah, yakni selalu merasakan kehadiran ilahi memperhitungkan segala langkah kamu dan menjadikannya demi karena Allah *biarpun* keadilan yang kamu tegakkan itu *terhadap dirimu sendiri atau* terhadap *ibu bapak dan kaum kerabatmu*, misalnya terhadap anak atau saudara dan paman kamu sendiri *jika ia*, yakni pribadi yang disaksikan *kaya* yang boleh jadi kamu harapkan bantuannya atau ia disegani dan ditakuti *atau pun miskin* yang biasanya dikasihi, sehingga menjadikan kamu bertindak tidak adil guna memberinya manfaat atau menolak mudharat yang dapat jatuh atas mereka, *maka* sekali-kali jangan jadikan kondisi itu alasan untuk tidak menegakkan keadilan karena *Allah lebih* utama dan lebih *tahu* kemaslahatan mereka sehingga tegakkanlah keadilan demi karena Allah. *Maka* karena *janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang* dari kebenaran. *Dan jika kamu memutar balikkan* kata-kata dengan mengurangi kesaksian atau menyampaikannya secara palsu *atau berpaling* enggan menjadi saksi, *maka sesungguhnya Allah* senantiasa *Maha Mengetahui* segala apa yang kamu kerjakan yang sekecil-kecilnya sekalipun.*

Didahulukannya perintah menegakkan keadilan atas kesaksian karena Allah adalah dikarenakan tidak sedikit orang yang hanya pandai memerintahkan yang makruf, tetapi ketika tiba gilirannya untuk melaksanakan makruf yang diperintahkannya itu, dia lalai. Ayat ini memerintahkan mereka, bahkan semua orang untuk melaksanakan

keadilan atas dirinya baru menjadi saksi yang mendukung atau memberatkan orang lain.<sup>109</sup>

Selanjutnya kepada para penulis di ingatkan, agar *janganlah enggan menulisnya* sebagai tanda syukur, sebab *Allah telah mengajarnya, maka hendaklah ia menulis*. Penggalan ayat ini meletakkan tanggung jawab di atas pundak penulis yang mampu, bahkan setiap orang yang memiliki kemampuan untuk melaksanakan sesuatu sesuai dengan kemampuannya.<sup>110</sup>

*Dan hendaklah orang berhutang itu mengiklamkan apa yang telah disepakati untuk ditulis. mengapa yang berutang, bukan yang memberi utang? Karena dia dalam posisi lemah, jika yang memberi utang yang mengiklamkan, bisa jadi suatu ketika yang berhutang mengingkarinya.* Dengan mengiklamkan sendiri utangnya dan di depan penulis, serta yang memberinya juga, maka tidak ada alasan bagi yang berutang untuk mengingkari isi perjanjian. Sambil mengiklamkan segala sesuatu yang diperlukan untuk kejelasan transaksi, Allah mengingatkan yang berutang agar *hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya*. Demikian ia diingatkan untuk bertakwa dan menyebut dua kata yang menunjuk kepada Tuhan, sekali *Allah* yang menampung seluruh sifat-sifatnya yang Maha Indah, termasuk sifat Maha Perkasa, Maha Pembalas, Maha Keras siksa-

---

<sup>109</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 2, hal. 616-617.

<sup>110</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 1, hal. 605.

Nya dan di kali kedua *rabbahu*, yakni Tuhan Pemeliharanya. Lanjutan nasihat tersebut menyatakan, *Janganlah ia mengurangi sedikit pun dari hutangnya*, baik yang berkaitan dengan kadar hutang, waktu, cara pembayaran dan lain-lain, yang dicakup oleh kesepakatan bersama.<sup>111</sup>

Lanjutan ayat menjelaskan, *Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya*, tidak pandai mengurus harta, karena suatu dan lain sebab, *atau lemah keadaannya*, seperti sakit atau sangat tua, *atau dia sendiri tidak mampu mengiklamkan*, karena bisu atau tidak mengetahui bahasa yang digunakan atau boleh jadi malu, *maka hendaklah walinya mengiklamkan dengan jujur*.

*Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki di antara kamu*. Kata saksi yang digunakan ayat ini adalah (شَاهِدَيْنِ) *syahiidain* bukan (شَاهِدَيْنِ) *syaaheedain*. Ini berarti bahwa saksi yang digunakan benar-benar yang wajar serta telah dikenal kejujurannya sebagai saksi dan telah berulang-ulang melaksanakan tugas tersebut. Dengan demikian, tidak ada keraguan menyangkut kesaksiannya. Atau *kalaupun tidak ada* – demikian tim Departemen Agama RI dan banyak ulama menerjemahkan dan memahami lanjutan ayat – atau *kalaupun bukan* – menurut hemat penulis – yakni *kalaupun bukan dua orang lelaki*, maka (boleh) *seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai*, yakni yang disepakati oleh yang melakukan transaksi.

---

<sup>111</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 1, hal. 605.

Yang menjadi pertanyaan adalah, mengapa kesaksia dua orang lelaki diseimbangkan dengan satu lelaki dan dua perempuan. Yakni seorang lelaki diseimbangkan dengan dua orang perempuan? Ayat ini menjelaskan bahwa hal tersebut adalah *supaya jika salah seorang dari perempuan itu lupa maka seorang lagi, yakni yang menjadi saksi bersamanya mengingatkannya.*<sup>112</sup>

Allah berpesan kepada para penulis, kepada para saksi pun Allah berpesan, “*Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil,*” karena keengganannya dapat mengakibatkan hilangnya hak atau terjadi korban. Ayat ini dapat berarti, Janganlah orang-orang yang berpotensi menjadi saksi enggan menjadi saksi apabila mereka diminta. Setelah mengingatkan para saksi, ayat ini kembali berbicara tentang penulisan utang-piutang, tapi dengan memberi penekanan pada jumlahnya kecil. Memang menulis yang kecil-kecil, apalagi seringkali dapat membosankan. Karena itu, ayat ini mengingatkan, *Janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai yakni termasuk batas waktu pembayarannya.*

*Yang demikian itu, yakni penulisan utang-piutang dan persaksian yang dibicarakan itu, lebih adil di sisi Allah, yakni dalam pengetahuannya dan dalam kenyataan hidup, dan lebih dapat menguatkan persaksian,*

---

<sup>112</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 1, hal. 606.

yakni lebih membantu penegakan persaksian, *serta lebih dekat kepada tidak menimbulkan keraguan di antara kamu.*

Petunjuk-petunjuk di atas adalah jika muamalah dilakukan dalam bentuk utang-piutang. *Tetapi jika ia merupakan perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tak ada dosa bagi kamu (jika kamu) tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli;* perintah di sini oleh mayoritas ulama dipahami sebagai petunjuk umum, bukan perintah wajib.<sup>113</sup>

Penggalan ayat berikut yang menyatakan (وَلَا يُضَا) *walaa yudhaarra kaatibun wa laa syahiid*, dapat berarti janganlah penulis dan saksi memudharatkan yang bermuamalah dan dapat juga berarti *janganlah yang bermuamalah memudharatkan para saksi dan penulis*. Salah satu bentuk mudharat yang dapat dialami oleh saksi dan penulis adalah hilangnya kesempatan memperoleh rezeki, karena itu tidak ada salahnya memberi mereka ganti biaya transport dan biaya administrasi sebagai imbalan jerih payah dan penggunaan waktu mereka. Di sisi lain, para penulis dan saksi hendaknya tidak juga merugikan yang bermuamalah dengan memperlambat kesaksian, apalagi menyembunyikannya atau melakukan penulisan yang tidak sesuai dengan kesepakatan mereka. *Jika kamu, wahai para saksi dan penulis serta yang melakukan muamalah, melakukan yang demikian, maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu.*

---

<sup>113</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 1, hal. 608.

Ayat ini diakhiri dengan firman-Nya: *Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajar kamu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.* Menutup ayat ini dengan perintah bertakwa yang disusul dengan mengingatkan pengajaran ilahi, merupakan penutup yang amat tepat, karena seringkali yang melakukan transaksi perdagangan menggunakan pengetahuan yang dimilikinya dengan berbagai cara terselubung untuk menarik keuntungan sebanyak mungkin.<sup>114</sup>

Sesuai penjabaran di atas berarti utang-piutang juga dapat terjadi dalam jual beli, yaitu jual beli secara berhutang/kredit (*ba'i bidhaman 'ajil*) dan banyak pendapat ulama yang membolehkannya. Persyariatan *ba'i bidhaman 'ajil* tidak dijelaskan secara khusus tetapi berpedoman kepada keumuman ayat jual beli yang terdapat dalam Al-Quran surat *Al-Baqarah* [2]: 275 dan 282 yang membicarakan bolehnya hukum jual beli secara berhutang. Akan tetapi perbedaan pendapat muncul ketika terdapat penambahan harga pada jual beli yang dilakukan secara bertanggung.<sup>115</sup> Dalam hal ini Rasulullah SAW bersabda: Dari Abu Hurairah ia berkata, "*Rasulullah SAW melarang dua akad dalam satu proses jual beli.*" (HR. Tirmizi)<sup>116</sup>

### 3. An-Nisa': 29

---

<sup>114</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 1, hal. 609.

<sup>115</sup> Mardani, *Fiqh ekonomi ...* hal. 183-184.

<sup>116</sup> Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Tarmizi ...* hal. 19.

Melalui ayat ini Allah mengingatkan, *Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan, yakni memperoleh harta yang merupakan sarana kehidupan kamu, di antara kamu dengan jalan yang batil, yakni tidak sesuai dengan tuntutan syariat, tetapi hendaklah kamu memperoleh harta itu dengan jalan perniagaan yang berdasarkan kerelaan di antara kamu, kerelaan yang tidak melanggar peraturan agama.*<sup>117</sup>

Karena harta benda mempunyai kedudukan di bawah nyawa, bahkan terkadang nyawa dipertaruhkan untuk memperoleh atau mempertahankannya, maka pesan ayat ini selanjutnya adalah *dan janganlah kamu membunuh diri kamu sendiri atau membunuh orang lain secara tidak hak karena orang lain adalah sama dengan kamu dan bila kamu membunuhnya kamu pun terancam dibunuh, sesungguhnya Allah terhadap kamu Maha Penyayang.*

Kata ( أموا لكم ) *amwaalakum* yang dimaksud adalah harta yang beredar dalam masyarakat. Katika menafsirkan QS. An-Nisa' ayat 5, surah di mana terdapat pula kata *amwalakum*, penulis kemukakan bahwa itu untuk menunjukkan bahwa harta anak yatim dan harta siapapun sebenarnya merupakan milik bersama, dalam arti dia harus beredar dan mendapatkan manfaat bersama. Yang membeli dengan harta itu dapat untung, demikian juga penjual. Redaksi ini juga mengundang kerja sama

---

<sup>117</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 2, hal. 411.

dan tidak saling merugikan, karena, “Bila mitraku rugi, aku juga akan merugi.” Bukankah harta itu milik bersama? Karena itu, dalam berbisnis, harta hendaknya diilustrasikan berada di tengah. Inilah yang diisyaratkan oleh ayat di atas dengan kata ( بينكم ) *bainakum / di antara kamu*. Ini karena ciri perniagaan menjadikan pihak pertama cenderung menarik sesuatu yang berada ditengah itu ke arahnya, bahkan kalau dapat akan ditarik sedekat mungkin keposisinya, demikian pula pihak kedua. Agar yang ditarik tidak putus atau agar yang menarik tidak terseret, maka diperlukan kerelaan mengulur dari masing-masing.<sup>118</sup>

Manusia secara pribadi mempunyai kebutuhan berupa sandang, pangan dan lain-lainnya. Dan tak seorangpun dapat memenuhi hajat hidupnya sendiri, karena itu ia dituntut berhubungan dengan lainnya. Dalam hubungan ini tak ada satu hal pun yang lebih sempurna dari pertukaran; di mana seseorang memberikan apa yang ia miliki untuk kemudian ia memperoleh sesuatu yang berguna dari orang lain sesuai kebutuhan masing-masing. Penjual memindahkan barang kepada pembeli dan pembeli memindahkan barang kepada penjual sesuai dengan harga yang disepakati, setelah itu masing-masing mereka halal menggunakan barang yang pemiliknya dipindahkan tadi di jalan yang dapat dibenarkan syari’at.<sup>119</sup>

---

<sup>118</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 2, hal. 413.

<sup>119</sup> Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah, volume 12* ,, hal. 49.

