

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA MODEL BISNIS PROGRAM

GALANG WAKAF AL-QUR'ÂN

(Studi pada Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya)

TESIS

Oleh:

AHMAD TAUFIQUR RAHMAN

NIM 19800014



PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2021

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA MODEL BISNIS PROGRAM

GALANG WAKAF AL-QUR'ÂN

(Studi pada Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya)

TESIS

Diajukan kepada
Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Magister Ekonomi Syariah

Dosen Pembimbing:

H. Aunur Rofiq, Lc., M.Ag., Ph.D.
Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak. CA.

Oleh:

AHMAD TAUFIQUR RAHMAN
NIM 19800014

PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Tesis dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam pada Model Bisnis Program Galang Wakaf Al-Qur’ân (Studi pada Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya)” telah di periksa dan di setujui untuk di uji.

Malang, 27 Juli 2021

Pembimbing I



H. Aunur Rofiq, Lc., M.Ag., Ph.D.

NIP. 196709282000031001

Malang, 24 Juli 2021

Pembimbing II



Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak. CA.

NIP. 197203222008012005

Malang, 27 Juli 2021

Mengetahui

Ketua Program Studi Megister Ekonomi Syariah



Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc., MA

NIP. 197307192005011003

HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Tesis dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam pada Model Bisnis Program Galang Wakaf Al-Qur’ān (Studi pada Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya)” telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal 13 Agustus 2021.

Dewan Penguji

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI
NIP. 197507072005011005

Penguji Utama

Dr. H. Ahmad Djafaluddin, Lc., MA
NIP. 197307192005011003

Ketua

H. Aunur Rofiq, Lc., M.Ag., Ph.D.
NIP. 196709282000031001

Anggota

Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak. CA.
NIP. 197203222008012005

Anggota

Mengetahui
Direktur Pascasarjana UIN Malang

Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd. Ak.
NIP. 196903032000031002

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Taufiqur Rahman

NIM : 19800014

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Pascasarjana Program Magster Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul: **“Penerapan Etika Bisnis Islam pada Model Bisnis Program Galang Wakaf Al-Qur’ān (Studi pada Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya)”** adalah hasil karya saya sendiri dan bukan duplikasi dari karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang tertulis dikutip dari naskah ini dan disebutkan sumber kutiannya dan dalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari hasil penelitian ini terbukti ada unsur penjiplakan dan klaim dari pihak lain maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat atas kesadaran sendiri tanpa ada paksaan dari pihak lain, serta demi menegakkan integritas akademik di institusi ini

Malang, 28 Juli 2021
Peneliti


Ahmad Taufiqur Rahman
NIM: 19800014

MOTTO

مَنْ جَدَّ وَجَدَ

“Barang Siapa Yang Bersungguh-Sungguh Maka Ia Akan Memperolehnya”

PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta Sri Nur Aini & Syamsul Arifin yang selalu mendoakan dalam sujudnya serta telah mendidik dan menyekolahkan mulai kecil hingga jenjang ini.

Kepada Istri tercinta Luluk Nur Aini, serta kepada saudari tercinta Arifah Nurul Qomaria & Tuty Alawiyah yang telah sabar selalu menemani dan memberikan semangat motivasi.

Kepada seluruh keluarga besar Pascasarjana Ekonomi Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberi masukan, motivasi, dan inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.

KATA PENGANTAR

Tiada kata yang lebih indah melainkan ucapan rasa syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul **“Penerapan Etika Bisnis Islam pada Model Bisnis Program Galang Wakaf Al-Qur’ân (Studi pada Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya)”** Solawat serta salam semoga senantiasa tetap tercurahkan kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW.

Penulisan Tesis ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan memberikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

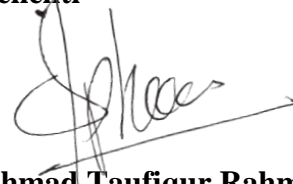
1. Kedua orang tua tercinta, Syamsul Arifin dan Sri Nur Aini yang selalu mendoakan saya disetiap sujudnya, sehingga saya bisa menyelesaikan tesis ini dengan lancar, dan semoga berkah.
2. Istri tercinta, Luluk Nuraini serta saudari kandung tercinta, Arifa Nurul Qomaria dan Tuty Alawiyah yang selalu memberi dukungan dan selalu menemani dalam menyelesaikan tesis ini.
3. Prof. Dr. M. Zainuddin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd. Ak. selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

5. Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, S.E., M.Si. selaku Ketua Prodi Program Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. H. Aunur Rofiq, Lc., M.Ag., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya, memberikan saran dan kontribusi pemikiran dalam menyelesaikan tesis ini.
7. Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak. CA. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya, memberikan saran dan kontribusi pemikiran dalam menyelesaikan tesis ini.
8. Seluruh dosen Pascasarjana Prodi Ekonomi Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah menyalurkan ilmunya.
9. Pihak Syaamil Quran Cabang Surabaya yang telah mendukung dalam menyelesaikan tesis ini
10. Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya yang dengan ramah telah menerima peneliti untuk menjadi informan.

Tesis ini terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang positif untuk terciptanya tesis yang lebih baik dan bermanfaat bagi pembacanya

Malang, 28 Juli 2021

Peneliti



Ahmad Taufiqur Rahman

NIM: 19800014

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
PEDOMAN TRANSLITERASI	xvi
ABSTRAK INDONESIA	xx
ABSTRAK INGGRIS	xxi
ABSTRAK ARAB	xxii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	7
F. Definisi Istilah	14

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Kerangka teoritik	16
1. Etika.....	16
2. Bisnis	17
3. Etika Bisnis.....	18
4. Islam	19
5. Etika Bisnis Islam	20
6. Etika Bisnis Perspektif Nabi Muhammad SAW	21

a.	<i>Ṣiddīq</i> (Jujur/Benar).....	22
b.	<i>Amānah</i> (Terpercaya)	24
c.	<i>Faṭānah</i> (Cerdas)	25
d.	<i>Tablīg</i> (Komunitatif/Argumentatif/Ramah)	26
7.	Jual Beli dalam Islam	30
a.	Definisi jual beli	30
b.	Dasar hukum jual beli	31
c.	Rukun-rukun jual beli	33
d.	Syarat-syarat jual beli	34
e.	Macam-macam jual beli yang dilarang	34
f.	Enam aib yang harus dihindari dalam jual beli antara lain.....	37
8.	Wakaf	38
a.	Definisi wakaf.....	38
b.	Dasar hukum wakaf	39
c.	Syarat dan rukun-rukun wakaf	40
d.	Nadzir	41
9.	Akad dalam Hukum Islam	45
a.	Definisi akad.....	45
b.	Dasar hukum akad	46
c.	Rukun dan syarat akad	46
d.	Asas-asas akad dalam Islam	48
e.	Klasifikasi akad dalam muamalah	49
10.	Multy Akad (<i>Al-Uqud al-Murakkabah</i>).....	50
a.	Definisi multy akad	50
b.	Hukum kebolehan multy akad	51
c.	Multy akad yang dilarang dalam Islam	51
B.	Kerangka Berfikir	54

BAB III : METODE PENELITIAN

A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	55
B.	Kehadiran Peneliti	55
C.	Latar Penelitian.....	56
D.	Subjek Penelitian	57
E.	Tehnik Pengumpulan Data	59
F.	Teknik Analisis Data	61
G.	Uji Keabsahan Data	63

BAB IV : PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum tentang Syaamil Quran	65
B. Syaamil Quran Cabang Surabaya	69
C. Gambaran Umum Informan.....	69
D. Penerapan Etika Bisnis Islam pada Model Bisnis Program Galang Wakaf Al-Qur'an oleh Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya.....	78
1. Penerapan <i>Ṣiddīq</i> (Jujur/Benar)	78
2. Penerapan <i>Amānah</i> (Terpercaya)	83
3. Penerapan <i>Faṭānah</i> (Cerdas)	87
4. Penerapan <i>Tablīg</i> (Komunitatif, Argumentatif, Ramah).....	92
E. Mekanisme Akad pada Transaksi yang Dilakukan Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya	94

BAB V : PEMBAHASAN

A. Penerapan Etika Bisnis Islam pada Model Bisnis Program Galang Wakaf Al-Qur'an oleh Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya.....	103
1. Penerapan <i>Ṣiddīq</i> (Jujur/Benar)	104
2. Penerapan <i>Amānah</i> (Terpercaya)	106
3. Penerapan <i>Faṭānah</i> (Cerdas)	109
4. Penerapan <i>Tablīg</i> (Komunitatif, Argumentatif, Ramah).....	113
B. Mekanisme Akad pada Transaksi yang Dilakukan Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya	114

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	122
B. Saran	123
C. Implikasi	124

DAFTAR PUSTAKA	125
-----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN	134
--------------------------------	------------

DAFTAR TABEL

1.4 Kajian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	7
4.2 Pembagian wilayah Syaamil Quran per Cabang.....	68
4.3 Daftar Informan Mitra RSQ (Rumah Syaamil Quran) Cabang Surabaya.....	71
4.4 Daftar Informan Mitra <i>Reseller</i> Syaamil Quran Cabang Surabaya	72
4.5 Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan	73
4.6 Informan Berdasarkan Jangka Waktu Menjalankan Program Wakaf.....	74
4.7 Informan Berdasarkan Jumlah Poin Wakaf	75
4.8 Daftar Reward Program Wakaf 1 Juta Qur'an th 2021	75
4.9 Informan Berdasarkan Jenis Kelamin	77

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Berfikir	54
4.1 Tanggapan Informan tentang Peran sebagai Penjual	79
4.2 Tanggapan Informan tentang Transparansi Laporan Keuangan	82
4.3 Tanggapan Informan tentang Penetapan Harga dan Margin.....	84
4.4 Tanggapan Informan tentang Prinsip Amānah dalam Penyaluiran dan Laporan Wakaf	86
4.5 Tanggapan Informan tentang Memberikan Pelayanan Prima	89
4.6 Tanggapan Informan tentang Niat dan Tujuan Program Wakaf Al-Qur'ān ...	91
4.7 Tanggapan Informan tentang Unsur Paksaan	93
4.8 Skema Akad pada Informan Golongan Pertama	97
4.9 Skema Akad pada Informan Golongan Kedua	99
4.10 Skema Akad pada Informan Golongan Ketiga	100

DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara kepada Informan Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya
2. Dokumentasi Kantor Syaamil Quran Cabang Surabaya

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Ketentuan Umum

Transliterasi ialah pemindahalihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemahan Bahasa Arab ke dalam Bahasa Indonesia. Termasuk nama Arab dari Bangsa Arab. Sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam *footnote* maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi. Transliterasi yang digunakan Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang merujuk pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543b/U/ 1987, tanggal 22 Januari 1988.

B. Konsonan

ا	=	Tidak dilambangkan	ض	=	ḍ
ب	=	b	ط	=	ṭ
ت	=	t	ظ	=	ẓ
ث	=	ṯ	ع	=	‘(koma menghadap ke atas)
ج	=	j	غ	=	g
ح	=	ḥ	ف	=	f
خ	=	kh	ق	=	q
د	=	d	ك	=	k
ذ	=	z	ل	=	l
ر	=	r	م	=	m
ز	=	z	ن	=	n
س	=	s	و	=	w
ش	=	sy	هـ	=	h
ص	=	ṣ	ي	=	y

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka dalam transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak dilambangkan, namun apabila terletak di tengah atau akhir kata, maka dilambangkan dengan tanda koma di atas (´), berbalik dengan koma (ˆ) untuk pengganti lambang “ع”.

C. Vokal, panjang dan diftong

Setiap penulisan Bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “i”, *damamah* dengan “u,” sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal Pendek		Vokal panjang		Diftong	
—	a	ا	ā	اي	ay
ِ	i	ي	ī	او	aw
و	u	و	ū	با	ba’

Vokal (a) panjang ā Misalnya قال menjadi qāla
 Vokal (i) panjang ī Misalnya قيل menjadi qīla
 Vokal (u) panjang ū Misalnya دون menjadi dūna

Khusus untuk bacaan ya’ nisbat, maka ditulis dengan “ī”. Adapun suara diftong, wawu dan ya’ setelah *fathah* ditulis dengan “aw” dan “ay”. Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw) = او Misalnya قول menjadi qawlun

Diftong (ay) = اي Misalnya خير menjadi Khayrun

Bunyi hidup (harakah) huruf konsonan akhir pada sebuah kata tidak dinyatakan dalam transliterasi. Transliterasi hanya berlaku pada huruf konsonan akhir tersebut. Sedangkan bunyi (hidup) huruf akhir tersebut tidak boleh ditransliterasikan. Dengan demikian maka kaidah gramatika Arab tidak berlaku untuk kata, ungkapan atau kalimat yang dinyatakan dalam bentuk transliterasi latin, seperti:

Khawāriq al-‘ādah, **bukan** *khawāriq al-‘ādati*, bukan *khawāriqul-‘ādat*;

Inna al-dīn ‘inda Allāh al-Īslām, **bukan** *Inna al-dīna ‘inda Allāhi al-Īslāmu*; bukan *Innad dīna ‘indalAllāhil-Īslamu* dan seterusnya.

D. Ta’ marbūṭah (ة)

Ta’ marbūṭah ditransliterasikan dengan “r” jika berada di tengah kalimat. Tetapi apabila Ta’ marbūṭah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya الرسالة للمدرسة menjadi *alrisalat li al-mudarrisah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *muḍāf* dan *muḍāf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan *t* yang disambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya في رحمة الله menjadi *fi raḥmatillāh*. Contoh lain:

Sunnah sayyi’ah, *naḥrah ‘āmmah*, *al-kutub al-muqaddasah*, *al-ḥādīs al-mawḍū‘ah*, *al-maktabah al-miṣrīyah*, *al-siyāsah al-syar‘īyah* dan seterusnya.

Silsilat al-Aḥādīs al-Ṣāḥīḥah, *Tuḥfat al-Ṭullāb*, *I‘ānat al-Ṭālibīn*, *Nihāyat aluṣūl*, *Gāyat al-Wuṣūl*, dan seterusnya.

Maṭba‘at al-Amānah, *Maṭba‘at al-‘Āṣimah*, *Maṭba‘at al-Istiqāmah*, dan seterusnya.

E. Kata Sandang dan *Lafaz al-Jalalah*

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafaz al-jalalah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*izāfah*) maka dihilangkan. Contoh:

1. Al-Imām al-Bukhārī mengatakan ...
2. Al-Bukhārī dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan ...
3. *Māsyā’ Allāh kāna wa mā lam yasya’ lam yakun.*
4. *Billāh ‘azza wa jalla.*

F. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari Bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Apabila kata tersebut merupakan nama Arab dari orang Indonesia atau Bahasa Arab yang sudah terindonesiakan, tidak perlu ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Contoh:

“...Abdurrahman Wahid, mantan Presiden RI keempat, dan Amin Rais, mantan Ketua MPR pada masa yang sama, telah melakukan kesepakatan untuk menghapuskan nepotisme, kolusi dan korupsi dari muka bumi Indonesia, dengan salah satu caranya melalui pengintesian salat di berbagai kantor pemerintahan, namun ...”

Perhatikan penulisan nama “Abdurrahman Wahid,” “Amin Rais” dan kata “salat” ditulis dengan menggunakan tata cara penulisan Bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan penulisan namanya. Kata-kata tersebut sekalipun berasal dari Bahasa Arab, namun ia berupa nama dari orang Indonesia dan terindonesiakan, untuk itu **tidak ditulis** dengan cara “‘Abd al-Rahmān Waḥīd,” “Amīn Raīs,” dan tidak ditulis dengan “ṣalāt.”

ABSTRAK

**Rahman, Ahmad Taufiqur. 2021. Penerapan Etika Bisnis Islam pada Model Bisnis Program Galang Wakaf Al-Qur'ān (Studi pada Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya). Tesis, Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang.
Pembimbing I : H. Aunur Rofiq, Lc., M.Ag., Ph.D.
Pembimbing II : Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak. CA.**

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Model Bisnis, Program Galang Wakaf Al-Qur'ān
Bisnis berkembang tidak lepas dari potensi yang ada. Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim tertinggi di dunia sehingga berhasil menempati peringkat satu dunia dalam perkembangan keuangan syariah. Namun tidak menjamin para pebisnisnya memiliki etika moral yang baik karena pada faktanya Indonesia juga menjadi negara dengan kasus penipuan daring (*online*) tertinggi. Di samping masalah etika pada praktik bisnis juga banyak dilema hukum Islam pada transaksi yang menjadi trend saat ini yaitu transaksi sosial banyak beriringan dengan transaksi bisnis sehingga terindikasi penipuan. Salah satunya model bisnis pada program galang wakaf al-Qur'ān ditemukan transaksi yang menjangkal karena pada praktiknya penggalang wakaf adalah penjual itu sendiri sehingga hanya dengan mengumpulkan donasi untuk wakaf al-Qur'ān mereka akan memperoleh profit tanpa menjelaskan dirinya sebagai penjual. Maka sangat menarik dikaji secara mendalam tentang penerapan etika bisnis Islam pada model bisnis tersebut, lebih fokus pada mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan pendekatan kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis dimana menemukan data di lapangan secara detail dan terperinci dengan disesuaikan pada permasalahan yang ada. Kemudian peneliti mengintegrasikan hasil data dengan teori-teori yang telah dipilih pada penelitian ini sehingga akan memperoleh hasil kesimpulan pada penemuan-penemuan baru.

Hasil penelitian ditemukan bahwa belum sepenuhnya mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya menerapkan etika bisnis Islam pada prinsip *ṣiddīq*, *amānah*, *faṭānah* dan *tablīg* di dalam bisnis program galang wakaf al-Qur'ān. Diantara yang telah diterapkan yaitu prinsip *amānah* dalam menetapkan harga, prinsip *faṭānah* terkait strategi promosi dan pelayanan prima, prinsip *faṭānah* tentang niat dan tujuan menjalankan program galang wakaf al-Qur'ān, serta prinsip *tablīg* tentang larangan unsur memaksa (*al-ikrah*). Namun mayoritas mitra tidak menerapkan prinsip *ṣiddīq* tentang tertib administrasi dengan melakukan transparansi laporan keuangan wakaf, sehingga juga dikategorikan belum maksimal dalam menerapkan prinsip *amānah* dalam melakukan penyaluiran wakaf dan memberikan laporan wakaf. Yang tak kalah lebih penting masih banyak mitra yang tidak menerapkan prinsip *ṣiddīq* (jujur) terkait perannya sebagai penjual sehingga transaksi yang dilakukan antara mitra dengan *wāqif* dikategorikan dilarang menurut pandangan hukum Islam. Hanya sebagian mitra melakukan transaksi yang dibolehkan menurut pandangan hukum Islam.

ABSTRACT

Rahman, Ahmad Taufiqur. 2021. Application of Islamic Business Ethics in the Business Model of the Al-Qur'ān Waqf Congesting Program (Study at the Surabaya Branch of Syaamil Quran Partners). Thesis, Master of Islamic Economics Study Postgraduate Program of Maulana Malik Ibrahim University, Malang.

Supervisor I : H. Aunur Rofiq, Lc., M.Ag., Ph.D.

Supervisor II : Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak. CA.

Keywords: Islamic Business Ethics, Business Model, Al-Qur'ān Waqf Congesting Program

Growing business cannot be separated from the existing potential. Indonesia is a country with the highest Muslim population in the world therefore it managed to the first rank in the world in the development of Islamic finance. However, it does not guarantee that businessmen have good moral ethics because in fact Indonesia is known as a country with the highest online fraud cases. In addition to ethical issues in business practices, there are also many dilemmas of Islamic law in transactions that are becoming a current trend, that are many social transactions along with business transactions so that fraud is indicated. One of them is the business model in the al-Qur'ān waqf congesting program. It was found that the transaction was odd that the fundraiser of the waqf was the seller himself so that only by collecting donations for waqf al-Qur'ān they would get a profit without explaining himself as a seller. Actually, this is very interesting to study in depth about "the application of Islamic business ethics to this business model, focusing more on partner Syaamil Quran Surabaya Branch.

This type of research was field research. Data collection techniques was using observation, interviews, and documentation. Data analysis used a qualitative approach which was carried out in a descriptive analysis to find the field and detailed data in order to be adjusted to the existing problems. Then the researcher integrates the data results with the theories that have been chosen in this study so that it will obtain conclusions on new discoveries.

The results of the study found that not whole partners of Syaamil Quran Surabaya Branch yet implemented Islamic business ethics on the principles of *siddīq*, *amānah*, *faṭānah* and *tablīg* in the business of the al-Qur'ān waqf congesting program. Among those that have been applied are the *amānah* principle in setting prices, the *faṭānah* principle related to the promotion strategy and excellent service, the *faṭānah* intentions and objectives of running the program, and the *tablīg* principle regarding the prohibition of the element of coercion (*al-ikrah*). However, the majority of partners do not apply the *siddīq* principle on administrative order by transparently reporting waqf finance, so it can be categorized as not maximal yet in applying the *amānah* principle while distributing waqf and providing waqf reports. additionally, there are many partners who do not apply the principle of *siddīq* (honest) regarding their role as sellers, so that transactions between partners and wāqif are categorized as prohibited according to Islamic law. Furthermore few partners carry out transactions that are permissible according to the Islamic law.

مستخلص البحث

أحمد توفيق الرحمان. 2021، تطبيق أخلاقيات الأعمال الاقتصاد الإسلامي على حملة تبرعات لأوقاف القرآن (دراسة في شريك شامل قرآن بسورابايا). رسالة الماجستير، قسم الاقتصاد الإسلامي، كلية الدراسات العليا جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

المشرف الأول: الدكتور الحاج عون الراقف الماجستير

المشرف الثاني: الدكتورة الحاجة نانيك وحيوني الماجستير

الكلمات المفتاحية: أخلاقيات الأعمال الاقتصاد الإسلامي، نموذج العمل، برنامج تبرعات لأوقاف القرآن

لا يمكن فصل الأعمال التجارية المتنامية عن الإمكانيات الموجودة. إندونيسيا هي دولة بها أعلى نسبة إسلامية في العالم، لذا فقد نجحت في أن تحتل المرتبة الأولى في العالم في تطوير التمويل الإسلامي. ومع ذلك، فهي لا تضمن أن رجال الأعمال لديهم أخلاقيات أخلاقية جيدة لأنه في الواقع، إندونيسيا هي أيضًا دولة بها أعلى حالات الاحتيال عبر الإنترنت. بالإضافة إلى القضايا الأخلاقية في ممارسة الأعمال التجارية، هناك أيضًا العديد من معضلات الشريعة الإسلامية بشأن المعاملات التي هي اتجاه حالي، وهي المعاملات الاجتماعية، حيث يسير الكثير جنبًا إلى جنب مع المعاملات التجارية بحيث يتم الإشارة إليها على أنها احتيال. أحدها هو نموذج العمل في حملة تبرع وقف القرآن. وقد تبين أن الصفقات كانت غريبة لأن جامعي الأموال من الوقف هم البائعون أنفسهم عملياً، بحيث لا يربحون إلا بجمع التبرعات لوقف القرآن دون أن يشرحوا أنفسهم على أنهم بائعون. لذلك من ثم اهتم الباحث بالدراسة العميقة حول تطبيق أخلاقيات العمل الاقتصاد الإسلامي في هذا المجال بأخذ التركيز إلى شريك شامل قرآن بسورابايا.

كانت نوعية هذا البحث بحث ميداني. وأسلوب جمع البيانات المستخدمة هي الملاحظة والمقابلة ووثائق البيانات. وأسلوب تحليل البيانات المستخدمة هي مدخل كيفي عن طريق التحليل الوصفي حيث توجد البيانات في موضوع البحث مفصلاً ومناسباً بالأحوال الموجودة. ثم يدمج الباحث نتائج البيانات بالنظريات التي تم اختيارها في هذا البحث حتى يحصل على استنتاجات بشأن الاكتشافات الجديدة.

فنتيجة البحث من هذا البحث يعني أن فرع سورابايا لشركاء شامل القرآن لم يطبق أخلاقيات العمل الإسلامية بشكل كامل على أساس صدق وأمانة وفتانة وتبليغ في أعمال حملة تبرع وقف القرآن. ومن بين ذلك الذي طبقوا أساس الأمانة في تحديد الأسعار، و طبقوا فتانة المتعلق باستراتيجيات الترويج والخدمة الممتازة و طبقوا فتانة في مقاصد وأهداف إدارة الأعمال، و طبقوا تبليغ فيما يتعلق تحريم عنصر (الإكراه). ومع ذلك، فإن غالب الشركاء لا يطبقون الصدق فيما يتعلق بالإدارة المنظمة من خلال إجراء شفافية التقارير المالية الوقفية، لذلك يتم تصنيفهم أيضًا على أنهم لم يصلوا إلى الحد الأقصى في تطبيق أساس أمانة في توزيع الوقف وتقديم تقارير الوقف. والأهم من ذلك، لا يزال هناك العديد من الشركاء الذين لا يطبقون أساس الصدق فيما يتعلق بدورهم كبائعين بحيث يتم تصنيف المعاملات بين الشركاء والواقف على أنها محظورة وفقاً للشريعة الإسلامية. فقط بعض الشركاء يجرون معاملات مباحة وفق الشريعة الإسلامية.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Hingga dasawarsa ini tanpa disadari bisnis dengan segala bentuknya telah menyelimuti segala aktivitas kegiatan manusia. Ia akan selalu memegang peranan penting di dalam kehidupan sosial dan ekonomi sepanjang masa karena mempengaruhi semua tingkat individu, organisasi, sosial, nasional maupun internasional. Tidak dapat dipungkiri lagi apabila jutaan manusia saat ini terlibat dalam berbagai kegiatan bisnis.¹ Bisnis banyak dilakukan atas dasar tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*) mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial. Dari sekian banyak tujuannya, *profit* menjadi alasan utama sehingga menjadi pemangku peranan penting masyarakat dalam memulai hingga mengembangkan suatu bisnis.² Bahkan hingga dasawarsa ini tidak heran lagi jika banyak orang yang berlomba-lomba dalam mengembangkan bisnisnya untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.

Bisnis berkembang tentu tidak lepas dari potensi yang ada, dimana Negara Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim paling tinggi di dunia maka berdasarkan jumlah penduduk muslim yang melimpah saat ini mencapai 87,17% dari total populasi atau setara 209,12 juta jiwa hingga diproyeksikan mencapai

¹Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam* terj. Samon Rahman, (Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar, 2003), 1

²Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada media 2013), 4

297,27 juta jiwa pada tahun 2050 M. Tentu dari potensi tersebut dapat dimanfaatkan pada bidang ekonomi yang terbukti berdasarkan hasil data Global Islamic Finance bahwa Indonesia berhasil menempati peringkat satu dunia dalam perkembangan keuangan syariah dengan skor 81,93. Serta ekonomi syariah menyumbang US\$ 3,8 miliar terhadap PDB pertahun. Tak hanya itu ekonomi syariah juga mampu menarik US\$ 1 miliar investasi asing secara langsung serta membuka 127 ribu lapangan kerja pertahunnya.³ Yang dimaksudkan pada data ini ekonomi syariah tidak terbatas hanya terkait pada industri keuangan syariah saja melainkan juga meliputi sektor rill dan bidang produksi barang dan jasa yang halal. Maka dengan itu banyak kajian ilmiah yang memberikan kerangka konseptual untuk mengembangkan pertumbuhan berbagai sektor industri halal pada produk-produk yang diminati oleh mayoritas masyarakat Indonesia.⁴

Sistem bisnis baik syariah maupun bukan juga selalu mengiringi perkembangan teknologi. Tanpa henti sistem teknologi selalu di *upgrade*, sehingga memudahkan interaksi antar manusia. Dilihat dari data terbaru bahwa jumlah transaksi digital mobile banking meningkat hingga 12 juta transaksi pada Agustus 2020 dari Agustus 2019 yang terhitung hanya 8 juta transaksi.⁵ Berdasarkan data ini maka artinya perkembangan teknologi sangat mendorong perkembangan aktivitas bisnis. Hal ini menjadi kabar positif bagi pelaku bisnis karena

³Industri Halal untuk Semua

<https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/analisisdata/5ea3a73811d32/industri-halal-untuk-semua>, diakses pada 21 Mei 2021

⁴ Muhammad Anwar Fathoni dan Tasya Hadi Syahputri, "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan" *JIEI: jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Volume 6 No. 03, (2020)

⁵Bank Indonesia: Transaksi E-Commerce Agustus 2020 Naik hingga Mencapai 140 Juta <https://bisnis.tempo.co/read/1398066/bank-indonesia-transaksi-e-commerce-agustus-2020-naik-hingga-mencapai-140-juta/full&view=ok>, diakses pada 21 Mei 2021

memudahkan dalam menjangkau sasaran secara luas tanpa batas jarak dan waktu sehingga berkesempatan mengembangkan bisnisnya melalui media digital. Namun semakin meningkat aktivitas bisnis melalui *online* juga semakin meningkat jumlah penipuan dalam bisnis karena menurut hasil penelitian Kaspersky Lab dan B2B International bahwa Indonesia menjadi negara dengan kasus penipuan daring (*online*) tertinggi, dimana pada tahun 2016 mencapai 26% konsumen Indonesia kehilangan uang akibat penipuan melalui daring (*online*).⁶ Tindak penipuan semakin marak dan meningkat hingga data terbaru ditemukan pada 2020 Kemendag mencatat 396 dari 931 pengaduan konsumen terkait penipuan melalui belanja online, dan akibat penipuan GrabToko yang memakan korban 980 orang dan kerugian diperkirakan mencapai Rp 17 miliar.⁷

Modus penipuan diakibatkan oleh orang-orang yang tidak memiliki etika moral yang baik sehingga mereka memanfaatkan media digital yang memiliki nilai positif pada suatu bisnis untuk keuntungan melimpah yang merugikan pihak lain. Maka tidak dapat dipungkiri meskipun Indonesia sebagai negara mayoritas muslim dan perkembangan ekonomi syariah yang tinggi tidak menjamin para pebisnisnya memiliki etika yang baik. Sebab itu banyak diantara para cendekiawan muslim yang merancang konsep etika pada aktivitas bisnis agar tetap adil sesuai dengan hukum al-Qur'ān dan al-Hadīṣ. Karena salah satu tujuan etika bisnis Islam untuk mengajarkan manusia agar terhindar dari praktik bisnis yang *ẓalim*, curang dan

⁶Penipuan Online di Indonesia Tertinggi, <https://tekno.tempo.co/read/775347/penipuan-online-di-indonesia-tertinggi/full&view=ok>, diakses pada 21 Mei 2021

⁷Marak Penipuan Online saat Konsumen Hijrah ke Digital di Masa Pandemi, <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/600aa5de3a818/marak-penipuan-online-saat-konsumen-hijrah-ke-digital-di-masa-pandemi>, diakses pada 21 Mei 2021

penipuan agar tidak ada lagi yang dirugikan pada salah satu pihak. Maka urgensi etika pada aktivitas bisnis akan selalu memangku peranan penting karena Islam sangat menjunjung tinggi nilai-nilai etika dalam segala aktivitas kehidupan manusia. Selain itu etika sangat sesuai dengan misi Nabi Muhammad SAW sebagaimana beliau diutus ke muka bumi untuk menyempurnakan akhlak.

Di samping masalah etika yang tak kalah menarik saat ini yaitu semakin maraknya program sosial keagamaan dalam bentuk penggalangan donasi yang dilakukan secara online, salah satunya program galang wakaf al-Qur'ān untuk disalurkan pada lokasi tertentu. Dalam program ini terdapat sisi bisnis yang menjangkal karena pada faktanya penggalang wakaf adalah penjual itu sendiri sehingga dengan mengumpulkan donasi untuk wakaf al-Qur'ān mereka akan memperoleh profit atau laba keuntungan tanpa menjelaskan dirinya sebagai penjual. Maka sebuah transaksi yang terindikasi adanya penipuan. Sangat disayangkan jika seseorang hanya memanfaatkan program wakaf al-Qur'ān menjadi strategi marketing untuk meningkatkan volume penjualan tanpa akad yang jelas. Jika demikian yang terjadi maka telah keluar dari tuntunan etika akhlak seorang pedagang muslim.

