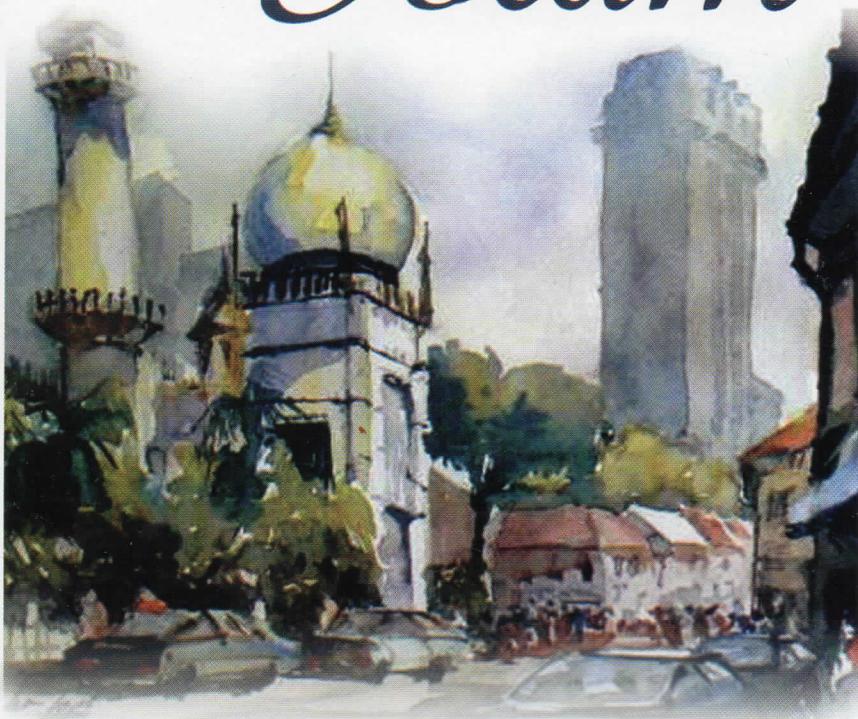


etika bisnis dalam *Islam*



Dr. Ika Yunia Fauzia, Lc., M.E.I.

Kata Pengantar Penulis

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji hanya kepada Allah swt. Tuhan Yang Maha Bijaksana, karena dengan kebijaksanaan-Nya Ia menginginkan manusia untuk senantiasa hidup dalam kesejahteraan dan bisa mensejahterakan orang lain. Shalawat dan salam selalu tercurah untuk Rasulullah saw., keluarga, kerabat dan sahabatnya.

Kesyukuran yang maha dahsyat dirasakan oleh penulis karena buku ini bisa terbit. Buku ini awalnya adalah disertasi yang ditulis dalam rangka menyelesaikan studi di Program Doktor Pascasarjana IAIN Sunan Ampel Surabaya. Disertasi awal berjudul “Perilaku Bisnis dalam Jaringan Pemasaran: Studi Kasus Pemberian Kepercayaan dalam Multi Level Marketing Shari’ah (MLMS) pada Herba Penawar al-Wahida (HPA) di Surabaya”. Penulis pada awalnya tertantang untuk membangun sebuah teori tentang *trust* dalam bisnis Islam untuk bisa membangun jaringan pasar. Teori tersebut menggunakan metode bolak-balik, yaitu deduktif-induktif dan juga induktif-deduktif. Hal itu dikarenakan bahwa ekonomi Islam mencakup dua sisi, yaitu aspek normatif-idealisis-deduktif dan juga hitoris-empiris-induktif. Kemudian setelah teori tersebut tersusun, penulis berusaha mengujicobakannya, yaitu dengan cara mengaplikasikan dan mengoperasionalkannya pada sebuah MLMS, HPA di Surabaya.

Dalam perkembangan selanjutnya, dilakukan beberapa proses editing oleh penulis. Dengan menampilkan subyek penilitian (*transcendental trust*), dan menggesampingkan obyek penelitian (MLMS-HPA) yang ada dalam disertasi. Dan juga ada beberapa bagian yang sengaja ‘dibuang’, sehingga terbitlah buku tentang *transcendental trust* yang pada saat ini ada di tangan pembaca.

Penulis menghaturkan beribu terimakasih kepada beberapa fiyah yang turut serta memberikan masukan kepada penelitian ini, di antaranya adalah Prof. Dr. H. Nur Syam, MSI; Prof. Dr. H.M. Ridlwan Nasir; Prof. Dr. H. Ahmad Zahro; Prof. Dr. H. Ismail Nawawi; Prof. Dr. H. Muslich Anshari; Prof. Dr. H. Zainul Arifin, dan; Masdar

Hilmy, MA, Phd. Penulis berharap buku ini bisa memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan ekonomi Islam dan juga bisnis dan pemasaran Islam di Indonesia. Cita-cita penulis hanya satu, ingin berperan serta dalam mewujudkan masyarakat yang sejahtera, dengan melakukan upaya-upaya solutif bagi segala permasalahan yang ada.