Ayat di atas menekankan juga keharusan mengindahkan peraturan-peraturan yang ditetapkan dan tidak melakukan apa yang diistilahkan oleh ayat di atas dengan ( الباطل ) *al-baathil*, yakni pelanggaran terhadap tuntunan agama atau persyaratan yang disepakati. Ayat di atas menekankan juga keharusan adanya kerelaan kedua belah pihak. Walaupun kerelaan adalah sesuatu yang tersembunyi di dalam lubuk hati, tetapi indikator dan tanda-tandanya dapat terlihat. Ijab dan kabul atau apa saja yang dikenal dalam adat kebiasaan sebagai serah terima adalah bentuk-bentuk yang digunakan hukum untuk menunjukkan kerelaan. Hubungan timbal balik yang harmonis, peraturan dan syariat yang mengikat, serta sanksi yang menanti, merupakan tiga hal yang selalu berkaitan dengan bisnis dan di atas tiga hal tersebut ada etika yang menjadikan pelaku bisnis tidak sekedar menuntut keuntungan materi yang segera, tetapi melampauinya hingga mereka tidak mengabaikan orang lain atau lebih mengutamakan orang lain atas dirinya (Lihat *QS. Al-Hasyr* [59]: 9).<sup>120</sup>

#### 4. Hud: 84

Ayat ini dan ayat berikutnya menceritakan kisah tentang Nabi Syu'aib as. *Dan kepada* penduduk kota atau suku *Madyan*, kami utus *saudara mereka, syuaib*, yang dikenal juga sebagai “khathib/otator para nabi”. *Dia berkata: “Wahai kaumku, sembahlah Allah Tuhan Yang Maha*

---

<sup>120</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan* Volume 2, hal. 413.

Esa *sekali-kali tiada* bagi kamu satu Tuhan pun yang memelihara kamu dan menguasai seluruh makhluk *selain Dia*.<sup>121</sup>

Setelah memerintahkan adil terhadap Allah dengan mengesakan-Nya dilanjutkan dengan perintah berlaku adil terhadap manusia, antara lain dengan menyatakan: “*dan janganlah kamu kurangi takaran dan yang ditakar dan jangan juga timbangan yang ditimbang, sesungguhnya aku melihat kamu dalam keadaan yang baik, yakni mampu, menyenangkan dan tidak kekurangan, sehingga tidak ada dalih sedikit pun bagi kamu untuk merugikan orang lain dan sesungguhnya aku khawatir terhadap kamu bila terus mempersekutukan Allah dan berlaku tidak adil – aku khawatir – kamu dijatuhi azab hari yang meliputi, yakni yang membinasakan segala sesuatu, tidak meninggalkan yang kecil atau besar kecuali dilibasnya*”.

Kata ( خير ) *khair/baik*, di samping makna yang dikemukakan di atas, dapat diperluas lagi sehingga tidak hanya terbatas dalam rezeki yang bersifat material, tetapi juga ruhani, dalam arti kalian juga sehat pikiran dan memiliki pengetahuan yang seharusnya dapat kalian gunakan untuk mengabdikan kepada Allah Yang Maha esa, serta membangun dunia, tidak mempersekutukan-Nya, tidak juga melakukan perusakan. Kata ( محيط ) *muhiith* yang terambil dari kata ( أحاط ) *ahaatha* yang berarti *meliputi*. Sesuatu yang diliputi pastilah dikuasai oleh yang meliputinya. Siksa di

---

<sup>121</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 6, hal.319.

akhirat juga dapat terjadi di dunia. Siksa di dunia antara lain berupa kecemasan dan kejangkelan yang menimbulkan perselisihan, yaitu ketika kecurangan merajalela, baik dalam bidang ekonomi maupun transaksi lainnya.<sup>122</sup>

#### 5. Hud: 85

Setelah larangan mengurangi takaran dan timbangan, yang boleh jadi sekedar melakukan upaya perkiraan agar tidak kurang, bukan ketepatannya, maka secara tegas Nabi Syu'aib as. menegaskan perlunya menyempurnakan timbangan. Karena kesempurnaan dalam menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, itulah yang lebih utama dan lebih baik akibatnya.<sup>123</sup>

Kata ( الْقِسْط ) *al-qisth* biasa diartikan adil, yaitu sinonim dari ( الْعَدْل ) *al-'adlu/adil*. Banyak ulama yang mempersamakan maknanya dan ada juga yang membedakannya dengan berkata bahwa *al-qisth* berlaku adil antara dua orang atau lebih, keadilan yang menjadikan masing-masing senang. Sedangkan *al-'adlu* adalah berlaku baik terhadap orang lain maupun diri sendiri, tetapi bisa saja keadilan tersebut tidak menyenangkan

---

<sup>122</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 6, hal. 320.

<sup>123</sup> Lihat QS. *Al-Isra'* [17]: 35.

salah satu pihak. Timbangan dan takaran harus menyenangkan kedua pihak. Karena itu, di sini digunakan kata bi *al-qisth*.<sup>124</sup>

Kata ( تَبَخُّث ) *tabkhasu/ kamu kurangi* terambil dari kata ( بَخَس ) *bakhs* yang berarti kekurangan akibat kecurangan. Ibn ‘Arabi, sebagaimana dikutip oleh Ibn ‘Asyur, mendefinisikan ini dalam arti penipuan dalam nilai atau kecurangan dalam timbangan dan takaran dengan melebihkan atau mengurangi. Kata ( تَعَثَو ) *ta’tsaw* terambil dari kata ( عَثَاء ) *’atsaa’* dan ( عَاث ) *’aatsa* yaitu perusakan atau bersegera melakukan perusakan. Penggunaan kata itu mengisyaratkan bahwa kesegeraan mengikuti nafsu tidak menghasilkan kecuali perusakan.

Kata ( بَقِيَّة ) *baqiyyah* mengandung banyak makna, antara lain *kesinambungan* atau antonim dari *kepunahan*. Bila kata ini dipahami dalam makna tersebut, maka ayat ini mengajak memberi perhatian yang besar kepada sesuatu yang langgeng dan bersinambungan, bukan sesuatu yang sifatnya sementara dan akan punah. Apa pun makna yang anda pilih untuk kata *baqiyyah*, namun yang pasti bahwa kebaikan yang dapat diraih dengan memperhatikan tuntunan ini mencakup kebaikan duniawi dan ukhrawi. Kebaikan duniawi karena semua kegiatan yang halal dan bebas dari kecurangan akan menghasilkan ketenangan, bukan saja untuk pelaku, tetapi juga masyarakat umum.<sup>125</sup>

---

<sup>124</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 6, hal. 321.

<sup>125</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 6, hal. 322.

Firman-Nya: ( إِنْ كُنْتُمْ ) *in kuntum mu'iniin / jika kamu orang-orang mukmin* dipahami oleh banyak ulama sebagai syarat perolehan kebaikan yang dimaksud ayat ini. Yakni bahwa kebaikan rezeki yang kamu peroleh karena tidak melakukan kecurangan baru akan sempurna jika kamu benar-benar beriman. Memang, boleh jadi kamu mendapat kesenangan dan rasa aman di dunia akibat perlakuan adil itu. Tetapi apa yang kamu peroleh tersebut belum dapat dipahami *kebaikan sempurna* selama kamu tidak melakukannya atas dasar keimanan kepada Allah swt. dan didorong oleh niat melaksanakan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.<sup>126</sup>

Jika mengamati tuntunan nabi Syu'aib as. pada kumpulan ayat-ayat ini, maka terlihat bahwa beliau menekankan perlunya memperhatikan tiga hal pokok. *Pertama*, pelurusan akidah dengan meyakini dan mengiklaskan ibadah hanya kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa. *Kedua*, perbaiki diri dan upaya melaksanakan amal-amal kebajikan, membangun bumi dan menghindari perusakan apa pun bentuknya. *Ketiga*, menghindari keburukan khusus yang merajalela pada masanya, yaitu kecurangan dalam timbangan.<sup>127</sup>

#### 6. An-Nur: 37

Ayat di atas menggunakan kata ( تِجَارَةٌ ) *tijarah* dan ( بَيْعٌ ) *bai'*. Keduanya biasa diterjemahkan *jual beli*. Sementara ulama memahami kata

---

<sup>126</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 6, hal. 323.

<sup>127</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 6, hal. 324.

*tijarah* dalam arti membeli dan *bai'* dalam arti menjual. Ada juga yang membedakannya dengan menyatakan bahwa kata *bai'* biasa digunakan untuk menggambarkan telah terjadinya transaksi dan diperolehnya keuntungan, sedangkan kata *tijarah* menggambarkan profesi jual beli. Dengan demikian seseorang yang tidak dilengahkan oleh *tijarah* belum tentu tidak dilengahkan oleh *bai'*. Thabathabai' berpendapat bahwa kata *tijarah* jika diperhadapkan dengan *bai'* maka ia berarti kesinambungan dalam upaya jual beli yang menghasilkan keuntungan ril yang sifatnya langsung. Dengan demikian penggalan ayat ini menyatakan bahwa manusia-manusia itu tidak pernah lengah dari mengingat Allah sepanjang upaya mereka yang bersinambung guna mencari keuntungan dan tidak juga pada saat mereka sedang melakukan jual beli dan meraih keuntungan. Ibn 'Asyur memahami kata *tijarah* dalam arti mendatangkan barang untuk memperoleh keuntungan dengan jalan menjualnya, sedangkan *bai'* adalah menjual sesuatu karena kebutuhan akan harganya.

Sedangkan kata ( ذِكْرُ اللَّهِ ) *dzikr Allah* berarti mengingat Allah dengan hati, yakni tidak lupa atau lengah. Adapun shalat dan zakat yang tentunya juga mengandung dzikir, maka ini mengisyaratkan dzikir yang bersifat amaliah dan telah tertentu waktu-waktunya. Dengan demikian, ada dua macam dzikir yang mereka lakukan. *Pertama*, dzikir bersinambung tanpa henti, yang ditunjuk oleh kata *dzikr Allah*. *Kedua*, dzikir untuk waktu-waktu tertentu yakni shalat dan zakat. Penyebutan *dzikr Allah* yang yang maksudnya adalah mengingat-Nya dengan hati secara

bersinambungan, dan penyebutan shalat dan zakat yang mengandung makna dzikir amaliah yang sifatnya pada waktu-waktu tertentu, penyebutan kedua hal itu sejalan dengan penyebutan kedua hal sebelumnya yaitu *tijarah* dan *bai'*. Dengan tidak dilengahkan oleh *tijarah*, maka mereka selalu mengingat Allah dan tidak pernah lupa atau lalai sepanjang upaya mereka yang bersinambung guna mencari keuntungan (*tijarah*), dan dengan tidak lupa saat-saat mereka sedang melakukan jual beli dan meraih keuntungan (*bai'*) mereka pun tidak lupa shalat yang dilaksanakan pada saat-saat tertentu itu. Demikian lebih kurang uraian Thabathaba'i.<sup>128</sup>

Kata ( تَقَلَّب ) *taqallub* terambil dari kata ( قَلَب ) *qallaba* yang berarti membolak balik. Dari akar kata yang sama lahir kata *qalb* yakni *hati*, karena hati sifatnya berbolak balik. Perbolakbalikan mata dan hati ketika itu disebabkan oleh rasa takut menghadapi ancaman siksa di hari Kiamat. Thabathaba'i selanjutnya menekankan bahwa itu disebabkan oleh tersingkapnya hakikat kebenaran dan terbukanya tabir yang selama ini menyelubungi mata seseorang. Nah, ini bahwa hati dan pandangan ketika itu beralih dari penyaksian hal-hal yang bersifat duniawi yang menghalangi manusia memandang hakikat dan kebenaran kepada pandangan yang berbeda, yaitu menyaksikan cahaya iman dan ma'rifat

---

<sup>128</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 9, hal. 356-357.

yang menjadikan seorang mukmin melihat keagungan Allah SWT dan karunia-Nya.<sup>129</sup>

#### 7. Asy-Syu'ara: 181-184

Ayat ini menceritakan tentang kisah Nabi Syuaib as. yang menasehati kaumnya. *Sempurnakanlah takaran dan yang ditakar bila kamu menakar untuk orang lain, sebagaimana kamu menakar untuk diri kamu sendiri, dan janganlah kamu termasuk salah seorang anggota kelompok yang dikenal luas sebagai orang-orang yang merugikan diri sendiri akibat merugikan orang lain; dan di samping itu timbanglah untuk diri kamu dan untuk orang lain dengan timbangan tepat yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada barang-barangnya, yakni hak-haknya dengan mengurangi kadar atau nilainya dan janganlah kamu membuat kejahatan di bumi dengan menjadi perusak-perusak dalam bentuk apapun sesudah perbaikannya yang dilakukan Allah atau juga oleh manusia.*

Setelah menasehati kaumnya dalam hal-hal khusus yang menonjol menyangkut kedurhakaan mereka, nabi Syuaib as. menasehati secara umum dengan menyatakan : *Dan bertakwalah kepada Allah* yakni hindari siksa-Nya dengan jalan melaksanakan semua perintah-Nya sepanjang kemampuan kamu dan jauhi semua larangan-Nya, karena Dia *yang telah*

---

<sup>129</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 9, hal. 358.