Program galang wakaf al-Qur'ān atau “Gerakan Wakaf 1 Juta Al-Qur'ān” dipelopori Sygma Foundation bekerjasama dengan Syaamil Quran dengan tujuan untuk membumikan al-Qur'ān secara merata.⁸ Syaamil Quran mengembangkan program wakaf ini dengan dukungan mitranya atas dasar visi atau *brand* “Bisnis

⁸Gerakan Wakaf 1 Juta Quran, <https://www.syaamilquran.com/wakaf1jutaquran/>, diakses pada 12 April 2021)

yang Bernilai Ibadah”.⁹ Dimana mitra sebagai pihak yang bergerak menjual produk Syaamil Quran terjun langsung ke lapangan untuk menggalang wakaf al-Qur’ān. Melalui program wakaf tersebut mitra berkesempatan memperoleh profit yang cukup besar dari margin harga yang ditentukan Syaamil Quran. Mitra cukup menyebarkan pamflet (*flyer*) dengan tema galang wakaf al-Qur’ān, kemudian mereka akan memperoleh laba tanpa menggunakan akad jual beli secara transparan. Padahal yang menjadi salah *icon* pihak Syaamil Quran sebagai penerbit kitab suci Agama Islam yaitu “senantiasa dilandasi akad jual beli yang transparan dan *syar’i*”.¹⁰

Peneliti tertarik membahas bisnis tersebut karena memiliki fokus permasalahan unik sehingga sangat layak dikaji secara mendalam pada sebuah penelitian ilmiah berdasarkan tiga alasan. Diantaranya; alasan *pertama*, berdasarkan bisnis yang mengatas namakan kegiatan sosial keagamaan yaitu program galang wakaf al-Qur’ān, maka jelas bahwa *stakeholder* di dalamnya dari kalangan kaum muslim sehingga harusnya mampu menerapkan prinsip etika bisnis sesuai al-Qur’ān dan al-Hadīṣ. Alasan *kedua*, berkaitan dengan produk pada bisnis tersebut berupa kitab suci agama Islam maka kewajiban seorang muslim untuk menghormati kitab suci al-Qur’ān merupakan suatu bentuk etika dan moral seorang muslim yang beriman untuk bertransaksi sesuai syariat Islam. Alasan *ketiga*, berhubungan dengan akad yang digunakan dalam transaksi ini terindikasi tidak

⁹Ingin Memiliki Bisnis yang Bernilai Ibadah? <https://www.syaamilquran.com/peluang-bisnis-bernilai-ibadah/>, diakses pada 12 April 2021)

¹⁰ Ingin Memiliki Bisnis yang Bernilai Ibadah? <https://www.syaamilquran.com/peluang-bisnis-bernilai-ibadah/>, diakses pada 12 April 2021)

jelas karena terdapat transaksi jual beli yang tidak disepakati kedua pihak sehingga perlu dikaji dalam pandangan hukum Islam.

Mengingat urgensi betapa pentingnya penerapan prinsip etika bisnis Islam pada model bisnis ini maka penulis mengangkat permasalahan di atas dalam sebuah penelitian dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam pada Model Bisnis Program Galang Wakaf Al-Qur’ân” (Studi Pada Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya).

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada model bisnis program galang wakaf al-Qur’ân yang dijalankan oleh mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya?
2. Bagaimana transaksi pada bisnis program wakaf al-Qur’ân yang dijalankan mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya dalam pandangan hukum Islam?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengungkap dan menganalisis penerapan etika bisnis Islam pada model bisnis program galang wakaf al-Qur’ân yang dijalankan oleh mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya.
2. Untuk mengungkap dan menganalisis transaksi pada bisnis program galang wakaf al-Qur’ân yang dijalankan mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya dalam pandangan hukum Islam.

D. Manfaat Penelitian

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih terhadap perkembangan ilmu ekonomi Islam. Secara praktis

diharapkan dapat memberikan informasi untuk para pelaku bisnis. Serta diharapkan dapat menjadi wadah pengembangan diri dalam meningkatkan kanzah keilmuan dalam dunia kepenulisan.

Adapun manfaat secara khusus dari hasil penelitian ini yaitu diharapkan mampu memberikan informasi sehingga dapat dijadikan sebagai referensi kajian ilmiah terhadap penerapan etika bisnis Islam pada model bisnis program galang wakaf al-Qur'an yang dilakukan oleh mitra Syaamil Quran.

E. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian

Penelitian terdahulu diperlukan untuk menghindari duplikasi dan menjaga orisinalitas penelitian. Selain itu bertujuan untuk menentukan posisi penelitian ini sehingga diperoleh kebaruan dari penelitian-penelitian yang pernah ditulis sebelumnya. Oleh karena itu penelitian terdahulu yang lebih identik memiliki kesamaan tentang etika bisnis Islam dilampirkan pada daftar tabel berikut:

Tabel 1.4 Kajian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian

No	Nama Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
1	Heri Irawan (2017) "Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai". ¹¹	Menganalisa tentang penerapan etika Bisnis Islam Indikator pada teori yang digunakan (<i>ṣiddīq</i> ,	Objek penelitian yaitu pedagang sembako di Pasar Sentral Sinjai. Temuan hasil yaitu etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah telah dipahami dan diterapkan oleh mayoritas pedagang	Konteks penelitian tersebut hanya berangkat dari kajian pustaka tentang etika bisnis Rasulullah saw. sehingga kurang detail menyebutkan data-data yang menjadikan objek penelitian menarik dan layak untuk dikaji.

¹¹Heri Irawan, "Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai", *Tesis* (Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, 2017)

		<p><i>amānah, faṭānah, tablīg</i></p> <p>Metode penelitian kualitatif (<i>field research</i>)</p>	<p>sembako di Pasar Sentral Sinjai.</p>	<p>Maka peneliti dapat memposisikan riset yang ditulis sebagai suatu penelitian yang baru secara empiris berangkat berdasarkan data dan hasil oservasi pada kelompok pedagang muslim yang terindikasi tidak jelas dalam transaksi bisnis pada suatu program sosial yaitu galang wakaf Al-Quran</p>
2	<p>Mutia Sumarni (2020) “Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pembulatan Harga pada Jual Beli Karet”¹²</p>	<p>Menganalisa tentang penerapan etika Bisnis Islam</p> <p>Metode penelitian kualitatif</p>	<p>Konteks penelitian berangkat dari hasil observasi karena terindikasi adanya kecurangan pada praktik pem harga karet.</p> <p>Objek penelitian yaitu di desa Medang Ara Kecamatan Karang Baru</p> <p>Temuan hasil yaitu pembulatan harga yang dilakukan oleh agen bertentangan dengan etika bisnis Islam</p> <p>Kerangka teori yang digunakan yaitu keseimbangan, kesatuan, kehendak bebas, kebenaran dan</p>	<p>Penelitian tersebut memiliki kekurangan dalam menganalisis akad pada transaksinya sehingga tidak menyebutkan mekanisme akadnya.</p> <p>Maka posisi penelitian ini sebagai penelitian baru yang memiliki kemiripan karena sama-sama berangkat dari suatu transaksi yang terindikasi buruk. Namun akan mengkaji lebih rinci terkait akad pada transaksi wakaf Al-Quran</p>

¹²Mutia Sumarni, “Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pembulatan Harga Pada Jual Beli Karet”, *J-EBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 5 No. 2 (2020)

			tanggung jawab, serta bertentangan dengan prinsip kejujuran dan transparansi dalam menetapkan harga.	
3	Ahmad Hulaimi, Sahri & Moh. Huzaini (2017) "Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi" ¹³	Menganalisa tentang penerapan etika Bisnis Islam Metode penelitian kualitatif	Objek penelitian yaitu Kec. Masbagik di Timur Pulau Lombok NTB Temuan hasil yaitu belum sepenuhnya pedagang sapi di Kecamatan Masbagik menerapkan prinsip etika bisnis Islam dan tidak semua pedagang mendapatkan kesejahteraan yang Islami karena belum memenuhi kebutuhan dharuriyatnya (sholat dan haji). Kerangka teori yang digunakan yaitu prinsip kejujuran, longgar, bermurah hati, membangun hubungan baik, dilarang menggunakan sumpah palsu dan menepati janji.	Berdasarkan tujuan penelitian jelas terlihat beda karena penelitian ini tidak mengkaji terkait dampak pada pedagang Al-Quran mitra Syaamil Quran. Kemudian pada penelitian ini juga akan menganalisis terkait transaksi yang terjadi pada bisnis program wakaf Al-Quran.
4	Elida Elfi Barus, Nuriani (2016) "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah	Menganalisa tentang penerapan etika Bisnis Islam	Objek Penelitian yaitu Rumah makan Wong Solo Temuan hasil yaitu praktik berdagang	Berdasarkan konteks penelitian tersebut yaitu berangkat dari suatu fenomena Islami pada sebuah usaha bisnis dengan brand " <i>Halalan</i>

¹³Ahmad Hulaimi, Sahri dan Moh. Huzaini, "Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi", *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2, No. 1 (2017)

	Makan Wong Solo Medan) ¹⁴	Metode penelitian kualitatif	Rumah makan Wong Solo Medan telah sesuai ajaran Islam sehingga Implementasi etika bisnis Islam cukup baik.	<i>Toyiban</i> ". Disini memiliki kemiripan pada bisnis yang memiliki brand " <i>Bernilai Ibadah</i> " yang dijalankan oleh Syaamil Quran, Namun penelitian ini tidak menganalisis hanya terkait etika pedagang melainkan juga transaksi yang dilakukan. Sehingga posisi penelitian ini sebagai penelitian baru.
5	Amir Salim (2018) "Analisis Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas di Kota Palembang" ¹⁵	Menganalisa tentang penerapan etika Bisnis Islam	Objek penelitian yaitu pedagang pengepul barang bekas di kota Palembang. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kerangka teori dasar faktor tauhid, faktor ihsan, faktor keseimbangan, faktor kehendak bebas dan faktor tanggung jawab Temuan hasil yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam oleh pedagang pengepul barang	Secara perbedaan penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode berbeda yaitu menggunakan pendekatan kualitatif dengan kerangka teori etika bisnis Islam yang berbeda. Sehingga juga memiliki hasil temuan baru yang berbeda. Yaitu terkait penerapan etika bisnis Islam pada model bisnis program galang wakaf Al-Quran mitra Syaamil Quran

¹⁴Elida Elfi Barus dan Nuriani. "Implementasi Etika Bisnis Islam; Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan", *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol. 2 No. 2 (September 2016)

¹⁵Amir Salim, "Analisis Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas di Kota Palembang", *Jurnal Islamic Banking*, Vol. 4 No. 1 (2018)

			bekas dikategorikan baik	
6	M. Farid & Amilatul Zahroh (2015) "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian." ¹⁶	Menganalisa tentang penerapan etika Bisnis Islam Metode penelitian kualitatif	Objek penelitian yaitu Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian Temuan hasil yaitu masih kurang dalam penerapan prinsip etika bisnis Islam terkait prinsip kejujuran yaitu berlaku curang tidak mentaati peraturan pasar, penerapan akad dalam transaksi, sedangkan prinsip keadilan tentang upah karyawan telah dilakukan dengan baik	Penelitian tersebut berangkat dari asumsi dasar bahwa faktor edukasi, budaya, perilaku dan tata nilai yang berlaku pada masyarakat yang menjadikan etika bisnis islam kurang diterapkan. Maka sangat berbeda dari segi konteks dan fokus penelitian ini sehingga hasil temuan akan berbeda dan masih baru yaitu penerapan etika bisnis Islam pada bisnis program wakaf Al-Quran mitra Syaamil Quran.
7	Desy Astrid Anindya (2017) "Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua" ¹⁷	Menganalisa tentang pengaruh etika Bisnis Islam	Objek penelitian yaitu di Desa Delitua Kecamatan Delitua Menggunakan metode kuantitatif dengan kerangka teori dasar yang berpedoman pada Al-Quran dan Sunnah yaitu kejujuran, keadilan meliputi jujur dalam takaran dan timbangan, menjual barang yang halal, menjual barang yang bermutu baik, tidak	Secara perbedaan penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode berbeda yaitu menggunakan pendekatan kualitatif dengan kerangka teori etika bisnis Islam yang berbeda. Sehingga juga memiliki hasil temuan baru yang berbeda. Yaitu terkait penerapan etika bisnis Islam pada model bisnis program galang

¹⁶Muhammad Farid dan Amilatul Zahroh, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian", *Jurnal Iqtishoduna*. Vol. 6 No. 2 (2015)

¹⁷Desy Astrid Anindya, "Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua". *Jurnal At-Tawassuth*, Vol. II, No. 2 (2017)

			<p>menyembunyikan kecacatan suatu barang, tidak main sumpah, bermurah hati, tidak menyaingi sesama pelaku usaha, mencatat utang piutang dan tidak mengambil riba.</p> <p>Temuan hasil yaitu menunjukkan bahwa ada pengaruh etika bisnis Islam terhadap keuntungan usaha</p>	wakaf Al-Quran mitra Syaamil Quran
8	Muhammad Lisman (2019) "Broker pada Bisnis Properti: Studi Etika Bisnis Islam" ¹⁸	<p>Menganalisa tentang penerapan etika Bisnis Islam</p> <p>Metode penelitian kualitatif</p>	<p>Objek penelitian yaitu Broker pada Bisnis Properti</p> <p>Merupakan penelitian konseptual dengan menjadikan lima aksioma ekonomi Islam yang dikembangkan oleh Rafiq Issa Beekun yaitu Unity, Equilibrium, Free will, Responsibility dan Benevolence agar diterapkan pada bisnis apapun.</p>	Berdasarkan perbedaan penelitian ini merupakan penelitian empiris yang dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif (field resech) Sehingga penelitian ini memiliki hasil temuan baru yang berbeda. Yaitu terkait penerapan etika bisnis Islam pada model bisnis program galang wakaf Al-Quran mitra Syaamil Quran
9	Rizka Ar Rahmah (2020) "Penerapan Etika Bisnis Islam pada Waroeng Steak"	<p>Menganalisa tentang penerapan etika Bisnis Islam</p> <p>Metode penelitian kualitatif</p>	<p>Objek Penelitian yaitu Waroeng Steak and Shake Medan</p> <p>Temuan hasil etika bisnis Islam dengan konsep <i>siddiq, tablig, amanah</i> dan <i>fatanah</i></p>	Konteks penelitian tersebut kurang detail menyebutkan data-data yang menjadikan objek penelitian menarik dan layak untuk dikaji.

¹⁸Muhammad Lisman. "Broker ada Bisnis Properti: Studi Etika Bisnis Islam". *Jurnal Islamika*, Vol. 2, No. 1 (2019)

	and Shake Medan”. ¹⁹	Indikator pada teori yang digunakan (<i>ṣiddīq, amānah, faṭānah, tablīg</i>)	telah diterapkan oleh Waroeng Steak.	Maka peneliti dapat memposisikan riset yang ditulis sebagai suatu penelitian yang baru secara empiris berangkat berdasarkan data dan hasil oservasi pada kelompok pedagang muslim yang terindikasi buruk dalam transaksi bisnis pada suatu program sosial yaitu galang wakaf Al-Quran.
10	Mabarroh Azizah (2013) “Etika Perilaku Periklanan dalam Bisnis Islam”. ²⁰	Menganalisa tentang penerapan etika Bisnis Islam Metode penelitian kualitatif	Riset tersebut merupakan penelitian konseptual bahwa periklanan dalam bisnis harus beretika dan tidak ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip muamalah yang Islami sebagaimana dalam usul fiqh bahwa kegiatan muamalah apapun diperbolehkan sepanjang tidak ada dalil yang mengharamkan misalnya larangan <i>masir, garar, riba</i> .	Penelitian ini jelas berbeda karena merupakan penelitian empiris yang dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif (fild resech) Sehingga penelitian ini memiliki hasil temuan baru yang berbeda. Yaitu terkait penerapan etika bisnis Islam pada model bisnis program galang wakaf Al-Quran mitra Syaamil Quran

Mayoritas penelitian di atas memiliki perbedaan yang paling mencolok diantaranya yaitu pada latar belakang masalah atau konteks penelitian, fokus dan tujuan penelitian, objek penelitian, teori dasar yang digunakan serta metode

¹⁹Rizka Ar Rahmah. “Penerapan Etika Bisnis Islam pada Waroeng Steak And Shake Medan”. *Jurnal At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, Volume V No. 2 (Juli – Desember 2020)

²⁰Mabarroh Azizah. “Etika Perilaku Periklanan dalam Bisnis Islam”, *JESI: Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 3, No.1 (Juni 2013)

penelitian yang digunakan sehingga temuan penelitian juga berbeda. Oleh sebab itu peneliti akan memaparkan kebaruan pada penelitian ini dimana tidak ditemukan penelitian terdahulu yang mengkaji terkait masalah bisnis pada program wakaf al-Qur'ān yang dijalankan oleh mitra Syaamil Quran sehingga secara empiris penelitian ini tentu menjadi suatu kajian baru yang diharapkan bermanfaat kepada para stakeholder Syaamil Quran terkait bisnis program wakaf al-Qur'ān.

F. Definisi Istilah

1. Etika diserap dari bahasa latin “*ethos*” yang memiliki arti kebiasaan, sedangkan sinonimnya adalah moral dengan arti yang sama. menurut bahasa Arab disebut *akhlāq*, bentuk jamak dari *khulūq* yang artinya budi pekerti atau karakter.²¹ Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Secara istilah etika adalah seperangkat prinsip moral untuk membedakan hal baik dan buruk yang bersifat normatif, ia berperan menentukan apa yang berhak dilakukan dan tidak berhak dilakukan oleh individu maupun kelompok.²²
2. Bisnis secara bahasa dari kata bahasa Inggris “*business*” yang berarti “kesibukan” yang berhubungan dengan orientasi profit. Adapun bisnis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan, bidang usaha, usaha dagang. Bisnis merupakan

²¹Faisal Badroen, Dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Cet, ke 3. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 4

²²Rafik Isa Beekum, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 3

segala aktifitas penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh individu atau masyarakat dengan prinsip kepuasan atas konsumen.²³

3. Islam berasal dari bahasa arab “*assalamu* dan *assilli*” yang artinya patuh dan menyerahkan diri.²⁴ Sedangkan secara terminologis para ulama ulama sepakat yaitu Islam adalah pedoman hidup yang Allah SWT wahyukan melalui malaikat jibril kepada Nabi Muhammad SAW dengan satu kaidah hidup yang memuat tuntutan secara lengkap dan jelas serta sangat sempurna telah terkandung dalam kitab al-Qur’ān yang suci tentang segala aspek kehidupan manusia.²⁵
4. Etika Bisnis Islam merupakan akhlak seperangkat prinsip dalam etika bisnis yang ditinjau dari segi syariat Islam. Yaitu dalam menjalankan bisnis harus sesuai dengan nilai-nilai Islam yang bersumber dari al-Qur’ān dan hadist, sehingga tidak diragukan lagi karena sudah diyakini baik dan benar.²⁶ Etika bisnis Islam pada penelitian ini adalah seperangkat prinsip akhlak yang melekat pada diri Rasulullah SAW diantaranya *ṣiddīq* (jujur/benar), *amānah* (terpercaya), *faṭānah* (cerdas), *tablīg* (komunitatif, argumentatif, ramah). Keempat sikap yang sempurna namun masih jarang diterapkan oleh masyarakat dalam dunia bisnis.²⁷

²³Kusnadi, dkk, *Pengantar Bisnis dengan Pendekatan Kewirausahaan*, (Malang: STAIN Pers, 1998 M.), 57-58

²⁴Miftah Ahmad Fathoni, *Pengantar Studi Islam* (Pendekatan Islam dalam Memahami Agama), (Semarang : Gunungjati Semarang, 2001), 48-49

²⁵Ali Anwar Yusuf, *Studi Agama Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2003), 32

²⁶Idri, *Hadis Ekonomi, Ekonomi dalam Persepektif Islam Hadis Nabi*. (Cet, ke. I, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 327

²⁷A. Darussalam, *Etika Bisnis Dalam Pesepektif Hadis*, (Cet, I . Makassar: Alauddin University Press, 2011), 192

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Etika

Etika diserap dari bahasa latin “*ethos*” yang memiliki arti kebiasaan, sedangkan sinonimnya adalah moral dengan arti yang sama. menurut bahasa Arab disebut *akhlāq*, bentuk jamak dari *khulūq* yang artinya budi pekerti atau karakter.²⁸

Secara etimologi, etika identik dengan moral, karena telah umum diketahui bahwa istilah moral berasal dari kata “*moes*” (dalam bentuk tunggal) dan *mores* (dalam bentuk jamak) dalam bahasa latin yang artinya kebiasaan atau cara hidup.²⁹

Sedangkan secara istilah etika adalah seperangkat prinsip moral untuk membedakan hal baik dan buruk yang bersifat normatif, ia berperan menentukan apa yang berhak dilakukan dan tidak berhak dilakukan oleh individu maupun kelompok.³⁰

Maka dalam pengertian tentang etika di atas yaitu berkaitan dengan kebiasaan hidup individu maupun kelompok masyarakat yang dapat dinilai sehingga dapat menentukan perilaku yang baik dan buruk.

➤ Etika menurut pendapat beberapa pakar sebagai berikut:

²⁸Badroen, dkk, *Etika Bisnis*, 4

²⁹A Kadir, *Etika Bisnis Syariah dalam Al-Quran* (Jakarta: Kanisius, 2010), 47

³⁰Beekun, *Etika Bisnis Islam*, 3

- Achmad Charris Zubair menyatakan etika dan moral memiliki kesamaan arti namun namun praktiknya sedikit berbeda. Dimana moralitas digunakan untuk perbuatan yang sedang dinilai, sedangkan etika digunakan untuk pengkajian sistem nilai-nilai yang ada.³¹
- Al-Gazali dalam kitabnya *Ihya' Ulūm al-Dīn* menjelaskan pengertian *khulūq* (etika) adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa yang darinya timbul dengan mudah suatu perbuatan.
- Djakfar berpendapat bahwa bagaimanapun perilaku mencerminkan *akhlāq* (etika) seseorang. Atau dengan kata lain, perilaku berelasi dengan etika. Apabila seseorang taat pada etika, berkecenderungan akan menghasilkan perilaku yang baik dalam setiap aktivitas atau tindakannya, tanpa kecuali dalam aktivitas bisnis.³²

2. Bisnis

Kata Bisnis diserap dari kata “*Business*”, dari Bahasa Inggris yang berarti “kesibukan”. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit/keuntungan. Adapun dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bisnis adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan, bidang usaha, usaha dagang.

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.

³¹Achmad Charris Zubair, *Kuliah Etika*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1997 M), 13

³²Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Jakarta: Penebar Plus, 2012), 29

Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.³³ Bisnis merupakan segala aktifitas penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh individu atau masyarakat dengan prinsip kepuasan atas konsumen.³⁴

- Pendapat tentang bisnis menurut beberapa pakar sebagai berikut:
 - Steiner mendefinisikan bisnis merupakan pertukaran barang, jasa atau uang yang memberikan manfaat dan saling menguntungkan.
 - Hughes & Kapoor mengungkap bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi dan menghasilkan dengan cara menjual barang dan jasa untuk memperoleh keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat
 - J.S Nimpoena, bisnis dalam arti luas adalah usaha yang memiliki kaitan erat dengan bidang ekonomi dan politik.

Dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan suatu kegiatan yang berperan dalam menyediakan barang maupun jasa yang menjadi kebutuhan masyarakat sehingga bertujuan untuk memperoleh keuntungan dan memberikan manfaat pada orang lain.

3. Etika Bisnis

Etika bisnis adalah tuntunan nasehat etis manusia yang tidak dapat dilakukan untuk membenarkan tindakan tidak adil dan tidak bermoral, oleh

³³Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alpa Beta, 2013), 28

³⁴Kusnadi, dkk, *Pengantar Bisnis*, 57-58

sebab itu etika bisnis sangat penting dan harus dijunjung tinggi agar membuah hasil yang dapat memuaskan semua pihak yang terlibat dalam bisnis itu.³⁵

Maka etika bisnis dapat diartikan seperangkat nilai yang dapat menentukan tindakan baik, buruk, benar dan salah, jujur, dan bohong dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moralitas yang bertujuan untuk mengontrol sekaligus mengendalikan perilaku manusia dalam menjalankan segala aktifitas bisnis agar memperoleh transaksi bisnis yang saling menguntungkan. Oleh sebab itu etika sangat berkaitan erat dengan bisnis karena ketika kegiatan bisnis berjalan tanpa dilandasi etika maka akan ada pihak tertentu yang diuntungkan dan dirugikan sehingga terjadi ketidakadilan diantara kedua pihak.

4. Islam

Islam diserta dari kata “*assalamu* (pendek), *assalamu* dan *assilli* yang artinya patuh serta menyerahkan diri.³⁶ Sedangkan menurut Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Islam adalah agama yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. berpedoman pada kitab suci Alquran yang diturunkan ke dunia melalui wahyu Allah SWT

Secara terminologis para ulama sepakat yaitu Islam adalah pedoman hidup yang Allah SWT wahyukan melalui malaikat jibril kepada Nabi Muhammad SAW dengan satu kaidah hidup yang memuat tuntutan secara

³⁵Idri, *Hadis Ekonomi*, 327

³⁶Fathoni, *Pengantar Studi Islam*, 48-49

lengkap dan jelas serta sangat sempurna telah terkandung dalam kitab al-Qur'ān yang suci tentang segala aspek kehidupan manusia.³⁷

5. Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam adalah akhlak seperangkat prinsip dalam etika bisnis yang ditinjau dari segi syariat Islam. Yaitu dalam menjalankan bisnis harus sesuai dengan nilai-nilai Islam yang bersumber dari al-Qur'ān dan hadist, sehingga tidak diragukan lagi karena sudah diyakini baik dan benar. Iman dan taqwa menjadi pondasi dasar yang membentuk etika bisnis menjadi pandangan hidup seorang muslim dalam membangun dan membina segala aktifitasnya dengan tujuan untuk meraih kesuksesan di dunia dan akherat.³⁸

Etika bisnis dalam Islam juga berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal yang baik atau buruk, sering kita temukan dalam praktek kehidupan di masyarakat di dalam bidang perdagangan.³⁹

Etika bisnis Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariah.⁴⁰

³⁷Yusuf, Ali Anwar, *Studi Agama Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2003), 32

³⁸Idri, *Hadis Ekonomi*, 327

³⁹ Muslich, *Etika Bisnis, Pendekatan Substantif dan Fungsional*, (Yogyakarta: Ekonesia Fakultas Ekonomi UII, 1988), 29

⁴⁰Yusuf Qordhowi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1993),

Djakfar membenarkan tesis Qardhawi yang menyatakan bahwa segala ranah kehidupan muslim tidak lepas dari ajaran akhlak, termasuk dalam aktivitas ekonomi (bisnis), tak perlu diragukan lagi keabsahannya dan benar adanya. Oleh karena itu, seorang pengusaha dalam pandangan etika bisnis Islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan yang diridhoi Allah SWT. Maka artinya yang harus diraih oleh seorang pedagang dalam melakukan bisnis tidak sebatas keuntungan materil (bendawi), lebih penting lagi adalah keuntungan immaterial (spiritual).⁴¹

6. Etika Bisnis dalam Perspektif Nabi Muhammad SAW

Ketika peradaban bangsa Arab dahulu sering melakukan pembunuhan pelacuran dan mabuk-mabukan, serta usaha-usaha bisnis yang curang, sehingga manusia tidak lagi mengenal Allah yang artinya pada masa jahiliyah umat manusia sangat jauh dari akhlak mulia, maka Allah SWT mengutus Muhammad SAW sebagai nabi dan rasul untuk menjadi suri tauladan bagi seluruh alam, serta membuat perubahan yang signifikan dibidang akhlak sebagaimana firman-Nya dalam Q.S Al-Ahzab: 21

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ
وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah”.⁴²

⁴¹Djakfar, *Etika Bisnis*, 66

⁴²Al-Qur’ân, 33: 21

Kemudian dalam hadist Rasulullah SAW bersabda:

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ (رواه بيهقي)

Artinya: “Aku di utus untuk menyempurnaka *akhlāq* yang baik” (HR. al-Baihaqi).⁴³

Ada empat prinsip yang menjadi kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis yang dicontohkan Rasulullah SAW. Keempat hal tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari beliau dan sangat dikenal dikalangan ulama, namun masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis. sifat-sifat tersebut di antaranya;⁴⁴ *ṣiddīq* (jujur/benar), *amānah* (terpercaya), *faṭānah* (cerdas), *tablīg* (komunitatif/argumentatif).

a. *Ṣiddīq* (Jujur/Benar)

Jujur nilai dasarnya ialah integritas, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional. Sikap jujur adalah selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam yang disengaja antara ucapan dan perbuatan.⁴⁵ Jujur merupakan suatu perbuatan yang sangat urgen dalam hal bisnis karena akan mempengaruhi keadilan dalam bisnis itu sendiri. Sebagaimana Rasulullah SAW, Bersabda;

إِنَّ الصُّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لِيَصْدُقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدْقًا ، وَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لِيَكْذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَابًا (متفق عليه)

⁴³Abu Bakar Ahmad Ibn al-Husayn Ibn 'Ali al-Bayhaqiy, *Sunan al-Bayhaqiy*. (Juz 2 dalam al-Maktabah al-Syâmilah), 472,

⁴⁴Darussalam, *Etika Bisnis*, 192

⁴⁵Darussalam, *Etika Bisnis*, 193

Artinya: “Sesungguhnya kejujuran mengantarkan kepada kebaikan. Dan kebaikan akan mengantarkan ke dalam surga. Seseorang yang selalu berusaha untuk jujur akan dicatat oleh Allah sebagai orang jujur. Dan jauhilah oleh kamu sekalian dusta, karena dusta itu akan mengantarkan kepada kejahatan. Dan kejahatan akan mengantarkan ke dalam neraka. Seseorang yang selalu berdusta akan dicatat oleh Allah sebagai pendusta”. (HR. Mutafaqun Alaih).⁴⁶

Berdasarkan hadīst Nabi bahwa betapa pentingnya bersikap jujur dalam segala aspek kehidupan khususnya dalam kegiatan bisnis karena erat kaitannya dengan etika dan moral seseorang dalam membangun hubungan baik antar sesama manusia. Oleh sebab itu kejujuran merupakan suatu hal terpenting pada karakter pebisnis sehingga diridhoi Allah SWT. Rasulullah SAW bersabda:

التَّاجِرُ الْأَمِينُ الصَّدُوقُ الْمُسْلِمُ مَعَ الشُّهَدَاءِ فِي رِوَايَةِ: مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصَّادِقِينَ وَالشُّهَدَاءِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ (رواه ابن ماجه والحاكم والدارقطني وغيرهم)

Artinya: “Seorang pedagang muslim yang jujur dan *amānah* (terpercaya) akan (dikumpulkan) bersama para Nabi, orang-orang *ṣiddīq* dan orang-orang yang mati *syahid* pada hari kiamat”. (HR. Ibnu Majah dan Hakim)

Kini zaman terus berkembang sehingga bisnis tidak dapat dipungkiri akan semakin berkemang pula. Prolematika baru semakin bermunculan sehingga perlunya kajian-kajian khusus tentang prinsip etika

⁴⁶Al-Bukhari, *Shahih Al-Bukhari* (jilid 5, Beirut: Dar Ibn Katsir, 1897 M), 2261

bisnis Islam. Diantaranya prinsip kejujuran akan menjadi pondasi dalam kegiatan bisnis apapun karena menyangkut hubungan sesama manusia.

b. *Amānah* (Terpercaya)

Sikap amanah adalah nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam berbisnisnya ialah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan dan tepat waktu sikap ini juga sangat dianjurkan dalam aktifitas bisnis, kejujuran dan amanah mempunyai hubungan yang sangat erat, karena jika seseorang telah dapat berlaku jujur pastilah orang tersebut *amānah* (terpercaya).