Semoga buku ini mampu memacu para pembacanya untuk melakukan *amal salih*, dengan cara beraktifitas ekonomi sesuai dengan ajaran-ajaran kepercayaan (*the spirit of trust*) dalam Islam, yang kemudian bisa memunculkan adanya kepercayaan yang transenden (*transcendental trust*). Hal ini tidak lain demi terwujudnya kemajuan pembangunan dan juga pertumbuhan ekonomi di negeri ini. *Tiada gading yang tak retak*, penulis memohon maaf jika terdapat suatu kesalahan. Harapan penulis, semoga buku ini bisa menginspirasi semua kalangan yang sedang *concern* mendalamai ekonomi dan bisnis Islam. Dan semoga keilmuan ekonomi Islam bisa terus menerus berkembang agar bisa memberikan manfaat bagi manusia. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Sidoarjo, 31 Agustus 2012

Ika Yunia Fauzia

Bisnis dan Pemasaran Islam

(Sebuah Kajian tentang Kepercayaan)

Bagian Pertama: **KAJIAN TENTANG KEPERCAYAAN DALAM BISNIS DAN PEMASARAN ISLAM, 1**

Bab 1 **Kepercayaan (*Trust*) Dalam Bisnis dan Pemasaran Islam, 2**

- A. Pengertian Bisnis dan Pemasaran Islam, 2
- B. Bisnis dalam al-Qur'ān, 5
- C. Tujuan Bisnis dalam al-Qur'ān, 8
- D. Perbedaan Bisnis Islami dan non-Islami, 9
- E. Transaksi dalam Bisnis Islam (*Aqd*), 10
- F. Kajian tentang Kepercayaan (*Trust*) dalam Bisnis Islam, 15

Bagian Kedua: **AJARAN TENTANG KEPERCAYAAN (*THE SPIRIT OF TRUST*) SEBAGAI KONSTRUKSI ATAS KEPERCAYAAN YANG TRANSENDEN (*TRANSCENDENTAL TRUST*) DALAM BISNIS DAN PEMASARAN ISLAM, 22**

Bab 2 **Ajaran Tentang Kepercayaan (*The Spirit of Trust*) dalam Ekonomi Islam, 23**

- A. Pengertian Ajaran Tentang Kepercayaan (*The Spirit of Trust*), 23
- B. Kerangka Ajaran Tentang Kepercayaan (*The Spirit of Trust*) dalam Bisnis Islam, 24
- C. Ajaran Tentang Kepercayaan (*The Spirit of Trust*) Menurut Para Pemikir Muslim, 26
- D. Ajaran Tentang Kepercayaan (*The Spirit of Trust*) dalam Ekonomi Bisnis Islam pada Masa *Khulafā' al-Rashidīn*, 27

- E. Ajaran Tentang Kepercayaan (*The Spirit of Trust*) dalam Ekonomi Bisnis Islam pasca Pemerintahan *Khulafā' al-Rāshidīn*, 28
- F. Periodeisasi Pemikiran Ekonom Islam, 33

Bab 3 Ajaran Tentang Kepercayaan (*The Spirit of Trust*) dalam Bisnis Islam, 51

- A. Ajaran Tentang Kepercayaan (*The Spirit of Trust*) dalam Bekerja menurut al-Qur'an, 51
- B. Variabel Ajaran Tentang Kepercayaan (*The Spirit of Trust*) dalam Bekerja menurut al-Qur'an, 51
- C. Ajaran Tentang Kepercayaan (*The Spirit of Trust*) dalam Berbisnis menurut al-Hadīth, 57
- D. Variabel Ajaran Tentang Kepercayaan (*The Spirit of Trust*) dalam Bisnis Islam menurut al-Hadīth, 59

Bab 4 Ajaran Tentang Kepercayaan (*The Spirit of Trust*) dalam Pemasaran Islam, 72

- A. Ajaran Tentang Kepercayaan (*The Spirit of Trust*) dalam Historiografi Kehidupan Rasulullah saw., 72
- B. Memahami Manajemen Pemasaran, 74
- C. Menganalisa Peluang-Peluang Pemasaran, 80
- D. Mengembangkan Strategi Pemasaran, 83
- E. Merencanakan Program Pemasaran, 86
- F. Mengelola Upaya Pemasaran, 88

Bab 5 Ajaran Tentang Kepercayaan (*The Spirit of Trust*) dalam Transaksi (*Aqd*) Menurut Fikih Mu'amalat, 86