*menciptakan kamu dan umat-umat yang dahulu yang begitu kokoh dan kuat, namun mereka pun disiksa dan dipunahkan-Nya ketika mereka melanggar perintah-Nya.*

Firman-Nya mengabadikan tuntunan Nabi Syu'aib as: "*Janganlah kamu membuat kejahatan di bumi dengan menjadi perusak-perusak* merupakan larangan melakukan perusakan dan aneka kejahatan, apapun bentuknya, baik pembunuhan, perampokan, perzinahan, pelanggaran hak asasi manusia dan baik material maupun immaterial dan lain-lain sebagainya. Dengan demikian Nabi Syu'aib as. menuntun mereka untuk menghindari sekian banyak pelanggaran, bermula dari pelanggaran tertentu yang telah lumrah mereka lakukan yaitu mengurangi takaran dan timbangan, kemudian disusul dengan larangan yang bersifat lebih luas dan mencakup larangan yang lalu, yaitu tidak mengurangi/mengambil hak orang lain, baik dalam bentuk mengurangi timbangan maupun mencuri harta mereka atau menipu, merampok atau mengurangi hak yang seharusnya diterima seseorang. Selanjutnya beliau melarang dengan larangan menyeluruh sehingga mencakup segala macam kejahatan, baik yang berkaitan dengan diri sendiri, orang lain, binatang maupun lingkungan.<sup>130</sup>

Dalam *QS. Ar-Rahman* [55]: 7-9 juga disinggung mengenai keadilan dalam timbangan dan tidak mengurangi neraca. Firman-Nya:

---

<sup>130</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 10, hal. 128-130.

*“Dan Dia telah meninggikan langit dan Dia meletakkan neraca supaya kamu jangan melampaui batas dalam meraca, dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu.”<sup>131</sup>*

#### 8. Al-Jumu’ah: 9

Ayat di atas menyatakan: *Hai orang-orang yang beriman, apabila diseru yakni dikumandangkan adzan oleh siapa pun untuk shalat pada Zhuhur hari Jum’at, maka bersegeralah* kuatkan tekad dan langkah, jangan bermalas-malas apalagi mengabaikannya, untuk *menuju dzikrullah* menghadiri shalat dan khutbah Jum’at *dan tinggalkanlah jual beli* yakni segala macam interaksi dalam bentuk dan kepentingan apapun bahkan semua yang dapat mengurangi perhatian terhadap upacara Jum’at. Demikian *itulah* yakni menghadiri acara Jum’at, *yang baik buat kamu, jika kamu mengetahui* kebaikannya pastilah kamu mengindahkan perintah ini. *Lalu apabila telah ditunaikan shalat, maka jika kamu mau, maka bertebarlah di muka bumi* untuk tujuan apapun yang dibenarkan Allah dan carilah dengan bersungguh-sungguh sebagian dari karunia Allah, *dan ingatlah Allah banyak-banyak* jangan sampai kesungguhan kamu mencari karunia-Nya itu melenghankamu. Berdzikirlah dari saat ke saat da

---

<sup>131</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 13, hal. 498.

disetiap tempat dengan hati atau bersama lidah kamu *supaya kamu beruntung* memperoleh yang kamu dambakan.<sup>132</sup>

Kata *dzikr Allah* yang dimaksud adalah shalat dan khutbah, karena itulah agaknya ayat di atas menggunakan kata *dzikr Allah*. Kata *fas'au* terambil dari kata *sa'aa* yang pada mulanya berarti *berjalan cepat* tapi bukan berlari. Tentu saja bukan itu yang dimaksud di sini, apalagi ada perintah Nabi saw. agar menuju ke mesjid, berjalan penuh wibawa. Larangan melakukan *jual beli*, dipahami oleh Imam Malik mengandung makna batalnya serta keharusan membatalkan jual beli jika dilakukan pada saat Imam berkhotbah dan shalat. Imam Syafi'i tidak memahaminya demikian, namun menegaskan keharamannya.<sup>133</sup>

#### 9. Al-Jumu'ah: 10

Pada ayat sebelumnya telah dijelaskan mengenai meninggalkan jual beli jika adzan sudah berkumandang. Untuk menghilangkan kesan bahwa perintah ini adalah sehari penuh, sebagaimana yang diwajibkan kepada orang-orang Yahudi pada hari Sabtu, maka ayat selanjutnya menegaskan: *Lalu apabila telah ditunaikan shalat, maka jika kamu mau, maka bertebaranlah di muka bumi* untuk tujuan apapun yang dibenarkan Allah *dan carilah dengan bersungguh-sungguh sebagian dari karunia*

---

<sup>132</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 14, hal. 230.

<sup>133</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 14, hal. 231.

*Allah*, karena karunia Allah sangat banyak dan tidak mungkin kamu dapat mengambil seluruhnya, *dan ingatlah Allah banyak-banyak* jangan sampai kesungguhan kamu mencari karunia-Nya itu melengahkan kamu. Berzikirlah dari waktu ke waktu dan di setiap tempat dengan hati atau bersama lidah kamu *supaya kamu beruntung* memperoleh apa yang kamu dapatkan. Perintah bertebaran di bumi dan mencari sebagian karunia-Nya pada ayat di atas bukanlah perintah wajib.<sup>134</sup>

#### 10. Al-Jumu'ah: 11

Ayat sebelumnya memerintahkan kaum muslimin agar menghadiri ibadah shalat jumat dan meninggalkan jual beli. Namun, mereka masih terus saja melakukannya. Maka, ayat ini menjelaskan: *Dan apabila mereka melihat* atau mengetahui kehadiran barang-barang *perniagaan* atau bahkan *permainan*, mereka *berbondong-bondong* dan berpencar dengan cepat menuju *kepadanya* dan mereka *meninggalkanmu berdiri* menyampaikan khutbah. *Katakanlah* kepada mereka dan siapapun sebagai pengajaran dan peringatan bahwa: *apa yang di sisi Allah* berupa ganjaran dan anugerah-Nya di dunia dan di akhirat bagi yang tidak tergiur oleh gemerlapan duniawi *lebih baik dari pada permainan dan perniagaan*

---

<sup>134</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 14, hal. 230.

walau sebanyak apapun dan *Allah adalah sebaik-baik pemberi rezeki* karena Allah sumber rezeki sedang selain-Nya hanya perantara.<sup>135</sup>

Tidak diragukan lagi bahwa berbisnis tanpa mengenal waktu akan mendatangkan keuntungan besar dan dapat mempercepat berputarnya roda perekonomian. Namun, Al-Quran mewajibkan umat Islam meninggalkan aktivitas bisnisnya dengan bersegera mengingat Allah jika mereka mendengar azan pada hari Jumat.<sup>136</sup> Dalam waktu yang sama Al-Quran juga mengancam orang-orang yang sibuk dengan bisnisnya sehingga meninggalkan shalat Jum'at,<sup>137</sup> sebagaimana telah disebutkan pada ayat di atas.

#### 11. Al-Mutaffifin: 1-3

Pada awal surah ini disebutkan salah satu hal yang paling banyak terjadi dalam hubungan antar manusia yakni menyangkut *ukuran*. Salah satu dosa terbesar adalah berhianat menyangkut ukuran dan timbangan. Dalam surah ini disebutkan apa yang disiapkan buat mereka itu dan orang-orang yang menyanggah sifat seperti mereka. Itu semua untuk mengingatkan orang yang lalai dan teperdaya yang disinggung oleh surah yang lalu (*QS. Al-Infithaar* [82]: 6). Allah berfirman: *Kecelakaan dan kerugian besar di dunia dan di akhirat bagi orang-orang yang curang, yaitu*

---

<sup>135</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 14, hal. 227.

<sup>136</sup> Mardani, *fiqh Ekonomi* ,, hal. 48-49.

<sup>137</sup> Mardani, *fiqh Ekonomi* ,, hal. 49.

mereka yang apabila menerima takaran dan timbangan atas yakni dari orang lain, mereka minta yakni menuntut secara sungguh-sunggu agar dipenuhi atau bahkan cenderung minta dilebihkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka berbuat curang dengan mengurangi timbangan dan takaran dari apa yang mestinya mereka berikan.

Kecelakaan, kebinasaan dan kerugian akan dialami oleh yang melakukan kecurangan dalam interaksi ini. Itu dapat dirasakan oleh pelaku perdagangan. Siapa yang dikenal curang dalam penimbangan, maka yang bersedia berinteraksi dengannya hanyalah orang-orang yang melanjutkan hubungan dengannya dan ini adalah pangkal kecelakaan dan kerugian duniawi. Berinteraksi dengan pihak lain baru dapat langgeng jika dijalin dengan sopan santun serta kepercayaan dan amanat antar kedua pihak. Dalam berinteraksi kedua sifat tersebut melebihi jalinan persamaan agama, suku bangsa bahkan keluarga, karena itu bisa saja Anda menemukan seorang muslim lebih suka berinteraksi dagang dengan non muslim yang terpercaya dan sopan dari pada berinteraksi dengan sesamanya yang muslim atau suku bangsa dan keluarga yang tidak memiliki sifat amanat dan sopan santun.

Adapun kecelakaan di akhirat, maka ini sangat jelas, apalagi dosa tersebut berkaitan dengan hak manusia yang bisa saja di hari kemudian nanti, menuntut agar pahala amal-amal kebajikan yang boleh jadi pernah

dilakukan oleh yang mencurangnya itu diberikan kepadanya sebagai ganti kecurangannya itu.

Ayat 2 di atas hanya menyebut menerima takaran sedang ayat 3 menyebut mengukur dan menimbang, ini boleh jadi karena dalam penimbangan, upaya untuk menuntut kelebihan tidak sebesar dalam pengukuran, sedang dalam pengurangan kedua hal itu – penimbangan dan pengukuran – dengan mudah dapat terjadi, lebih-lebih jika penimbangan dan pengukuran itu tidak dihadiri oleh mitra dagangnya. Boleh jadi juga karena para pedagang ketika itu lebih banyak menggunakan takaran dari pada timbangan.<sup>138</sup>

## **B. Etika Komunikasi Bisnis Yang Terkandung Dalam Ayat-Ayat Al-Quran Tersebut**

### **1. Etika Yang Menfokuskan Pada Pesan-pesan Ilahiyah**

Ketuhanan merupakan salah satu etika atau sendi utama norma bermuamalah sesuai dengan Al-Quran. Karena ekonomi islam adalah ekonomi yang berdasarkan ketuhanan. Sistem ini bertitik tolak dari Allah, bertujuan akhir kepada Allah dan menggunakan sarana yang tidak terlepas dari syariat Allah.<sup>139</sup> Oleh karena itu, apapun yang dilakukan janganlah sekali-kali melupakan Allah. Hal ini terdapat dalam *QS. At-Taubah* [9]: 24 dan seperti yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya menurut tafsir Al-

---

<sup>138</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 15, hal. 121-123.

<sup>139</sup> Mardani, *Fiqh ekonomi ...* hal. 45.

Mishbah karangan M. Quraish Shihab dalam *QS. An-Nur* [24]: 37 mengenai tidak dilalaikan oleh jual beli dari mengingat/beribadah kepada Allah SWT. Dalam *QS. Al-Jumuah* [62]: 9 dan 11 juga menjelaskan tentang seruan meninggalkan perniagaan ketika masuk waktu shalat Jumat.