Menepati prinsip amanah merupakan sikap moral yang mulia, sebagaimana Allah SWT menggambarkan orang mukmin yang beruntung dengan perkataannya, dan orang yang memelihara amanah-amanah yang dipikulnya dalam Q.S Ghaafir ayat 8:

رَبَّنَا وَأَدْخِلْهُمْ جَنَّاتِ عَدْنِ الَّتِي وَعَدْتَهُمْ وَمَنْ صَلَحَ مِنْ آبَائِهِمْ وَأَزْوَاجِهِمْ وَذُرِّيَّهِمْ
إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ

Artinya: “Ya Tuhan Kami, dan masukkanlah mereka ke dalam syurga 'Adn yang telah Engkau janjikan kepada mereka dan orang-orang yang saleh di antara bapak-bapak mereka, dan isteri-isteri mereka, dan keturunan mereka semua. Sesungguhnya Engkaulah yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana”

Maksud *amānah* adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain.⁴⁷ Menurut Ibnu Katsir amanah adalah semua tugas atau

⁴⁷Yusuf Qordhowi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Terj. Zainal Arifin, Lc. (Cet. II, Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 177

pembebanan agama yang meliputi perkara dunia dan akhirat yang ditujukan kepada manusia. Dari segi bahasa, amanah berasal dari bahasa arab yang berarti aman, jujur, atau dapat dipercaya.⁴⁸

Amānah dapat disimpulkan dengan sebuah tanggung jawab yang dapat dilakukan yang telah menjadi hak dalam diri seseorang untuk dilakukan secara professional sehingga dapat dibuktikan pada manusia dan Tuhannya.

c. *Faṭānah* (Cerdas)

Faṭānah dalam kegiatan bisnis berarti memiliki pengetahuan luas, bisnis harus memiliki nilai pada visinya, *faṭānah* berarti juga kecerdikan atau kebijaksanaan.⁴⁹ Sifat *faṭānah* dalam penerapan kegiatan bisnis adalah segala sesuatu aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan dengan kecerdasan. Pengoptimalan semua potensi yang dimiliki akal yang ada untuk mencapai tujuan.⁵⁰

Sifat *faṭānah* dapat dinyatakan yaitu kemampuan yang cerdas dan bijaksana pada seseorang dalam mengatur, memmanagement, dan menyusun strategi, dengan tujuan untuk menumbuhkan potensi diri serta mengembangkan suatu perusahaan.

Kecerdasan tidak hanya dinilai dengan intelektual, tak kalah penting yaitu kecerdasan emosional dan kecerdasan spritual. sebagaimana dikisahkan Ibnu Umar bahwa suatu hari ia duduk bersama Rasulullah

⁴⁸Ibnu Katsir. *Tafsir Ibnu Katsir*, (Jakarta: Pustaka Imam Syafii, 2013).

⁴⁹Darussalam, *Etika Bisnis*, 131

⁵⁰Fathimatuz Zahroh, Muhammad Nafik H.R, “Nilai Fathonah dalam Pengelolaan Bisnis di Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo” *Jurnal JESTT*, Volume 2 No. 9 (2015), 752

SAW, tiba-tiba datang seorang lelaki dari kalangan Anshar mengucapkan salam kepada Nabi SAW dan bertanya:

يَا رَسُولَ اللَّهِ أَيُّ الْمُؤْمِنِينَ أَفْضَلُ قَالَ: أَحْسَنُهُمْ خُلُقًا. قَالَ فَأَيُّ الْمُؤْمِنِينَ أَكْيَسُ
قَالَ: أَكْثَرُهُمْ لِلْمَوْتِ ذِكْرًا وَأَحْسَنُهُمْ لِمَا بَعْدَهُ اسْتِعْدَادًا أَوْلِيكَ الْأَكْيَاسُ

Terjemahnya;

“Wahai Rasulullah, siapakah orang mukmin yang paling utama?’ Rasulullah menjawab, ‘Yang paling baik akhlaqnya’. Kemudian ia bertanya lagi, ‘Siapakah orang mukmin yang paling cerdas?’. Beliau menjawab, ‘Yang paling banyak mengingat mati, kemudian yang paling baik dalam mempersiapkan kematian tersebut, itulah orang yang paling cerdas.” (HR. Ibnu Majah, Thabrani, dan Al Haitsamiy)

Demikian menurut Ginanjar yaitu kemampuan untuk memberi makna ibadah terhadap setiap perilaku kegiatan, melalui langkah-langkah dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju manusia seutuhnya dan memiliki pola pemikiran tauhid (integralistik) serta berprinsip hanya karena Allah.⁵¹

Oleh sebab di atas seorang muslim yang mempunyai kecerdasan dan kebijaksanaan, akan mementingkan persoalan akhirat dibanding dengan persoalan dunia sebagaimana orang yang cerdas menurut Nabi Muhammad SAW adalah yang paling banyak mengingat mati, kemudian yang paling baik dalam mempersiapkan kematian tersebut.

d. *Tablīg* (Komunitatif/Argumentatif/Ramah)

Rasulullah SAW dikaruniai sifat *tablīg* untuk menyampaikan kepada umatnya apa yang diterima dari Tuhannya tanpa mengurangi apa

⁵¹Ary Ginanjar Agustian, *Rahasia Sukses Membangun Kecerdasan Emosi dan Spiritual Berdasarkan 6 Rukun Iman dan Rukun Shalat*, (Jakarta, Agra. 2001), 57

yang diterima. Nilai dasar Sifat *tablig* adalah komunikatif dan nilai bisnisnya adalah supel, penjual yang cerdas, deskripsi tugas, kerja tim, koordinasi dan ada supervisi. Secara bahasa *tablig* artinya menyampaikan sesuatu. Orang yang memiliki sifat *tablig* harus komunikatif dan argumentatif.⁵²

Tablig (menyampaikan kebenaran) dalam kehidupan, setiap muslim mengemban tanggung jawab menyeru dan menyampaikan *amar ma'rūf nahi munkar*. Dalam kegiatan bisnis sifat tabligh ini juga dapat dikategorikan mengimplementasikan dalam bentuk menyampaikan bisnisnya dengan sebenar-benarnya, dengan tidak melakukan kebohongan dan penipuan. Kemudian juga erat kaitannya dengan sikap yang ramah dalam menanggapi pelanggan, serta sikap mempromosikan produk tanpa adanya paksaan.

Selain empat sifat yang sangat ideal untuk diterapkan pada kegiatan bisnis, Rasulullah SAW telah mencontohkan akhlak (etika) yang baik mengenai prinsip-prinsip etika bisnis sebagai berikut:⁵³

- *Pertama*, bisnis harus dilandasi sikap suka sama suka atau saling rela pada kedua pihak yang melakukan transaksi. Sebagaimana dalam QS. An-Nisa ayat 29
- *Kedua*, prinsip kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Sebagaimana Rasulullah SAW sangat menganjurkan

⁵²Darussalam, *Etika Bisnis*, 214

⁵³Mohamad Hidayat, *Pengantar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2010), 51-52

kejujuran dalam aktivitas bisnis karena dalam sabdanya terdapat imbalan yang besar bagi pelaku bisnis yang jujur. Demikian beliau pasti bersikap jujur dalam berbisnis atau berdagang.

- *Ketiga*, kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Islam mengajarkan pada pelaku bisnis untuk tidak mengejar keuntungan yang banyak, namun perlu berorientasi kepada sikap *ta'awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial pada kegiatan bisnis.
- *Keempat*, tidak melakukan sumpah palsu. Dalam hal ini berkaitan dengan sikap jujur karena sumpah palsu artinya mengatas namakan Tuhannya dalam berbuat kebohongan. Rasulullah SAW bersabda, “Dengan melakukan sumpah palsu, barang-barang memang terjual, tetapi hasilnya tidak berkah” dan beliau juga mengancam dengan azab yang pedih bagi orang yang bersumpah palsu dalam bisnis dan Allah tidak akan mempedulikannya di hari kiamat nanti. (HR. Muslim).
- *Kelima*, sikap toleran dan ramah. Rasulullah SAW bersabda, “Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis.” (HR. Al-Bukhari dan Tirmidzi).
- *Keenam*, dilarang melakukan *bai' najasy* atau dilarang manipulasi harga tinggi dengan penawaran yang tinggi agar orang lain tertarik untuk membeli dengan harga tersebut. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW, “Janganlah kalian melakukan bisnis *najasy*.”
- *Ketujuh*, dilarang menjelekkkan bisnis orang lain, dengan tujuan agar membeli kepadanya. Sebagaimana Rasulullah SAW melarang,

“Janganlah seseorang diantara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkan apa yang dijual oleh orang lain.” (HR. Muttafaqun alaih).

- *Kedelapan*, dilarang melakukan *ihtikar*, atau menimbun barang pada masa tertentu merusak harga pasar dan memperoleh profit yang besar.
- *Kesembilan*, dilarang berlaku curang dalam takaran, ukuran dan timbangan. Oleh karena itu harus bersikap jujur. Sebagaimana Allah SWT mengancam orang yang berlaku curang dalam hal tersebut dalam QS. Al-Mutaffifin: 1-3.
- *Kesepuluh*, dalam menjalankan bisnis dilarang mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nuur: 37.
- *Kesebelas*, membayar upah sebelum keringat karyawan kering, Rasulullah SAW bersabda, “Berikanlah upah kepada karyawan sebelum keringatnya kering.” Hadits ini mengindikasikan bahwa pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda dan harus sesuai dengan kerja yang dilakukan.
- *Kedua belas*, dilarang monopoli dan oligopoli. Artinya dilarang untuk mengeksploitasi yang menjadi hak dan milik umum untuk keuntungan pribadi tanpa memberi kesempatan kepada orang lain.
- *Ketiga belas*, dilarang melakukan bisnis dalam kondisi *mudharat* yang dapat merusak kehidupan sosial dan merugikan pihak lain.

- *Keempat belas*, produk yang perjual belikan terjaga kehalalan dan kesuciannya. Nabi Muhammad SAW bersabda, “Sesungguhnya Allah mengharamkan bisnis miras, bangkai, babi dan patung-patung.”
- *Kelima belas*, bagi yang berhutang dilarang menunda-nunda pembayaran hutang. Dan bagi yang memiliki piutang dianjurkan untuk bersikap toleran dan memudahkan. Dalam hal ini Rasulullah SAW bersabda, “Sebaik-baik kamu adalah yang paling segera membayar utangnya.” (HR. al-Hakim) dan “Barang siapa yang menangguk orang yang kesulitan membayar utang atau membebaskannya, Allah akan memberinya naungan di bawah naungan-Nya pada hari yang tidak ada naungan kecuali naungan-Nya.” (HR. Muslim).
- *Keenam belas*, dilarang melakukan praktik riba. Allah SWT berfirman dalam QS.Al-Baqarah ayat 278, “Hai orang-orang yang beriman, tinggalkanlah sisa-sisa riba jika kamu beriman.” dan “Rasulullah SAW melaknat pemakan riba, orang yang memberi makan riba, juru tulisnya dan saksi-saksinya, dan berkata mereka semua sama” (HR. Muslim).

7. Jual Beli dalam Islam

a. Definisi jual beli

Jual beli dalam bahasa Arab disebut dengan *al-bai'*. Secara etimologi adalah tukar menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.⁵⁴

Adapun pengertian jual beli menurut istilah yaitu tukar menukar barang atau

⁵⁴Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat (Sistem Transaksi dalam Islam)* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 23,

barang dengan uang yang dilakukan dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.⁵⁵

Definisi jual beli menurut beberapa pakar sebagai berikut;

- Imam Taqiyuddin berpendapat jual beli adalah tukar menukar harta, saling menerima, dapat dikelola (*tasarruf*) dengan ijab dan qabul, dengan cara yang sesuai dengan Islam.
- Sayid Sabiq mengartikan jual beli (*al-bai'*) menurut bahasa adalah tukar menukar secara mutlak.⁵⁶
- Ibnu Qudamah yang dikutip oleh Rahmad Syafei pengertian jual beli adalah “tukar menukar harta untuk saling dijadikan hak milik”.⁵⁷

Dapat disimpulkan, bahwa pengertian jual beli tidak jauh dari pengertian bisnis yaitu suatu pertukaran barang dengan barang atau alat tukar yang dilakukan dua orang atau lebih bertujuan untuk saling memiliki dan dengan dasar suka sama suka. Dalam hal ini penjual berhak memiliki uang yang dibayarkan pembeli secara sah. Sedangkan pihak pembeli berhak memiliki barang yang dia terima dari penjual. Kepemilikan masing-masing pihak dilindungi oleh hukum atau ketentuan yang dibenarkan oleh Syara’.

b. Dasar hukum jual beli

Firman Allah dalam QS. Al-Baqarah Ayat 275 :

⁵⁵Ruf’ah Abdulah, *Fikih Muamalah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 65

⁵⁶Sayid Sabiq, *Fiqh As-Sunnah*, (Juz 3, Dar Al-Fikr, Beirut, cet.III, 1981), 126

⁵⁷Siti Mujiatun, “Jual Beli Dalam Perspektif Islam: Salam Dan Istisna”, *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, Vol 13 No. 2, (2013), 204

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَتُومُونَ إِلَّا كَمَا يُتَوْمُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ
بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ
مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ
فِيهَا خَالِدُونَ ۗ

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.⁵⁸

Hadis Rasulullah SAW diriwayatkan oleh Imam Ahmad

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ
أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ "عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ"
(رَوَاهُ الْبَيْهَقِيُّ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمِيُّ)

Artinya: “Dari Rafi’ Ibn Khudaij ia berkata; Rasulullah Saw ditanya oleh seseorang; apakah usaha yang paling baik wahai Rasulullah. Beliau menjawab seseorang yang bekerja dengan usahanya sendiri dan jual beli yang baik.”. (HR. Al-Bazzar shahih menurut Hakim).⁵⁹

Di dalam hadist lain juga disebutkan yaitu dari Sa’id al-Khudhari ia berkata; Rasulullah SAW bersabda; “sesungguhnya jual beli itu harus didasarkan atas suka sama suka”. (HR. Ibn Majah).⁶⁰

⁵⁸Al-Qur’ân, 2: 275

⁵⁹Abu Bakar Muhammad, *Subulussalam Terj*, (Surabaya: Al-Ikhlâs, 1995, cet. Ke- 1, Juz.3), 14

⁶⁰Rachmat Syafe’i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2004), 74

Ijma' atau ulama muslim sepakat atas kebolehan akad jual beli. *Ijma* memberikan hikmah bahwa manusia tidak akan hidup tanpa manusia lain dimana mereka saling membutuhkan dalam hal kepemilikan harta, benda, jasa, dan lainnya. Tentu ada kompensasi pada kepemilikan sesuatu, sehingga tidak diberikan secara cuma-cuma, Oleh sebab itu jual beli merupakan salah satu cara untuk merealisasikan keinginan dan kebutuhan manusia.⁶¹

c. Rukun dalam jual beli

Pengertian rukun adalah sesuatu yang merupakan unsur pokok pada sesuatu, dan tidak terwujud jika ia tidak ada. Misalnya, penjual dan pembeli merupakan unsur yang harus ada dalam jual beli. Jika penjual dan pembeli tidak ada atau hanya salah satu pihak yang ada, jual beli tidak mungkin terwujud. Rukun jual beli menurut jumbuh ulama ada empat yaitu:⁶²

- 1) Ada *al-muta'qqidayn* (orang yang berakad) adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh penjual dan pembeli terdiri dari tiga bagian yaitu:
 - Orang yang berakal, maka artinya tidak sah jika jadi jual beli oleh orang gila .
 - *Baligh*, maka tidak sah hukumnya jual beli yang dilakukan orng balig. Melainkan jika anak itu sudah mumayyis (mampu

⁶¹Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah* (Cet I, Jakarta: Amzah, 2010), 179

⁶²Muslich, *Fiqh Muamalah*, 173.

membedakan baik atau buruk) dibolehkan tetapi hanya barang yang harganya murah seperti permen, dan kerupuk.

- 2) Ada *sigat* (lafal ijab dan qabul)
- 3) Ada objek atau barang yang diperjual belikan.
- 4) Ada alat tukar pengganti barang dengan syarat nilai tukar barang yang dijual itu yaitu:
 - Harga dan jumlahnya harus jelas dan disepakati penjual dan pembeli

d. Syarat-syarat dalam jual beli

Pengertian syarat adalah sesuatu yang bukan merupakan unsur pokok tetapi adalah unsur yang harus ada di dalamnya. Jika ia tidak ada, maka perbuatan tersebut dipandang tidak sah.

Syarat-syarat sahnya jual beli adalah sebagai berikut:⁶³

- 1) Penjual dan pembeli adalah orang yang sudah *baligh* dan berakal. Minimal sudah mumayyiz dibolehkan tetapi hanya barang yang harganya murah. Jika barang mahal harus atas izin ortu atau pengampunya.
- 2) Atas kehendak sendiri, bukan karena paksaan. Maka tidak sah jual beli atas dasar paksaan orang lain. Ketentuan ini, sesuai dengan hadis jual beli itu harus dilakukan atas dasar suka sama suka.

⁶³Mujiatun, “Jual Beli”, 205

- 3) Penjual dan pembeli harus terdiri dari minimal dua orang, maka tidak sah jual beli sendirian.
 - 4) Barang yang dijual harus menjadi hak milik mutlak. Oleh karenanya tidak sah jual beli milik orang lain kecuali ada hak dengan memberikan kuasa kepadanya.
 - 5) Barang yang dijual harus jelas wujudnya dan dapat diserahkan. Misalnya jika menjual ikan yang ada dalam sungai, maka hukumnya tidak sah.
 - 6) Barang yang dijual harus suci zatnya. Maka tidak sah jual beli sesuatu yang haram zatnya Contohnya, jual beli babi, bangkai, dll. tetapi dibolehkan jika sesuatu itu bermanfaat,. Contohnya, jual beli kotoran binatang untuk pupuk, bangkai praktek kedokteran dll.
 - 7) Barang yang diperjual belikan harus diperoleh dengan cara yang halal. Tidak sah jual beli barang hasil rampokan, pencurian, korupsi dll. Syarat ini didasarkan kepada hadist Nabi yang menyatakan bahwa sesuatu yang tumbuh atau dibesarkan dengan cara yang haram, maka nerakalah tempatnya yang paling cocok.
- e. Macam-macam jual beli yang dilarang
- 1) *Maisir* (perjudian) yaitu suatu pertarungan yang dianggap bernilai dilakukan secara disengaja dengan menyadari adanya resiko dan harapan tertentu pada suatu permainan, pertandingan, perlombaan, dan kejadian yang hasilnya tidak pasti.

- 2) *Bai' najasy* yaitu suatu rekayasa permintaan di dalam pasar. contohnya ada seorang berpura-pura menjadi calon pembeli dengan menawar harga lebih tinggi agar pembeli lain menganggap harga tersebut yang berlaku saat itu.⁶⁴
- 3) *Ihtikar* yaitu menahan barang dari perputarannya sehingga menyebabkan barang itu langka dan diperkirakan harga akan naik kemudian menjualnya dengan harga tinggi.⁶⁵
- 4) *Talaqqi rukban* yaitu suatu penipuan seseorang kepada produsen yang tidak memiliki informasi tentang harga sebenarnya dipasar yang berlaku pada saat itu sehingga ia mendapatkan harga yang lebih murah.⁶⁶
- 5) *Tadlis* yaitu tindakan penipuan dengan memberikan informasi tidak sesuai dengan fakta yang ada sehingga merugikan salah satu pihak. Karena kondisi dalam pasar yang ideal adalah apabila penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama tentang barang yang akan diperjual belikan.. *Tadlis* biasa ditemukan dalam segi harga, jumlah, kualitas, dan waktu penyerahan.
- 6) *Tagrīr* yaitu tindakan melakukan sesuatu yang tidak diketahui secara jelas. Dimana memiliki makna bahasa transaksi yang

⁶⁴Umar Chapra, *Sistem dan Pembangunan Ekonomi* (Cet I; Jakarta: Gema Insani Press, 2000), 14

⁶⁵Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Cet III; Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 156

⁶⁶Umar Chapra, *Sistem Moneter Islam* (Cet I; Jakarta: Gema Insani Press, 2000), 21

mengandung ketidak jelasan objek akad dapat disebut dengan *garār* dan dilarang dalam Islam.⁶⁷

- 7) Larangan penetapan harga. Dalam konsep ekonomi Islam penentuan harga harus dilakukan oleh kekuatan pasar, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan dalam melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Tetapi apabila terjadi rusaknya harga pasar akibat kezaliman penipuan, penimbunan dan lainnya maka menurut Ibnu Taimiyah Pemerintah wajib melakukan regulasi harga pada tingkat yang adil.⁶⁸
- f. Enam aib yang harus dihindari dalam jual beli antara lain;⁶⁹
- 1) *Jahalah*) adalah ketidak jelasan pada barang dagangan, baik jenisnya, kadarnya, harganya, dan masa temponya.
 - 2) *Al-Ikrah* adalah tindakan pemaksaan mendorong orang lain untuk melakukan suatu perbuatan yang tidak disukainya.
 - 3) *Al-Tauqit* adalah jual beli dengan membatasi waktu, misal saya jual beli baju ini kepadamu untuk selama satu tahun. Jual beli seperti ini hukumnya fasid.
 - 4) *Al-Garār* adalah penipuan atas sifat barang, misalnya seseorang menjual sapi dengan pernyataan sapi tersebut menghasilkan air susu sehari sepuluh liter, padahal hanya dua liter.

⁶⁷Abdul Mannan, *Teori dan Praktik Ekonomi Islam* (Cet I; Yogyakarta: Dana Bhakti Wakap, 1995), 81.

⁶⁸Jusmiliani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Cet I; Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 61.

⁶⁹Adiwarman Aswar Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer* (Cet I; Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 92

- 5) *Al-Darār* adalah suatu transaksi yang mengundang hal buruk pada objek akad sehingga dapat merugikan pihak lain. Seperti menjual baju (kain) satu meter yang tidak bisa dibagi dua tetapi terpaksa kain tersebut dipotong walaupun merugikan penjual.

8. Wakaf

a. Definisi wakaf

Kata *waqf* berasal dari bahasa Arab. Asal kata *waqafa*, yang berarti “menahan” atau “diam di tempat” atau “tetap berdiri”. Menurut syara’ wakaf berarti penetapan yang bersifat abadi untuk memungut hasil dari barang yang diwakafkan guna kepentingan masyarakat umum, atau yang bersifat keagamaan, atau untuk tujuan amal.⁷⁰

Dalam kaitan pengertian wakaf secara syara’, Suparman Usman menulis beberapa pengertian yang dikemukakan menurut para ulama;⁷¹

- Sayid Sabiq, waqaf yaitu menahan dzat (asal) benda dan mempergunakan hasilnya, yakni menahan benda dan mempergunakan manfaatnya di jalan Allah SWT (sabilillah).
- Ali bin Muhammad Al-Jurjani, wakaf adalah menahan zat suatu benda dalam kepemilikan *waqif* dan memanfaatkan (mempergunakan) manfaatnya.
- Imam Taqiyuddin, wakaf adalah menahan harta yang dapat diambil manfaatnya serta tetap zat harta tersebut, dan tidak boleh

⁷⁰Maulana Muhammad Ali, *Islamologi (Dinul Islam)*, (Terj. R. Kaelan dan HM. Bachrun, Darul Kutub Islamiyah, 1992), 816

⁷¹Suparman Usman, *Hukum Perwakafan di Indonesia*, (Darul Ulum Press, Cetakan Radar Jaya Ofset, Jakarta, 1999), 23

mentasarufkannya. Manfaatnya harus dipergunakan untuk kebaikan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

- Ibnu Arafah dari kalangan Malikiyyah, wakaf ialah memberikan manfaat suatu benda selama keberadaannya, yang harus tetap berada dalam kepemilikan yang memberi.
- Al-Baidhawi dari kalangan Syafi'iyah, wakaf dengan singkat yaitu menahan asal dan memberikan manfaat.⁷²

b. Dasar hukum wakaf

Firman Allah SWT dalam QS. Ali Imran ayat 92:

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

Artinya: “Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sebahagian harta yang kamu cintai. Dan apa saja yang kamu nafkahkan, maka sesungguhnya Allah mengetahuinya”.⁷³

Rasulullah SAW bersabda:

إِذَا مَاتَ ابْنُ آدَمَ انْقَطَعَ عَنْهُ عَمَلُهُ إِلَّا مِنْ ثَلَاثٍ: صَدَقَةٍ جَارِيَةٍ، أَوْ عِلْمٍ يُنْتَفَعُ بِهِ، أَوْ وَلَدٍ صَالِحٍ يَدْعُو لَهُ. رَوَاهُ مُسْلِمٌ

Artinya: “Apabila manusia wafat, terputuslah amal perbuatannya, kecuali dari tiga hal, yaitu sedekah jariyah, ilmu pengetahuan yang dimanfaatkan atau anak yang saleh”. (HR. Muslim)

⁷²Asri, Khaerul Aqbar, “Azwar Iskandar, Hukum Dan Urgensi Wakaf Tunai Dalam Tinjauan Fikih, Bustanul Fuqaha” *Jurnal Bidang Hukum Islam*, Vol. 1, No. 1, (2020), 79-92

⁷³Al-Qur’ân, 3: 92

c. Syarat-syarat dan rukun wakaf

Suparman Usman menjelaskan bahwa rukun wakaf yang harus dipenuhi dalam melakukan perbuatan hukum wakaf ada 4 (empat):⁷⁴

- 1) Orang yang berwakaf (*waqif*)
- 2) Sesuatu atau harta yang diwakafkan (*mauquf bih*).
- 3) Tempat berwakaf (*mauquf alaih*), yaitu tempat kemana diwakafkan harta itu.
- 4) Akad. (*sigat*) yaitu pernyataan atau ikrar wakif sebagai suatu kehendak untuk mewakafkan sebagian harta bendanya. Dan hendaklah ada qabul, tetapi kalau wakaf untuk umum tidak disyaratkan qabul.

Masing-masing rukun ini mempunyai syarat-syarat yang harus dipenuhi dengan rincian sebagai berikut:

- 1) *Waqif* (orang yang berwakaf) tersebut harus merdeka, berakal sehat, dewasa, tidak dilarang melakukan tindakan hukum seperti tidak berada di bawah pengampuan karena lalai.
- 2) Harta yang diwakafkan, syaratnya antara lain: harus berupa benda tetap karena wakaf itu untuk selamanya. Syarat lainnya seperti: telah ditentukan bendanya, baik ukurannya maupun sifatnya; benda yang diwakafkan milik *waqif*.
- 3) Pihak yang menerima wakaf dengan beberapa syarat;

⁷⁴Usman, *Hukum Perwakafan*, 32

- barang wakaf untuk kebaikan karena wakaf adalah amal perbuatan untuk mendekatkan kepada Allah SWT.
- penerima wakaf perorangan/umum harus dapat memiliki harta yang diwakafkan kepadanya. Maka tidak sah wakaf kepada janin, mayat, dll.
- penerima wakaf wajib orang Islam, maka tidak sah wakaf kepada orang kafir, kafir harbi dan murtad. Al-Imam al-Nawawi berpendapat, sah wakaf kepada kafir *dzimmi*. Tetapi ulama yang lain memberikan syarat, benda yang diwakafkan dapat dimiliki non muslim dan tidak mengandung unsur maksiat.

4) *Sigat* (ikrar wakaf) adalah harus *munjazah* (terjadi seketika/selesai). Artinya, shighat itu menunjukkan terjadi dan terlaksananya wakaf seketika setelah ijab diucapkan atau ditulis. Tidak diikuti syarat batil yang dapat merusak hakekat wakaf. Tidak diikuti batas waktu tertentu, kecuali menurut salah satu pendapat ahli hukum Islam. Tidak mengandung pengertian mencabut atau membatalkan wakaf yang telah dilakukan.⁷⁵

d. Nadzir (Pengelola Wakaf)

Nadzir berasal dari kata kerja bahasa Arab *nadzara-yandzuru-nadzaran* yang artinya, menjaga, memelihara, mengelola dan

⁷⁵Asri, Khaerul Aqbar, Azwar Iskandar, "Hukum Dan Urgensi Wakaf Tunai Dalam Tinjauan Fikih, Bustanul Fuqaha", *Jurnal Bidang Hukum Islam*, Vol. 1, No. 1, (2020), 79-92

mengawasi. Adapun nadzir diartikan dalam bahasa Indonesia dengan pengawas (penjaga). Sedangkan nadzir wakaf adalah orang yang diberi tugas untuk mengelola wakaf. Secara istilah nadzir adalah orang atau sekelompok orang dan badan hukum yang diserahi tugas oleh *waqif* (orang yang berwakaf) mengelola wakaf.⁷⁶

Nadzir wakaf adalah orang atau badan yang memegang amanat untuk memelihara dan mengurus harta wakaf sesuai dengan wujud dan tujuan wakaf tersebut. Pada dasarnya, siapa saja boleh menjadi nadzir selama ia mempunyai hak melakukan tindakan hukum.⁷⁷ Nadzir adalah pihak yang menerima harta benda wakaf dari wakif untuk dikelola dan dikembangkan sesuai dengan peruntukannya.⁷⁸

Para ahli menentukan beberapa syarat pada nadzir perseorangan yang harus dipenuhi. Bila salah satu tidak terpenuhi maka seseorang tidak sah menjadi nadzir dalam artian tidak memiliki kelayakan hukum untuk mengelola harta wakaf. Diantara syaratnya yaitu: 1) Berakal sehat. 2) Telah dewasa (*balig*). 3) Dapat dipercaya (*amānah*). 4) Mampu menyelenggarakan segala urusan yang berkenaan dengan harta wakaf.⁷⁹

Beberapa hal yang perlu diperhatikan terkait kebolehan dan larangan oleh seorang nadzir antara lain sebagai berikut:

⁷⁶B. Syafuri, "Nadzir Wakaf Versi Fiqh Islam dan Peraturan Perundang Undangan", *Jurnal Al-Ahkam*, Vol 14 No. 2 (2018), 61

⁷⁷Usman, *Hukum Perwakafan*, 33

⁷⁸Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 41 tahun 2004 Tentang Wakaf, dalam *Kompilasi Hukum Islam*, (Permata Press, tt), 114

⁷⁹Undang-Undang Republik Indonesia Tentang Wakaf, 114

- *Pertama*, Nadzir wakaf berwenang melakukan segala tindakan yang mendatangkan kebaikan bagi harta wakaf
- *Kedua*, Nadzir berhak mendapatkan upah pengurusan harta wakaf, selama ia melaksanakan tugasnya dengan baik. Besarnya upah sesuai dengan ketentuan wakif. Atau jika tidak hakim yang menentukan besarnya upah itu sesuai dengan berat ringannya tugas yang diberikan.
- *Ketiga*, Nadzir tidak boleh menggadaikan harta wakaf untuk tanggungan hutang wakaf. Apabila nadzir menggadaikan harta wakaf ada kemungkinan amalan wakaf itu akan terputus karena harta wakaf harus dijual untuk melunasi hutang.
- *Keempat*, nadzir sebagai pemegang amanat tidak dibebani resiko yang terjadi atas harta wakaf, kecuali apabila kerusakan itu terjadi karena kelalaian atau bahkan kesengajaan. Besarnya kerusakan atau kerugian karena kelalaian nadzir, ditetapkan oleh pengadilan.⁸⁰

Menurut Syafuri nadzir harus memenuhi tiga kriteria, antara lain:⁸¹

- 1) Jujur dan adil dalam melaksanakan perintah agama dan menjauhi larangannya. Ini merupakan persyaratan yang diajukan mayoritas ulama selain Hanabilah. Harta wakaf adalah *amānah* yang harus

⁸⁰Usman, *Hukum Perwakafan*, 34

⁸¹Syafuri, "Nadzir Wakaf", 73-75

dijaga dengan sebaik-baiknya serta harus disalurkan sesuai dengan peruntukan wakaf. Keadilan menjadi prinsip nadzir dalam pembagian harta wakaf.

- 2) Mempunyai keahlian (*al-kifayah*), yaitu kemampuan personality, yaitu balig dan berakal serta kemampuan untuk memelihara dan mengelola serta mengembangkan harta wakaf sehingga mencapai hasil yang optimal.
- 3) Beragama Islam. Hal ini sangat penting menurut Syafuri karena dalam kegiatan wakaf, merupakan sarana ibadah dalam rangka, *taqarrub ila Allāh* (mendekatkan diri kepada Allah),

Nadzir berhak mendapatkan upah berupa gaji atau imbalan yang diambil dari hasil pengelolaan wakaf selama ia *amānah* pada tugasnya, Dalam Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004, Pasal 12 ditegaskan nadzir berhak menerima imbalan dari hasil bersih atas pengelolaan dan pengembangan harta benda wakaf yang besarnya tidak melebihi 10%. Adapun untuk nadzir berhak mendapatkan pembinaan dari pemerintah dan Badan Wakaf Indonesia dalam meningkatkan kemampuan dirinya.⁸²

Pada saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa banyak kasus pada sebagian nadzir kurang amanah sehingga harta wakaf tidak maksimal dalam pengelolaannya. Oleh karena itu sebagai seorang nadzir sudah seharusnya berlaku profesional dan mematuhi syarat-syarat nadzir lebih khusus pada prinsip *amanah* atau dapat dipercaya. Hal ini sangat berkaitan

⁸²Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004, Pasal 13.

dengan etika yang baik sebagaimana telah dicontohkan para sahabat Rasulullah SAW dalam mengelola wakaf menjadi orang yang *amānah*. Maka dalam hal ini kejujuran oleh seorang nadzir harus ditanamkan secara sempurna agar menjadi nadzir yang *amānah*.