- A. Ajaran Tentang Kepercayaan (*The Spirit of Trust*) dalam Transaksi (*Aqd*), 89
 - B. Variabel Ajaran Tentang Kepercayaan (*The Spirit of Trust*) dalam Transaksi Menurut Fikih Mu'amalat, 92

Bagian Ketiga	KEPERCAYAAN TRANSENDEN (<i>TRANSCENDENTAL TRUST</i>) DALAM BISNIS ISLAM
Bab 6	Kepercayaan Transenden (<i>Transcendental Trust</i>) dalam Bisnis Islam, 96
	A. Pengertian Kepercayaan Transenden (<i>Transcendental Trust</i>), 96
	B. Mitos dan Realita Kepercayaan (<i>Trust</i>) menurut Stephen M.R. Covey, 97
	C. Tahapan Kepercayaan Transenden (<i>Transcendental Trust</i>) dalam Bisnis dan Pemasaran Islami, 100
	D. Mewujudkan Kepercayaan Cerdas dalam Bisnis, 105
Bab 7	Kepercayaan Transenden (<i>Transcendental Trust</i>) dalam Diri Pebisnis sebagai Pondasi Bisnis Islam, 111
	A. Tahapan Kepercayaan Transenden (<i>Transcendental Trust</i>) dalam Diri Pebisnis, 111
	B. Karakter dan Kompetensi Seorang Pebisnis, 113
	C. Integritas Seorang Pebisnis, 113
	D. Variabel Integritas Seorang Pebisnis, 116
	E. Niat Seorang Pebisnis, 116
	F. Variabel Niat Seorang Pebisnis, 119
	G. Kemampuan-Kemampuan Seorang Pebisnis, 120
	H. Variabel Kemampuan-Kemampuan Seorang Pebisnis, 121

- I. Hasil-Hasil Seroang Pebisnis, 122
- J. Variabel Hasil-Hasil Seorang Pebisnis, 126

- Bab 8 Kepercayaan Transenden (*Transcendental Trust*) dalam Hubungan Bisnis, Perusahaan, Pasar dan Masyarakat, 127**
- A. Tahapan Kepercayaan Transenden (*Transcendental Trust*) dalam Hubungan Bisnis, 128
 - B. Prinsip Kepercayaan Transenden (*Transcendental Trust*) dalam Hubungan Bisnis, 128
 - C. Kepercayaan Transenden (*Transcendental Trust*) dalam Perusahaan, 140
 - D. Kepercayaan Transenden (*Transcendental Trust*) dalam Pasar, 141
 - E. Kepercayaan Transenden (*Transcendental Trust*) dalam Masyarakat, 143

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Indonesia yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah:

NO	ARAB	INDONESIA	ARAB	INDONESIA
1	ا	'	ط	T
2	ب	B	ظ	Z
3	ت	T	ع	'
4	ث	Th	غ	Gh
5	ج	J	ف	F
6	ح	H	ق	Q
7	خ	Kh	ك	K
8	د	D	ل	L
9	ذ	Dh	م	M
10	ر	R	ن	N
11	ز	Z	و	W
12	س	S	هـ	H
13	ش	Sh	ء	'
14	ص	Ş	يـ	Y
15	ضـ	D		

Untuk menunjukkan bunyi panjang (madd) dengan cara menuliskan tanda coretan di atas ā, ī, dan ū (ا, يـ, وـ dan هـ). Bunyi hidup dobel (diftong) Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf “ay” dan “au” seperti layyinah, lawwamah. Untuk kata yang berakhiran ta’ marbutah dan berfungsi sebagai sifat (modifier) atau mudaf ilayh ditranliterasikan dengan “ah”, sedang yang berfungsi sebagai mudaf ditransliterasikan dengan “at”

Riwayat Penulis

Dr. Ika Yunia Fauzia, Lc, M.E.I. Lahir di Jombang 02 Juni 1982. Menyelesaikan pendidikan setara dengan SMP dan SMA di Pesantren Putri Pondok Modern Gontor. Dan memperoleh gelar Lc. di Fakultas *Shari'ah Islamiyah* Universitas al-Azhar, Kairo, Mesir (2005). Kemudian di tahun yang sama Ia melanjutkan kuliahnya di Pascasarjana IAIN Sunan Ampel Surabaya, mengambil konsentrasi Ekonomi Islam. Pada tahun 2008, Ia pun menyelesaikan studinya sebagai satu-satunya wisudawan yang lulus dengan predikat *cumlaude*. Setelah lulus studinya di S2, Ia langsung mengikuti seleksi pendaftaran calon mahasiswa di Program Doktor IAIN Sunan Ampel Surabaya. Tiga tahun kemudian, tepat di usianya yang ke 29 tahun, Ia berhasil menyelesaikan studinya di Program Doktor IAIN Sunan Ampel Surabaya. Tepatnya pada Fakultas *Dirasat Islamiyah*, konsentrasi Ekonomi Islam dengan predikat wisudawan terbaik untuk Program Doktor.