Saat melakukan komunikasi dalam berbisnis etika yang menfokuskan pada pesan-pesan Ilahiyah ini merupakan poin penting yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis dalam berinteraksi. Karena dengan adanya etika komunikasi ini dalam interaksi tersebut, maka seorang muslim dalam berbisnis akan senantiasa berpedoman pada komunikasi yang baik dan benar. Hal ini tentu saja tidak hanya berlaku pada bisnis kecil seperti jual beli perindividu, tetapi berlaku juga pada bisnis besar yang kerap menggunakan teknologi dan tentunya diperlukan komunikasi langsung (*live chat*). Karena ini bukan hanya membantu komunikasi *online* lebih personal, tetapi juga memperkuat hubungan dengan para mitra bisnis. Semua itu merupakan tujuan utama komunikasi bisnis yang efektif.<sup>140</sup> Serta, dalam melakukan komunikasi bisnis tidak melakukan transaksi yang dilarang oleh Allah, baik dari segi pendekatan atau mengirim pesan kepada konsumen sebagai bentuk informasi terhadap barang yang anda tawarkan.

Dalam mempromosikan barang tentunya dibutuhkan komunikasi persuasif, yakni untuk memberi daya tarik kepada penerima pesan dan hal

---

<sup>140</sup> Courtland L. Bovee & John V. Thill, *Komunikasi Bisnis*, Edisi ke-8 Jilid 1, (Jakarta: Indeks, 2007), hal. 4.

ini diperbolehkan selama tidak melanggar etika yang ada. Sebagaimana telah diketahui bahwa pendekatan berpusat pada penerima, yang mencoba untuk melihat subjek dari sisi penerima pesan anda.<sup>141</sup> Oleh karena itu, dalam menjalankan komunikasi bisnis, etika yang menfokuskan pada pesan-pesan Ilahiyah sangat penting dan beberapa ayat-ayat di atas telah menjelaskan tentang etika komunikasi bisnis yang berkaitan dengan pesan-pesan Ilahiyah.

Dalam menjalankan komunikasi bisnis, orang-orang yang beriman dan selalu bertakwa kepada Allah tidak akan pernah mengambil jalur yang dilarang oleh Allah SWT. Begitu pula bagi mereka yang tidak dilalaikan oleh berniaga ataupun jual beli dari berzikir kepada Allah. Meninggalkan transaksi komunikasi bisnis yang sedang berjalan demi menunaikan kewajiban sebagai hamba yang beriman, seperti panggilan menunaikan shalat jumat dan meninggalkan perniagaan. Karena mereka yang mematuhi pesan-pesan Ilahiyah dalam melakukan komunikasi bisnis yakin apa yang di sisi Allah lebih baik dari perniagaan tersebut. Sehingga, mereka tidak perlu mengelabui mitra bisnis atau konsumen . sebab Allah Yang Maha Pemurah yang memberi rezeki dan penghidupan bagi manusia sekalian.

## 2. Menghindari Transaksi Riba

---

<sup>141</sup> Courtland L. Bovee & John V. Thill, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 169.

Mencari barang halal, yakni tanpa adanya transaksi riba atau segala transaksi yang tidak sesuai dengan norma dalam muamalah. Jika kita berbicara tentang norma dalam bermuamalah, kita akan menemukan empat sendi utama. Keempat sendi tersebut adalah ketuhanan, etika, kemanusiaan dan pertengahan.<sup>142</sup> Keempat sendi tersebut merupakan ciri khas bermuamalah dalam Islam, bahkan dalam realita merupakan milik bersama umat Islam dan tampak dalam segala bentuk yang islami.<sup>143</sup> Terkait tentang riba Allah telah menyuruh untuk bertakwa kepada-Nya dan meninggalkan sisa riba dan boleh mengambil kembali modal yang masih tersisa, tetapi tidak dengan sisa riba yang ada. Berkenaan tentang menghindari transaksi riba, Al-Quran menyebutkannya dengan sangat jelas. Yakni dalam *QS. Ar-Rum* [30]: 39, *QS. Ali Imran* [3]: 130 dan seperti yang sudah di paparkan pada pembahasan sebelumnya sebagaimana yang ditafsirkan menurut tafsir Al-Mishbah karangan M. Quraish Shihab dalam *QS. Al-Baqarah* [2]: 275, 276 dan 279.

Ketika melakukan komunikasi dalam perdagangan/jual beli tidak ada yang namanya transaksi riba, kecuali mereka yang menyamakan antara perdagangan dengan riba. Yakni mereka yang mengatakan jual beli sama dengan riba. Hal tersebut di atas bertentangan dengan norma bermuamalah dalam Islam yang mana merujuk pada Al-Quran. Karena hal

---

<sup>142</sup> Yusuf Al-Qardhawi, *Bunga Bank Haram*, Penerjemah Dr. Setiawan Budi Utomo, (Jakarta: BI, 2001), hal. 30.

<sup>143</sup> Mardani, *Fiqh ekonomi syariah ...* hal. 44

ini bertentangan dan tidak sesuai dengan komunikasi bisnis yang berlandaskan pada etika. Yang membedakan Islam dengan materialism adalah bahwa Islam tidak pernah memisahkan ekonomi dengan etika, sebagaimana tidak pernah memisahkan ilmu dengan akhlak dan politik dengan etika.<sup>144</sup> Begitu juga pada masalah etika komunikasi bisnis yang tidak dapat dipisahkan dengan etika. Oleh karena itu, setiap pedagang atau pembisnis dituntut untuk memiliki ilmu, sehingga ketika terjadi interaksi atau berlangsungnya komunikasi tidak terdapat unsur-unsur transaksi riba di dalamnya.

Riba diharamkan oleh Allah karena memang memiliki sebab. Sehingga, barang siapa yang mengindahkan perintah tersebut akan merasakan manfaatnya. Begitu pula bagi mereka yang mengabaikan perintah tersebut, maka mereka akan merasakan langsung akibat dari pekerjaan itu. Riba dapat menimbulkan permusuhan antar pribadi dan mengikis habis semangat kerjasama/saling tolong menolong sesama manusia. Menimbulkan adanya penimbunan harta tanpa kerja keras sehingga tak ubahnya dengan pohon benalu (parasit) yang tumbuh di atas jerih payah yang lain.<sup>145</sup>

Jika hal tersebut di atas terjadi, maka akan menghambat proses komunikasi dan membuat penurunan pendapatan dalam bisnis akibat

---

<sup>144</sup> Mardani, *Fiqh ekonomi syariah ...* hal. 47

<sup>145</sup> Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah, Volume 12 ...* hal. 121

komunikasi yang tidak efektif. Karena, komunikasi yang efektif merupakan pusat sebagian besar aspek bisnis, karena komunikasi menghubungkan antara penjual dengan pembeli atau perusahaan dengan *stakeholder*-nya, yakni suatu tim yang dipengaruhi oleh tindakan perusahaan dalam beberapa cara yang terdiri dari pelanggan, karyawan, pemegang saham, pemasok, tetangga, komunitas dan negara. Jika pembisnis menginginkan untuk meningkatkan efisiensi, kualitas, kemampuan merespon dan inovatif, pembisnis akan dapat melakukannya dengan bantuan komunikasi yang kuat. Sebaliknya, jika komunikasi tidak lancar, akibatnya bisa apa saja, dari membuang waktu sampai hal yang tragis, yaitu kehilangan pelanggan bagi seorang pedagang dan menimbulkan kerugian yang besar.<sup>146</sup>

Mereka yang melakukan riba, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Tetapi jika yang mereka berikan berupa zakat dengan maksud untuk mencapai keridhaan Allah, maka mereka itulah orang-orang yang melipatgandakan pahalanya.<sup>147</sup> Riba hanya akan menambah beban dalam kehidupan manusia. Sedangkan sedekah ataupun zakat akan menambah ketentraman spiritual bagi yang melakukannya.

Dengan demikian, orang tersebut termasuk pada orang yang memanfaatkan dunia ini secukupnya, tidak berlebihan dan tidak juga

---

<sup>146</sup> Courtland L. Bovee & John V. Thill, *Komunikasi Bisnis*, Edisi ke-8 Jilid 1, (Jakarta: Indeks, 2007), hal. 4-5.

<sup>147</sup> Lihat QS. Ar-Rum, ayat: 39.

terlalu mengikat pinggang. Sikap pertengahan ini tidak disia-siakan Allah, bahkan dinilai sebagai suatu ketaatan kepada-Nya<sup>148</sup> karena sesungguhnya Allah tidak suka dengan orang yang berlebih-lebihan.<sup>149</sup> Nabi pun telah mengutuk siapa saja yang, baik orang yang menerima riba, petugas yang menulis nota dan kedua saksi praktek riba. Semuanya punya peran sama. Hadis lain meriwayatkan bahwa nabi melarang memperdagangkan tumpukan kurma yang tidak diketahui jumlah timbangannya. Sama halnya, orang Islam dilarang menjual buah-buahan yang masih ada dipohon sebelum buah-buahan itu masak. Bahkan sampai kepada bila kedua belah pihak siap menanggung resikonya. Itu semua telah dilarang dalam Al-Quran dan Sunnah Nabi, yaitu larangan terhadap transaksi dagang yang bertujuan menciptakan kewajaran<sup>150</sup> dan mencegah dari kerugian sebelah pihak. Apabila ketika penjual dan pembeli melakukan interaksi dan di dalamnya tidak terdapat unsur-unsur segala yang dilarang di atas, maka barulah dapat dikatakan komunikasi bisnis yang berlangsung menerapkan etika berdagang bukan riba/menghindari transaksi riba.

### 3. Mengandung Sikap Murah Hati

Sikap murah hati dalam komunikasi bisnis telah dijelaskan dalam *QS. Al-Baqarah* [2]: 280 dan 282 sebagaimana yang sudah diuraikan

---

<sup>148</sup> Mardani, *Fiqh ekonomi* ... hal. 45.

<sup>149</sup> Lihat *QS. Al-A'raf*[7]: 31.

<sup>150</sup> A. Rahman I Doi, *Muamalah* ... hal. 58.

sebelumnya yang merujuk pada tafsir Al-Mishbah karangan M. Quraish Shihab, bahwa sikap murah hati berdampak sangat positif bagi pelaku bisnis, karena dengan sikap tersebut komunikasi yang terjalin lebih memiliki sifat simpati dan empati antara penjual dengan pembeli. Sehingga, jika seseorang mengalami situasi yang sulit untuk memenuhi kebutuhannya, pelaku bisnis tidak enggan untuk membantu karena adanya keharmonisan dalam interaksi yang terjalin. Karena suatu jalan untuk melihat atau mengerti komunikasi antara dua orang adalah seperti ide yang dikemukakan Rudolf Flesh dikala dia menggambarkan Tuan A dan Tuan B yang berdiri pada dua tepi jurang yang dalam. Jurang itu demikian dalam dan demikian lebar untuk dilompati atau disebrangi.

Satu-satunya jalan bagi Tuan A untuk menyampaikan suatu pesan kepada Tuan B adalah dengan melintasi jurang itu. Untuk itu Tuan A mengatakan atau melakukan dan mengisyaratkan sesuatu yang mendorong dan merangsang Tuan B untuk melakukan sesuatu yang dikehendaki. Jika setiap pihak berusaha untuk membangun apa yang disebut Flesh sebagai suatu “jembatan emosi”, maka mereka akan dapat berkomunikasi.<sup>151</sup> Hal ini sama dengan masalah utang-piutang. Jika ada “jembatan emosi” tersebut maka komunikasi akan lancar dan akan adanya sikap murah hati dengan sesame, sehingga dapat terjadinya transaksi utang-piutang.

---

<sup>151</sup> James G. Robins&Barbara S. Jones, *Komunikasi Yang Efektif, Untuk Pemimpin, Pejabat dan Usahawan*, (Jakarta: CV Pedoman Ilmu Jaya, 1995), hal. 8

Utang-piutang yang telah ditentukan waktunya sampai waktu tertentu dan tidak tertunda itulah yang dimaksud seketika. Malik berkata: Boleh mensyaratkan waktu dan syarat harus dilaksanakan. Apabila utang piutang telah ditentukan, ia pemberi utang tidak berhak menuntut sebelum masanya tiba.<sup>152</sup> Namun, ketika yang berutang belum dapat membayarnya pada waktu yang ditentukan, maka berilah masa sedikit lebih lama baginya. Hal inilah yang dimaksud dengan etika komunikasi bisnis yang mengandung sikap murah hati, yakni memberi/memperpanjang waktu pembayaran.