9. Akad dalam Hukum Islam

a. Definisi akad

Akad secara bahasa berasal dari bahasa Arab *al-'aqd* bermakna *ar-rabth* (ikatan), *asy-syadd* (pengencangan), *at-taqwiyah* (penguatan). Jika dikatakan, *'aqada al-habla* (mengikat tali), maksudnya adalah mengikat tali satu dengan yang lain, mengencangkan dan menguatkan ikatannya.

Menurut Al-Sanhury sebagaimana dikutip Hasbi Ash-Shiddieqy akad ialah “perikatan *ijab qabul* yang dibenarkan syariat yang menetapkan kerelaan kedua belah pihak”. Sebagian lain mendefinisikan akad adalah ikatan, pengokohan dan penegasan dari satu pihak atau kedua belah pihak. Tujuan akad adalah untuk melahirkan suatu akibat hukum. Secara jelas yaitu suatu maksud yang dituju dan hendak diwujudkan bersama oleh para pihak melalui perbuatan akad.⁸³

Sebagaimana pendapat di atas dapat dipahami akad merupakan suatu hal yang sangat penting karena terkait dengan pertalian suatu kontrak yang terdapat *ijab* dan *qobul* sehingga memberikan pengaruh pada kesepakatan antara kedua pihak dalam melakukan perjanjian/kontrak.

⁸³Urbanus Uma Leu, “Akad dalam Transaksi Ekonomi Syariah” *Jurnal Tahkim*, Vol. X No. 1, Juni 2014

b. Dasar hukum akad

Q.S Al-Maidah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۗ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَيْمَاتُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ
غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ۗ

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah akad (janji-janji). Hewan ternak dihalalkan bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki”.⁸⁴

Ayat di atas secara tegas memberikan kewajiban kepada seorang mukmin dalam memenuhi akad (perjanjian) tanpa terkecuali dalam hal apapun, baik perekonomian bisnis, perdagangan, perniagaan, nikah, dll.

c. Rukun dan syarat akad

Akad akan terbentuk jika telah memenuhi rukun dan syaratnya. Menurut mayoritas (jumhur) ahli-ahli hukum Islam rukun yang membentuk akad ada empat, yaitu:

- 1) *Al-‘Aqidain* (pihak yang melakukan akad)
- 2) *Sigat al-‘Aqd* (pernyataan saling mengikat atau disebut ijab qabul)
- 3) *Ma’qud ‘Alaih* (objek akad)
- 4) Kausa akad (tujuan akad)

Rukun keempat di atas merupakan tambahan ahli hukum Islam modem, sementara ahli hukum Islam klasik hanya menyebutkan

⁸⁴Al-Qur’ân, 5: 1

tiga rukun pertama.⁸⁵ Masing-masing rukun di atas memiliki syarat tertentu sehingga mayoritas ulama dapat menyimpulkan secara keseluruhan syarat-syarat terbentuknya akad itu ada tujuh, yaitu:

- 1) Kecakapan para pihak
- 2) Berbilang pihak (*at-ta'adud*)
- 3) Persesuaian ijab dan kabul
- 4) Kesatuan majlis akad
- 5) Obyek akad dapat diserahkan
- 6) Obyek akad dapat ditentukan
- 7) Obyek akad dapat ditransaksikan (artinya berupa benda bernilai dan dimiliki/ *mutaqawwim* dan *mamluk*).⁸⁶

Sedangkan syarat-syarat sahnya ada lima macam, yaitu;

- 1) Tidak ada paksaan
- 2) Tidak menimbulkan kerugian (*darār*)
- 3) Tidak mengandung ketidakjelasan (*garār*)
- 4) Tidak mengandung riba
- 5) Tidak mengandung syarat fasid.⁸⁷

d. Asas-asas akad dalam Islam

⁸⁵Az-Zarqa', *al-Fiqh al-Islamifi Saubihial-Jadid, Matabi Alif Ba' al-Adib*, (Damaskushal 1967-1968), 313.

⁸⁶As-Sanhuri, *Masadir al-Haqfi al-Fiqh al-Islami*. (Mahadad-Dirasatal-'Arabiyyahal-'Aliyah, Kairo, IV, 1956), hal.134-5

⁸⁷Puspa Farida, "Eksistensi Akad dalam Transaksi Keuangan Syariah", *OSF Preprints*, (2021), <https://doi.org/10.31219/osf.io/5c48p>

Dalam hukum kontrak syariah, paling tidak terdapat 14 macam asas kontrak yang dapat digunakan sebagai landasan berpikir dan bertransaksi dalam penegakan hukum kontrak syariah. Asas-asas perjanjian tersebut diklasifikasikan menjadi asas-asas perjanjian yang tidak berakibat hukum dan sifatnya umum dan sifatnya khusus. yaitu:

- 1) Asas ilahiah atau asas tauhid
- 2) Asas kebolehan (*mabda al-ibāhah*)
- 3) Asas keadilan (*al-‘adālah*)
- 4) Asas persamaan atau kesetaraan
- 5) Asas kejujuran dan kebenaran (*al-ṣiddīq*)
- 6) Asas tertulis (*al-kitābah*)
- 7) Asas iktikad baik (asas kepercayaan)
- 8) Asas kemanfaatan dan kemaslahatan
- 9) Asas konsensualisme atau asas kerelaan (*mabda’ al-rada’iyyah*)
- 10) Asas kebebasan berkontrak (*mabda’ hurriyah al-ta’aqud*)
- 11) Asas perjanjian itu mengikat
- 12) Asas keseimbangan prestasi
- 13) Asas kepastian hukum (asas *pacta sunt servanda*)
- 14) Asas kebebasan berkontrak.⁸⁸

e. Klasifikasi akad dalam muamalah

⁸⁸Akhmad Hulaify, “Asas-Asas Kontrak (Akad) dalam Hukum Syari’ah”, *At-Tadbir Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 3 No. 1 (2019)

- 1) *Akad Tijarah* (akad/kontrak perniagaan) yaitu akad-akad yang berkaitan dengan perikatan jual beli dan berorientasi kepada bisnis. Tujuan utama dalam perikatan ini adalah mencari keuntungan (profit oriented). Keuntungan bisa diprediksi atau bersifat certain (pasti) diantaranya; *al-Bai'*, *sarf*, *murabahah*, *Istisna'*, *salam*, dan *ijarah*. Sedangkan yang bersifat uncertain (tidak pasti) diantaranya; *syirkah*, *muzaraah*, *musaqah*, *mukhabarah*.
- 2) *Akad Tadayun* (akad utang-piutang) yaitu saling memberikan pinjaman berupa harta benda (*real asset*) atau uang (*financial asset*). Atau diartikan juga akad yang muncul dalam utang piutang. Akad ini memiliki prinsip tidak boleh mengambil keuntungan dan mengambil kelebihan dari harta/uang yang di pinjamkan. Sedangkan bagi si peminjam wajib membayar dan mengembalikan secara utuh. Pada hakikatnya, dalam akad ini tidak hanya untuk kebaikan atau membantu mereka yang berada dalam kesulitan secara finansial. Macam-macam pada akad ini diantaranya; *qordul hasan*, *rahn*, *hiwalah*, *kafalah*, *wakalah*.
- 3) *Akad Tabarru'* yaitu akad yang sama-sama memiliki dimensi kebaikan. Prinsip akad ini sama dengan akad *tadayun*. Adapun yang membedakan dari aspek *giving and landing* (meminjam dan memberi). Jika dalam akad *tadayun* peminjam wajib mengembalikan harta atau uang yang dipinjam, sedangkan dalam

akad ini tidak disyaratkan untuk mengembalikan. Karena akad ini akad pemberian murni hanya mengharapkan ridha Allah SWT. Macam-macam pada akad ini diantaranya; *wadiah, wakaf, hibah, hadiah, zakat, infaq, dan sedekah*.⁸⁹

10. Multy Akad (*Al-Uqud al-Murakkabah*)

a. Definisi multy akad

Transaksi multi akad adalah transaksi yang di dalamnya terdapat lebih dari satu jenis akad, baik secara timbal balik (*mutaqabil*) atau hanya sekedar penggabungan beberapa akad dalam satu transaksi (*mujtami'*). Transaksi jenis ini biasa juga dikenal dengan istilah *hybrid contract*.

Nazih Hammad mendefinisikan transaksi multi akad:

“Dua pihak bersepakat untuk melaksanakan akad yang mengandung dua akad atau lebih, seperti jual beli dengan sewa menyewa, hibah, wakalah, qardh, muzara'ah, sharaf, syirkah, mudharabah dsb., sehingga semua akibat hukum akad-akad yang terhimpun tersebut, serta semua hak dan kewajiban yang ditimbulkannya dipandang sebagai satu kesatuan yang tidak dapat dipisah-pisahkan, sebagaimana akibat hukum dari akad yang satu”.⁹⁰

Al-Imrani memberikan definisi multi akad yaitu:

*“Kumpulan sejumlah akad maliyah yang beragam yang terdapat dalam sebuah transaksi baik secara gabung (*al-jam'*) ataupun secara timbal balik (*al-taqabul*) yang mana seluruh hak dan kewajiban yang menjadi konsekuensi dari transaksi itu dianggap seperti akibat dari akad yang satu”*.⁹¹

b. Hukum kebolehan multi akad

⁸⁹Dede Abdurrohman “Kontrak/Akad dalam Keuangan Syariah”, *Jurnal Eco Bankers: Jurnal Perbankan Syariah*, Volume 1 No. 1 (2020)

⁹⁰Nazih Hammad, *al-'Uqud al-Murakkabah fi al-Fiqh al-Islami* (Damaskus: Dar al-Qalam, 2005), 7

⁹¹Abdullah bin Muhammad al-Imrani, *al-'Uqud al-Maliyyah al-Murakkabah* (Riyadh: Dar Kunuz Isybiya, 2010), 46

Hasun memberikan kesimpulan pada penelitiannya tentang praktik multi akad dalam tataran fiqh bahwa multi akad dalam bisnis modern sekarang ini hukumnya boleh, didasarkan pada kaidah umum, bahwa hukum asal segala bentuk muamalah adalah boleh selama belum ada dalil yang merubah hukum asal tersebut. Pengecualian dari hukum multi akad secara umum, terdapat model multi akad yang secara khusus dilarang sesuai hadits Rasulullah SAW di atas. Diantaranya beliau melarang dua jual beli dalam satu jual beli, dua akad dalam satu transaksi dan gabungan akad jual beli dengan pinjaman.⁹²

Al-Imranî memberi standar tentang multi akad yang diperbolehkan. Batasan multi akad menurutnya adalah tidak menyangkut masalah yang dilarang syari`ah, tidak bertentangan antara akad satu dengan akad lainnya, multi akad tidak membawa (mengakibatkan) kepada yang haram, multi akad tidak boleh antara akad yang berifat pertukaran (*mu'âwadah*) dengan akad yang bersifat kebajikan (*tabarru'*), dan multi akad tidak menyebabkan kepada yang haram.⁹³

c. Multy akad yang dilarang dalam Islam

1) Hadis larangan melakukan dua jual beli dalam satu jual beli

مَطْلُ الْعَيْ ظُلْمٌ وَإِذَا أُحِلَّتْ عَلَى مَلِيٍّ فَاتَّبَعُهُ وَلَا تَبِعَ بَيِّعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ

⁹²Harun, "Multi Akad dalam Tataran Fiqh", *Jurnal SUHUF*, Vol. 30, No. 2, November (2018), 192

⁹³Abdullah Al-'Imrâni, *Al-'uqûd al-Mâliyah al-Murakkabah, Dirasah Fiqhiyyah Ta'shiliyah wa Tathbiqiyah, (dar Kunuz Eshbelia li al Nasyr wa al Tauzi, Riyadh; 2006) 179-188*

- “Mengulur waktu pemayaran hutang padahal ia mampu adalah sebuah bentuk kezaliman, dan jika hutangmu dialihkan kepada orang lain maka ikutilah, dan janganlah melakukan dua jual beli dalam satu jual beli.” (HR. Imam Tirmidzi)⁹⁴

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ ﷺ عَنْ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ

- “Rasulullah saw. melarang dua jual beli dalam satu jual beli”.
(HR. Abu Dawud)⁹⁵

2) Hadis larangan melakukan dua akad dalam satu akad

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ ﷺ عَنْ صَفَقَتَيْنِ فِي صَفَقَةٍ وَاحِدَةٍ

“Rasulullah saw melarang dua akad di dalam satu akad”. (HR. Ahmad)⁹⁶

3) Hadis larangan menyatukan akad *bai'* dan *salaf* atau jual beli dengan pinjaman

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ ﷺ عَنْ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ وَعَنْ بَيْعٍ وَسَلْفٍ وَعَنْ رِيحٍ مَا لَمْ

يُضْمَرَ وَعَنْ بَيْعٍ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ

- “Rasulullah saw melarang dua jual beli dalam satu jual beli, juga melarang keuntungan dari sesuatu yang tidak terjamin, dan melarang menjual barang yang bukan milikmu”. (HR. Ahmad)⁹⁷

⁹⁴Abu 'Isa Muhammad bin 'Isa al-Tirmidzi, *Sunan al-Tirmidzi* (Kairo: Makniz, tt.) 407.

⁹⁵Abu Dawud al-Sijistani, *Sunan Abi Dawud* (Kairo: Makniz, tt.), 682.

⁹⁶Ahmad bin Hanbal, *Musnad al-Imam Ahmad* (jil. 6, Beirut: Muassasah al-Risalah, 324.

⁹⁷Ahmad bin Hanbal, *Musnad al-Imam Ahmad*, jil. 11, 203.

Ulama Malikiyah melarang akad ganda dari akad-akad yang berbeda hukumnya, seperti antara jual beli dengan *jualah*, *ṣarf*, *musaqah*, *syirkah*, *qard* atau *nikah*.⁹⁸ Demikian Imam Syafii juga melarang hal tersebut karena akan menyebabkan ketidak jelasan manfaat dari uang yang diterima apakah dari pinjaman atau jual beli. Imam hanafi juga mempertegas bahwa melakukan transaksi jual beli dengan bentuk ijarah dalam satu akad termasuk larangan dalam hadis tersebut, karena sewa dan jual beli adalah dua hal yang berbeda pelaksanaannya sebagaimana *bai' wa salaf* mengandung hukum yang berbeda. Sedangkan Ibn Qayyim berpendapat bahwa jika kedua akad itu berlaku sendiri-sendiri hukumnya boleh. Larangan Rasulullah SAW menghimpun salaf dan jual beli dalam satu akad untuk menghindari terjerumus pada riba.

Tegasnya pelarangan *bai' wa salaf* atau *qard* karena akad *qard* adalah akad *tabarru'* maka masuknya akad *bai'* kepada *qard* akan menjadikan akad *qard* menjadi akad *mu'awazah* dan akan berubah menjadi akad riba.⁹⁹ Atau karena mengandung hukum yang berbeda, dimana jual beli adalah muamalah yang berorientasi profit, sedangkan salaf kegiatan sosial yang mengedepankan aspek persaudaraan dan kasih sayang serta tujuan mulia.¹⁰⁰

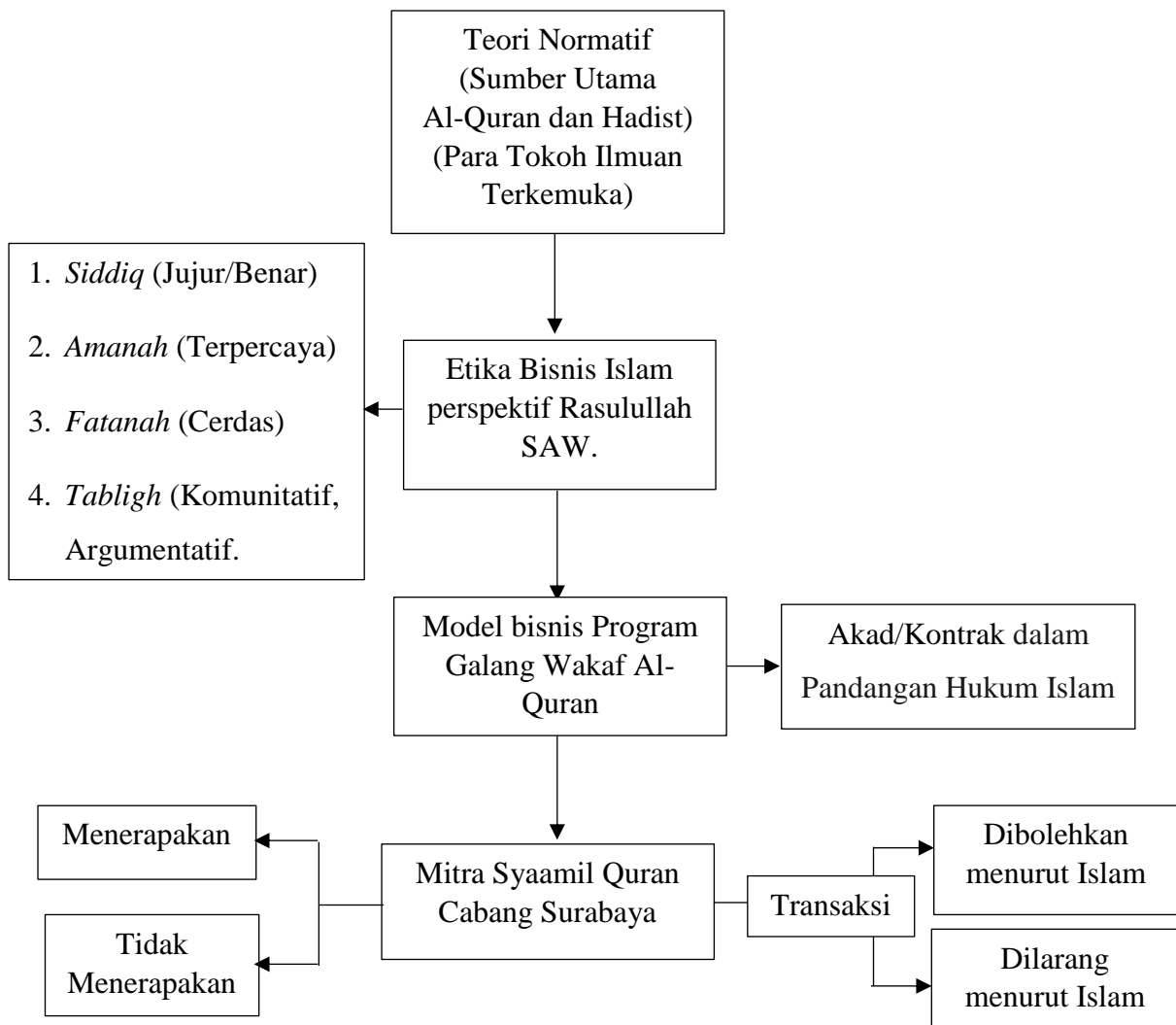
⁹⁸Al-'Imrâni, *Al- 'uqûd al-Mâliyah al-Murakkabah*, 181-182

⁹⁹Prof. Dr. H. Rachmat Syafe'i, Lc., MA. "Transaksi Multi Akad dalam Perspektif Fikih", *Pengadilan Tinggi Agama Jawa Barat*, 6

¹⁰⁰Jureid, "Akad Ganda (Hybrid) dalam Perspektif Fiqh Muamalah (Analisis Hadis)", *Jurnal Mabisyah*, Volume 1 No. 1 (2021)

B. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir dibuat oleh peneliti dalam bentuk gambar agar dapat memudahkan cara berfikir secara konseptual pada penelitian ini. Berikut kerangka berfikir menurut fokus dan tujuan penelitian ini:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir (Sumber: Peneliti)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yang menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian lapangan dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis. Dinama peneliti memaparkan secara praktis tentang objek yang diteliti beserta hasil penelitian, terlebih dahulu peneliti melakukan analisis dan penetapan nilai sesuai dengan standar buku dalam jenis deskriptif kualitatif.¹⁰¹ Penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan dalam kehidupan yang sebenarnya.¹⁰²

Dalam hal ini peneliti melakukan analisis data dengan memaparkan gambaran mengenai fakta-fakta yang ditemukan di lapangan sesuai permasalahan pada model bisnis program galang wakaf al-Qur'ān yang dijalankan mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya, dan kemudian diintegrasikan pada teori etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW.

B. Kehadiran Peneliti

Perlunya peneliti hadir dan menentukan langkah-langkah pada penelitian ini. Tujuannya untuk mendapatkan data yang relevan sehingga memudahkan dalam tahap analisis data. Antara lain sebagai berikut:

- Awal mula peneliti hadir sebagai pengamat partisipan yaitu menjadi mitra Syaamil Quran dan berperan sebagai penjual (*reseller*) pada tahun 2017.

¹⁰¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Ilmiah : Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta:PT. Rineka Cipta, 1993), 209

¹⁰²Kartono Kartini, *Pengantar Metodologi Research Sosial*. (Bandung: Penerbit Alumni, 1980), 27

Kemudian mengikuti program galang wakaf Al-Qur'ân pada tahun 2020. Peneliti melanjutkan prolematika pada program ini pada sebuah kajian akademik.

- Kemudian peneliti hadir sebagai pengamat penuh yaitu meminta izin pada pihak Syaamil Quran khusus Cabang Surabaya untuk mengkaji secara mendalam tentang penerapan etika bisnis Islam pada mitranya dalam menjalankan program wakaf. Selanjutnya mengumpulkan dokumen, data, catatan dan foto yang berkaitan dengan program galang wakaf al-Qur'ân. Serta melakukan wawancara kepada beberapa informan yang telah dipilih.

C. Latar Penelitian

Penentuan lokasi penelitian merupakan unsur yang penting dimana alasan peneliti memilih Syaamil Quran karena merupakan brand produk al-Qur'ân yang terjamin kualitasnya diterbitkan oleh PT. Sygma Examedia Arkanleema yang merupakan perusahaan industri al-Qur'ân terbaik dan terpercaya di Indonesia.¹⁰³ Salah satu bisnis yang mendorong prestasi dan perkembangan produktivitas perusahaan ini yaitu dengan program gerakan wakaf al-Qur'ân.

Peneliti fokus pada mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya karena cabang ini yang lebih banyak bergerak pada bidang wakaf dibanding cabang lainnya sehingga berprestasi dalam volume penjualan al-Qur'ân melalui program gerakan wakaf. Lebih khusus lagi mitra yang dikelola oleh Amie (salah satu *marketing* cabang Surabaya).¹⁰⁴ Hal ini dibuktikan dengan relokasi kantor baru Syaamil Quran

¹⁰³Profil Syaamil Qur'an, "Sekilas tentang Syaamil Qur'an"
<https://www.syaamilquran.com/tentang-syaamil-quran/>, diakses pada tanggal 15 Desember 2020)

¹⁰⁴Ichsan, wawancara (Surabaya, 20 April 2021)

Cabang Surabaya yang disebabkan karena pesatnya perkembangan sehingga terus bertambah dan meningkat kebutuhan al-Qur'ān di setiap tahunnya. Dengan itu Arifin Purnomo selaku CEO Syaamil Quran meresmikan kantor baru pada 11 Juni 2021 M. dan memberikan harapan dengan adanya kantor baru agar menumbuhkan energi, semangat baru, dan meningkatkan rasa syukur, serta beliau berterima kasih atas prestasi yang selama ini dicapai oleh Cabang Surabaya.¹⁰⁵

Kantor Pusat Syaamil Quran berlokasi di Jl. Babakan Sari 1 No. 71 Kiaracondong Bandung. Saat ini Syaamil Quran memiliki 6 kantor cabang yang terletak pada beberapa daerah diantaranya, cabang Jakarta, cabang Surabaya, cabang Sumbagsel (Sumatra bagian selatan), cabang Medan, cabang Yogyakarta, dan cabang Banten. Sedangkan masing-masing kantor cabang mengelola mitra yang tersebar di seluruh Indonesia sesuai ketentuan pembagian wilayah Provinsi tertentu. Penelitian ini memilih mitra yang dalam kelola Kantor Cabang Surabaya. Kantor Cabang Surabaya berlokasi di Jl. Karang Rejo Timur 2 No. 37 Wonokromo Kota Surabaya. Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya tersebar di beberapa wilayah yaitu Provinsi Jawa Timur, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur, Provinsi Sulawesi Tengah dan Provinsi Bali.¹⁰⁶

D. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini merupakan informan yang akan dipilih berdasar kriteria tertentu. dalam penelitian informan ditentukan berdasar teknik *Non Probability Sampling* jenis *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah

¹⁰⁵Profil Syaamil Quran “Berita Terbaru” <https://www.syaamilquran.com/di-era-new-normal-syaamil-quran-hadirkan-kantor-baru-di-surabaya/> diakses pada 24 Juli 2021

¹⁰⁶Data sekunder, (Dokumen Syaamil Quran)

teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.¹⁰⁷ Kemudian dalam prosedur sampling yang paling penting adalah menentukan informan kunci (*key informan*) atau situasi sosial tertentu.¹⁰⁸ Tujuan dari *purposive sampling* untuk memperoleh sampel yang secara logis lebih relevan, merupakan orang yang paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti serta dapat dianggap mewakili populasi.

Kriteria subjek yang dipilih diantaranya sebagai berikut:

1. Mitra yang telah direkomendasi dan diurutkan sesuai ranking oleh pihak Syaamil Quran Cabang Surabaya sebagai mitra yang berperan paling aktif dalam menjalankan bisnis program galang wakaf al-Qur'ān.
2. Mitra yang dapat digolongkan memiliki peran aktif dalam bisnis program galang wakaf al-Qur'ān dengan kategori tertentu yaitu, perolehan poin wakaf, tingkat pendidikan, jangka waktu, dan jenis kelamin.
3. Mitra resmi yang termasuk dalam lingkup wilayah Cabang Surabaya diantaranya, Provinsi Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Sulawesi Tengah dan Bali.

Sementara menurut Suharsimi Arikunto, apabila subyek yang diteliti kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subyeknya besar, dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-25% atau lebih.¹⁰⁹ Oleh karena itu mitra yang dikategorikan aktif berkisar pada jumlah 128 mitra RSQ dan *reseller*. Maka peneliti memilih

¹⁰⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 218-219

¹⁰⁸Burhan Bungin, *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Rajawali Pers 2012) 53

¹⁰⁹ Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 109

informan pada kategori 10%-15% dari jumlah mitra yang aktif dalam program galang wakaf al-Qur'ān yaitu berjumlah 20 mitra di antaranya 10 mitra RSQ dan 10 mitra reseller.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara atau teknik dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini tehnik pengumpulan data dibagi menjadi 3 macam yaitu dengan observasi, dan wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Dalam penelitian ini digunakan observasi secara terus terang atau tersamar kepada narasumber untuk memperoleh data yang sifatnya rahasia. Sehingga dalam melakukan percakapan dapat memperoleh informasi secara nyata pada sikap dan ungkapan yang dapat dimaknai pada objek penelitian.¹¹⁰

Tahap observasi merupakan tahapan awal peneliti mendapatkan fenomena unik sehingga dapat diangkat sebagai problematika pada sebuah kajian akademik. Pada tahap ini peneliti ikut serta sebagai salah satu mitra yang berperan menjadi penjual (*reseller*) dan kemudian menjalankan program galang wakaf al-Qur'ān, hingga akhirnya peneliti menemukan sebuah kejangalan bisnis pada program tersebut.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dilakukan oleh dua pihak dengan maksud tertentu, dimana pewawancara yang mengajukan pertanyaan dengan

¹¹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 22

yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.¹¹¹ Dalam hal ini wawancara merupakan data primer yang dilakukan dalam bentuk wawancara semi terstruktur dimana yang dimaksud semi terstruktur adalah proses melakukan wawancaranya tidak terstruktur seperti halnya yang ada di pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya. Pada pelaksanaannya, peneliti secara bebas melakukan wawancara tetapi topik pembicaraan tetap harus dipegang oleh peneliti selama wawancara. Peneliti hanya melihat sesekali saja pedoman wawancara yang telah dibuatnya.¹¹²

Peneliti perlu memilih informan sebagai subjek yang diwawancarai berdasarkan rekomendasi dan relevansi yang sesuai pada penelitian ini. Oleh karena itu peneliti tidak mengambil semua mitra Syaamil Quran yang aktif dalam program galang wakaf al-Qur'ān, melainkan hanya mitra aktif sebagaimana dipaparkan pada subjek penelitian. Kemudian dalam metode wawancara perlu media pendukung bahwa data yang diperoleh benar-benar valid. Oleh karena itu peneliti akan menyiapkan catatan khusus dan perekam suara saat melakukan wawancara kepada informan.

Namun pada penelitian ini lebih banyak dilakukan secara online atau biasa disebut daring (dalam jaringan) menggunakan telepon atau media sosial lainnya dengan alasan keadaan pandemi covid-19 yang mengharuskan untuk menjaga jarak dan tidak keluar rumah. Selain itu juga karena jarak lokasi informan yang cukup jauh, terbatasnya waktu, biaya yang kurang memadai,

¹¹¹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet. XXVIII; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), 186

¹¹²Sigit Hermawan, Amirullah *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*, (MNC Publishing, 2016), 179

serta, dan yang tidak kalah penting yaitu untuk memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang dalam dunia akademik.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan data langsung melalui media perantara (diperoleh dari yang dicatat pihak lain) dapat melalui media cetak atau media elektronik.¹¹³ Dokumen dalam penelitian ini yaitu data dokumentasi yang berupa dokumen resmi yang bisa diperoleh melalui kantor Syaamil Quran Cabang Surabaya, Kemudian data yang dapat diakses melalui media online atau media cetak. Dalam hal ini data banyak diakses melalui *website* yang merupakan hasil publikasi pada *website* resmi Syaamil Quran.

F. Teknik Analisis Data

Konsep dasar adanya analisis data adalah sebuah proses mengatur urutan-urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian data.¹¹⁴ Untuk memenuhi konsep dasar analisis data ini peneliti harus melakukan analisis secara teliti dan lengkap, hingga mendalam dari berbagai aspek sesuai dengan lingkup penelitian sehingga tidak ada yang tertinggal.

Berdasarkan jenis penelitian ini yaitu (*field research*) penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif yang dianalisis secara deskriptif maka tahapan analisis data kali ini menggunakan model Miles dan Huberman.¹¹⁵

¹¹³Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Bekasi: Germata Publishing, 2013), 55

¹¹⁴Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 248

¹¹⁵Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2016), 178

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data berarti merangkum, memilih yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak jelas. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Dalam hal ini berkaitan dengan teknik pengumpulan data dimana wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan menggunakan metode semi formal secara tidak terstruktur, tujuannya agar memperoleh data secara mendalam. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa menggunakan cara tersebut tentu membutuhkan waktu yang panjang sehingga diperoleh data-data yang kurang dibutuhkan pada penelitian ini. Oleh karenanya peneliti harus bijak dalam memilih data yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan pada penelitian ini.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

Dalam penyajian data peneliti menggunakan diagram pie dan skema agar memudahkan pembaca untuk memahami ringkasan hasil penelitian

sebagaimana tanggapan informan pada pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun dan disesuaikan pada fokus penelitian ini.

3. *Concluding Drawing* (Penarikan Kesimpulan/ Verifikasi)

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

Dalam proses ini peneliti memverifikasi data yang diperoleh dengan mengintegrasikan pada teori yang telah dipilih. Kemudian menghasilkan temuan- temuan baru yang dapat memberikan jawaban sesuai pada permasalahan penelitian ini. Maka akhirnya peneliti dapat memberikan kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan yang telah dipaparkan.

G. Uji Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan tehnik menguji keabsahan data menggunakan triangulasi. Dimana menurut Wiliam Wiersma dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu.¹¹⁶

1. Triangulasi sumber

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan.