Diriwayatkan oleh At-Tarmizi dari Abu Huraira ia berkata, Rasulullah bersabda: *“Barangsiapa yang memberikan tempo (kelonggaran waktu) pembayaran utang kepada orang yang kesulitan atau membebaskannya, maka Allah akan menempatkannya di bawah naungan Arsy-nya pada hari kiamat nanti, hari yang tiada naungan kecuali naungan-Nya”*.<sup>153</sup>

Yang lebih baik dari meminjamkan adalah *menyedekahkan* sebagian atau semua hutang itu. Kalau demikian, *jika kamu mengetahui* bahwa hal tersebut lebih baik, maka bergegaslah meringankan yang berhutang atau membebaskannya dari hutang.<sup>154</sup> Sama halnya dengan

---

<sup>152</sup> Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah, volume 12* ,, hal.131.

<sup>153</sup> Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan At-Tarmidzi* ... hal. 78.

seseorang yang menjual suatu barang dengan harga yang lebih rendah dari harga seharusnya karena terdesak (butuh uang), tetapi yang membeli melebihkan harganya karena rasa iba.

Sebagaimana jual beli yang terjadi antara Nabi SAW dan jabir saat Nabi melihat unta Jabir yang berjalan lambat lalu menawarkan untuk membelinya, maka Jabir berkata, “*Aku hadiahkan untukmu, wahai Rasulullah*”. Namun Nabi SAW tetap menawarnya berulang kali, sehingga Jabir menjualnya dengan harga 1 Uqiyah (119 gr emas 24 karat). Akhirnya Nabi SAW membayarnya 1 Uqiyah + 1 Qirath (0,18 gr emas 24 karat). (HR. Muslim).<sup>155</sup>

Dalam hadis di atas jelas bahwa Nabi SAW melebihkan harga unta atas dasar iba kepada sahabatnya . namun, jika membebaskan utang sebagai imbalan mempercepat pembayaran sebelum tiba masa yang telah disepakati menurut *Jumhur Fuqaha* itu hukumnya haram. Orang yang memberi hutang kepada orang lain untuk waktu tertentu, kemudian dia berkata kepada orang yang ia berikan hutang: “Aku bebaskan darimu sebagian hutangmu sebagai imbalan bahwa kamu bisa mengembalikan sisanya sebelum masanya”. Ini hukumnya haram.<sup>156</sup>

<sup>154</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 1, hal. 599.

<sup>155</sup> Erwandi Tarmizi, *Harta Haram, Muamalah Kontemporer*, (Bogor: Pt. Berkah Mulia Insani, 2016), hal. 51.

<sup>156</sup> Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah, volume 12* ,, hal. 137-138.

Hal tersebut di atas tidaklah termasuk kepada etika komunikasi bisnis, karena ketika terjadinya akad utang piutang, antara yang memberi utang dan yang berutang telah melakukan sepakat terhadap masa pembayaran. Sehingga, masa tersebut merupakan waktu untuk yang berutang mengumpulkan modal guna membayar utang tersebut. Jadi, meskipun dibebaskan sebagian utangnya, pihak yang berutang tentunya belum mampu untuk membayar, karena tidak sesuai dengan yang ditargetkan. Oleh karena itu, komunikasi bisnis yang terjalin sangat menentukan keefektifitasan hubungan dan kesempatan yang terjadi.

Sikap murah hati tidak hanya pada tindakan, tetapi juga dapat dilihat dari perkataan. Yakni, bagaimana cara Anda menanggapi suatu hal tanpa emosi. Pada kesempatan-kesempatan tertentu ketika Anda mengalami frustrasi dengan para rekan kerja, pelanggan atau orang-orang yang berhubungan dengan Anda, mungkin Anda tergoda untuk mengatakan apa yang Anda pikirkan dengan kata-kata kasar. Tetapi melibatkan emosi jarang sekali memperbaiki situasi dan dapat membahayakan niat baik penerima yang lain. Tunjukkan kemampuan Anda berdiplomasi dengan mengendalikan emosi Anda dan berkomunikasi dengan tenang dan sopan.<sup>157</sup>

Sikap murah hati ini juga yang membawa keberhasilan bagi seorang pembisnis. Karena, seorang pembisnis harus mempunyai hati yang

---

<sup>157</sup> Courtland L. Bovee & John V. Thill, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 171.

lembut, mudah bergaul dengan sekelilingnya, tidak membedakan apakah orang tersebut klien (pelanggan), pesaing atau pegawai. Seorang pembisnis juga seorang individu yang mudah diajak berbincang dan bertimbang rasa dengan selalu menerima masukan dan teguran yang membangun dari semua pihak. Pada umumnya seorang pembisnis mempunyai sikap yang positif terhadap orang lain dan menghormati mereka. Karakter ini membawa mereka menjadi orang yang fleksibel dan menimba banyak ide-ide dari sekeliling. Cetusan ide orang dapat dibinanya menjadi mangkuk emas yang menghasilkan batangan-batangan emas yang lain.<sup>158</sup>

Semua hal di atas hanya bisa dicapai hanya dengan berkomunikasi, sehingga terjadilah interaksi-interaksi tersebut. Namun, tidak hanya cukup dengan berkomunikasi, karena komunikasi yang seperti apa dan bagaimana sangat menentukan hubung bisnis yang terjadi. Apakah komunikasi bisnis yang beretika? Atau komunikasi bisnis yang hanya mencari keuntungan semata? Ini merupakan kedua hal yang berbeda. Seorang pelanggan akan terpicat dengan suatu produk jika penjualannya menggunakan komunikasi yang baik dan benar, yaitu penuh dengan kelembutan dan juga kesopanan dalam mempromosikan barang dagangannya, serta sikap murah hati yang akan menjadi tali sebagai pengikat antara penjual dengan pembeli.

---

<sup>158</sup> Sandono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, Edisi Pertama, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 372.

#### 4. Etika kejujuran

Dalam pembahasan sebelumnya telah dijelaskan tentang tidak diperbolehkan adanya praktek riba agar komunikasi bisnis yang berjalan sesuai dengan etika yang dijelaskan dalam Al-Quran. Hal tersebut tidak hanya pada perdagangan yang terjadi secara tunai, tetapi juga secara kredit yakni utang-piutang. Dalam utang-piutang juga tidak dibenarkan adanya praktek riba di dalamnya. Allah melaknat semua pihak yang turut serta dalam interaksi akad riba; Dia melaknat orang yang utang mengambilnya dan orang yang mengutangkannya, penulis yang mencatatnya dan saksi-saksinya.<sup>159</sup> Seperti diriwayatkan oleh At-Tarmidzi dari Ibnu Mas'ud, dia berkata, "*Rasulullah melaknat pemakan riba, yang memberinya, kedua saksinya dan juru tulisnya.*"<sup>160</sup> Oleh karena itu, bagi yang memberi utang, yang menulis dan saksi-saksinya dituntut untuk memiliki sifat jujur. Sehingga, apa yang telah disepakati dan ditulis tidak berubah dan merugikan pihak yang berutang.

Mengenai etika kejujuran Al-Quran telah menyebutkannya dalam beberapa surat. Yakni dalam *QS. Al-Isra'* [17]: 53, *QS. Al-Qashash* [28]: 26, *QS. Al-Ma'arij* [70]: 32 dan 33, *QS. Al-ahzab* [33]: 70, *Al-An'am* [6]: 152, *QS. Al-Baqarah* [2]: 188 dan 283. Pada pembahasan sebelumnya juga sudah dijelaskan sesuai dengan tafsir Al-Mishbah karangan M. Quraish

---

<sup>159</sup> Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah, volume 12* ,, hal. 120.

<sup>160</sup> Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan At-Tarmidzi* ... hal. 2.

Shihab berkenaan dengan etika kejujuran dalam *QS. Al-Baqarah* [2]: 282 dan *QS. An-Nisa* [4]: 29 yang menyatakan tidak boleh memakan harta sesama dengan jalan yang bathil dan menyuruh untuk menjadi saksi-saksi dan penulis yang jujur dalam interaksi utang piutang.

Menulis dan menyertakan saksi-saksi saat berlangsungnya akad utang piutang tidak hanya semata-mata untuk menghindari penggandaan (riba). Namun, menulis utang piutang juga bermanfaat jika kelak yang berhutang meninggal sebelum ia sempat melunaskannya. Sehingga, tidak terjadi kebingungan dan kesalahpahaman dalam keluarga yang ia tinggalkan. Seperti yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad, bahwa seseorang pernah bertanya kepada Nabi saw., tentang saudaranya yang meninggal dunia sedangkan ia berhutang. Rasulullah lalu bersabda: *“Dia terbelenggu dengan hutangnya, maka bayarkanlah untuknya”*. Ia lalu berkata *“Wahai Rasulullah, aku telah membayarkannya kecuali dua dinar yang diakui oleh seorang wanita tetapi ia tidak mempunyai bukti”*. Rasulullah bersabda: *“Berikan padanya, dialah yang berhak.”*<sup>161</sup>

Dalam hal ini juga dituntut agar menyertakan dua saksi perempuan dan satu saksi laki-laki. Mengapa harus ada saksi lebih dari satu kepala? Hal ini tentu saja untuk menjaga agar tidak terjadi kesilapan. Karena ketika salah satu saksi lupa, maka ada saksi lain yang mengingatkan. Dalam mengadakan atau mengambil keputusan harus diketahui bahwa

---

<sup>161</sup> Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah, volume 12* ,, hal. 133-134.

“dua kepala adalah lebih baik hasilnya dari satu kepala”. Pengetahuan dan pengalaman dari dua orang adalah lebih luas dari pada satu orang. Factor ini adalah suatu hal yang mutlak positif, jika suatu kelompok berusaha untuk memecahkan suatu masalah atau dalam usaha mencapai keputusan yang terbaik. Bagaimanapun, faktor yang sama inilah yang membuat kita berada dalam kesulitan ketika komunikasi antar perseorangan.<sup>162</sup>

Sifat kejujuran tidak hanya dimiliki oleh pembisnis saja atau penjual saja, tetapi pembeli juga harus memilikinya. Apalagi jika dalam jual beli kredit atau utang piutang. Ketika terjadinya komunikasi atau interaksi utang-piutang, yang berutang dan yang memberi utang telah sepakat dengan masa pembayaran. Maka yang berutang harus jujur dalam masa pembayaran. Jangan ia melakukan kebohongan dengan mengurangi utangnya, baik dari segi waktu atau pun kadar utangnya.<sup>163</sup> Sebagaimana yang diriwayatkan oleh At-Tarmizi dari Abu Hurairah ra, dari Rasulullah SAW, beliau bersabda: *“penundaan pelunasan utang oleh orang kaya adalah tindakan kezaliman. Apabila seorang di antara kalian dipindahkan piutangnya kepada orang yang mampu, hendaklah ia mengikutinya”*.<sup>164</sup> *enunda-nunda pembayaran bagi yang mampu membayar adalah kezaliman. Dan apabila salah seorang kamu (piutangnya) dihalalkan*

---

<sup>162</sup> James G. Robins&Barbara S. Jones, *Komunikasi Yang Efektif ...* hal. 7.

<sup>163</sup> Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, Volume 12 ... hal. 136

<sup>164</sup> Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan At-Tarmizi ...* hal. 79

*kepada orang kaya maka hendaklah ia terima ihalah (pengambilan alihan hutang) tersebut.*

Sesuai penjabaran di atas berarti utang-piutang juga dapat terjadi dalam jual beli, yaitu jual beli secara berhutang/kredit (*ba'i bidhaman 'ajil*) dan banyak pendapat ulama yang membolehkannya. Persyariatan *ba'i bidhaman 'ajil* tidak dijelaskan secara khusus tetapi berpedoman kepada keumuman ayat jual beli yang terdapat dalam QS. *Al-Baqarah* [2]: 275 dan 282 yang membicarakan bolehnya hukum jual beli secara berhutang. Akan tetapi perbedaan pendapat muncul ketika terdapat penambahan harga pada jual beli yang dilakukan secara bertanggung.<sup>165</sup>

Berdasarkan hadis di atas dapat dipahami bahwa terdapat dua jual beli dalam satu kali transaksi dan hal ini dilarang. Perumpamaan jual beli bertanggung adalah ketika penjual berkata, saya jual benda ini secara tunai dengan harga Rp. 200.000,- dan Rp. 250.000,- secara bertanggung. Kontak jual beli seperti ini tidak boleh, karena tidak dijelaskan mana harga yang ditetapkan dalam jual beli ini, karena harga yang tidak jelas akan merusak akad jual beli.<sup>166</sup> Sehingga sulit untuk mempertanggungjawabkan atau menjelaskan jika terjadi kesalahpahaman, karena komunikasi yang terjadi di awal proses interaksi bisnis sudah tidak jelas. Sehingga, mengakibatkan rusaknya etika komunikasi bisnis tersebut.

---

<sup>165</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi* ... hal. 183-184.

<sup>166</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi* ... hal. 184.

Oleh karena itu, hal tersebut tidak sesuai dengan etika komunikasi dalam berbisnis, karena dapat menimbulkan ketidak jujuran dalam transaksi yang terjadi. Sebab, hal demikian tidak adil bagi Si pembeli yang harus melipat gandakan pengeluarannya, namun kualitas barang yang diterima sama saja. Hal ini berarti terjadi ketidakjelasan dalam transaksi tersebut yang mengakibatkan terjadinya perselisihan dan ketidak-samaan makna antara penjual dan pembeli. Jika demikian, maka komunikasi yang terjalin pun gagal. Karena komunikasi sendiri harus memiliki kesamaan makna antara komunikator dengan komunikasinya.

Orang Islam hendaknya jujur dalam setiap perkataan dan tindakan, seperti kualitas barang yang diperdagangkan, hal ini semata-mata untuk mendapat kerelaan dari kedua belah pihak. Orang Islam tidak boleh tertipu daya karena contoh kualitas yang baik, lalu menjual barang-barang yang rendah mutunya.<sup>167</sup> Karena penjual dan pembeli dalam melakukan jual beli hendaklah berlaku jujur, berterus terang dan mengatakan yang sebenarnya, maka jangan berdusta dan jangan bersumpah palsu.<sup>168</sup> Sebagaimana hadist Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh At-Tarmidzi dari Abu Dzar, dari Rasulullah SAW beliau bersabda: *“Ada tiga orang yang tidak dipandang oleh Allah dihari kiamat nanti, juga tidak dibersihkan dan mereka akan mendapat azab yang sangat pedih”*. Kami bertanya, “Siapa mereka itu

---

<sup>167</sup> A Rahman I Doi, *Muamalah*, ... hal. 9.

<sup>168</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* ... hal. 84.

wahai Rasulullah? Sungguh celaka dan rugi mereka!” Beliau menjawab: *“Orang yang suka menyebut kebaikan dirinya, orang yang memanjangkan sarungnya –hingga menyentuh tanah– dan orang yang melariskan barang dagangannya dengan sumpah palsu”*.<sup>169</sup>

Jika seorang pembeli membeli sebuah barang di atas harga pasaran karena tidak cakap dalam tawar menawar, kalau dia tahu harga pasar barang tersebut tentu ia tidak akan rela, maka dalam kasus ini pembeli dianggap tertipu. Ia berhak memilih untuk melanjutkan jual beli atau mengembalikan barang dan meminta kembali uangnya dengan syarat ia tertipu dengan persentase yang besar. Seperti membeli sepatu seharga Rp. 250.000,00 padahal harga pasar sepatu itu hanya Rp. 170.000.00.<sup>170</sup>

Oleh karena itu, bagi seorang pembisnis harus memikirkan cara yang baik dan benar dalam berkomunikasi dengan konsumennya, guna mendapatkan kepercayaan dari mereka. Salah satu cara yang dapat digunakan oleh pelaku bisnis ialah dengan menuliskan atau memaparkan pesan-pesan bisnis untuk menjelaskan barang dagangannya maupun produk terbaru yang akan diluncurkan oleh sebuah perusahaan. Anda mungkin tidak pernah mendiskusikan sesuatu yang eksotik seperti organ tubuh buatan dalam upaya komunikasi anda sendiri, tetapi membangun

---

<sup>169</sup> Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan At-Tarmizi ...* hal. 5.

<sup>170</sup> Erwandi Tarmizi, *Harta Haram, Muamalah Kontemporer*, (Bogor: PT. Berkah Mulia Insani, 2016), hal. 170.

kredibilitas dengan pihak penerima akan menjadi lebih penting dalam setiap tahap karir bisnis anda.<sup>171</sup>

Seperti yang dikatakan Al-Qayrawani, tidak benar (haram) penipuan dalam perdagangan, dusta sehubungan dengan harta atau curang. Juga haram menyembunyikan kerusakan atau cacat barang yang dijual, haram pula mencampuradukkan komoditas yang berkualitas buruk dengan yang berkualitas baik, lebih lanjut haram pula seorang yang menyembunyikan sifat alamiah komoditas tersebut, menjelaskan yang menghentikan pembeli untuk membeli barang itu karena menyembunyikan cacat yang mengakibatkan harganya lebih rendah.<sup>172</sup>

Hal ini berarti ketika berlangsungnya komunikasi dalam berbisnis, penjual harus menjelaskan dengan jujur tentang keadaan barang dagangannya. Sebagai komunikator yang baik, penjual dapat mengimbangi dengan mempromosikan barang yang sekiranya dapat menarik perhatian atau memang dibutuhkan oleh konsumennya. Dengan demikian konsumen tidak merasa kecewa dengan barang yang tidak sesuai dengan harapannya, karena ada pengganti dari yang diinginkannya.

Dalam penyampaian pesan guna menjelaskan kondisi dari barang dagangan, penjual juga harus dapat beradaptasi dengan Si penerima pesan. Bila para penerima tersebut berpikir bahwa sebuah pesan tidak cocok bagi

---

<sup>171</sup> Courtland L. Bovee & John V. Thill, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 168.

<sup>172</sup> A Rahman I Doi, *Muamalah ...* hal. 15-16.

mereka atau pesan tersebut tidak menawarkan pada mereka apa pun yang berharga atau menarik, mereka cenderung sangat kurang menaruh perhatian pada pesan tersebut. Dengan mengadaptasikan komunikasi anda pada kebutuhan dan harapan penerima, anda akan memberikan jawaban yang lebih memuaskan atas pertanyaan konsumen dan memperbaiki peluang anda untuk berhasil,<sup>173</sup> meskipun harus memaparkan kekurangan barang tersebut.

Bahkan dalam pesan-pesan sederhana yang ditujukan hanya untuk berbagi informasi, ada kemungkinan untuk menggunakan kata-kata yang tepat dan pesan tersebut tetap tidak sensitif terhadap para penerima dan terhadap kebutuhan mereka. Anda dapat memperbaiki sensitivitas penerima pesan dengan cara mengadopsi sikap “Anda”, mempertahankan etika standar yang baik, menekankan sisi positif dan menggunakan bahasa yang tidak bias.<sup>174</sup>

Tidak dibenarkan pula melakukan perdagangan *talaqa rukban*. Bentuk perdagangan ini dapat membawa kepada praktek curang seperti membeli sesuatu barang yang sangat murah dari harga rata-rata agar dapat menjual dengan harga yang setinggi-tingginya karena penduduk kampung itu tidak dapat memperoleh harta yang sebenarnya.<sup>175</sup> Sabda Rasulullah

---

<sup>173</sup> Courtland L. Bovee & John V. Thill, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 168.

<sup>174</sup> Courtland L. Bovee & John V. Thill, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 169.

<sup>175</sup> A Rahman I Doi, *Muamalah ...* hal. 30-32.

yang diriwayatkan dari Ibnu Abbas Radiallahu ‘anhuma, dia telah berkata: “*Rasulullah SA. Melarang perantara mengambil kesempatan dengan membeli barang dagangan untuk dijual kepada orang kampung, begitu juga jual belinya orang kota kepada orang desa*”.<sup>176</sup>

Hal tersebut sama dengan menipu jika demi keuntungan penjual tersebut mengatakan bahwa harga pasaran barang tersebut sangat rendah. Sehingga, warga kampung yang memang sangat membutuhkan uang terpaksa mereka merelakan barang tersebut dengan harga yang sangat rendah. Padahal ketika barang tersebut dibawa ke kota nilai jualnya sangat tinggi. Komunikasi bisnis yang seperti ini mencerminkan tidak adanya etika kejujuran dan diharamkan.

Dan hadis Nabi SAW. juga menitik beratkan pada perdagangan yang jujur agar apabila ada cacat suatu benda harus dijelaskan pada sang pembeli yang menginginkan.<sup>177</sup> Hal ini semata-mata agar tidak terjadi kecurangan dan penipuan yang mengakibatkan rusaknya komunikasi bisnis yang sudah terjalin. Cara lain yang juga bagus untuk menunjukkan perhatian Anda pada para penerima dan untuk memperoleh rasa hormat dari mereka adalah dengan menunjukkan etiket dalam pesan Anda. Anda tahu bagaimana rasanya diperlakukan tidak sopan; jika hal tersebut terjadi, barangkali anda akan bersikap secara emosional dan kemudian kurang

---

<sup>176</sup> Ahmad Mudjab Mahalli dan Ahmad Rodli Hasbullah, *Hadist-hadist Mutafaq ‘Alaih, Bagian Munakahat dan Mu’amalat*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal. 94.

<sup>177</sup> A. Rahman I Doi, *Muamalah*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1996), hal. 14.

menaruh perhatian pada pesan yang menyakitkan ini. Dengan bersikap lebih sopan kepada pihak penerima, Anda telah menunjukkan perhatian kepada mereka dan membantu perkembangan lingkungan komunikasi yang lebih sukses.<sup>178</sup>

## 5. Tanggung Jawab dan Adil

Setiap umat Islam diwajibkan berlaku adil dan tanggung jawab sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam Al-Quran dalam *QS. An-Nisa'* [4]: 135, *Al-'Araf* [7]: 85, *QS. Al-M'arij* [70]: 32 dan 33, *QS. Al-An'am* [6]: 152, *QS. Al-Isra'* [17]: 35, *QS. Ar-Rahman* [55]: 9, *QS. Al-Hadid* [57]: 25, *QS. Al-Mudasttir* [74]: 38, *QS. An-Nur* [24]: 33 dan beberapa ayat Al-Quran yang sudah dipaparkan pada pembahasan sebelumnya berdasarkan tafsir Al-Mishbah karangan M. Quraish Shihab, yaitu *QS. Al-Mutaffifin* [83]: 1-3, *QS. Hud* [11]: 84-85 dan yang terakhir *QS. Asy-Syu'ara* [26]: 181-184.

Al-Quran tidak melarang untuk mencintai keluarga, harta benda atau perniagaan yang ia geluti. Namun, Al-Quran hanya mengingatkan jangan sampai kecintaan terhadap hal-hal tersebut melampaui batas sehingga menjadikan ia yang dipilih sambil mengorbankan kepentingan

---

<sup>178</sup> Courtland L. Bovee & John V. Thill, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 171.

agama<sup>179</sup> dan menyimpang dari tuntunan Ilahi. Semisal, demi mendapatkan keuntungan dalam perniagaan (jual beli) kita mengatakan sesuatu yang dusta atau mengambil hak yang bukan miliknya (mengurangi takaran/timbangan).

Selain itu, setelah larangan mengurangi takaran dan timbangan, yang boleh jadi sekedar melakukan upaya perkiraan agar tidak kurang, bukan ketepatannya, maka secara tegas Al-Quran menegaskan perlunya menyempurnakan timbangan. Karena kesempurnaan dalam menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, itulah yang lebih utama dan lebih baik akibatnya.<sup>180</sup> Ayat di atas yang merupakan ancaman kepada semua pihak agar tidak melakukan kecurangan dalam penimbangan dan pengukuran, termasuk melakukan standar ganda. Perlakuan semacam ini bukan saja kecurangan, tetapi juga pencurian dan bukti kejahatan hati pelakunya. Di sisi lain, kecurangan ini menunjukkan pula keangkuhan dan pelecehan, karena biasanya pelakunya menganggap remeh mitranya sehingga berani melakukan hal tersebut.<sup>181</sup>

Meremehkan mitra tidak hanya dilihat dari sisi komunikasi verbalnya saja, tetapi juga dapat dilihat dari komunikasi nonverbal yang ditunjukkan oleh pembisnis. Salah satunya dengan melakukan

---

<sup>179</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 5, hal. 561.

<sup>180</sup> Lihat QS. *Al-Isra'* [17]: 35.

<sup>181</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah, Pesan ...* Volume 15, hal. 123.

ketidakadilan dan enggan bertanggung jawab, yakni mengurangi timbangan dengan sengaja ketika pembeli tidak melihat timbangan tersebut.