2. Triangulasi Teori

¹¹⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 273

Triangulasi Teori adalah memanfaatkan dua teori atau lebih untuk diadu dan dipadu. Dalam hal ini, peneliti merancang teori sebagai dasar pengumpulan data yang lengkap serta analisisnya. Maka, peneliti dapat memaparkan penemuan yang lebih komprehensif.

3. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu digunakan untuk validitas data yang berkaitan dengan perubahan suatu proses dan perilaku manusia, karena perilaku manusia mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Dalam hal ini, peneliti melakukan pengamatan dalam observasi partisipatif dengan jangka waktu 1,5 tahun.

4. Triangulasi Metode

Triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapat data yang sama. Dalam hal ini peneliti mengecek dan mengamati data yang telah dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.¹¹⁷

¹¹⁷Zamzam Firdaus dan Fakhry, *Aplikasi Metodologi Penelitian*, Cet. I, (Sleman: Budi Utama, 2012), 112

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum tentang Syaamil Quran

Syaamil Quran adalah penerbit al-Qur'ān terbaik dan terpercaya di Indonesia dan merupakan brand al-Qur'ān yang terjamin kualitasnya yang diterbitkan oleh PT. Sygma Examedia Arkanleema. Syaamil Quran berdiri dengan akta pendirian No. 10 tanggal 14 Januari 2008 di notaris Irma Rachmawati, S.H.¹¹⁸

Syaamil Quran memiliki tagline yaitu bersama Syaamil Quran, membaca dan memahami al-Qur'ān jadi mudah dan menyenangkan. Maka dari itu, Syaamil Quran menerbitkan produk-produk dengan desain dan inovasi dalam proses produksi agar memudahkan masyarakat muslim dalam membaca, mempelajari dan mendalami al-Qur'ān, kemudian agar masyarakat menjadi lebih senang ketika berinteraksi dengan al-Qur'ān

Syaamil Quran memiliki 3 program keunggulan demi mewujudkan visi Membumikan al-Qur'ān Menghidupkan Sirah di antaranya:¹¹⁹

1. Bahan baku bersertifikasi halal yaitu kertas al-Qur'ān yang digunakan Syaamil Quran telah bersertifikasi Halal MUI, sehingga terjaga kesuciannya.
2. *Integrated Process* yaitu mengedepankan adab-adab memuliakan al-Qur'ān mulai dari *content development, printing, sampai finishing*.

¹¹⁸Profil Syaamil Qur'an, "Sekilas tentang Syaamil Quran"
<https://www.syaamilquran.com/tentang-syaamil-quran/>, diakses pada tanggal 21 Mei 2021)

¹¹⁹Profil Syaamil Qur'an, "Sekilas tentang Syaamil Quran"
<https://www.syaamilquran.com/tentang-syaamil-quran/>, diakses pada tanggal 21 Mei 2021)

3. Jaminan *Tashih* 3 Negara yaitu khusus mushaf al-Qur'ān yang didistribusikan seluruh Indonesia dan Asia tenggara telah mendapat Jaminan *tashih* dari Kementerian Agama Republik Indonesia, Kementerian Dalam Negeri Malaysia, dan Pusat Dakwah Islam Brunei Darussalam.

Tabel 4.1 Jumlah Seluruh Kemitraan Syaamil Quran

Rumah Syaamil Quran/RSQ	Mitra Toko dan Agen	Reseller	Special Project	Total
637	1438	3872	97	6044

Sumber: Data sekunder, (website Syaamil Quran diakses pada 21 mei 2021)

Berdasarkan tabel di atas jumlah keseluruhan mitra yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia yaitu 6.044 mitra. di antaranya yang pertama ialah kemitraan Rumah Syaamil Quran (RSQ) mencapai sebanyak 637 mitra, yang kedua yaitu terdiri dari kemitraan toko atau agen mencapai sebanyak 1.438 mitra toko atau agen, kemudian kemitraan yang ketiga yaitu *reseller* yang merupakan mitra terbanyak hingga mencapai 3.872 *reseller*. Dan yang terakhir yaitu mitra *special project* hanya berjumlah 97 mitra.

Rumah Syaamil Quran adalah mitra resmi Syaamil Quran untuk memperluas jaringan distribusi sekaligus menjadi pusat kegiatan masyarakat untuk mempelajari dan menghafal al-Qur'ān dalam rangka mencetak generasi Qurani. RSQ memiliki beberapa tujuan yaitu menjadi sarana pendidikan al-Qur'ān nonformal, berkontribusi mencetak generasi Qurani, menjadi salah satu pilihan

usaha masyarakat, dan mempermudah jangkauan distribusi produk untuk masyarakat.¹²⁰

Mitra Toko atau Agen Syaamil Quran adalah mitra Syaamil Quran yang memiliki toko dan menjadi agen dengan salah satu produk yang dijualnya adalah al-Qur'ān dengan brand Syaamil Quran. Mereka biasanya menyetok al-Qur'ān dari kantor Syaamil Quran untuk dijual kembali di tokonya.

Reseller Syaamil Quran adalah orang yang menjualkan kembali produk Syaamil Quran tanpa menyetok barang/produk terlebih dahulu. Artinya mereka cukup memasarkan produk Syaamil Quran, jika laku terjual maka akan memperoleh laba keuntungan dari penjualan tersebut berdasarkan ketentuan dari pihak penerbit (Syaamil Quran).¹²¹

Special Project Syaamil Quran adalah salah satu mitra yang memiliki pesanan desain khusus pada produk al-Qur'ān tertentu kepada Syaamil Quran dengan beberapa ketentuan yang telah berlaku sesuai perusahaan. Termasuk diantaranya minimal pemesanan dengan jumlah tertentu. Model mitra ini biasanya banyak dilakukan oleh instansi, sekolah, maupun perusahaan tertentu.¹²²

Kantor Pusat Syaamil Qur'an berlokasi di Jl. Babakan Sari 1 No. 71 Kiaracondong Bandung. Sedangkan kantor cabang Syaamil Quran terdapat pada kota dan masing-masing mendapat pembagian wilayah sesuai ketentuannya. Pembagian wilayah pada satu kantor cabang bertujuan agar memudahkan kendali dan kontrol dalam mengelola mitra sesuai domisili mereka.

¹²⁰Profil Syaamil Qur'an, "Sekilas tentang Syaamil Quran"
<https://www.syaamilquran.com/tentang-syaamil-quran/>, diakses pada tanggal 21 Mei 2021)

¹²¹Amie, *wawancara* (Surabaya, 20 April 2021)

¹²²Amie, *wawancara* (Surabaya, 20 April 2021)

Tabel 4.2 Pembagian wilayah Syaamil Quran per Cabang

Cabang Jakarta	Cabang Bandung	Cabang Surabaya	Cabang Sumbagsel
DKI Jakarta	Jawa Barat	Jawa Timur	Sumatera Selatan
Bo-De-Bek	Sulawesi Selatan	Sulawesi Tengah	Jambi
Kalimantan Barat	Sulawesi Tenggara	Bali	Bengkulu
Kalimantan Utara	Sulawesi Barat	Nusa Tenggara Barat	Bangka Blitung
Gorontalo	Kalimantan Selatan	Nusa Tenggara Timur	Riau
Papua			Kepulauan Riau
Papua Barat			
Maluku			
Maluku Utara			

Cabang Yogyakarta	Cabang Medan	Cabang Banten
DI Yogyakarta	Sumatera Utara	Banten
Jawa Tengah	Aceh	Lampung
Kalimantan Tengah	Sumatera Barat	
Kalimantan Timur		

Sumber: Data sekunder, (Dokumen Syaamil Quran)

B. Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya

Lebih fokus pada latar penelitian ini yaitu mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya. Kantor Syaamil Quran Cabang Surabaya berlokasi di Jl. Karang Rejo Timur 2 No. 37 Wonokromo Kota Surabaya. Syaamil Quran Cabang Surabaya mendapat pembagian wilayah dalam mengelola mitra yaitu pada beberapa wilayah Provinsi di Indonesia diantaranya terdiri dari Provinsi Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Sulawesi Tengah dan Bali.¹²³

Pembagian wilayah di atas dimaksudkan agar dapat menjadi kendali dan kontrol mitra yang tersebar meluas sehingga dapat terpusat pada satu kantor cabang. Sebagaimana subjek pada penelitian ini yaitu mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya yang berarti subjek pada penelitian ini yaitu mitra Syaamil Quran yang berdomisili pada lima wilayah yang menjadi bagian dari Syaamil Quran Cabang Surabaya.

C. Gambaran Umum Informan

Informan perlu dipaparkan dalam suatu penelitian karena merupakan bagian penting. Sebab informan berhubungan langsung dengan penelitian itu sendiri.¹²⁴ Informan berdasarkan data yang dibutuhkan pada penelitian ini hanya pada mitra Syaamil Quran yang berperan aktif dalam program galang wakaf al-Qur'ān, karena tidak semua mitra berperan aktif dalam program tersebut. Mitra yang tidak aktif tidak dapat dijadikan sebagai informan yang sesuai pada permasalahan penelitian ini.

¹²³Data sekunder, (Dokumen Syaamil Quran)

¹²⁴Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), 108

Berdasarkan data hasil observasi diperoleh bahwa seluruh mitra Syaamil Quran khusus pada Cabang Surabaya berkisar pada 700 kemitraan. Kemitraan Syaamil Quran pada Cabang Surabaya ada dua macam, yaitu mitra personal dan mitra keagenan. Dimana mitra personal terdiri dari RSQ (Rumah Syaamil Qur'an) dan *reseller*. Sedangkan mitra keagenan terdiri dari toko dan agen. Sementara mitra yang aktif dalam kegiatan galang wakaf al-Qur'an adalah mitra personal yaitu RSQ dan *reseller*. Namun tidak semua mitra personal berperan aktif dalam program program galang wakaf al-Qur'an.¹²⁵

Adapun berdasarkan data yang diperoleh dari Kantor Cabang Surabaya bahwa total dari seluruh mitra cabang Surabaya yang aktif dalam program galang wakaf al-Qur'an berjumlah 256 mitra di antaranya 53 mitra terdiri dari Rumah Syaamil Qur'an (RSQ) dan 203 mitra terdiri dari *reseller*, namun tidak dapat dipungkiri bahwa mitra RSQ jauh lebih aktif dibanding *reseller* walaupun dari total jumlah lebih sedikit. Disampaikan juga bahwa yang seluruh mitra yang aktif hanya berkisar hingga 50% dari 256 mitra.¹²⁶ Artinya hanya berkisar 128 mitra yang dapat dikategorikan aktif dalam program galang wakaf al-Qur'an.

Mengingat informan yang begitu banyak, dengan waktu yang singkat, dan pembiayaan yang kurang memadai, serta tenaga hanya pribadi pada penelitian ini, maka tidak memungkinkan untuk mengambil seluruh mitra Syaamil Quran sebagai informan. Dalam hal ini peneliti perlu mengambil sebagian dari mitra yang dikategorikan aktif pada program galang wakaf untuk memperkecil subjek yang

¹²⁵Amie, *wawancara* (Surabaya, 20 April 2021)

¹²⁶Amie, *wawancara* (Surabaya, 20 April 2021)

diteliti. Sebagaimana subjek pada penelitian ini maka peneliti memilih informan pada kategori 10%-15% dari jumlah mitra yang aktif dalam program galang wakaf Al-Quran yaitu berjumlah 20 mitra di antaranya 10 mitra RSQ dan 10 mitra reseller.

Tabel 4.3 Daftar Informan Mitra Rumah Syaamil Quran Cabang Surabaya

No.	Nama Mitra (RSQ)	Alamat	Pendidikan Terakhir	Poin Wakaf	Jenis Kelamin
1.	Maharani	Malang	S2	9.710	P
2.	Yanna	Malang	S1	5.499	P
3.	Agus	Sidoarjo	S1	3.500	L
4.	Yacima	Surabaya	S1	2,527	P
5.	Sahrudin	Pare pare	S1	2.500	L
6.	Makatir	Makassar	S1	2.258	L
7.	Widia	Malang	S1	2.096	P
8.	Amiris	Pamekasan	S1	1.324	P
9.	Indri	Sidoarjo	S1	1.144	P
10.	Zaid Raya	Sumenep	S2	1.010	L

Sumber: Data sekunder, (dokumen Syaamil Quran Cabang Surabaya)

Data di atas merupakan informan yang telah terdaftar secara resmi menjadi mitra RSQ (Rumah Syaamil Quran). dan telah sesuai ketentuan informan yang rekomendasi dan ranking oleh kantor Syaamil Quran Cabang Surabaya sebagai mitra RSQ paling aktif dan dirasa telah mewakili populasi dari seluruh mitra aktif dalam bisnis program wakaf.

Tabel 4.4 Daftar Informan Mitra *Reseller* Syaamil Quran Cabang Surabaya

No.	Nama Mitra Reseller	Alamat	Pendidikan Terakhir	Poin Wakaf	Jenis Kelamin
1.	Putri R	Jatim	S1	4.574	P
2.	Alfiyanti	Kediri	S1	1.409	P
3.	Nanik	Surabaya	S1	1.183	P
4.	Dewi	Surabaya	S1	784	P
5.	Hafid	Surabaya	S2	748	L
6.	Maulina	Surabaya	S1	694	P
7.	Wulandari	Surabaya	S1	281	P
8.	Nurhayanto	Sidoarjo	S1	271	L
9.	Amalia	Surabaya	S1	221	P
10.	Wuriandari	Surabaya	S1	163	P

Sumber: Data sekunder, (dokumen Syaamil Quran Cabang Surabaya)

Data di atas merupakan informan yang telah terdaftar secara resmi menjadi mitra *reseller* Syaamil Quran. Telah sesuai ketentuan informan yang rekomendasi dan ranking oleh kantor Syaamil Quran Cabang Surabaya sebagai mitra *reseller* paling aktif dan dirasa telah mewakili populasi dari seluruh mitra aktif dalam bisnis program wakaf.

Berdasarkan data informan di atas maka peneliti mengkategorikan informan yang dipilih pada tingkat pendidikan terakhir, banyaknya perolehan poin wakaf, jangka waktu mitra menjalankan bisnis tersebut, serta berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.5 Informan berdasarkan tingkat pendidikan

Pendidikan	Informan
Di bawah Diploma/Sarjana	0
Sarjana/ S1	17
Pasca Sarjana/ S2	3
Total	20

Sumber: Data sekunder, (dokumen Syaamil Quran Cabang Surabaya)

Dilihat dari tabel di atas bahwa informan berdasarkan tingkat pendidikan pada penelitian ini yaitu hampir seluruh mitra Syaamil Quran yang menjadi informan berpendidikan tingkat perguruan tinggi sarjana atau S1 dengan jumlah 17 orang dan 3 orang pada jenjang pascasarjana atau S2. Dan sama sekali tidak diperoleh informan yang berpendidikan di bawah sarjana.

Dalam hal bisnis tentu tidak dapat dinilai dari pendidikan yang tinggi karena pada faktanya banyak orang tidak berpendidikan tinggi namun sukses dalam berbisnis atau berdagang. Namun tingkat pendidikan formal merupakan sesuatu yang dinilai sangat penting karena semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin banyak pelajaran dan pengalaman yang diperoleh, tentu lebih pandai dalam menilai sesuatu yang baik dan buruk daripada orang yang tidak mengenyam bangku kuliah sarjana/diploma. Informan yang dipilih sangat sesuai dengan permasalahan penelitian dengan asumsi bahwa tinggi pendidikan yang semakin akan berdampak pada cara berfikir yang lebih pandai dan bijak dalam menentukan hal yang baik dan buruk. Oleh sebab itu pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam merupakan prinsip yang harus dipenuhi dalam bisnis yang mereka jalankan karena berkaitan dengan pendidikan yang telah ditempuh selama ini.

Tabel 4.6 Informan berdasarkan jangka waktu menjalankan program wakaf

Jenis Kelamin	Informan
< 1 Tahun	0
Antara 1-2 Tahun	4
> 2 tahun	16
Total	20

Sumber: Data sekunder, (dokumen Syaamil Quran Cabang Surabaya)

Dilihat dari tabel di atas informan berdasarkan jangka waktu dalam menjalankan program galang wakaf al-Qur'ān yaitu diperoleh bahwa tidak ada sama sekali informan yang menjalankan program tersebut kurang dari 1 tahun. Selanjutnya terdapat 4 informan yang berkisar antara 1-2 tahun menjalankan program tersebut. Sedangkan dengan jumlah terbanyak yaitu 16 orang atau 80% dari seluruh informan telah menjalankan program tersebut lama atau lebih dari 2 tahun. Dapat dikategorikan lama dalam hal ini karena program program wakaf al-Qur'ān sudah berjalan kurang lebih 4 tahun yaitu mulai tahun 2017 hingga saat ini. Informan di atas telah sesuai rekomendari dari Syaamil Quran Cabang Surabaya berdasarkan asumsi semakin lama mitra aktif maka semakin banyak juga keuntungan yang diperoleh termasuk poin wakaf yang diperoleh. Informan dengan Poin Wakaf (PW) yang tinggi hingga mencapai 600 ke atas ditemukan bahwa mereka yang telah menjalankan program tersebut lebih dari 2 tahun. Oleh karena itu dalam hal ini dapat dilihat juga berdasarkan Poin Wakaf (PW) yang diperoleh Informan.

Tabel 4.7 Informan berdasarkan Jumlah Poin Wakaf

Jumlah Poin Wakaf	Informan
4000-10000 PW	3
600-4000 PW	13
25-600 PW	4
Total	20

Sumber: Data sekunder, (dokumen Syaamil Quran Cabang Surabaya)

Poin wakaf merupakan suatu jumlah wakaf yang dikumpulkan oleh para penggalang wakaf yang telah terdaftar menjadi mitra Syaamil Quran dengan hitungan jika mengumpulkan 1 eks/mushaf al-Qur'ān maka terhitung sama dengan 1 PW (Poin Wakaf). Ketentuan poin wakaf tersebut merupakan hitungan yang dapat ditukarkan dengan *reward* (hadiah) sebagaimana telah ditentukan oleh pihak Syaamil Quran di bawah ini.

Tabel 4.8 Daftar Reward Program Wakaf 1 Juta Qur'an th 2021

No.	Poin Wakaf (PW)	Reward
1	5500 PW	Umroh
2	4000 PW	Sepeda Motor Matic
3	1400 PW	Laptop
4	600 PW	Rihlah Qurani
5	600 PW	Smartphone
6	400 PW	Paket E-Pen 2 in 1/Family
7	300 PW	Paket E-Pen MyFa
8	150 PW	Syaamil Micro SD = Quran
9	50 PW	Mushaf Tulis
10	25 PW	Mushaf TIKRAR B5

Sumber: Data sekunder, (dokumen Syaamil Quran Cabang Surabaya)

Beberapa ketentuan *Reward* dengan tema “Wakaf 1 Juta Quran” yang telah ditetapkan oleh pihak Syaamil Qur’an sebagai berikut:

- Mitra Keluarga Syaamil mengumpulkan poin wakaf untuk mendapatkan *reward*
- Periode perhitungan s.d berakhir
- Produk: yang masuk hitungan adalah produk “Wakaf 1 Juta Quran”
- 1 eks Quran = 1 Poin Wakaf
- Produk reguler & khusus tidak masuk hitungan
- Pencairan *reward* diserahkan kepada masing-masing mitra
- Perhitungan *omset* tidak ada tutup bukunya, dapat dikumpulkan terus selama berbulan-bulan dan bertahun-tahun.¹²⁷

Dapat dilihat bahwa informan yang dipilih di atas telah sesuai rekomendasi dari pihak Syaamil Quran yang telah diranking berdasarkan jumlah poin wakaf yang didapatkan oleh mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya. Berdasarkan data yang diperoleh bahwa mitra yang mencapai jumlah antara 4.000-10.000 Poin Wakaf (PW) hanya berjumlah 3 orang. Kemudian mitra yang mencapai jumlah antara 600-4.000 Poin Wakaf (PW) berjumlah paling banyak yaitu 11 orang, sedangkan mitra yang mencapai jumlah antara 25-600 Poin Wakaf (PW) yaitu 6 orang.

Dilihat berdasarkan jumlah pencapain Poin Wakaf (PW) informan mitra RSQ bahwa mereka yang tidak terpilih sebagai informan dalam penelitian ini dapat dikategorikan dengan pencapaian jumlah Poin Wakaf (PW) berkisar di bawah

¹²⁷Dokumen Syaamil Quran

jumlah 1.010 Poin Wakaf (PW), karena jumlah tersebut merupakan jumlah paling rendah pada informan terpilih. Demikian juga pada informan mitra *reseller* yang tidak masuk dalam kategori informan penelitian ini yaitu mereka hanya memiliki pencapaian jumlah poin wakaf hanya di bawah jumlah terkecil dari informan di atas yaitu 152 Poin Wakaf (PW).

Tabel 4.9 Informan berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Informan
Laki-laki	6
Perempuan	14
Total	20

Sumber: Data sekunder, (dokumen Syaamil Quran cabang Surabaya)

Menurut tabel di atas dapat diketahui bahwa informan dilihat dari jenis kelamin yaitu terdiri dari 6 orang berjenis kelamin laki-laki dan 14 orang berjenis kelamin perempuan. Dalam hal ini bisnis tidak dapat disamakan dengan kewajiban mencari nafkah untuk keluarga. Oleh karena itu perempuan yang tidak memiliki kewajiban menafkahi juga dapat melakukan bisnis selagi tidak ada larangan tertentu.

Jumlah perbandingan informan di atas dapat dilihat bahwa bisnis ini lebih didominasi oleh perempuan, dengan salah satu alasannya karena bisnis ini lebih dominan dilakukan melalui *online* sehingga dapat dilakukan dimana saja. Oleh sebab itu sangat sesuai dijalankan oleh ibu-ibu rumah tangga yang kesehariannya melakukan pekerjaannya di rumah.¹²⁸

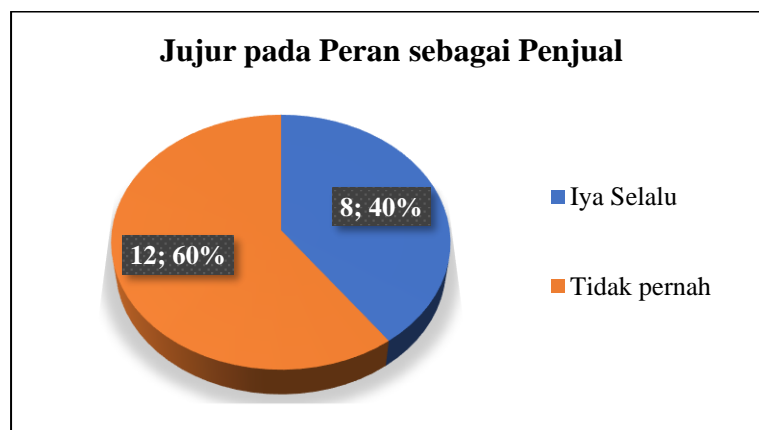
¹²⁸Amie, *wawancara* (Surabaya, 20 April 2021)

D. Penerapan Etika Bisnis Islam oleh Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya pada Model Bisnis Program Galang Wakaf Al-Qur'ān

Konsep etika bisnis Islam pada penelitian ini yaitu dengan mengintegrasikan pada keempat sifat Rasulullah SAW yaitu *ṣiddīq*, *amānah*, *faṭānah*, dan *tablīg*. Keempat sifat tersebut patut dijadikan sebagai acuan prinsip untuk diimplementasikan oleh para pebisnis muslim. Dimana masing-masing memiliki arti yang sangat relevan pada bidang ekonomi yaitu *ṣiddīq* yang berarti jujur, *amānah* artinya terpercaya, kemudian *faṭānah* artinya cerdas, serta *tablīg* yang memiliki arti dalam hal ekonomi yaitu komunikatif/argumentatif. Maka untuk menjawab tujuan penelitian yang berkaitan dengan penerapan etika bisnis Islam pada model bisnis program wakaf al-Qur'ān, akan dipaparkan temuan data yang berkaitan dengan keempat sifat Nabi sebagai indikator prinsip dasar penerapan etika bisnis Islam pada penelitian ini.

1. Penerapan Prinsip *Ṣiddīq* (Jujur/Benar)

Prinsip jujur tidak terbatas dalam hal apapun karena Rasulullah SAW hanya memberikan *statement* secara umum tentang orang-orang yang bersifat jujur akan mendapatkan imbalan yang istimewa di akhirat. Jangankan di akhirat, di dunia pun akan mendapatkan kepercayaan yang sempurna dari orang lain ketika seseorang selalu bersikap jujur. Dalam penelitian ini dipaparkan sikap jujur yang dapat dikategorikan mampu menjawab permasalahan yang ada. Oleh karena itu peneliti memfokuskan pertanyaan tentang prinsip jujur lebih spesifik pada permasalahan penelitian ini.



Gambar 4.1 : Tanggapan Informan tentang Bersikap Jujur pada Perannya sebagai Penjual (Sumber: Data Primer diolah tahun 2021)

Gambar diagram di atas menjelaskan tanggapan informan mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya tentang sikap jujur pada peran mereka sebagai penjual yang memperoleh margin keuntungan dalam program galang wakaf al-Qur’ān. Pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yaitu “apakah anda selalu menjelaskan (bersikap jujur) kepada *wāqif* bahwa anda merupakan mitra Syaamil Quran yang artinya anda sebagai penjual al-Qur’ān dalam program tersebut? kemudian bagaimana mekanisme transaksi yang biasa anda lakukan dengan *wāqif*?” Data ini merupakan data primer yang diolah dari hasil wawancara semi terstruktur. Diperoleh hasil bahwa terdapat 4 orang atau 20% informan yang selalu jujur dalam memberikan informasi kepada *wāqif* tentang peran dirinya sebagai penjual dan akad jual beli yang ada di dalamnya. Selanjutnya terdapat 4 informan atau 20% yang selalu menjelaskan bahwa sedikitpun tidak mengambil margin sebagai mitra. Dan kemudian terdapat 12 orang atau 60% informan menanggapi tidak pernah menjelaskan.

Berdasarkan informan yang menanggapi iya/selalu menjelaskan kepada *wāqif* tentang dirinya dengan alasan karena pada dasarnya harus terdapat ijab qobul jual beli terlebih dahulu untuk memperoleh laba yang halal, kemudian *wāqif* mewakili al-Qur'ān yang menjadi miliknya untuk diwakafkan melalui nadzir atau penggalang wakaf. Pernyataan ini disampaikan oleh 4 informan dengan tanggapan yang hampir sama sebagai berikut:

“Iya bagi saya sangat penting jujur dalam hal itu karena memang biasanya kita sampaikan dulu harga segini sesuai flyer silahkan dipilih untuk dibeli dengan al-Qur'ān yang mana, baru kemudian diwakafkan melalui kita juga walaupun memang dalam transaksi ini ada dua akad tapi masing-masing jelas, dasarnya jual beli kan memang boleh”.¹²⁹

“Kalau di RSQ kami wakaf itu untuk pelosok-pelosok saya sampaikan kalau harga untuk wakaf lebih tinggi sekian dari harga biasanya karena nanti kami gunakan labanya untuk operasional dan membantu guru-guru al-Qur'ān. Jadi memang kita jual dulu baru kemudian mereka wakafkan melalui kita, jelas kalau kami memang penjual”.¹³⁰

Selanjutnya informan yang menanggapi bahwa mereka hanya berperan sebagai nadzir saja dalam program tersebut karena mereka selalu menyampaikan kepada *wāqif* bahwa tidak mengambil sedikitpun profit margin sebagai mitra dari uang wakaf yang diterima, melainkan seluruh uang dibelikan al-Qur'ān atau digunakan sebagai biaya operasional wakaf itu sendiri. Pernyataan ini diu oleh 4 orang informan dengan jawaban yang mirip;

“Kalau untuk wakaf saya gak ambil dari margin itu, jadi biasanya saya sampaikan kalau ada diskon dari Syaamil Quran, tapi tetap tidak ambil kami, semua dikumpulkan dijadikan Quran lagi dan langsung diserahkan kepada Mbak Ami di Syaamil Quran”.¹³¹

¹²⁹Hafid, wawancara (Surabaya, 10 Juni 2021)

¹³⁰Sahrudin, wawancara (Surabaya, 9 Juni 2021)

¹³¹Yacima, wawancara (Surabaya, 8 Juni 2021)

“Saya sampaikan ke semua yang konfirmasi kalau mendapat diskon karena saya sebagai reseller tapi diskonnya memang untuk dikumpulkan dan dijadikan Quran lagi, saya gak berani kalau wakaf mas”.¹³²

Kemudian ditemukan tanggapan terbanyak hingga 12 informan menanggapi tidak pernah menjelaskan bahwa dirinya sebagai mitra/penjual dimana mereka hanya menyebarkan flyer yang bertema “Galang/Gerakan Wakaf Al-Qur’ān”, kemudian ketika ada uang masuk, secara otomatis mendapatkan profit margin 30% dari setiap harga 1 al-Qur’ān. Berikut beberapa pernyataannya;

*“Saya gak menyampaikan karena mereka (wakif) taunya saya jualan al-Qur’ān, jadi memang saya menjual harga al-Qur’ān yang di wakaf seharga al-Qur’ān yang biasa saya jual sehari-hari. Jadi soal ini saya memang memrandingkan diri sebagai penjual, memang misi dari Syaamil Quran kan untuk meningkatkan penjualannya, soalnya kalau ke satu orang mungkin hanya butuh satu tetapi kalau untuk wakaf kan banyak”*¹³³

“Tidak perlu disampaikan karena secara tersirat waqif sudah tau karena ada harga di dalam flyer, mereka sudah tau insyaAllah”.¹³⁴

“Saya tidak menyampaikan, tetapi orang-orang yang berwakaf sudah paham kalau saya sebagai penjual. Sehari-sehari saya memang menjual al-Qur’ān, buku-buku Islami, dan masih banyak”.¹³⁵

“Sampean lebih baik tanya langsung sama pihak Syaamil Quran tentang margin atau diskon yang diperoleh RSQ, kalau saya hanya menyebarkan pamflet kemudian ya sesuai dengan pihak Syaamil Quran. Kalau soal akad dan sebagainya sampean analisis sendiri atau tanya juga tentang akadnya ke pihak Syaamil Quran langsung”.¹³⁶

¹³²Maulina, wawancara (Surabaya, 9 Juni 2021)

¹³³Wuriandari, wawancara (Surabaya, 9 Juni 2021)

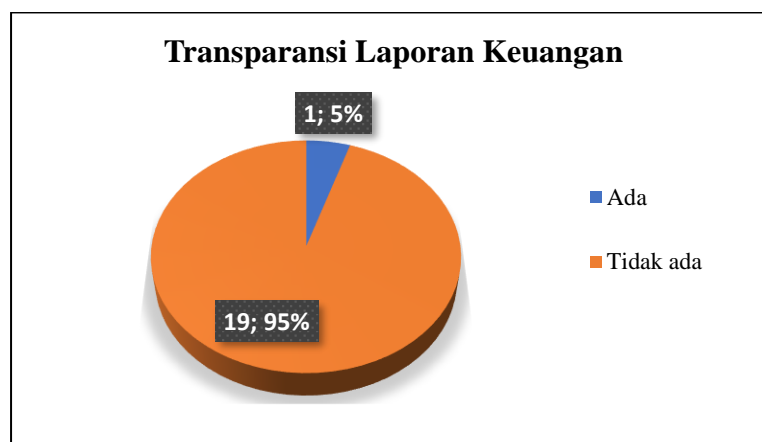
¹³⁴Zaid Raya, wawancara (Surabaya, 13 Juni 2021)

¹³⁵Indri, wawancara (Surabaya, 8 Juni 2021)

¹³⁶Agus, wawancara (Surabaya, 9 Juni 2021)

“Samean tanya ke Ust. Darmidzi aja soalnya saya kurang paham juga soal akadnya, yang disampainkan itu komisi buat mitra gitu”.¹³⁷

Berdasarkan hasil temuan di atas dapat peneliti pahami bahwa terdapat tiga jenis golongan informan dalam melakukan transaksi. Hal ini akan dipaparkan lebih detail pada mekanisme akad sehingga memudahkan peneliti dalam menganalisa terkait akad terjadi berdasarkan hukum Islam.