Seorang pembisnis harus bertanggung jawab terhadap kepuasan atau ketidakpuasan konsumen (pelanggan) yang disebabkan perusahaan atau barang dagangannya. Oleh karena itu, seorang pembisnis memang selalu dihadapi pada sebuah resiko kerugian. Dengan demikian, maka lebih tinggilah kemungkinan untung yang akan diperolehnya di masa depan. Karena dengan mempertanggungjawabkan segala sesuatu yang terjadi telah menambah kepercayaan konsumen terhadap bisnis yang dijalankan dan komunikasi akan terus berjalan dengan lancar meskipun menghadapi banyak resiko. Karena resiko bertindak sebagai tantangan dan bukan halangan bagi seorang pembisnis.<sup>182</sup> Oleh karena itu, dengan tantangan yang didapat komunikasi yang terjalin menjadi semakin kuat.

Keadilan juga dibutuhkan karena keadilan merupakan salah satu sendi yang termasuk dalam norma bermuamalah, yaitu pertengahan dan keseimbangan yang adil. Jiwa tatanan dalam islam adalah keseimbangan yang adil. Hal ini terlihat jelas pada sikap Islam terhadap hak individu dan masyarakat. Kedua hak itu diletakkan dalam neraca keseimbangan yang adil (pertengahan) tentang dunia dan akhirat. Jiwa dan raga, akal dan hati,

---

<sup>182</sup> Sandono Sukirno, *Pengantar Bisnis ...* hal. 373.

perumpamaan dan kenyataan. Islam juga bersikap di tengah-tengah (wasat) antara iman dan kekuasaan.<sup>183</sup>

Keadilan juga termasuk dalam etika komunikasi bisnis. Karena jika praktek komunikasi dalam berbisnis tidak memiliki sifat adil, maka tidak akan ada yang namanya keseimbangan. Ketika hal ini terjadi, siapa yang harus bertanggung jawab untuk memperbaikinya? Oleh karena itu, sikap adil dan tanggung jawab harus selalu berdampingan demi menjaga keseimbangan dan kerjasama yang baik antara penjual dengan pembeli, yang berutang dan yang memberi utang dan antara produsen dengan konsumen. Maka, dalam berbisnis sangat dibutuhkan etika komunikasi tanggung jawab dan adil dalam proses bisnis agar penipuan seperti itu tidak terjadi dan merusak komunikasi yang sudah terjalin.

#### 6. Kerja dan tidak meminta-minta

Tidak ada larangan dalam mencari rezeki bahkan dianjurkan. Karena Islam melarang meminta-minta (mengemis) dan dianjurkan untuk bekerja. Islam juga melarang memakan harta orang lain dengan jalan yang batil, tetapi carilah harta dengan jalan perniagaan. Hal ini telah disebutkan dalam Al-Quran dengan sangat jelas, yaitu dalam *QS. An-Naba'* [78]: 11, *QS. Al-Mulk* [67]: 15, *QS. Al'Araf* [7]: 10, *QS. At-Taubah* [9]: 105 dan beberapa ayat yang sudah diuraikan pada pembahasan sebelumnya

---

<sup>183</sup> A. Rahman I Doi, *Muamalah ...* hal. 51.

berdasarkan tafsir Al-Mishbah karangan M. Quraish Shihab. Yakni *QS. An-Nisa'* [4]: 29 dan *QS. Al-Jumu'ah* [62]: 10. Begitu juga dengan sabda Nabi SAW yang diriwayatkan oleh At-Tarmizi Shakkar Al Ghanidi: *Allahumma, Ya Allah, berkahilah Ummatku di pagi dan petang*. Menurut Tarmizi Shakkar adalah seorang pedagang, jika mengirim barang ia selalu melakukannya di pagi-pagi sekali. At-Thabrani dan Ad-Dailami juga meriwayatkan tentang seruan mencari rezeki yang halal, dari Ali bin Thalib Nabi bersabda: *Sesungguhnya Allah suka kalau Dia melihat hamba-Nya berusaha mencari barang halal.*<sup>184</sup>

Hal ini juga merupakan komunikasi yang termasuk dalam ranah nonverbal, yakni dari segi waktu. Jika ingin bisnis yang dijalankan lancar, maka seorang pembisnis harus giat dalam bekerja. Hal utama dalam bekerja adalah disiplin, sesuai dengan yang dijabarkan di atas. Namun, giat dan kerja keras tersebut jangan sampai melalaikan kewajiban sebagai umat Islam, sebagaimana Firman Allah SWT dalam *QS. Al-Jumuah* ayat 9 dan 11 tentang meninggalkan jual beli ketika tiba waktu shalat Jumat. Hal ini juga merupakan bagian dari komunikasi dan jika dikaitkan dengan bisnis maka ini merupakan bagian dari etika komunikasi dalam berbisnis, yaitu bagian dari komunikasi nonverbal tentang waktu.

Bekerja merupakan pokok penting dalam memenuhi kebutuhan, tetapi pekerjaan yang seperti apa yang Anda pilih juga menentukan

---

<sup>184</sup> Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah 12 ...* hal. 45.

keberhasilan Anda. Untuk mendapatkan pekerjaan yang tepat tidak cukup hanya dengan mengirimkan resume dan surat lamaran, tetapi Anda juga harus mempersiapkan diri ketika memenuhi panggilan wawancara. Dalam hal ini etika komunikasi Anda sangat menentukan keberhasilan Anda. Ketika Anda siap memasuki (atau memasuki kembali) dunia kerja, perdalam beragam tindakan yang diambil untuk memaksimalkan nilai Anda yang kelihatan dan mencari peluang karier yang ideal. Keterampilan yang telah Anda pelajari dalam penelitian, perencanaan dan penulisan akan membantu setiap langkah anda.<sup>185</sup>

Dalam bisnis perdagangan juga sangat memerlukan keterampilan, yakni keterampilan dalam menarik perhatian pelanggan untuk membeli barang yang anda dagangkan. Tanpa komunikasi persuasif yang anda lancarkan, maka tidak akan menimbulkan minat bagi para konsumen untuk membeli atau sekedar melihat barang yang anda informasikan. Jika Anda banyak menghabiskan waktu di dunia kerja, Anda pasti mengetahui hiruk-pikuknya saat ini. Selain itu, kejadian sosial, politik dan keuangan mengubah kondisi dunia kerja dari tahun ke tahun, sehingga bursa kerja yang Anda baca tahun ini mungkin tidak menjadi bursa kerja yang sama yang ingin Anda masuki setahun dari sekarang. Akan tetapi, Anda dapat mempertimbangkan beberapa kekuatan yang mungkin mempengaruhi

---

<sup>185</sup> Courtland L. Bovee & John V. Thill, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 302.

Anda dalam menembus bursa kerja dan mencapai keberhasilan karir di tahun-tahun mendatang.<sup>186</sup>

Al-Quran juga memberi kebebasan dalam usaha ekonomi atau pekerjaan apa yang ingin Anda geluti guna memenuhi kehidupan Anda sepanjang komunikasi yang terjadi tidak ada kezaliman, penipuan, penimbunan, kompetisi tidak sehat dan transaksi yang melibatkan riba. Oleh karena itu, orang Islam dianjurkan melakukan perdagangan dan berbisnis. Perdagangan yang dinyatakan tidak benar (haram) adalah perdagangan minuman keras dan anggur, babi dengan segala hal yang dibuat darinya, berhala dan patung.<sup>187</sup>

Aturan Islam dalam menjalankan komunikasi bisnis tidak dibenarkan memperdagangkan manusia atau wanita seperti yang dilakukan masyarakat jahiliah sebelum datangnya Islam<sup>188</sup> dengan menjual budak wanitanya karena ingin mencari keuntungan duniawi untuk melakukan pelacuran sedangkan mereka sendiri menginginkan kesucian,<sup>189</sup> serta sesuatu yang bernajis seperti minuman keras, mendirikan night club atau membuka diskotik dengan alasan apapun. Jika anda tidak mau menutup bidang usaha yang diharamkan ini karena takut menjadi miskin, maka

---

<sup>186</sup> Courtland L. Bovee & John V. Thill, *Komunikasi Bisnis ...* hal. 302.

<sup>187</sup> A Rahman I Doi, *Muamalah ...*hal. 15.

<sup>188</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi ...* hal. 48.

<sup>189</sup> Lihat QS. An-Nur [24]: 33.

yakinlah Allah akan memberikan kekayaan kepada anda dari karunia-Nya, jika Allah menghendaki.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Al-Quran merupakan wahyu Allah yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW melalui perantara malaikat Jibril sebagai petunjuk bagi umat Islam. Al-Quran juga merupakan rujukan yang berlaku bagi umat Islam dalam menjalankan kehidupannya. Di dalam Al-Quran terdapat banyak sekali pelajaran bagi umat Islam untuk bersosialisasi dengan manusia lainnya. Al-Quran juga mengajarkan tentang bermuamalah seperti bagaimana cara mencari harta dan memeliharanya, yakni dengan jalan perniagaan atau berbisnis serta etika-etika komunikasi dalam berbisnis. Dengan demikian

maka di dalam Al-Quran telah terkandung semua aspek ajaran tentang kehidupan.

Terkait dengan komunikasi bisnis khususnya etika komunikasi dalam menjalankan bisnis di dalam Al-Quran, hasil penelitian menunjukkan bahwa etika komunikasi bisnis memiliki landasan yang sangat kuat di dalam Al-Quran, yaitu:

1. Terkait tentang etika komunikasi bisnis terdapat banyak sekali ayat-ayat di dalam Al-Quran yang menjelaskan tentang hal tersebut. Yakni, dalam *QS. Al-Baqarah* [2] ayat 181, 275, 276, 278, 279, 280, 282, 283. Dalam *QS. Ali Imran* [3]: 130, *QS. An-Nisa'* [4]: 29 dan 135, *QS. Al-An'am* [6]: 146 dan 152, *QS. Al-'Araf* [7]: 10 dan 85, *QS. At-Taubah* [9]: 24 dan 105, *QS. Hud* [11]: 84 dan 85, *QS. Al-Isra'* [17]: 35 dan 53, *QS. An-Nur* [24]: 33 dan 37, *QS. Asy-Syu'ara* [26]: 181-184, *QS. Al-Qashash* [28]: 26, *QS. Ar-Rum* [30]: 39, *QS. Ql-Ahzab* [28]: 70, *QS. Ar-Rahman* [55]: 9, *QS. Al-Hadid* [57]: 25, *QS. Al-Jumu'ah* [62]: 9-11, *QS. Al-Mulk* [67]: 15, *QS. Al-Ma'arij* [70]: 32-33, *QS. Al-Mudasttir* [74]: 38, *QS. An-Naba'* [78]: 11 dan *QS. Al-Mutaffifin* [83]: 1-3.
2. Dari beberapa ayat yang telah peneliti jabarkan sebelumnya, maka penafsiran ayat-ayat tersebut berdasarkan tafsir Al-Mishbah karangan M. Quraish Shihab bahwa hindarilah siksa Allah dengan meninggalkan sisa riba dan boleh mengambil harta pokok yang masih berputar (*QS. Al-Baqarah* [2]: 278-279), kewajiban menulis

utang piutang dan mempersaksikannya didepan pihak ketiga yang dipercaya (notaris), disertai dengan jumlah dan ketetapan waktunya (*QS. Al-Baqarah* [2]: 282), Allah mengingatkan kepada orang yang beriman untuk tidak memperoleh harta untuk kehidupan dengan tidak sesuai dengan syariat, serta kerelaan dari kedua belah pihak ketika terjadinya pertukaran untuk memenuhi kebutuhan masing-masing (*QS. An-Nisa'* [4]: 29), Nabi Syu'aib yang memerintahkan kaumnya untuk berlaku adil kepada Allah dengan mengesakan-Nya, kemudian beliau juga memerintahkan berlaku adil terhadap manusia dengan tidak mengurangi takaran dan timbangan padahal mereka bukan termasuk kedalam golongan orang yang kesusahan. Sehingga tidak ada satu alasanpun untuk merugikan orang lain (*QS. Hud* [11]: 84), setelah larangan mengurangi takaran dan timbangan, maka pada ayat selanjutnya secara tegas nabi Syu'aib menegaskan perlunya menyempurnakan timbangan secara adil tidak merugikan sebelah pihak, sehingga tidak ada penipuan atau kecurangan yang mengakibatkan terjadinya kerusakan atau tidak menjadi perusak-perusak di bumi (*QS. Hud* [11]: 85), manusia-manusia yang tidak lengah dari mengingat Allah sepanjang upaya mereka yang bersinambungan guna mencari keuntungan dan tidak juga pada saat mereka sedang jual beli dan meraih keuntungan, nasihat Nabi Syu'ai as kepada kaumnya untuk menyempurnakan takaran, bila menakar untuk orang lain maka takarlah seperti untuk diri sendiri

dan menimbang untuk diri sendiri dan orang lain dengan timbangan yang tepat dengan demikian terhindar dari siksa Allah dan tidak menjadi pelaku kejahatan (*QS. Asy-Syu'ara* [26]: 181-184), seruan meninggalkan jual beli ketika berkumandangnya adzan untuk bersegera mengingat Allah dengan menghadiri Shalat dan khutbah jumat. Ketika shalat telah selesai maka tidak masalah untuk melanjutkan jual beli dan bisnis yang digeluti untuk mencari penghidupan. Namun, jika mereka mengabaikannya maka mereka akan mendapat peringatan bahwa ganjaran dan anugrah Allah lebih baik dan lebih menggiurkan (*QS. Al-Jumu'ah* [62]: 9-11). Hal yang sering terjadi antar manusia yakni menyangkut ukuran, oleh karena itu ditegaskan untuk tidak berlaku curang, yaitu bila menerima takaran dari orang lain menuntut dengan sungguh-sungguh agar dipenuhi bahkan cenderung minta lebih. Namun, ketika menimbang dan menakar untuk orang lain berbuat curang dengan mengurangi. Maka kerugian dunia didapat dengan hilangnya kepercayaan dan kerugian akhirat pun didapat (*QS. Al-Mutaffifin* [83]: 1-3).