Gambar 4.2 : Tanggapan Informan tentang Transparansi Laporan Keuangan (Sumber: Data Primer diolah tahun 2021)

Gambar diagram di atas menjelaskan tanggapan informan terhadap *siddiq* dalam melakukan transparansi laporan wakaf kepada para *wāqif* berdasarkan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yaitu “apakah anda memberikan laporan keuangan kepada *wāqif* baik pemasukan dan pengeluarannya?” Data ini merupakan data primer yang diolah dari hasil wawancara semi terstruktur. Diperoleh hasil bahwa terdapat 19 orang atau 95% dari seluruh informan menanggapi tidak ada atau tidak memerikan laporan keuangan kepada *wāqif*. Selanjutnya hanya 1 orang atau 15% dari seluruh

¹³⁷Alfiyanti, *wawancara* (Surabaya, 10 Juni 2021)

informan menanggapi bahwa selalu memberikan laporan keuangan saat al-Qur'ān telah disalurkan.

Demikian Yanna mengatakan;

*“Kalau saya laporannya lengkap dengan data pemasukan dan pengeluaran untuk operasional wakafnya, biasanya saya share ke grub-grub dan dijadikan status, dilaporkan setelah dilakukan penyaluran atau selesai penggalangan jilid 5 misal, foto, video, dan itu laporan keuangannya. nanti saya kirimkan contohnya mas!”*¹³⁸

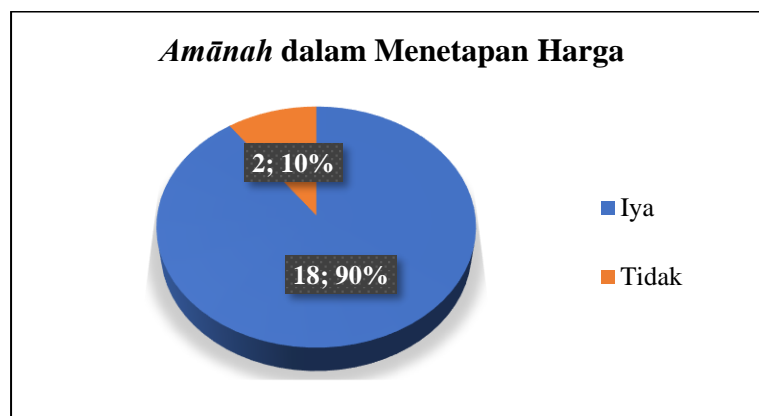
Sedangkan informan yang lain memberikan tanggapan sama yaitu tidak ada laporan keuangan yang melingkupi pemasukan dan pengeluarannya, melainkan hanya memberikan laporan berupa dokumentasi foto dan video.

2. Penerapan Prinsip *Amānah* (Terpercaya)

Selain jujur, *Amānah* juga tidak kalah penting untuk diterapkan pada dunia bisnis. *Amānah* dan kejujuran memiliki hubungan yang sangat erat sehingga kedua sikap tersebut tidak dapat dipisahkan. Menurut Ibnu Katsir *amānah* adalah semua tugas atau pembebanan agama yang meliputi perkara dunia dan akhirat yang ditujukan kepada manusia.¹³⁹ Dalam penelitian ini sikap *amānah* diintegrasikan pada sebuah praktik bisnis yang dalam menjalankannya dibutuhkan seseorang yang dapat dipercaya. Diantara prinsip *amānah* pada bisnis ini yaitu tentang penetapan harga dan margin. Kemudian *amānah* tentang penyaluran dan laporan wakaf. Informan berperan sebagai penjual dan nadzir, dimana salah satu syarat nadzir adalah dapat dipercaya. Maka perlu diketahui tentang bagaimana pengelolaan dan penyalurannya.

¹³⁸Yanna, wawancara (Surabaya, 8 Juni 2021)

¹³⁹Ibnu Katsir. *Tafsir Ibnu Katsir*, (Jakarta: Pustaka Imam Syafii, 2013)



Gambar 4.3 : Tanggapan Informan tentang Penetapan Harga

(Sumber: Data Primer diolah tahun 2021)

Gambar diagram di atas menjelaskan tanggapan informan terhadap *amānah* dalam penetapan harga al-Qur’ān berdasarkan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yaitu “apakah anda menetapkan harga al-Qur’ān dalam *flyer* sesuai ketentuan dari pihak penerbit (Syaamil Quran)? jika iya maka artinya apakah anda memperoleh profit margin dari harga tersebut?” Data ini merupakan data primer yang diolah dari hasil wawancara semi terstruktur. Diperoleh hasil bahwa terdapat 18 orang atau 90% dari seluruh informan menanggapi iya sesuai harga dari Syaamil Quran. Selanjutnya terdapat 2 orang atau 10% dari seluruh informan menanggapi bahwa tidak mencantumkan harga al-Qur’ān sesuai dengan harga umum dari Syaamil Quran.

Dalam menetapkan harga al-Qur’ān pihak penerbit (Syaamil Quran) memberikan kebebasan kepada mitra yang menjalankan program wakaf al-Qur’ān. Artinya mitra bebas mau menaikkan atau menurunkan harga dalam program tersebut. Mitra mendapatkan harga khusus dari penerbit atau dengan kata lain setiap penjualan satu pcs al-Qur’ān mitra mendapatkan potongan

husus sehingga memperoleh profit margin dari ketentuan harga dasar yang ditetapkan penerbit. Perlunya mengetahui hal ini pada mitra karena penentuan harga yang salah dapat mengakibatkan rusaknya harga pasar. Apalagi hanya untuk memperoleh keuntungan pribadi yang besar. Tentu suatu hal yang dilarang dalam Islam.

Terdapat dua orang informan yang menetapkan harga tidak sesuai dengan harga dari Syaamil Quran yaitu disampaikan oleh Yanna Dwi Karini sebagai informan yang murni menggunakan akad wakaf;

“Saya sesuaikan dengan lokasi kebutuhan/pondok, misalkan jauh bisa jadi dinaikkan harganya, tetapi kalau dekat dikurangi, karena kembali lagi untuk pengelolaan wakaf, karena tidak ada biaya wakaf dari pusat, jadi margin atau kelebihan itu saya gunakan untuk biaya penyaluran wakaf, kemudian untuk guru-guru RSQ karena selain RSQ kami gratis dan mereka membantu dalam menjalankan program kegiatan wakaf al-Qur’ān”.¹⁴⁰

Kemudian Sahrudin yang menaikkan harga jual dalam program wakaf karena dia menggunakan akad jual beli dengan laba yang diperoleh kembali untuk kegiatan sosial. Dia mengatakan;

“Margin disini memang murni laba jual beli, karena tadi kan saya tawarkan dulu memang harga untuk wakaf lebih tinggi, tetapi juga saya sampaikan bahwa laba itu disini kami gunakan untuk kegiatan sosial semua, termasuk biaya penyaluran, komisi yang membantu kegiatan ini, bisyarah guru-guru al-Qur’ān di sekitar daerah sini, masjid-masjid, TPQ, dll karena banyak yang gratis. kemudian ya untuk kegiatan sosial lainnya”.¹⁴¹

Kedua informan di atas menetapkan harga tidak sesuai dengan harga dasar Syaamil Quran memiliki alasan baik sehingga tidak ada tujuan tertentu

¹⁴⁰Yanna, wawancara (Surabaya, 8 Juni 2021)

¹⁴¹Sahrudin, wawancara (Surabaya, 9 Juni 2021)

yang dapat merusak harga pasar, serta melanggar ajaran Islam. Demikian juga karena pihak penerbit tidak mengharuskan untuk menetapkan harga sebagaimana patokan harga dasar yang telah dibuat.



Gambar 4.4 : Tanggapan Informan tentang Prinsip *Amānah* dalam Penyaluiran dan Laporan Wakaf (Sumber: Data Primer diolah tahun 2021)

Gambar diagram di atas menjelaskan tanggapan informan tentang prinsip *amānah* dalam melakukan penyaluran dan laporan kepada *wāqif*. Pertanyaan yang diajukan merupakan pertanyaan dasar dari pertanyaan tentang transparansi laporan keuangan wakaf yaitu: “bagaimana model penyaluran dan laporan wakaf yang biasa anda lakukan? adakah barang wakaf yang tidak tersalurkan?” Data ini merupakan data primer yang diolah dari hasil wawancara semi terstruktur. Ditemukan hasil bahwa seluruh informan menanggapi sama yaitu melakukan penyaluran wakaf secara pribadi dan memberikan bukti penyaluran wakaf yang berupa dokumentasi dalam bentuk foto ataupun video. Dan 100% informan menanggapi tidak ada Al-Quran yang tidak disalurkan.

Berikut tanggapan informan yang dirasa mewakili informan lain karena hampir semua model penyaluran dan laporannya sama;

“Model penyalurannya biasanya dikirim melalui ekspedisi setelah semua kebutuhan terpenuhi, setelah itu kita laporkan kepada wakif dalam bentuk dokumentasi foto, dan juga sertifikat wakaf. Kalau yang tertinggal gak mungkin soalnya pasti kita salurkan semuanya”¹⁴²

“Pasti kita salurkan al-Qur’ānnya setelah terpenuhi kebutuhan dari pondok atau lokasi yang butuh, kalau saya laporannya lengkap dengan data pemasukan dan pengeluaran untuk operasional wakafnya, biasanya saya share ke grub-grub dan dijadikan status”¹⁴³

“Kalau laporan wakaf selalu saya kirimkan buktinya saja, berupa foto atau video karena kan nantinya kita dapat kepercayaan dari wakif”¹⁴⁴

Maka prinsip *amānah* dalam menyalurkan *mauquf bih* (al-Qur’ān) yang harus dilakukan oleh seorang nadzir telah diterapkan oleh semua informan. Mayoritas mereka menanggapi dengan tegas bahwa al-Qur’ān wajib disalurkan pada lokasi yang telah ditentukan. Namun berkaitan dengan transparansi laporan wakaf yang hanya berupa bukti foto atau video, dirasa masih kurang memenuhi etika pada prinsip *ṣiddīq* dan *amānah* karena mayoritas tidak memberikan laporan keuangan secara detail kepada *wakif*.

3. Penerapan Prinsip *Faṭānah* (Cerdas)

Faṭānah berarti memiliki pengetahuan luas, nilai-nilai dalam bisnis memiliki visi, pemimpin yang cerdas sadar produk dan jasa serta mengerti akan sesuatu dan dapat menjelaskannya, *faṭānah* dapat juga diartikan dengan

¹⁴²Amiris, *wawancara* (Surabaya, 9 Juni 2021)

¹⁴³Yanna, *wawancara* (Surabaya, 8 Juni 2021)

¹⁴⁴Maulina, *wawancara* (Surabaya, 8 Juni 2021)

kecerdikan atau kebijaksanaan.¹⁴⁵ Prinsip *faṭānah* dapat dinyatakan sebagai strategi hidup setiap muslim. Seorang muslim yang mempunyai kecerdasan dan kebijaksanaan maka akan mementingkan persoalan akhirat dibanding dengan persoalan dunia.¹⁴⁶

Nilai *faṭānah* atau cerdas dalam penelitian ini dikategorikan pada dua hal yaitu tentang strategi promosi dan pelayanan prima kepada pembeli atau *waqif* sehingga dapat memberikan kepuasan demi menciptakan hubungan baik. Kemudian tentang niat atau tujuan mitra menjalankan program wakaf, karena kecerdasan secara spiritual tidak hanya bertujuan untuk keuntungan dunia tetapi untuk memperoleh pahala jariyah sebagai bekal akhirat.

Berikut tanggapan beberapa informan dengan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti “bagaimana anda mempromosikan program galang wakaf tersebut untuk menjangkau masyarakat luas?”.

*“Biasanya saya sebarakan melalui media sosial diantaranya whatsapp, Instagram, Facebook untuk promosi kegiatan wakaf, kan sudah ada pamfletnya jadi tinggal share-share aja, kalau secara manual gak pernah”.*¹⁴⁷

*“kebetulan tingkat golongan masyarakat di kami itu ada dua, yang pertama rekanan kerja, saya share melalui whatsapp, instagram, dan facebook. Alhamdulillah dari sana ada yang inbox, dm dll untuk berwakaf, kemudian saya juga share ke wali santri yang ngaji disini.”*¹⁴⁸

*“Kalau program wakaf jadi memang saya share melauai media sosial dan juga dicantumkan dalam banner di RSQ kita, karena memang salah satu kegiatan RSQ. Jika ada yang mau berwakaf maka memang kita sampaikan terkait harga dan laba untuk kegiatan lainnya”.*¹⁴⁹

¹⁴⁵Darussalam, *Etika Bisnis*, 131

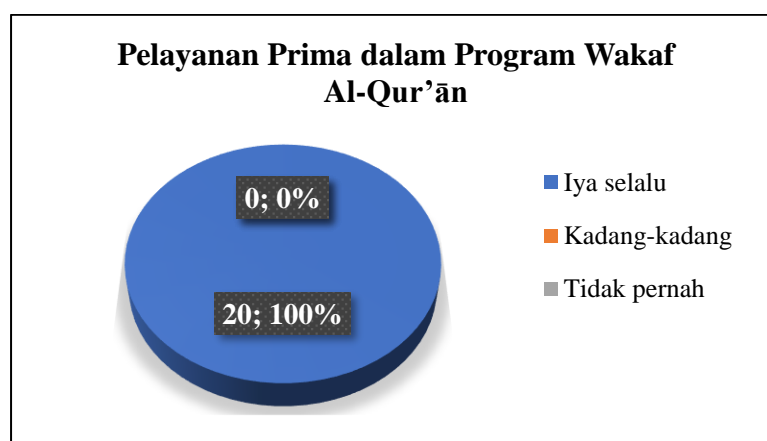
¹⁴⁶Darussalam, *Etika Bisnis*, 131

¹⁴⁷Indri, wawancara (Surabaya, 8 Juni 2021)

¹⁴⁸Hafid, wawancara (Surabaya, 10 Juni 2021)

¹⁴⁹Sahrudin, wawancara (Surabaya, 9 Juni 2021)

Berdasarkan hasil tanggapan informan di atas maka ditemukan seluruh informan telah memaksimalkan strategi promosi untuk menjangkau masyarakat secara luas dengan menggunakan media digital dan baliho/banner yang telah berkembang pada saat ini.



Gambar 4.5 : Tanggapan Informan tentang Memberikan Pelayanan Prima (Sumber: Data Primer diolah tahun 2021)

Gambar diagram di atas menjelaskan tanggapan bahwa informan selalu memberikan pelayanan terbaik. Dalam hal ini pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yaitu “apakah anda selalu memberikan pelayanan terbaik dalam program galang wakaf al-Qur'ān? dan bagaimana anda menanggapi jika ada komplain dari pembeli atau *wāqif*?” Data ini merupakan data primer yang diolah dari hasil wawancara semi terstruktur. Diperoleh hasil bahwa seluruh informan menjawab selalu memberikan pelayanan terbaik dalam program galang wakaf al-Qur'ān.

Beberapa tanggapan informan yang dirasa mewakili informan lain karena dengan tegas dan sama mereka mengatakan selalu memberikan pelayanan terbaik;

“kalau kita memberikan pelayanan yang baik timbal baliknya ke kita juga kan mas, karena nantinya mereka gak berwakaf lagi, sama lah kayak jual beli, jadi harus memberikan kepuasan kepada mereka, ya melalui pelayanan kita”.¹⁵⁰

“biasanya saya sampaikan terimakasih, jazakumullah kahir, dan saya panjatkan doa-doa yang baik juga kepada wakif, iya itu juga salah satu cara agar mereka ikut senang erwakaf melalui kita”.¹⁵¹

“saya kurang tau kalau pemikiran dari waqif ya mas, yang jelas kalau kecewa dia gak akan berwakaf melalui kita lagi, dan selama ini muwaqif-muwaqif di saya semakin berkurang ya saya husnudzan saja bisa jadi karena sudah berwakaf masak berwakaf terus, tapi saya selalu berusaha memberikan yang terbaik kepada mereka”.¹⁵²

Salah satu strategi pelayanan tersebut yaitu dengan pemberian e-sertifikat kepada *waqif*. Dimana E-sertifikat tersebut merupakan piagam penghargaan khusus yang dibuatkan pihak Syaamil Quran sesuai nama *waqif*, jumlah wakaf dan lokasi penyaluran wakaf.

Kemudian ditemukan dua orang informan yang pernah mendapatkan komplain karena suatu hal yang terjadi, diantara;

“Pernah tentang sertifikat saja sih, salah nama wakif, tapi langsung saya konfirmasikan ke Syaamil Quran untuk segera dibuatkan kembali sesuai nama yang benar”.¹⁵³

“Wakif itu bertanya apakah yang galang wakaf di Madura sudah merata kok kebutuhannya banyak, karena saya gak tau akhirnya saya gak ikut galang yang di Madura”.¹⁵⁴

¹⁵⁰Wurindari, wawancara (Surabaya, 9 Juni 2021)

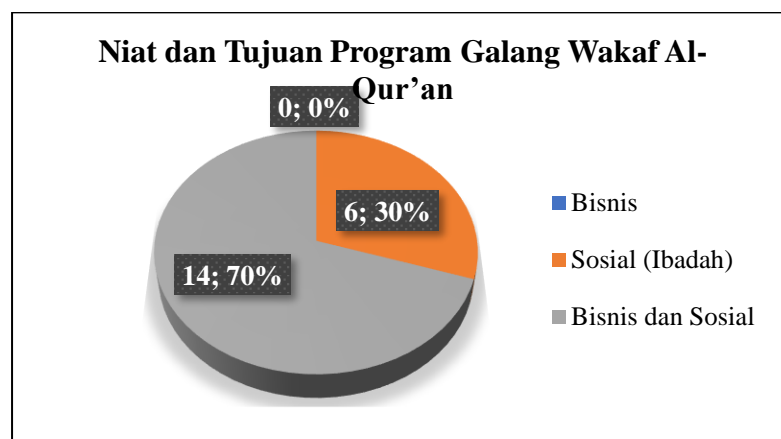
¹⁵¹Indri, wawancara (Surabaya, 8 Juni 2021)

¹⁵²Maharani, wawancara (Surabaya, 8 Juni 2021)

¹⁵³Maulina, wawancara (Surabaya, 9 Juni 2021)

¹⁵⁴Yacima, wawancara (Surabaya, 8 Juni 2021)

Kedua tanggapan dan sikap informan yang pernah mendapatkan komplain membuktikan bahwa telah bersikap tanggap, sabar, dan ramah kepada *wāqif*.



Gambar 4.6 : Tanggapan Informan tentang Niat dan Tujuan Program Wakaf Al-Qur'ān (Sumber: Data Primer diolah tahun 2021)

Gambar diagram di atas menjelaskan tanggapan informan terhadap tujuan dari program galang wakaf al-Qur'ān yang mereka jalankan berdasarkan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yaitu “apa niat dan tujuan anda menjalankan program wakaf al-Qur'ān?” Data ini merupakan data primer yang diolah dari hasil wawancara semi terstruktur. Diperoleh hasil bahwa terdapat 14 atau 70% informan menanggapi bahwa program tersebut memiliki dua tujuan yaitu bisnis dan sosial (ibadah). Selanjutnya terdapat 6 orang atau 30% informan menanggapi bahwa memiliki tujuan sosial (ibadah) saja, yaitu hanya untuk memperoleh pahala jariyah. Dan tidak ditemukan informan yang menanggapi bahwa program tersebut memiliki tujuan bisnis saja.

Demikian pernyataan informan yang memiliki dua tujuan yakni tujuan sosial (ibadah) dan bisnis (profit);

“Sebenarnya tujuan wakaf kan sosial, tapi ada sisi bisnisnya juga, karena saya gak munafik juga soal ini, jadi kalau biasanya saya jualan Qur’an sehari-harinya gak seberapa, karena orang kalau beli buat dirinya sendiri kan gak beli setiap hari sedangkan kalau wakaf kan banyak biasanya, jadi lumayan kalau untuk memperoleh keuntungan melalui program wakaf”.¹⁵⁵

“Tujuannya sosial, namun karena ada jual beli jadi ada sisi bisnis juga, tapi tidak memulu tentang laba dan margin keuntungan, tapi kita juga membantu”.¹⁵⁶

“Memang margin itu laba karena kita menjual al-Qur’ān, tapi kembali lagi pada tujuannya, yaitu sosial memantu pondok atau masjid yang membutuhkan al-Qur’ān, oleh karena itu sebagian dari hasil margin kita gunakan untuk penyaluran wakaf”.¹⁵⁷

Ditegaskan oleh beberapa informan yang menanggapi bahwa hanya bertujuan sosial (ibadah) saja, yaitu hanya untuk memperoleh pahala *jariyah*;

“Tujuannya sosial saja, karena jika saya punya tujuan bisnis tentu laba yang 30% saya ambil untuk kepentingan pribadi, kita gak mikir laba. Jadi semua uang yg masuk ke kita, semua bentuk donasi, bukan untuk keuntungan pribadi, atau kepentingan komunitas kita”.¹⁵⁸

“Kalau tujuan saya cuma untuk sosial dan pahala jariyah aja mas, makanya saya jelaskan soal diskon, sama sekali tidak mengamil keuntungan, tapi gak tau kalau mitra yang lain gimana. Soalnya kan emang ada yang berdagang”.¹⁵⁹

Namun ditemukan sebagian mitra yang bertentangan antara ucapan dan perilakunya. Menyatakan dirinya hanya memiliki niat dan tujuan sosial (ibadah) saja tetapi pada praktiknya mereka mengambil laba keuntungan dari margin harga yang dibuat. Artinya terdapat sebagian kecil mitra yang kurang menerapkan prinsip *faṭānah* terkait niat dan tujuannya.

¹⁵⁵Indri, wawancara (Surabaya, 8 Juni 2021)

¹⁵⁶Hafid, wawancara (Surabaya, 10 Juni 2021)

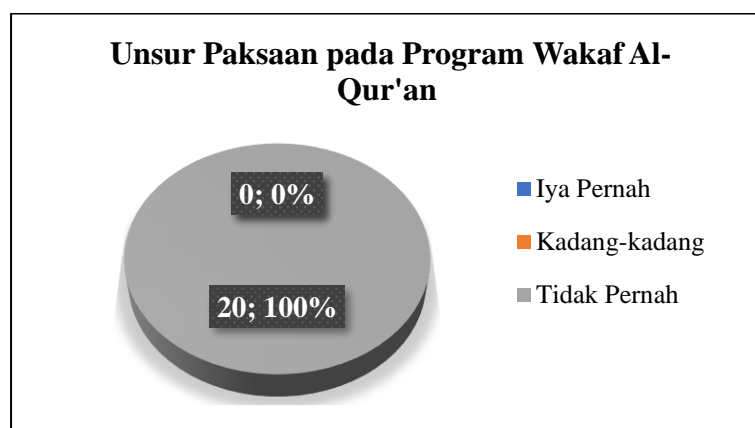
¹⁵⁷Zaid Raya, wawancara (Surabaya, 13 Juni 2021)

¹⁵⁸Amiris, wawancara (Surabaya, 9 Juni 2021)

¹⁵⁹Maulina, wawancara (Surabaya, 9 Juni 2021)

4. Penerapan Prinsip *Tablīg* (Komunitatif/Argumentatif)

Rasulullah SAW dikaruniai sifat *tablīg* untuk menyampaikan apa yang diterima dari Allah SWT kepada umatnya secara sempurna tanpa ada yang kurang sedikitpun. Nilai dasar dari sifat *tablīg* adalah komunikatif dan nilai bisnisnya ialah supel, penjual yang cerdas, deskripsi tugas, kerja tim, dan koordinasi. Hal ini berarti bahwa orang yang memiliki sifat *tablīg* harus komunikatif dan argumentatif.¹⁶⁰ Dapat peneliti pahami prinsip *tablīg* juga berkaitan dengan prinsip *ṣiddīq* dan *amānah* dimana seorang pebisnis harus memberikan informasi yang sebenar-benarnya, selanjutnya berkaitan dengan prinsip *faṭānah* karena dalam promosi dan pelayan harus bersikap argumentatif dan komunikatif. Selain itu terdapat larangan memaksa yang juga menjadi bagian dari prinsip *tablīg*. Sebab wakaf merupakan hal yang harus dilakukan suka rela, begitupun jual beli bahwa prinsip saling rela merupakan syarat mutlaknya. Oleh karena itu larangan memaksa pihak tertentu dalam program ini sangat penting karena akan mengakibatkan ketidakrelaan pada salah satu pihak.



¹⁶⁰Darussalam, *Etika Bisnis*, 214

Gambar 4.7 : Tanggapan Informan tentang Unsur Paksaan

(Sumber: Data Primer diolah tahun 2021)

Gambar diagram di atas menjelaskan tanggapan informan tentang unsur paksaan kepada pihak lain untuk berkontribusi dalam program galang wakaf al-Qur'ān. Dalam hal ini pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yaitu “apakah anda pernah memaksa seseorang agar berkontribusi dalam program galang wakaf al-Qur'ān?” Data ini merupakan data primer dengan menggunakan model wawancara semi terstruktur. Diperoleh hasil bahwa seluruh informan atau 100% informan menjawab tidak pernah memaksa seseorang agar berkontribusi dalam program galang wakaf al-Qur'ān.

Berikut tanggapan tegas yang hampir sama dengan informan lain;

“tidak pernah, wakaf kok dipaksa-paksa ya gak lah, walaupun ada jual belinya ya tetap gak boleh kalau memaksa, jadi hanya menawarkan saja”.¹⁶¹

“ya gak la mas, yang mau saja, kan suka rela aja, jadi gak oleh memaksa untuk program ini ”.¹⁶²

E. Mekanisme Akad pada Transaksi Galang Wakaf Al-Qur'ān yang Dilakukan Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya

Masalah transaksi muncul karena mitra mendapat margin keuntungan dari *mauquf bih* (barang wakaf) yang diterima dari *wāqif* (orang yang berwakaf) dalam bentuk tunai. Pada praktiknya mitra/penggalang hanya menyebarkan pamflet yang bertema “Galang/Gerakan Wakaf Al-Qur'ān” tetapi tidak menjelaskan bahwa dirinya sebagai penjual. Oleh sebab itu banyak mitra mengalami keraguan terhadap

¹⁶¹Indri, wawancara (Surabaya, 8 Juni 2021)

¹⁶²Yacima, wawancara (Surabaya, 8 Juni 2021)

hukum transaksi program tersebut. Sebagaimana yang disampaikan Maharani sebagai mitra yang paling aktif, paling lama, dan paling banyak perolehan poin wakaf dalam menjalankan bisnis tersebut;

“Sebenarnya bukan komplain dari wakif tetapi dari mitra ya, terutama yang baru banyak yang menanyakan tentang akad pada program wakaf ini, mungkin banyak yang ragu karena mereka mendapatkan margin keuntungan dari wakaf. diantara mereka tentang akadnya, termasuk saya awal-awal masih bingung dan berkali-kali saya menanyakan ini kepada pihak Syaamil Quran”.¹⁶³

Ditemukan juga pernyataan dari salah satu pegawai Syaamil Quran yang mengelola mitra program wakaf;

“Tentang wakaf, sudah dijelaskan berulang kali, kadang info yang sudah di share belum sepenuhnya di mengerti oleh mitra. Maklum, kebanyakan ibu-ibu”.¹⁶⁴

Pihak penerbit (Syaamil Quran) sebagai penyelenggara telah memberikan edukasi khusus kepada mitranya tentang pelaksanaan akad dalam kegiatan program wakaf al-Qur’ān. Peneliti memperoleh data dari hasil *Focus Group Discussion (FGD)* yang selenggarakan oleh penerbit (Syaamil Quran) tentang mekanisme akad dan hukum Islam pada transaksi program wakaf Al-Quran sebagai berikut;

“Pertama, pahami dulu bentuk transaksi yang akan terjadi saat mengadakan program wakaf mushaf Al-Quran.

Perhatikan judul berikut:

- 1. Wakaf mushaf Al-Quran.*
- 2. Wakaf tunai untuk pengadaan Mushaf Al-Quran.*

Terjadi perbedaan transaksi antara poin 1 dan 2.

Poin 1 yang diwakafkan adalah mushaf Al-Quran, sedangkan poin 2 yang diwakafkan adalah Uang Tunai.

¹⁶³Maharani, wawancara (Surabaya, 8 Juni 2021)

¹⁶⁴Amie, wawancara (Surabaya, 10 Juni 2021)

Pada poin 1, karena yang diwakafkan adalah mushaf, maka ketika donatur memberikan uang senilai harga jual mushaf kpd RSQ belum terjadi akad wakaf, terlebih dulu terjadi akad jual beli antara donatur dg RSQ. Maka, adapun selisih harga jual dan harga modal yang diterima RSQ, termasuk kedalam laba yang sifatnya halal, karena hasil jual beli. Maka selanjutnya tugas RSQ adalah menyiapkan mushaf yang sudah dibeli oleh donatur tsb untuk 'ditandai' bahwa mushaf tsb sudah milik donatur yang kemudian akan diwakafkan melalui program wakaf yg dilakukan RSQ.

Lebih sederhananya lagi, dalam hal ini sama seperti ketika donatur langsung mewakafkan dalam bentuk mushafnya langsung, dan tentu untuk mendapatkan mushaf tsb, donatur pun akan membeli mushaf kpd penjual dimanapun tempatnya. Maka bagi penjual tsb, tetap halal memberikan harga jual yang tentunya punya laba, sekalipun dari awal donatur tsb bilang bahwa mushafnya mau diwakafkan.

Jadi, pada poin 1 ini terjadi 2 macam transaksi, pertama jual beli, kedua wakaf mushaf.

Sedangkan pada poin 2 bentuk transaksinya adalah wakaf uang untuk dibelikan mushaf,, maka setiap uang yang diberikan donatur kpd RSQ, harus seluruhnya dibelikan mushaf sesuai amanah akad tsb, tidak boleh ada margin yang diambil”¹⁶⁵.

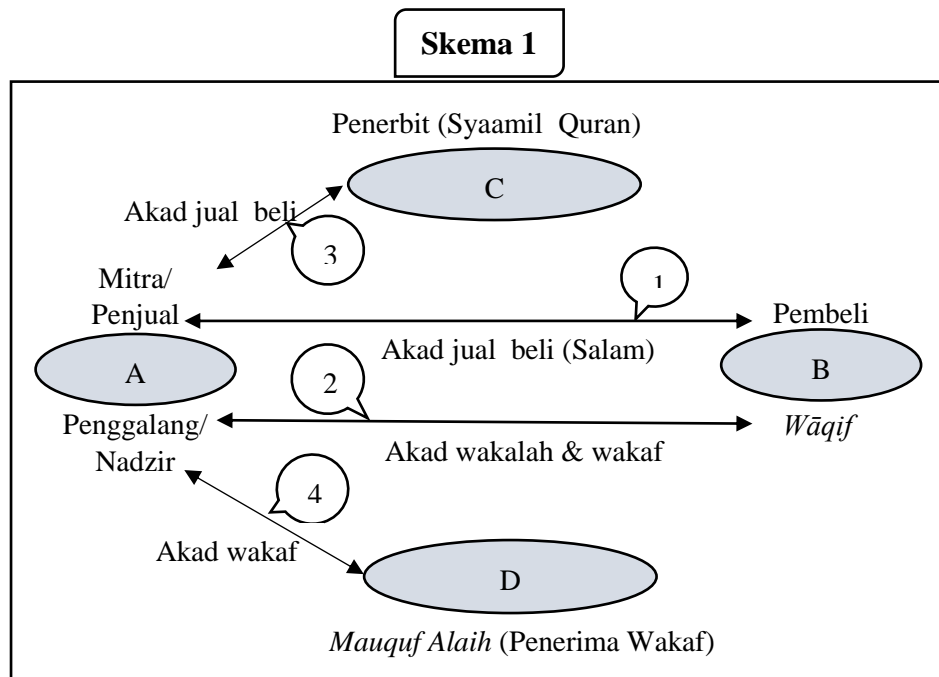
Dapat peneliti pahami berdasarkan uraian data di atas bahwa mitra berperan sebagai penjual harus bertransaksi akad jual beli terlebih dahulu dengan *wāqif* atau disebut donatur dalam data di atas. Selanjutnya dilakukan akad wakaf antara *wāqif* dengan mitra. Praktik yang banyak terjadi di lapangan yaitu mitra/penggalang hanya menyebarkan pamflet yang bertema “Galang/Gerakan Wakaf Al- Qur’ān” kemudian mendapatkan laba tanpa menjelaskan bahwa dirinya sebagai penjual sehingga tidak ada jaminan *wāqif* sadar bahwa ia bertransaksi jual beli dengan mitra/penggalang, karena *wāqif* hanya mengira kalau mitra hanya mewakili uang yang diberikan *wāqif* untuk dibelikan al-Quran kemudian

¹⁶⁵Focus Group Discussion (FGD) yang dilakukan 19 Maret 2020 (Sumer Data Primer Syaamil Quran)

disalurkan kepada lokasi tertentu. Bahkan yang terjadi ditemukan anggapan negatif pada program tersebut. Sebagaimana dikatakan salah satu *wāqif*;

“Walaupun saya sadar bahwa harus membeli ketika mau berwakaf tapi saya taunya dia hanya sebagai perantara yang membelikan al-Qur’ān dengan uang yang kita kasi, terus dia yang mewakafkan, soalnya gak dijelaskan kalau dia penjual juga, bisa jadi program ini hanya strategi marketing aja untuk meningkatkan penjualan, saya gak paham juga soal akadnya, jadi gak tau juga hukumnya”.¹⁶⁶

Pernyataan di atas merupakan bukti bahwa terdapat salah satu pihak yang merasa kecewa akibat transaksi yang tidak transparan. Praktik di lapangan dapat peneliti temukan melalui hasil data penerapan prinsip *ṣiddīq* tentang perannya. Peneliti membagi tiga golongan informan dalam melakukan transaksi sebagaimana digambarkan dalam bentuk skema berikut agar lebih mudah dipahami.