3. Dari ayat-ayat yang sudah peneliti jabarkan penafsirannya sesuai dengan penafsiran karangan M. Quraish Shihab tersebut, maka terdapat beberapa etika komunikasi bisnis yang terkandung di dalamnya, yaitu etika yang menfokuskan pada pesan-pesan ilahiyah, menghindari transaksi riba, mengandung sikap murah

hati, berkata jujur, tanggung jawab dan adil dan yang terakhir adalah kerja dan tidak meminta-minta.

Terkait dengan komunikasi bisnis khususnya etika komunikasi bisnis dalam Al-Quran, peneliti menggunakan dua teori yang saling berkesinambungan guna menemukan hasil penelitian. Yakni, teori makna dan teori penafsiran Al-Quran. Oleh karena itu, teori tersebut di atas yang telah peneliti paparkan pada pembahasan sebelumnya relevan dengan hasil penelitian dalam skripsi ini.

## **B. Saran**

Di era dewasa ini proses komunikasi bisnis yang berlandaskan pada Al-Quran semakin terabaikan. Hal ini disebabkan banyaknya cara melakukan komunikasi dalam berbisnis yang memberikan kemajuan pesat pada bisnisnya meskipun cara yang digunakan merugikan sebelah pihak. Namun, hal ini membuat pelaku bisnis saat ini cenderung enggan untuk memahami komunikasi bisnis yang dianjurkan dalam Al-Quran yang mana mengandung etika-etika yang akan membuat bisnis itu sendiri lebih efektif.

Oleh karena itu, bagi pelaku bisnis diharapkan agar terlebih dahulu mempelajari dan memperdalam ilmu tentang muamalah, khususnya yang berkaitan dengan etika komunikasi dalam menjalankan bisnis sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Al-Quran. Hal ini semata-mata demi kelancaran

dan kemashlahatan bagi pelaku bisnis itu sendiri, baik untuk Si Penjual atau Si Pembeli, yang berutang dan yang memberi utang. Sehingga, ketika terjadi transaksi bisnis tidak sampai merusak etika komunikasi dan tidak merusak jual beli tersebut, juga untuk lebih memperkuat hubungan yang sudah terjalin agar tidak bercerai karena komunikasi yang terjalin tidak efektif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Bustanuddin. *Agama Dalam Kehidupan Manusia, Pengantar Antropologi Agama*. Jakarta: PT Grafindo Persada, 2006.
- Abdullah, M. Ma'ruf. *Wirausaha Berbasis Syariah*. Banjarmasin: Antasari Pers, 2010.
- Albani, Muhammad Nashiruddin, Al-. *Shahih Sunan Tirmidzi, Buku 2*. Jakarta: Pustaka Azzam. 2006.
- Alma, Bukhari. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2009.
- Anwar, Rosihan. *Ulumul Quran*. Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Baljon, J. M. S. *Tafsir Quran Muslim Modern*. Jakarta: Pustaka Firdaus, 1996.
- Bovee, Courtland L. dan John V. Thill. *Komunikasi Bisnis, Edisi ke-8 Jilid I*. Jakarta: Indeks, 2007.
- Bugin, M. Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*. Jakarta: Kencana, 2008.
- \_\_\_\_\_. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007.
- Buhairi, Syaikh M. Abdul Athi. *Tafsir Ayat-ayat Ya Ayyuhal Ladziina Aamanu*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2005.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta Rajawali Pers, 2011.
- \_\_\_\_\_. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Curtis, Dan B, dkk. *Komunikasi Bisnis dan Profesional*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2002.
- Dewi, Sutrisna. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.

- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islam*. Malang: UIN Malang Pers, 2008.
- Efendi, Onong Ucjhana. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990.
- Ghazal, Al-. *Ihya' Ulumiddin 3*. Semarang: CV Asy Syifa, 1997.
- Hakim, M. Baqir. *Ulumul Quran*. Jakarta: Al Huda, 2006.
- Huda, Darwis, dkk. *Cakrawala Ilmu Dalam Al-Quran*. Jakarta: Penerbit Pustaka Firdaus, 2002.
- Jarjawi, Syaikh Ali Ahmad, Al-. *Hikmah Dibalik Hukum Islam, Bidang Muamalah*. Jakarta: Penerbit Buku Islami, 2003.
- Jatmiko. *Pengantar Bisnis*. Malang: UMM Pers, 2005.
- Junaidi, Akhmad Arif. *Pembaruan Metodologi Tafsir Al-Quran, Studi Atas Pemikiran Tafsir Kontektual Fazlul Rahman*. Semarang: Gunung Jati, 2001.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006.
- Mahalli, Ahmad Mudjab dan Ahmad Rodli Hasbullah. *Hadist-hadist Mutafaq 'Alaih, Munaqahat dan Mu'amalat*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Manullang, Marihot. *Pengantar Komunikasi Bisnis*. Bandung: CitaPustaka Media, 2014.
- Muhaimin, dkk. *Kawasan dan Wawasan Studi Islam*. Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Munawir, Al- dan A. Warison. *Kamus Arab Indonesia*. Yogyakarta: Ponpes Al Munawir, 1984.
- Najma, Siti. *Bisnis Syariah Dari Nol, Langkah Jitu Menjadi Kaya, Penuh Berkah dan Bermakna*. Jakarta: Penerbit Hikmah, 2008.
- Nurdin, ridwan. *Fiqh Muamalah: Sejarah, Hukum dan Perkembangannya*. Banda Aceh: Penerbit peNA, 2010.
- Parouk, Zuhdin Umar. *Komunikasi Bisnis, Pemahaman Secara Mudah*. Yogyakarta: Wahana Totalita Publisher, 2010.

- Priyatna, Suganda., dan Evinaro Ardianto. *Tujuh Pilar Komunikasi Bisnis*. Bandung: Wiya Padjadjaran, 2009.
- Purwanto, Djoko. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- Praminingsih, Sri Astuti. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Qaththan, Syaikh Manna, Al-. *Pengantar Studi Ilmu Al-Quran*. Jakarta: Pusta Al-Kautsar, 2006.
- Rahman, Fazlul. *Tema pokok Al-Quran*. Bandung: Penerbit Pustaka, 1996.
- Robins, James G. dan Barbara S. Jones. *Komunikasi Yang Efektif, Untuk Pemimpin, Pejabat dan Usahawan*. Jakarta: CV Pedoman Ilmu Jaya, 1995.
- Sarong, Hamid, dkk. *Fiqh*. Banda Aceh: IAIN Ar-Raniry, 2009.
- Sabiq, Sayyid. *Fikih Sunnah 12*. Bandung: Penerbit PT Al-Ma'rifat, 1996.
- Shabuanig, Muhammad Ali, Ash-. *Studi Ilmu Al-Quran*. Bandung: Pustaka Setia, 1999.
- Shihab, M. Quraish. *Membumikan Al-Quran, Fungsi dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Mizan Media Utama, 1992.
- \_\_\_\_\_. *Tafsir Al-Mishbah, Pesan, Kesan dan keserasian Al-Quran*. Jakarta: Penerbit Lentera Hati, 2002.
- Syafe'i, Rachmad. *Fiqh Muamalah*. Bandung: CV Pustaka, 2004.
- Syarifuddin, Amir. *Garis-garis Besar Fiqh*. Jakarta: Citapustaka Media, 2003.
- Syihab, Dodi. *Al-Quran Hidup 24 Jam*. Jakarta: Penerbit Aldi Prima, 2010.
- Tim Penyusun Kamus Riset Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1989.
- Wahjono, Sentot Imam. *Bisnis Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Wirasasmita, Yuyun. *Komunikasi Bisnis dan Profesional*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998.

Ya'qub, Hamzah. *Etika Islam*. Bandung: CV Diponegoro, 1991.

Zuhaili, Wahba. *Fiqh Imam Syafi'i 2*. Jakarta: Penerbit Amahira, 2010.

**Jurnal:**

Amalia, Fitri. "*Etika Bisnis Islam, Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*". Naskah diterima: 10 Oktober 2013, direvisi: 12 November 2013, disetujui: 20 November 2013.

Mustaqimah. "*Urgensi Tafsir Kontekstual Dalam Penafsiran Al-Quran*". Volume 12. nomor 1. Juni 2012.

Hafifah, Umi. *Transaksi Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Toko Baju mas Bro Langensari Banjar Ciamis Jawa Barat)*". IAIN Purwokerto, 2015.

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

Nomor: B.2253/Un.08/FDK/KP.00.4/07/2017

Tentang  
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Semester Genap Tahun Akademik 2016/2017

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.  
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;  
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;  
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;  
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;  
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;  
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;  
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;  
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;  
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;  
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;  
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry  
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2016, Tanggal 7 Desember 2015

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.  
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Drs. A. Karim Syeikh, MA .....(Sebagai PEMBIMBING UTAMA)  
2) Dr. Abizal Muhammad Yati, Lc., M. A.....(Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KKK Skripsi:

Nama : Nur Fahresi  
NIM/Jurusan : 411296652/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Judul : *Etika Komunikasi Bisnis dalam Al-Quran (Kajian Terhadap Ayat-ayat Muamalah dalam Tafsir AL-Misbah)*

- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;  
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2016;  
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.  
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh

Pada Tanggal : 13 Juli 2017 M  
19 Syawal 1438 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,



Kusnawati Haita

Tembusan:

1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.
4. Mahasiswa yang bersangkutan.
5. Arsip.

Keterangan:

SK berlaku sampai dengan tanggal: 12 Juli 2018

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Nur Fahresi
2. Tempat / Tgl. Lahir : Langsa / 11 September 1993  
Kecamatan Langsa Baro Kabupaten/Kota Langsa
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM / Jurusan : 411206652 / KPI
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Geudubang Aceh
  - a. Kecamatan : Langsa Baro
  - b. Kabupaten : Kota Langsa
  - c. Propinsi : Aceh
8. Email : fahresin@gmail.com

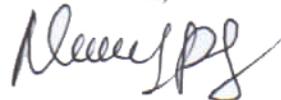
### Riwayat Pendidikan

9. MI/SD/Sederajat MIN Geudubang Aceh Tahun Lulus 2005
10. MTs/SMP/Sederajat MTsN Geudubang Aceh Tahun Lulus 2008
11. MA/SMA/Sederajat SMAN 5 Langsa Tahun Lulus 2011
12. Diploma Tahun Lulus

### Orang Tua/Wali

13. Nama ayah : Alm. Zul Akli
14. Nama Ibu : Almh. Cut Nurbiah
15. Pekerjaan Orang Tua : -
16. Alamat Orang Tua : Geudubang Aceh
  - a. Kecamatan : Langsa Baro
  - b. Kabupaten : Kota Langsa
  - c. Propinsi : Aceh

Banda Aceh, 20 Desember 2017  
Peneliti,



(Nur Fahresi)