Gambar 4.8 : Skema Akad pada Informan Golongan Pertama

(Sumber data primer diolah tahun 2021)

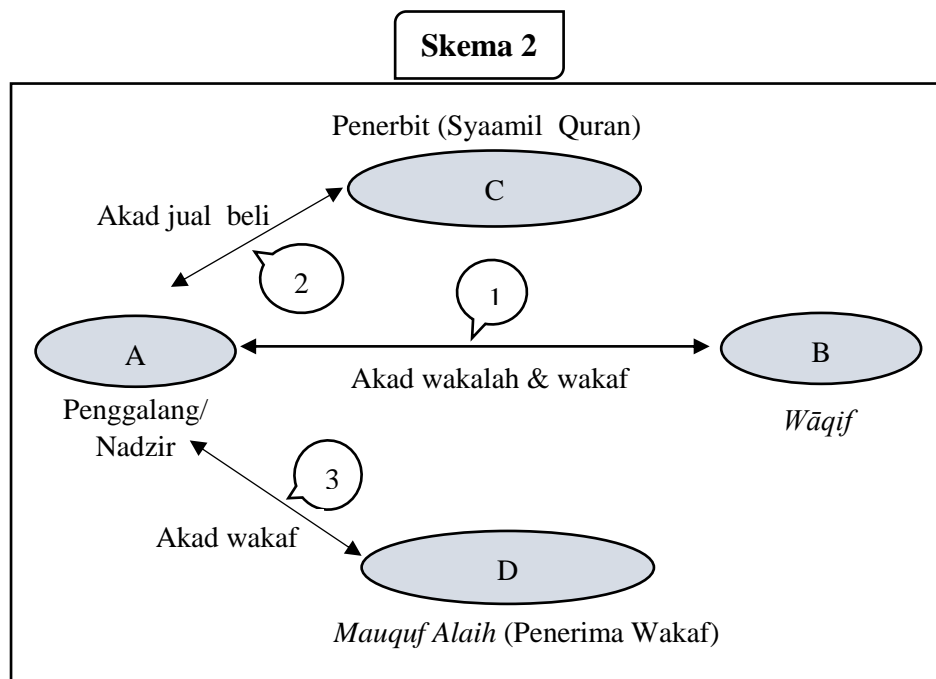
¹⁶⁶Irwan, (Surabaya, Februari 2020)

Gambar skema di atas menjelaskan akad-akad yang terjadi pada transaksi bisnis program galang wakaf al-Qur’ān yang dijalankan oleh 4 informan. Mereka selalu memperjelas kembali kepada *wāqif* tentang dirinya sebagai mitra/penjual dan akad jual beli yang terjadi diantaranya, kemudian juga memperjelas akad wakalah dan wakaf di dalamnya. Berikut penjelasannya;

1. Pertama, terjadi akad jual beli pesanan (*bai’ salam*) saat (A) menawarkan harga al-Qur’ān yang tertera di *flyer* dan memperjelas perannya bahwa ia sebagai penjual/mitra, sehingga (B) menyadari bahwa (A) juga sebagai penjual dan bertransaksi jual beli dengannya.
2. Kedua, terjadi akad *wakalah* dan *waqaf*, yaitu berdasarkan *flyer* yang bertema “Galang/Gerakan Wakaf Al- Qur’ān” maka secara tersirat (B) sadar bahwa uangnya diwakilkan kepada (A) untuk dibelikan al-Qur’ān kemudian disalurkan kepada *mauquf alaih*. Namun dalam hal ini informan selalu mempertegas kembali ijab qobul akad *wakalah* dan *waqaf*.
3. Ketiga, terjadi akad jual beli antara (A) dengan (C) pada saat (A) membayar kepada (C) sesuai ketentuan harga mitra kemudian mendapatkan barang (al-Qur’ān) yang telah menjadi milik (B).
4. Keempat, terjadi akad *waqaf* antara (A) dengan (D) saat menyalurkan *mauquh bih* (al-Qur’ān) milik (B) sesuai lokasi yang telah ditentukan.

Catatan: Salam adalah jual beli barang dengan cara pesanan dan pembayaran harga terlebih dahulu dengan syarat-syarat tertentu.¹⁶⁷

¹⁶⁷Fathurrahman Djamil. *Penerapan Hukum Perjanjiandalam transaksi di Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), 32



Gambar 4.9 : Skema Akad pada Informan Golongan Kedua

(Sumber data primer diolah tahun 2021)

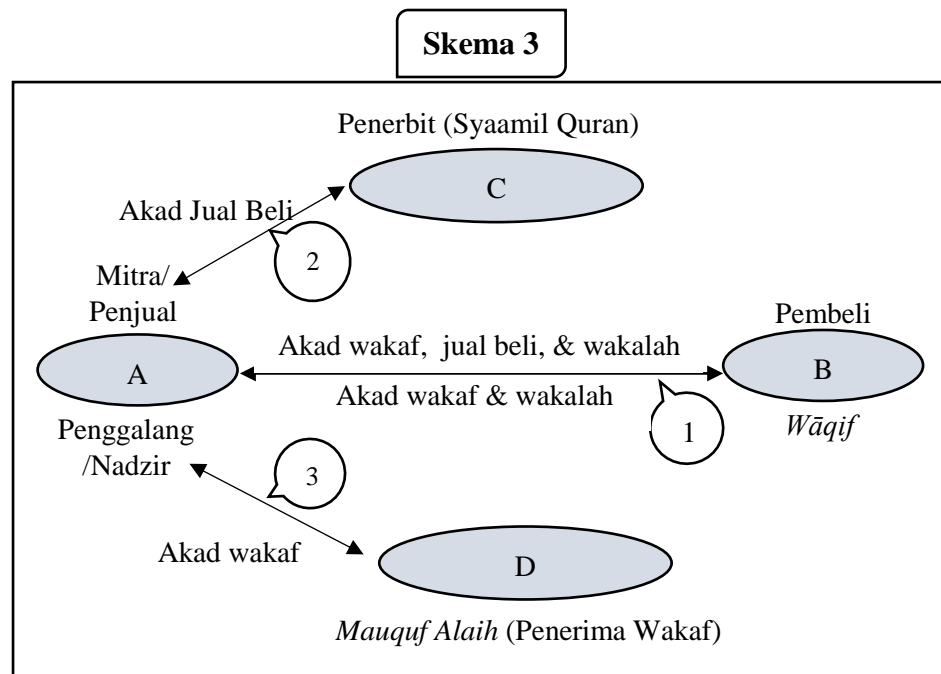
Gambar skema di atas menjelaskan akad-akad yang terjadi pada transaksi bisnis program galang wakaf al-Qur’ān yang dijalankan oleh 4 informan. Dimana mereka selalu menyampaikan bahwa dirinya sebagai mitra dan tidak mengambil sedikitpun profit margin dari uang wakaf yang diterimanya, melainkan seluruhnya dibelikan Al-Quran atau sebagian digunakan sebagai biaya operasional wakaf. Berikut penjelasannya;

1. Pertama, terjadi akad *wakalah* dan *waqaf*, yaitu berdasarkan *flyer* yang bertema “Galang/Gerakan Wakaf Al-Qur’ān” maka secara tersirat (B) sadar bahwa uangnya diwakilkan kepada (A) untuk dibelikan al-Qur’ān kemudian disalurkan kepada *mauquf alaih*. Dalam hal ini (A) memperoleh potongan 30% setiap harga 1 al-Qur’ān, tetapi (A) selalu menyampaikan kepada (B) bahwa ia mendapat profit margin karena sebagai mitra Syaamil

Quran. Selain itu (A) juga mempertegas kepada (B) bahwa tidak mengambil sedikitpun uang yang diterima untuk pribadi melainkan seluruhnya dibelikan al-Qur'ān atau sebagian untuk operasional penyaluran wakaf.

2. Kedua, terjadi akad jual beli antara (A) dengan (C) pada saat (A) membayar kepada (C) sesuai ketentuan harga mitra kemudian mendapatkan barang (al-Qur'ān) yang telah menjadi milik (B).
3. Ketiga, terjadi akad *waqaf* antara (A) dengan (D) saat menyalurkan *mauquf bih* (al-Qur'ān) milik (B) sesuai lokasi yang telah ditentukan.

Catatan: Jika terdapat *ujroh* (upah) pada akad *wakalah* yang terjadi maka telah disepakati kedua pihak (antara *wāqif* dan nadzir) sesuai berat tugasnya.



Gambar 4.10 : Skema Akad pada Informan Golongan Ketiga

(Sumber data primer diolah tahun 2021)

Gambar skema di atas menjelaskan akad-akad yang terjadi pada transaksi bisnis program galang wakaf al-Qur'ān yang dijalankan oleh 12 informan. Dimana mereka tidak pernah menjelaskan bahwa dirinya sebagai mitra/penjual. Hanya menyebarkan *flyer* yang bertema “Galang/Gerakan Wakaf Al- Qur'ān”, kemudian ketika ada uang masuk, secara otomatis mendapatkan profit margin 30% dari setiap harga 1 al-Qur'ān. Berikut penjelasannya;

1. Pada nomer 1 terbagi menjadi dua opsi akad yang terjadi berdasarkan analisa peneliti. Hal ini disebabkan karena penggalang (A) tidak menjelaskan kepada (B) bahwa dirinya juga berperan sebagai penjual atau mitra Syaamil Quran.
 - *Opsi 1*, terjadi akad *wakalah* dan *waqaf*, yaitu berdasarkan *flyer* yang bertema “Galang/Gerakan Wakaf Al-Qur'ān” maka secara tersirat (B) sadar bahwa uangnya diwakilkan kepada (A) untuk dibelikan al-Qur'ān kemudian disalurkan kepada *mauquf alaih*. Di sisi lain (A) memperoleh potongan 30% setiap harga 1 al-Qur'ān yang merupakan laba karena berdasarkan perannya sebagai mitra/penjual. Atau 30% bisa dianggap sebagai *ujroh* (upah) dari (B) karena dia sebagai penggalang/nadzir. Namun hal tersebut tanpa sepengetahuan (B) yang artinya tidak ada kesepakatan jual beli maupun *ujrah* yang jelas diantara kedua pihak.
 - *Opsi 2*, terjadi akad jual beli pesanan (*bai' salam*), *wakalah* dan *waqaf* secara bersamaan, dimana pada dasarnya penggalang (A) adalah mitra Syaamil Quran atau penjual produk al-Qur'ān dari brand

Syaamil Quran. Dalam bisnis tersebut terdapat transaksi jual beli yang dilakukan antara (A) dan (B) namun tidak disepakati keduanya, atau tidak ada ijab qobul jual beli yang jelas diantara kedua pihak walaupun harga telah tertera dalam *flyer* yang disebar sehingga tidak ada jaminan bahwa (B) sadar bertransaksi jual beli dengan (A). Hal tersebut bersamaan dengan akad *wakalah* dan *waqaf* karena berdasarkan *flyer* yang bertema “Galang/Gerakan Wakaf Al-Qur’ān” maka secara tersirat (B) sadar bahwa *mauquf bih* diwakilkan kepada (A) untuk disalurkan kepada *mauquf alaih*.

2. Kedua, terjadi akad jual beli antara (A) dengan (C) pada saat (A) membayar kepada (C) sesuai ketentuan harga mitra kemudian mendapatkan barang (al-Qur’ān) yang telah menjadi milik (B).
3. Ketiga, terjadi akad wakaf antara (A) dengan (D) saat menyalurkan *mauquh bih* (al-Qur’ān) milik (B) sesuai lokasi yang telah ditentukan.

BAB V

PEMBAHASAN

Setelah dilakukan pemaparan data pada bab sebelumnya maka dirasa telah mampu membahas hasil dari tujuan penelitian ini. Pada pembahasan kali ini peneliti akan memberikan penyajian analisis data berdasarkan temuan data yang telah diperoleh dari subjek penelitian, baik berupa data primer dan data sekunder diantaranya hasil data observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya akan dilakukan pemaparan pembahasan secara terperinci dengan mengintegrasikan temuan di lapangan pada teori-teori yang ada.

A. Penerapan Etika Bisnis Islam oleh Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya pada Model Bisnis Program Galang Wakaf Al-Qur'an

Dalam sejarah telah tercatat bahwa seorang saudagar dari kalangan muslim yang sukses diperankan oleh Nabi Muhammad SAW. Mulai sejak dini pada usia 6 tahun sudah mengembala domba, kemudian pada umur 12 beliau sudah mulai berdagang hingga ke Syria, tidak hanya itu pada umur 25 tahun beliau sudah menjadi saudagar yang kaya raya dan sudah berdagang hingga ke luar negeri tidak kurang dari 18 kali. Di antara negeri yang dijangkau pada saat itu yaitu, Yaman, Syiria, Busra, Iraq, Yordania, Bahrain, dan simpul-simpul perdagangan lainnya di jazirah Arab.¹⁶⁸

Di balik kesuksesan Rasulullah SAW dalam dunia bisnis terdapat beberapa sifat yang sangat melekat pada dirinya sehingga beliau tidak pernah mengecewakan

¹⁶⁸Ippho Santosa, *Muhammad Sebagai Pedagang*, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2008), 21

mitra dan para pembelinya. Siapapun yang berdagang dengannya merasa senang dan puas terhadap sikap dan perilakunya. Tidak lain bukan hanya karena Muhammad SAW sebagai manusia yang diciptakan paling sempurna oleh Tuhan namun terdapat sifat-sifat yang dapat diamati, ditiru dan diimplementasikan oleh para saudagar muslim sekarang. Sifat Rasulullah SAW yang paling masyhur di kalangan kaum muslim terdapat empat diantaranya *ṣiddīq*, *amānah*, *faṭānah*, dan *tablīg*. Keempat sifat itu menjadi rahasia umum sebagai kunci sukses berdagang. Sebagaimana pada penelitian ini menjadikan keempat sifat tersebut menjadi prinsip dasar dalam menjalankan bisnis. Maka temuan di lapangan diintegrasikan pada indikator etika bisnis Islam berdasarkan prinsip *ṣiddīq*, *amānah*, *faṭānah*, dan *tablīg*.

1. Penerapan Prinsip *Ṣiddīq* (Jujur/Benar)

Berdasarkan paparan data terkait penerapan prinsip *ṣiddīq* maka ditemukan hasil bahwa 12 atau 60% informan dikategorikan tidak pernah menjelaskan kepada *wāqif* bahwa mereka sebagai penjual sehingga tidak ada jaminan *wāqif* sadar bahwa ia bertransaksi jual beli dengan mitra/penggalang atau yang terjadi *wāqif* hanya mengira kalau mitra/penggalang hanya mewakili uangnya untuk dibelikan al-Qur'ān kemudian disalurkan kepada lokasi tertentu. Artinya *wāqif* mengira penggalang hanya berperan sebagai nadzir. Bahkan yang terjadi ditemukan anggapan bahwa program wakaf hanya sebagai strategi untuk meningkatkan volume penjualan. Maka menimbulkan dilema atau keraguan terhadap hukum Islam pada transaksi yang terjadi.

Kemudian ditemukan hingga 19 atau 95% tidak pernah memberikan laporan keuangan secara detail. artinya secara administratif mereka belum menerapkan prinsip jujur. Dimana dalam hal prinsip tertib administrasi telah jelas terkandung dalam Q.S Al-Baqarah ayat 282;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا ۚ

Artinya:“ Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya, maka hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berutang itu mendiktekan, dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia mengurangi sedikit pun daripadanya.¹⁶⁹

Berlandaskan ajaran Islam prinsip jujur merupakan suatu sikap yang sangat urgen untuk diterapkan oleh pedagang. Sebagaimana dalam dunia bisnis Muhammad SAW diakui dengan gelar *al-Amīn* karena kejujuran dan sangat terpercaya.¹⁷⁰ Artinya prinsip jujur menjadi prinsip unggulan nabi dalam perdagangan. Dalam hal kejujuran Rasulullah SAW bersabda;

إِنَّ الصُّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لِيَصْدُقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدْقًا ، وَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لِيَكْذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَابًا (متفق عليه)

Artinya:“Sesungguhnya kejujuran mengantarkan kepada kebaikan. Dan kebaikan akan mengantarkan ke dalam surga. Seseorang yang selalu berusaha untuk jujur akan dicatat oleh Allah sebagai orang jujur. Dan jauhilah oleh kamu sekalian dusta, karena dusta itu akan

¹⁶⁹Al-Qur’ân, 2: 282

¹⁷⁰Santosa, *Muhammad Sebagai Pedagang*, 21

mengantarkan kepada kejahatan. Dan kejahatan akan mengantarkan ke dalam neraka. Seseorang yang selalu berdusta akan dicatat oleh Allah sebagai pendusta”. (HR. Mutafaqun Alaih)

التَّاجِرُ الْأَمِينُ الصَّدُوقُ الْمُسْلِمُ مَعَ الشُّهَدَاءِ فِي رَوَايَةٍ: مَعَ النَّبِيِّينَ وَ الصَّادِقِينَ وَ الشُّهَدَاءِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ (رواه ابن ماجه والحاكم والدارقطني وغيرهم)

Artinya: “Seorang pedagang muslim yang jujur dan amanah (terpercaya) akan (dikumpulkan) bersama para Nabi, orang-orang shiddiq dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat”. (HR. Ibnu Majah dan Hakim)

Prinsip jujur tidak terbatas dalam hal apapun karena Rasulullah SAW hanya memberikan *statement* secara umum tentang orang-orang yang bersikap jujur akan mendapatkan imbalan yang istimewa di akhirat. Jangankan di akhirat, di dunia pun akan mendapatkan kepercayaan yang sempurna dari orang lain ketika seseorang selalu bersikap jujur. Hasil temuan terkait prinsip jujur pada penelitian ini dapat peneliti simpulkan bahwa mayoritas informan belum sepenuhnya menerapkan prinsip *ṣiddīq* (jujur) terkait perannya sebagai penjual dan transparansi administrasi dalam menjalankan bisnis program galang wakaf al-Qur’ān.

2. Penerapan Prinsip *Amānah* (Terpercaya)

Amānah merupakan hal yang sangat penting untuk diterapkan pada dunia bisnis. *Amānah* dan kejujuran memiliki hubungan yang sangat erat sehingga kedua sikap tersebut tidak dapat dipisahkan. Oleh karena itu ketika ada seseorang yang selalu jujur dalam ucapannya tentu memiliki sifat *amānah* dalam melakukan tindakan sesuai dengan apa yang diucapkannya. Karena secara arti amanah adalah dapat dipercaya. Menurut Ibnu Katsir amanah adalah semua tugas atau pembebanan agama yang meliputi perkara dunia dan akhirat

yang ditujukan kepada manusia. Dari segi bahasa, *amānah* berasal dari bahasa arab yang berarti aman, jujur, atau dapat dipercaya. Demikian juga Muhammad SAW diakui dengan gelar *al-Amīn* karena sangat terpercaya.¹⁷¹ Artinya prinsip *amānah* sangat penting untuk diterapkan oleh seorang pebisnis. Prinsip *amānah* dalam penelitian ini dapat dikaitkan pada beberapa hal diantaranya;

a. *Amānah* dalam menetapkan harga

Menurut paparan data yaitu 90% atau 18 informan menetapkan harga sesuai dengan ketentuan dari pihak penerbit (Syaamil Quran). Sedangkan 10% atau 2 orang informan menetapkan harga al-Qur'ān lebih tinggi. Meskipun terdapat dua informan yang menetapkan harga sendiri pada program galang wakaf karena memiliki alasan baik bukan untuk merusak harga pasar atau memperoleh keuntungan besar. Demikian juga karena pihak penerbit memberikan kebebasan dalam menetapkan harga.

Penetapan harga berkaitan dengan asas keadilan yang dijunjung tinggi oleh Islam. Dimana penentuan harga harus adil, sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dalam semua transaksi yang Islami. Bahkan, keadilan sering kali dipandang sebagai inti sari dari ajaran Islam.¹⁷² Harga yang tidak transparan dapat menimbulkan penipuan, oleh karena itu penetapan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba.¹⁷³ Adil dalam hal penetapan

¹⁷¹Santosa, *Muhammad Sebagai Pedagang*, 21

¹⁷²Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, 351, 351

¹⁷³Djakfar, *Etika Bisnis*, 32

harga merupakan unsur yang harus dilakukan oleh pihak penjual sehingga tidak ada unsur tujuan merusak harga pasar dan membuat pihak lain dirugikan, apalagi jika untuk kepentingan pribadi atau kelompok tertentu maka hal itu dilarang dalam Islam. Maka berdasarkan hasil temuan yang diintegrasikan pada teori tersebut yaitu seluruh informan telah menerapkan prinsip *amānah* terkait penetapan harga dan margin.

b. *Amānah* dalam melakukan penyaluiran dan memberikan laporan wakaf.

Dipaparkan data bahwa semua informan memberikan tanggapan yang sama yaitu pasti menyalurkan *mauquf bih* (al-Qur'ān) sesuai dengan lokasi yang ditentukan, dan selalu memberikan laporan kepada *waqif* dalam bentuk dokumentasi berupa foto atau video saat al-Qur'ān telah disalurkan.

Dalam hal ini perlunya perhatian khusus pada tanggung jawab seorang nadzir, karena merupakan pihak yang dapat menentukan kesuksesan dari wakaf yang dikelolanya. Oleh karena itu salah satu syarat pada nadzir perseorangan yaitu harus *amānah*.¹⁷⁴ Artinya seorang nadzir haruslah dapat dipercaya sebagai orang yang profesional dalam mengelola wakaf, baik dari segi pendistribusian, penghimpunan, maupun menyaluran manfaatnya.

¹⁷⁴Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf, pasal 10. Dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2006, Pasal 4

Jika hanya dilihat sekilas terkait tanggapan informan bahwa telah melakukan penyaluran wakaf maka mayoritas informan telah menerapkan prinsip *amānah* sebagai nadzir. Namun disisi lain mereka memberikan laporan wakaf yang hanya berbentuk dokumentasi foto atau video maka secara etika belum maksimal karena mereka tidak memberikan transparansi laporan keuangan secara detail kepada *wāqif*, baik pemasukan dan pengeluarannya. Maka dapat peneliti simpulkan mayoritas informan belum maksimal dalam menerapkan prinsip *amānah* pada bisnis program galang wakaf al-Qur'ān yang mereka jalankan.

3. Penerapan Prinsip *Faṭānah* (Cerdas)

Faṭānah yang berarti cerdas. Rasulullah SAW dalam sejarahnya telah terbukti dari bentuk ucapan hingga perilakunya semua memiliki arti dan nilai manfaat. Diantara sifat yang tercermin pada ucapannya yaitu sebagaimana kita ketahui segala yang disampaikan beliau terbukti akan kebenarannya dan menjadi pedoman hidup bagi umat muslim. Selain itu atas kecerdasannya beliau dapat mengubah bangsa arab yang jahiliyah menjadi bangsa yang berilmu, kemudian dapat menyatukan bangsa arab yang dahulu terpecah belah, hingga dalam kegiatan berdagang pun beliau merupakan seorang saudagar yang kaya raya. Artinya melalui kecerdasannya beliau menjadi saudagar sukses, maka harusnya sebagai pedagang muslim mampu menerapkan prinsip *faṭānah* seperti yang dicontohkan dan dikatakan beliau dalam dunia bisnis.

- a. *Faṭānah* terkait strategi promosi dan pelayanan prima.

Berdasarkan paparan data ditemukan bahwa semua informan memiliki tanggapan yang sama, yaitu mereka mempromosikan program wakaf untuk menjangkau masyarakat secara luas melalui media sosial yang biasa digunakan masyarakat umum, diantaranya *whatsapp, facebook,* dan *instagram,* serta menggunakan banner. Dalam hal ini dapat diperumpamakan pada ekspansi perdagangan yang dilakukan Nabi. Beliau berdagang pada jamannya hingga ke luar negeri tidak kurang dari 18 kali. Di antara negeri yang dijangkau pada saat itu yaitu, Yaman, Syiria, Busra, Iraq, Yordania, Bahrain, dan simpul-simpul perdagangan lainnya di jazirah Arab.¹⁷⁵ Selain berkaitan dengan marketing nilai *faṭānah* dapat peneliti pahami yaitu dalam menjaga hubungan yang baik agar pelanggan mendapat kepuasan dan merasa senang bertransaksi dengan kita. Salah satu cara dalam menjaga hubungan baik dalam bisnis adalah pelayanan prima atau biasa disebut *excellent service*. Sebagaimana menurut Suyyeti dan Gita Kunrinawan bahwa tujuan dari pelayanan prima adalah untuk menimbulkan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan dan untuk menjaga agar pelanggan merasa dipentingkan dan diperhatikan segala kebutuhannya.¹⁷⁶ Hasil paparan data yaitu seluruh informan memberikan tanggapan yang sama yaitu selalu memberikan pelayanan baik kepada *waqif/pembeli*.

¹⁷⁵Santosa, *Muhammad Sebagai Pedagang*, 21

¹⁷⁶Suminar. R & Aprilwati. M, "Pelayanan Prima pada Orang Tua Siswa di Sempoa Sip Tc Paramount Summarecon" *Jurnal Sekretari*, Volume 4 No. 2 (2017)

Menurut Djakfar Islam menekankan hubungan konstruktif dengan membangun hubungan baik antar pelaku bisnis sebagaimana anjuran Rasulullah SAW untuk menjalin silaturahmi, kemudian seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Sebagaimana Nabi bersabda yang artinya, “senyummu kepada saudaramu adalah sedekah bagimu”. (HR. Al Turmudzi).¹⁷⁷ Artinya hubungan baik (*relationship marketing*) sangat diperlukan dalam bentuk bisnis apapun karena ketika seseorang atau pihak lain merasakan kepuasan terhadap pelayanan kita maka sebenarnya telah menciptakan energi positif dan hubungan yang positif. Maka berdasarkan teori yang diingrasikan pada hasil temuan dapat peneliti simpulkan bahwa seluruh informan telah menerapkan prinsip *faṭānah* terkait strategi promosi dan pelayanan prima.

b. *Faṭānah* tentang niat dan tujuan menjalankan bisnis program galang wakaf al-Qur’ān

Berdasarkan paparan data terkait hal ini diperoleh yaitu 70% atau 14 informan memiliki pendapat yang sama bahwa dalam mereka menjalankan program galang wakaf al-Qur’ān memiliki dua tujuan yakni tujuan sosial keagamaan yang bernilai ibadah dan tujuan bisnis. Kemudian 30% atau 6 informan menanggapi bahwa niat dan tujuan mereka untuk kepentingan sosial keagamaan atau untuk memperoleh amal jariyah saja. Diantara informan yang bertujuan demikian karena mereka tidak mengambil laba keuntungan dari bisnis tersebut.

¹⁷⁷Djakfar, *Etika Bisnis*, 32

Kecerdasan tidak hanya dinilai dengan intelektual, tak kalah penting yaitu kecerdasan emosional dan kecerdasan spritual sebagaimana dikisahkan Ibnu Umar bahwa suatu hari ia duduk bersama Rasulullah SAW, tiba-tiba datang seorang lelaki dari kalangan Anshar mengucapkan salam kepada Nabi SAW dan bertanya:

يَا رَسُولَ اللَّهِ أَيُّ الْمُؤْمِنِينَ أَفْضَلُ قَالَ: أَحْسَنُهُمْ خُلُقًا. قَالَ فَأَيُّ الْمُؤْمِنِينَ أَكْيَسُ
 قَالَ: أَكْثَرُهُمْ لِلْمَوْتِ ذِكْرًا وَأَحْسَنُهُمْ لِمَا بَعْدَهُ اسْتِعْدَادًا أَوْلَيْكَ الْأَكْيَاسُ

Artinya; “Wahai Rasulullah, siapakah orang mukmin yang paling utama?” Rasulullah menjawab, ‘Yang paling baik akhlaqnya’. Kemudian ia bertanya lagi, ‘Siapakah orang mukmin yang paling cerdas?’. Beliau menjawab, ‘Yang paling banyak mengingat mati, kemudian yang paling baik dalam mempersiapkan kematian tersebut, itulah orang yang paling cerdas.” (HR. Ibnu Majah, Thabrani, dan Al Haitsamiy)

Demikian menurut Ary Ginanjar yaitu kemampuan untuk memberi makna ibadah terhadap setiap perilaku kegiatan, melalui langkah-langkah dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju manusia seutuhnya dan memiliki pola pemikiran tauhid (integralistik) serta berprinsip hanya karena Allah.¹⁷⁸

Hadist di atas tergambar jelas dengan pernyataan Nabi terhadap orang yang cerdas yaitu dia yang selalu ingat mati dan yang paling baik dalam mempersiapkan kematian. Peneliti memahami bahwa bekal yang bisa dibawa mati salah satunya pahala jariyah. Sedangkan dalam sebuah bisnis untuk memperoleh pahala jariyah akan kembali pada niat dan tujuannya. Apalagi pada dasarnya bisnis menggambarkan kegiatan sosial,

¹⁷⁸Ary Ginanjar, *Rahasia Sukses*, 57

sehingga sangat disayangkan jika hanya dilakukan untuk memperoleh keuntungan yang besar. Demikian berdasarkan hasil pemaparan data diintegrasikan dengan teori tentang cerdas dalam hal diatas maka mayoritas informan dapat dinyatakan telah menerapkan prinsip *faṭānah* terkait kecerdasan secara spiritual berdasarkan niat dan tujuan menjalankan bisnis tersebut. Namun ditemukan dari sebagian kecil informan yang tidak sesuai antara niat dan tujuannya karena bertujuan sosial (ibadah) saja namun praktik di lapangan mengambil laba keuntungan yang belum jelas kehalalannya.

4. Penerapan Prinsip *Tablīg* (Komunitatif/Argumentatif)

Rasulullah SAW dikaruniai sifat *tablīg* untuk menyampaikan apa yang diterima dari Allah SWT kepada umatnya secara sempurna tanpa ada yang kurang sedikitpun. Nilai dasar dari sifat *tablīg* adalah komunikatif dan nilai bisnisnya ialah supel, penjual yang cerdas, deskripsi tugas, kerja tim, dan koordinasi. Hal ini berarti bahwa orang yang memiliki sifat *tablīg* harus komunikatif dan argumentatif.¹⁷⁹

Dalam hal ini dapat peneliti pahami prinsip *tablīg* sangat berkaitan dengan prinsip *ṣiddīq* dan *amānah* dimana seorang pebisnis harus memberikan informasi yang sebenar-benarnya, selanjutnya juga berkaitan dengan prinsip *faṭānah* yaitu tentang strategi promosi serta pelayanan prima dengan bersikap argumentatif/komunikatif. Dan yang terpenting yaitu berkaitan dengan

¹⁷⁹Darussalam, *Etika Bisnis*, 214

larangan memaksa pihak lain sehingga menyebabkan tidak rela dalam bertransaksi.

Dihasilkan data bahwa semua informan menanggapi tidak pernah memaksa dalam program wakaf yang dijalankan. Maka mereka telah menerapkan prinsip *tablīg* yang berkaitan tentang larangan unsur memaksa (*al-ikrah*). Dimana dalam artinya menyampaikan dapat dipahami hanya mempromosikan atau menjelaskan, tanpa ada unsur memaksa, apalagi bertujuan hanya agar memperoleh keuntungan pribadi. Jika hal tersebut terjadi dapat menyebabkan ketidak relaan dalam suatu bisnis. Dapat diintegrasikan pada teori aib-aib yang harus dihindari dalam jual beli menurut Adiwarmanto Karim, salah satunya tentang pemaksaan (*al-ikrah*) yaitu mendorong orang lain untuk melakukan suatu perbuatan yang tidak disukainya.¹⁸⁰ Kemudian menurut Rozalinda *waqif* harus atas dasar kemauan sendiri (tidak dipaksa) artinya wakaf dilakukan bukan atas dasar tekanan dan paksaan orang lain. Para ulama sepakat bahwa wakaf orang yang dipaksa tidak sah hukumnya.¹⁸¹ Maka jelas bahwa dalam bisnis ini tidak boleh ada unsur paksaan. Oleh sebab itu sikap saling rela merupakan suatu syarat mutlak dari transaksi jual beli dan wakaf.

B. Transaksi pada Bisnis Program Wakaf Al-Qur'ān yang Dijalankan Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya Menurut Pandangan Hukum Islam

Berdasarkan pemaparan data terkait mekanisme akad yang terjadi antara mitra dan *wāqif* maka dalam hal ini peneliti menganalisa tiga golongan

¹⁸⁰Karim, *Ekonomi Islam*, 92

¹⁸¹Rozalinda, *Manajemen Wakaf Produktif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015),

informan dalam melakukan transaksi dan kemudian diintegrasikan pada kajian teori yang ada. Semua transaksi muamalah dibolehkan jika tidak ada dalil yang melarangnya. Terdapat kaidah fiqh yang disepakati para ulama dalam menyelesaikan masalah muamalah, yaitu;¹⁸²

الأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya: “Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”

Selanjutnya juga terdapat dalil al-Qur’ān tentang menyempurnakan akad dalam suatu muamalah, yaitu terkandung dalam Q.S Al-Maidah pada awal ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah akad (janji-janji).

Berdasarkan tafsir jalalain dijelaskan terdapat perintah Allah SWT kepada setiap orang yang beriman agar memenuhi janji-janji yang telah diikrarkan, baik janji kepada Allah maupun janji kepada sesama manusia.¹⁸³

Kemudian terkandung dalam QS. An-Nisa ayat 29;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۗ

¹⁸²Prof. H. A. Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih* (Jakarta, 2006), 129

¹⁸³Imam Jalaluddin Al-Mahally dan Imam Jalaluddin As-suyutti, *Tafsir Jalalain Berikut Asbab An-nujulnya*, (Bandung: Sinar Baru, 1990)

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar) kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan jangan lah kamu membunuh dirimu, sungguh allah maha penyayang kepadamu”.¹⁸⁴

Dalil di atas menegaskan bahwa dalam melakukan praktik bisnis harus dilandasi sikap suka sama suka atau saling rela (*ridha*) diantara kedua pihak atau lebih yang melakukan transaksi. Tujuannya agar tidak terjadi kezaliman dan demi terciptanya sebuah keadilan. Maka artinya akad merupakan embrio ekonomi yang sangat penting karena merupakan bentuk perjanjian manusia dengan manusia untuk menentukan suatu kontrak yang adil. Oleh sebab itu peneliti mengkaji lebih dalam terkait akad dalam transaksi yang digunakan ketiga golongan informan dalam diskusi berikut:

1. Dapat dilihat pada gambar skema 1 yang menjelaskan praktik akad oleh 4 mitra atau 20% informan golongan pertama. Dianalisa berdasarkan konsep dasar kebolehan muamalah dan prinsip saling rela serta prinsip keadilan maka dapat peneliti simpulkan bahwa akad yang dilakukan pada golongan informan ini dibolehkan. Terbukti dalam transaksinya terdapat dua jenis akad yang dilakukan secara terpisah, yaitu dilakukan akad *tijarah* yang terdiri dari *bai' salam* terlebih dahulu, kemudian akad *tabarru'* yang terdiri dari akad *wakalah* dan *waqaf*. Dan berdasarkan tanggapan informan golongan ini bahwa harus ada kejujuran bahwa dirinya sebagai penjual dan bertransaksi jual beli yang transparan untuk mendapatkan laba yang halal. Selain

¹⁸⁴ Al-Qur'ân, 4: 29

itu juga tidak ditemukan kerusakan akad yang bertentangan dengan syariat Islam karena masing-masing rukun dan syaratnya telah terpenuhi.

2. Dapat dilihat pada gambar skema 2 yang menjelaskan praktik akad oleh 4 mitra atau 20% informan golongan kedua. Dianalisa berdasarkan konsep dasar kebolehan muamalah dan tentang wakaf dapat peneliti simpulkan bahwa akad yang dilakukan pada golongan informan ini dibolehkan. Terbukti dalam transaksinya terdapat satu jenis akad saja yaitu akad *tabarru'* yang terdiri dari akad *wakalah* dan *waqaf*. Dan berdasarkan tanggapan informan golongan ini mereka selalu menyampaikan bahwa dirinya sebagai mitra yang mendapat potongan harga dan tidak mengambil sedikitpun profit margin dari uang wakaf yang diterimanya, melainkan seluruhnya dibelikan al-Qur'ān atau sebagian digunakan sebagai biaya operasional wakaf. Selain itu juga tidak ditemukan kerusakan akad yang bertentangan dengan syariat Islam karena masing-masing rukun dan syaratnya telah terpenuhi.
3. Dapat dilihat pada gambar skema 3 yang menjelaskan praktik akad oleh 12 mitra atau 60% informan golongan ketiga. Dalam transaksinya terdapat dua opsi akad yang terjadi sebagaimana asumsi peneliti. *Opsi 1*, akad *tabarru* saja yang terdiri dari akad *wakalah* dan *wakaf*. *Opsi 2*, yaitu 2 jenis akad yang terjadi dalam satu transaksi, diantaranya akad *tijarah* yang terdiri dari *bai' salam* dan akad *tabarru*

yang terdiri dari akad wakalah dan wakaf. Atau lebih singkatnya terjadi multy akad yang meliputi akad *bai' salam*, *wakalah*, dan *waqaf* pada transaksi ini. Berikut analisa dari kedua opsi tersebut:

- *Opsi 1*, terjadi akad *wakalah* dan *waqaf*, maka berdasarkan *flyer* yang bertema “Galang/Gerakan Wakaf Al- Qur’ān” secara tersirat *waqif* sadar bahwa uangnya diwakilkan kepada penggalang/nadzir untuk dibelikan al-Qur’ān kemudian disalurkan kepada *mauquf alaih*. Namun di sisi lain penggalang/nadzir memperoleh potongan 30% setiap harga 1 al-Qur’ān yang merupakan laba karena berdasarkan perannya, karena ia sebagai mitra/penjual. Maka laba tersebut tidak dihalalkan karena wakaf bukan suatu kontrak komersil sehingga tidak ada laba di dalamnya. Selanjutnya jika 30% yang didapatkan merupakan *ujroh* (upah) dari *wāqif* sebab dia sebagai nadzir maka hal tersebut juga dilarang, karena tidak ada kesepakatan diantara kedua pihak, atau *ujroh* tidak ditentukan oleh *wāqif*. Dalam hal ini dapat peneliti analisa bahwa *ujroh* yang diambil tidak termasuk pada etika moral yang baik, dimana menurut Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004, Pasal 12 ditegaskan nadzir dapat menerima imbalan dari hasil bersih atas pengelolaan dan pengembangan harta benda wakaf yang besarnya tidak melebihi 10% (sepuluh persen). Meskipun nadzir berhak mendapatkan upah pengurusan harta wakaf selama ia melaksanakan tugasnya dengan baik. Tetapi besarnya upah sesuai

dengan ketentuan *wāqif* atau hakim, disesuaikan dengan berat ringannya tugas nadzir.¹⁸⁵ Tetapi dalam praktik ini *wakif* atau hakim tidak menentukan besaran upah sehingga tidak ada kesepakatan antara keduanya. Maka jika opsi akad yang terjadi demikian tidak sempurna karena alasan status margin 30% dari uang yang diterima oleh mitra tidak jelas dan tidak disepakati kedua pihak. Artinya dilarang menurut pandangan hukum Islam karena bertentangan dengan prinsip jujur dan adil.

- *Opsi 2*, terjadi akad jual beli pesanan (*bai' salam*), *wakalah* dan *waqaf* secara bersamaan dalam satu transaksi yang biasa disebut multi akad (*hybrid contract*). Hal ini diasumsikan karena pada dasarnya mitra adalah penjual dan mendapat ketentuan margin 30% harga al-Qur'ān yang telah ditetapkan sebelumnya sehingga terjadi akad jual beli, sedangkan akad *wakalah* dan *waqaf* terjadi karena berdasarkan *flyer* yang bertema “Galang/Gerakan Wakaf Al-Qur'ān” maka secara tersirat *wāqif* sadar bahwa al-Qur'ān yang menjadi miliknya diwakilkan kepada penggalang/nadzir untuk disalurkan kepada *mauquf alaih*. Maka dalam hal ini peneliti menganalisa berdasarkan konsep dasar multi akad yaitu boleh sebab didasarkan pada hukum kebolehan muamalah selagi tidak ada dalil yang melarangnya. Tetapi terdapat model multi akad yang dilarang oleh Rasulullah SAW berdasarkan praktik transaksi ini.

¹⁸⁵Syafuri, “Nadzir Wakaf”, 73-75

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، عَنْ صَفَقَتَيْنِ فِي صَفَقَةٍ وَاحِدَةٍ

Artinya: “Rasulullah SAW melarang dua transaksi dalam satu akad” (HR. Ahmad, al-Bazar dan at-Thabrani)

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ وَعَنْ بَيْعٍ وَ
سَلْفٍ وَعَنْ رِنْحٍ مَا لَمْ يُضْمَنْ وَعَنْ بَيْعٍ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ (روه احمد)

Artinya: “Rasulullah SAW melarang dua penjualan dalam satu transaksi, dan dari menjual dengan meminjamkan, dan dari keuntungan dari barang yang tidak dapat dijamin, dan dari menjual yang tidak ada padamu.” (HR. Ahmad)

Berdasarkan dalil di atas maka dapat peneliti analisa bahwa praktik multi akad yang terjadi pada transaksi ini dilarang dengan alasan karena di balik pelarangan *bai' wa salaf* yaitu bermakna mengandung hukum yang berbeda. Dimana jual beli adalah muamalah yang berorientasi profit, sedangkan *salaf* kegiatan sosial yang mengedepankan aspek persaudaraan dan kasih sayang serta tujuan mulia. Demikian akad yang terjadi pada transaksi ini yaitu terdapat akad yang bersifat pertukaran (*mu'awadlah*) yang berorientasi pada profit yaitu jual beli pesanan (*bai' salam*) dengan akad yang bersifat kebajikan (*tabarru'*) yang berorientasi pada sosial keagamaan yang bernilai ibadah yaitu akad *wakalah* dan *waqaf*. Dalam hal ini ulama Malikiyah juga melarang akad ganda dari akad-akad yang berbeda hukumnya, seperti antara jual beli dengan *jualah*, *sharf*, *musaqah*, *syirkah*, *qardh* atau *nikah*.¹⁸⁶

Kemudian menurut Al-'Imrâni multi akad tetap boleh selama tidak

¹⁸⁶Al-'Imrâni, *Al-'uqûd al-Mâliyah al-Murakkabah*, 181-182

bertentangan antara akad satu dengan akad lainnya, multi akad tidak membawa (mengakibatkan) kepada yang haram, multi akad tidak boleh antara akad yang bersifat pertukaran (*mu'âwadhah*) dengan akad yang bersifat kebajikan (*tabarru'*).¹⁸⁷

Alasan lain yang menyebabkan transaksi pada opsi ini dilarang yaitu karena terdapat rukun dan syarat akad yang tidak terpenuhi pada salah satu jenis akad, diantaranya *sighat akad al-'aqid* (ijab qabul) akad jual beli (*bai' salam*) yang tidak disadari oleh salah satu pihak sehingga tidak ada kesepakatan antara penjual dan pembeli. Kemudian bertentangan dengan prinsip saling suka dalam jual beli karena ditemukan *waqif* yang kecewa dengan program tersebut sebab dianggap hanya sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan. Maka artinya akad yang terjadi pada opsi ini dilarang berdasarkan pandangan hukum Islam.

Wallahua'lam Bī al-Sowāb

¹⁸⁷Al-'Imrāni, *Al-'Uqūd al-Mâliyah al-Murakkabah*, 179-188

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan data dan hasil penelitian serta pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan pada dua hal yang menjadi tujuan dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Terkait penerapan etika bisnis Islam yaitu belum sepenuhnya mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya menerapkan prinsip *ṣiddīq*, *amānah*, *faṭānah* dan *tablīg* dalam bisnis program galang wakaf al-Qur'ān. Diantara etika bisnis Islam yang telah diterapkan yaitu prinsip *amānah* dalam menetapkan harga, prinsip *faṭānah* terkait strategi promosi dan pelayanan prima, prinsip *faṭānah* tentang niat dan tujuan menjalankan program galang wakaf al-Qur'ān, serta prinsip *tablīg* tentang larangan unsur memaksa (*al-ikrah*). Namun masih banyak informan yang tidak menerapkan prinsip *ṣiddīq* terkait perannya sebagai penjual sehingga transaksi yang terjadi masih dalam dilema hukum Islam. Kemudian 90% informan tidak menerapkan prinsip *ṣiddīq* tentang tertib administrasi dengan melakukan transparansi laporan keuangan wakaf, sehingga juga dikategorikan belum maksimal dalam menerapkan prinsip *amānah* dalam melakukan penyaluiran wakaf dan memberikan laporan wakaf. Padahal sikap *ṣiddīq* dan *amānah* merupakan prinsip etika bisnis Islam yang sangat diunggulkan oleh Rasulullah SAW dalam berdagang.

2. Terkait transaksi yang dilakukan antara mitra dan *wāqif* pada bisnis program galang wakaf al-Qur'ān yaitu hanya sebagian mitra melakukan transaksi yang dibolehkan menurut pandangan hukum Islam, sedangkan lebih banyak mitra melakukan transaksi yang tidak dibolehkan menurut pandangan hukum Islam. Hal ini berkaitan erat dengan tidak diterapkannya prinsip *ṣiddīq* (jujur) sehingga mengakibatkan transaksi yang terjadi dilarang menurut pandangan hukum Islam.

B. Saran

Peneliti akan memberikan rekomendasi terkait mekanisme transaksi bisnis galang wakaf al-Qur'ān yaitu akad harus dilakukan secara sempurna sebagaimana transaksi yang dilakukan oleh informan golongan pertama. Mitra dan *waqif* menggunakan akad jual beli yang jelas terlebih dahulu, kemudian akad *wakalah* dan *waqaf*. Jika mitra hanya menyebarkan *flyer* kemudian mendapatkan profit margin tanpa mengatakan bahwa ia sebagai penjual maka harusnya menyiapkan akad perjanjian jual beli secara tertulis kemudian dibaca dan ditanda tangani pihak pembeli atau *waqif*. Misalnya akad secara tertulis pada transaksi yang biasa dilakukan oleh lembaga perbankan kepada nasabahnya. Dengan begitu akad jual beli antara mitra dan *waqif* tidak diragukan lagi menurut pandangan hukum Islam.

Saran kepada penerbit (PT. Sygma Examedia Arkanleema/Syaamil Quran) sebagai penyelenggara program galang wakaf al-Qur'ān perlu memberikan edukasi secara sempurna tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang harus dilakukan mitranya, termasuk transparansi laporan keuangan wakaf dan akad yang harus

dilakukan oleh para mitra dengan wakif. Sehingga tidak ada keraguan hukum Islam terhadap transaksi yang dilakukannya.

C. Implikasi

Penentuan hukum Islam pada transaksi ini merupakan sebuah ijtihad peneliti sebagai sarana dakwah secara ilmiah. Tujuannya agar para pebisnis tidak terjerumus pada praktik bisnis yang *subhat* bahkan diharamkan menurut hukum Islam. Oleh sebab itu hasil penelitian ini bersifat netral bagi semua pihak sehingga tidak ada unsur untuk menyalahkan dan mendukung pihak tertentu. Maka dipersilahkan untuk mengkritisi, memperbaiki, serta melengkapi segala kekurangan pada penelitian ini.

Wallahua'lam Bī al-Sowāb

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdulah, Ruf'ah, *Fikih Muamalah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011)
- Abu 'Isa Muhammad bin 'Isa al-Tirmidzi, *Sunan al-Tirmidzi* (Kairo: Makniz, tt.)
- Abu Dawud al-Sijistani, *Sunan Abi Dawud* (Kairo: Makniz, tt.)
- Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2016)
- Ahmad, Mustaq, *Etika Bisnis dalam Islam* terj. Samon Rahman, (Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar, 2003)
- Ahmad bin Hanbal, *Musnad al-Imam Ahmad* (jil. 6, Beirut: Muassasah al-Risalah)
- Al-Bukhari, *Shahih Al-Bukhari* (jilid 5, Beirut: Dar Ibn Katsir, 1897 M)
- Al-'Imrâni, Abdullah, *Al-'uqûd al-Mâliyah al-Murakkabah, Dirasah Fiqhiyyah Ta'shiliyah wa Tathbiqiyah*, (dar Kunuz Eshbelia li al Nasyr wa al Tauzi, Ryadh; 2006)
- Al-Bayhaqiy, Abu Bakar Ahmad Ibn al-Husayn Ibn 'Ali, *Sunan al-Bayhaqiy*. (Juz 2 dalam al-Maktabah al-Syâmilah)
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Ilmiah: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1993)
- Aziz, Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alpa Beta, 2013)
- Az-Zarqa', *al-Fiqh al-Islamifi Saubihial-Jadid, Matabi Alif Ba' al-Adib*, (Damaskushal 1967-1968)
- Az-Zuhaili, Wahbah, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, terj. Abdul Hayyie al- Kattani, dkk (Jakarta: Gema Insani, 2011)
- Badroen, Faisal, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam* (Cet.II: Jakarta: Kencana, 2007)

- Beekum, Rafik Isa, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004)
- Chapra, Umar, *Sistem dan Pembangunan Ekonomi* (Cet I; Jakarta: Gema Insani Press, 2000)
- Chapra, Umar, *Sistem Moneter Islam* (Cet I; Jakarta: Gema Insani Press, 2000)
- Darussalam. A, *Etika Bisnis dalam Pesepektif Hadis*, (Cet, I . Makassar: Alauddin University Press, 2011)
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Jakarta: Penebar Plus, 2012)
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis: dalam Paradigma Spiritualitas dan Kearifan Lokal*, Edisi Revisi (Malang: Uin-Malang Press, 2019),
- Djuwaini, Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Kencana, 2010)
- Djazuli, A, *Kaidah-Kaidah Fikih* (Jakarta, 2006)
- Departemen Agama RI, *al-Qur'ân dan Terjemahnya*, (Jawa Barat: CV Penerbit Diponegoro, 2010)
- Fauzia, Ika Yunia, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada media 2013)
- Fathoni, Miftah Ahmad, *Pengantar Studi Islam* (Pendekatan Islam dalam Memahami Agama), (Semarang : Gunungjati Semarang, 2001)
- Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 04/Dsn-Mui/Iv/2000 tentang Murabahah
- Firdaus, Zamzam & Fakhry, *Aplikasi Metodologi Penelitian*, Cet. I, (Sleman: Budi Utama, 2012)
- Hidayat, Mohamad, *Pengantar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2010)

- Hermawan, Sigit dan Amirullah *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*, (MNC Publishing, 2016)
- Ibnu Katsir. *Tafsir Ibnu Katsir*, (Jakarta: Pustaka Imam Syafii, 2013)
- Idri, *Hadis Ekonomi, Ekonomi dalam Persepektif Islam Hadis Nabi*. (Cet, ke. I, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015)
- Imam Jalaluddin Al-Mahally dan Imam Jalaluddin As-suyutti, *Tafsir Jalalain Berikut Asbab An-nujulnya*, (Bandung: Sinar Baru, 1990)
- Jusmiliani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Cet I; Jakarta: Bumi Aksara, 2008)
- Kartini, Kartono, *Pengantar Metodologi Research Sosial*. (Bandung: Penerbit Alumni, 1980)
- Kadir, A, *Etiks Bisnis Syariah dalam Al-Quran* (Jakarta: Kanisius, 2010)
- Karim, Adiwarmarman Azwar, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer* (Cet I; Jakarta: Gema Insani Press, 2001)
- Karim, Adiwarmarman Azwar, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Cet III; Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008)
- Kusnadi, dkk, *Pengantar Bisnis dengan Pendekatan Kewirausahaan*, (Malang: STAIN Pers, 1998 M.)
- Mannan, Abdul, *Teori dan Praktik Ekonomi Islam* (Cet I; Yogyakarta: Dana Bhakti Wakap, 1995)
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet. XXVIII; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006)
- Moleong, Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif, cet 26* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009)

- Muhammad, Abu Bakar, *Subulussalam Terj*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1995, cet. Ke-1, Juz.3)
- Muslich, Ahmad Wardi, *Fiqh Muamalah* (Cet I, Jakarta: Amzah, 2010)
- Nazih Hammad, *al- 'Uqud al-Murakkabah fi al-Fiqh al-Islami* (Damaskus: Dar al-Qalam, 2005)
- Qordhowi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Terj. Zainal Arifin, Lc.(Cet. II, Jakarta: Gema Insani Press, 1997)
- Raharjo, Dawam, *Etika Ekonomi dan Manajemen*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1990 M.)
- Rozalinda, *Manajemen Wakaf Produktif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015)
- Sabiq, Sayid, *Fiqh As-Sunnah*, (Juz 3, Dar Al-Fikr, Beirut, cet.III, 1981)
- Santosa, Ippho *Muhammad Sebagai Pedagang*, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2008)
- Syafe'i, Rachmat, *Fiqh Muamalah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2004)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011)
- Tanjung, Hendri dan Abrista Devi, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Bekasi: Germata Publishing, 2013)
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 41 tahun 2004 Tentang Wakaf, dalam *Kompilasi Hukum Islam*, (Permata Press, tt)
- Usman, Suparman, *Hukum Perwakafan di Indonesia*, (Darul Ulum Press, Cetakan Radar Jaya Ofset, Jakarta, 1999)

Yusuf, Ali Anwar, *Studi Agama Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2003)

Tesis dan Jurnal

Ahmad Hulaimi, Sahri dan Moh. Huzaini, “Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi”, *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2, No. 1 (2017)

Asri, Khaerul Aqbar, Azwar Iskandar, “Hukum Dan Urgensi Wakaf Tunai Dalam Tinjauan Fikih, Bustanul Fuqaha”, *Jurnal Bidang Hukum Islam*, Vol. 1, No. 1, (2020)

Akhmad Hulaify, “Asas-Asas Kontrak (Akad) dalam Hukum Syari’ah”, *At-Tadbir Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 3 No. 1 (2019)

Dede Abdurohman “Kontrak/Akad dalam Keuangan Syariah”, *Jurnal Eco Bankers: Jurnal Perbankan Syariah*, Volume 1 (1) Tahun (2020)

Desy Astrid Anindya, “Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua”. *Jurnal At-Tawassuth*, Vol. II, No. 2 (2017)

Elida Elfi Barus dan Nuriani. “Implementasi Etika Bisnis Islam; Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan”, *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol. 2 No. 2 (September 2016)

Fathimatuz Zahroh, Muhammad Nafik, “Nilai Fathonah dalam Pengelolaan Bisnis di Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo” *Jurnal JESTT*, Vol 2 No. 9 (2015)

Heri Irawan, “Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai”, *Tesis* (Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, 2017)

- Jureid, “Akad Ganda (Hybrid) dalam Perspektif Fiqh Muamalah (Analisis Hadis)”,
Jurnal Mabisya, Volume 1 No. 1 (2021)
- Mabarroh Azizah. “Etika Perilaku Periklanan dalam Bisnis Islam”, *JESI: Jurnal
Ekonomi Syariah Indonesia*, Volume III, No.1 (Juni 2013/1434)
- Mutia Sumarni, “Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pembulatan Harga
Pada Jual Beli Karet”, *J-EBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 5
No. 2 (2020)
- Muhammad Farid dan Amilatuz Zahroh, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam
dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian”, *Jurnal Iqtishoduna*
Vol. 6 No. 2 (2015)
- Muhammad Anwar Fathoni dan Tasya Hadi Syahputri, “Potret Industri Halal
Indonesia: Peluang dan Tantangan” *JIEI: jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*,
Volume 6 No. 03, (2020)
- Muhammad Lisman. “Broker ada Bisnis Properti: Studi Etika Bisnis Islam”. *Jurnal
Islamika*, Vol. 2, No. 1 (2019)
- Puspa Farida, “Eksistensi Akad dalam Transaksi Keuangan Syariah”, *OSF
Preprints*, (2021), <https://doi.org/10.31219/osf.io/5c48p>
- Rachmat Syafe'i, “Transaksi Multi Akad dalam Perspektif Fikih”, Pengadilan
Tingg Agama Jawa Barat,
- Rizka Ar Rahmah. “Penerapan Etika Bisnis Islam pada Waroeng Steak And Shake
Medan”. *Jurnal At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, Volume V No. 2
(Juli – Desember 2020)

Siti Mujiatun, “Jual Beli Dalam Perspektif Islam: Salam Dan Istisna’”, *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Vol 13 No. 2, (2013)

Syafuri, B “Nadzir Wakaf Versi Fiqh Islam dan Peraturan Perundang Undangan”, *Jurnal Al-Ahkam*, Vol 14 No. 2 (2018)

Suminar. R & Apriliwati. M, “Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Di Sempoa Sip Tc Paramount Summarecon” *Jurnal Sekretari*, Volume 4 No. 2 (2017)

Urbanus Uma Leu, “Akad dalam Transaksi Ekonomi Syariah” *Jurnal Tahkim*, Vol. X No. 1, Juni (2014)

Harun, “Multi Akad dalam Tataran Fiqh”, *Jurnal Suhuf*, Vol. 30, No. 2, November (2018)

Wawancara, Dokumen, dan Website

Amie, (Surabaya, 5 Maret 2021-10 Juni 2021)

Irwan, *wawancara* (Surabaya, 21 Februari 2020)

Ichsan, (Surabaya, *wawancara*, 20 April 2020)

Hafid, *wawancara* (Surabaya, 10 Juni 2021)

Amiris, *wawancara* (Surabaya, 10 Juni 2021)

Yanna, *wawancara* (Surabaya, 8 Juni 2021)

Zaid Raya, *wawancara* (Surabaya, 13 Juni 2021)

Indri, *wawancara* (Surabaya, 8 Juni 2021)

Maharani, *wawancara* (Surabaya, 8 Juni 2021)

Sahrudin, *wawancara* (Surabaya, 9 Juni 2021)

Makatir, *wawancara* (Surabaya, 10 Juni 2021)

Wuriandari, *wawancara* (Surabaya, 9 Juni 2021)

Agus, *wawancara* (Surabaya, 9 Juni 2021)

Yacima, *wawancara* (Surabaya, 8 Juni 2021)

Maulina, *wawancara* (Surabaya, 9 Juni 2021)

Nanik, *wawancara* (Surabaya, 9 Juni 2021)

Putri, *wawancara* (Surabaya, 9 Juni 2021)

Widia, *wawancara* (Surabaya, 10 Juni 2021)

Alfiyanti, *wawancara* (Surabaya, 10 Juni 2021)

Amalia, *wawancara* (Surabaya, 12 Juni 2021)

Dewi, *wawancara* (Surabaya, 12 Juni 2021)

Profil Syaamil Quran “Berita Terbaru” <https://www.syaamilquran.com/di-era-new-normal-syaamil-quran-hadirkan-kantor-baru-di-surabaya/> diakses pada 24 Juli 2021

Profil tentang Syaamil Qur’an, <https://www.syaamilquran.com/tentang-syaamil-quran/> diakses pada 21 Mei 2021)

Gerakan Wakaf 1 Juta Quran, <https://www.syaamilquran.com/wakaf1jutaquran/>, diakses pada 12 April 2021)

Ingin Memiliki Bisnis yang Bernilai Ibadah? <https://www.syaamilquran.com/peluang-bisnis-bernilai-ibadah/>, diakses pada 12 April 2021)

Industri Halal untuk Semua <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/analisisdata/5ea3a73811d32/i> ndustri-halal-untuk-semua, diakses pada 21 Mei 2021

Bank Indonesia: Transaksi E-Commerce Agustus 2020 Naik hingga Mencapai 140

Juta <https://bisnis.tempo.co/read/1398066/bank-indonesia-transaksi-e-commerce-agustus-2020-naik-hingga-mencapai-140-juta/full&view=ok>,

diakses pada 21 Mei 2021

Penipuan Online di Indonesia Tertinggi,

<https://tekno.tempo.co/read/775347/penipuan-online-di-indonesia-tertinggi/full&view=ok>, diakses pada 21 Mei 2021

Marak Penipuan Online saat Konsumen Hijrah ke Digital di Masa Pandemi,

<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/600aa5de3a818/marak-penipuan-online-saat-konsumen-hijrah-ke-digital-di-masa-pandemi>,

diakses pada 21 Mei 2021

LAMPIRAN

Pedoman Wawancara
Informan Mitra Syaamil Quran Cabang Surabaya
(Penerapan Etika Bisnis Islam)

Data Umum

1. Tanggal wawancara :...../Juni /2021
2. Alamat informan : Kab/Kota

Karakteristik Informan

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin :
3. Pendidikan Terakhir :
4. Lama Bermitra :thn
5. Jumlah Poin Wakaf :PW

A. Penerapan etika bisnis Islam:

1. Bagaimana anda mempromosikan program galang wakaf tersebut untuk menjangkau masyarakat luas?
2. Apakah anda selalu menjelaskan (bersikap jujur) kepada *wāqif* bahwa anda merupakan mitra syaamil quran yang artinya anda sebagai penjual al-Qur'ān dalam program tersebut?
3. Bagaimana mekanisme transaksi yang biasa anda lakukan dengan *wāqif*?
4. Bagaimana model penyaluran dan laporan wakaf yang biasa anda lakukan?
5. Adakah barang wakaf yang tidak tersalurkan?-
6. Apakah anda memberikan laporan keuangan kepada *wāqif* baik pemasukan dan pengeluarannya?

7. apakah anda menetapkan harga al-Qur'ān dalam *flyer* sesuai ketentuan dari pihak penerbit (Syaamil Quran)?
8. Jika iya apakah anda memperoleh profit margin dari harga tersebut?
9. Apakah anda selalu memberikan pelayanan terbaik dalam program galang wakaf al-Qur'ān?
10. Bagaimana anda menanggapi jika ada komplain dari pembeli atau *wāqif*?
11. Apakah anda pernah memaksa seseorang agar berkontribusi dalam program galang wakaf al-Qur'ān?
12. Apa niat dan tujuan anda menjalankan program wakaf al-Qur'ān?



Kantor Syaamil Quran Cabang Surabaya

GERAKAN WAKAF 1 JUTA QURAN



Syaamil Quran
Sahabat Sampal Surga

WAKAF 1 JUTA QURAN

“..Apabila anak Adam (manusia) wafat, maka terputuslah semua (pahala) amal perbuatannya kecuali Tiga Macam Perbuatan, yaitu Sedekah Jariah (Wakaf), Ilmu yang Bermanfaat, dan Anak Sholih yang Mendoakannya..”
(HR. Muslim)

Wakaf Kebaikan Yang Terus Mengalir

Pilihan Al Quran Wakaf

 Bukhara A5 98.000	 Tikrar A5 79.000	 Tikrar B6 59.000	 Tikrar Terjemah A5 89.000	 Cordova Ornamen A5 75.000	 Cordova Kufi A5 75.000	 Fadhilah A4 129.000	
 Mina A5 64.000	 Mina Classic A5 64.000	 Mina Special for Women A5 64.000	 Bukhara A5 98.000	 Bukhara Classic A5 98.000	 Hijaz A5 75.000	 Hijaz Special for Woman A5 75.000	 Mina A5 64.000

MARI!
BERWAKAF QURAN

Donasi

Contoh Pamflet (Flyer) yang digunakan Mitra Syaamil Quran