Selama berkuliah di al-Azhar, Kairo, Ia aktif mengikuti beberapa pelatihan tentang Ekonomi Islam dengan beberapa pembicara yang kompeten di bidang tersebut. Di antaranya adalah Prof. Dr. Husein Syahatah (*Consultan of Husein Syahatah Firm*) dan Prof. Dr. Abdul Halim Umar (*Director of Sholah Kamil Centre for Islamic Economy Research*). Ia juga beberapa kali menjuarai lomba penulisan karya ilmiyah, kolom, cerpen, puisi, dan kaligrafi. Tulisan-tulisannya berupa makalah, opini, kolom, cerpen dan puisi tersebar di beberapa jurnal, media massa dan juga internet. Menikah dengan Abdul Kadir Riyadi dan dikaruniahi dua orang putra yang bernama Awan Teduh Muhammad dan Ahmad Gaza Samudera. Aktifitasnya saat ini sebagai ibu rumah tangga, penulis dan juga dosen Ekonomi Islam di beberapa Perguruan Tinggi di Surabaya.

Daftar Pustaka

- al-Andalusŷ, Ibn Ḥazm. T.Th. *Jawāmi' al-Sīrah al-Nabawiyah*. Libanon: Dār al-Kutub al-Ilmiyah.
- Anas, Imām Mālik b. 2002. *Kitāb al-Muwattō'*, Tahqīq. Ṣidqŷ Jamīl al-Attār. Beirut: Dār al-Fikr.
- Anoraga, Pandji. 1997. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta & Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bank BPD Jateng.
- Anwar, Syamsul. 2007. *Hukum Perjanjian Shariah: Study Tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Arwani. 2009. *8 Kunci Sukses*; Muhammad Abdul Jawād, *Rahasia Sukses Manajemen Rasulullah*, terj. Muhtadi Kadi, dari judul aslinya "Min Asrār al-Tamayyuz al-Idārī wa al-Mahārī fī Hayāt al-Rasūl". Surakarta: Ziyad Visi Media.
- Asqalānŷ, Hāfidz Aḥmad bin Aḥmad bin Ḥajar. T.th. *Fath al-Bārī Bi Sharḥ Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, Tahqīq. Syekh Abdul Azīz bin Abdillah bin Bāz. T.Tmp: Dār al-Fikr.
- ‘Aṭiyyah, Jamal al-Dīn. 1988. *Al-Nazariyah al-‘Ammah li al-Shari’ah al-Islāmiyah* T.tmp.
- Ālim, Yūsuf Hāmid. T.th. *Al-Maqashid al-‘Ammah li al-Syarīah al-Islāmiyah*. Kairo: Dār al-Hadīth, t.th.
- Bāqī, Muhammad Fuād Abdul. 2001. *Al-Mu’jam al-Mufahras li Alfādzi al-Qurān al-Karīm*. Kairo: Dār al-Hadīth.
- _____. 1991. *Miftāḥ Kunūz al-Sunnah*. Kairo: Dār al-Hadīth.
- Bayhāqī, Abu Bakar Aḥmad bin al-Husayn bin 'Aḥmad. 1992. *Kitāb al-Sunan al-Ṣaghīr*. Tahqīq & Takhrij: Abd al-Salām Abd al-Shāfi' & Aḥmad Qubbānŷ. Beirut: Dār al-Kutub al-Ilmiyah.
- _____. 1994. *Al-Sunan al-Kubrā*. Tahqīq: Muhammad Abd al-Qādir 'Athā'. Beirut: Dār al-Kutub al-Ilmiyah.
- Būti, Muhammad Saīd Ramadhān. 1988. *Dhawābiṭ al-Maslahah fī al-Syarīah al-Islāmiyah*. T.Tmp.

- Covey, Stephen M.R. 2010. *The Speed of Trust, Satu Hal yang Mampu Mengubah Segalanya*, terj. Alvin Saputra, dari judul aslinya "The Speed of Trust". Jakarta: Karisma Publishing.
- Crone, Patricia. 1987. *Meccan Trade and The Rise of Islam*. New Jersey: Princeton University Press.
- al-Dārimī, Imam. T.Th. *Sunan al-Dārimī*. T.tmp: Dār al-Sunnah al-Nabawiyyah.
- _____. 2007. *Sunan al-Dārimī*, Tahqīq. Syaikh Muhammad Abdul Azīz al-Khalidī, Terj. Abdul Syukur Abdul Razaq & Ahmad Riva'i Uthmān. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Delforge, Isabelle. 2003. *Dusta Industri Pangan, Penelusuran Jejak Monsanto*, terj. Sonya Sondakh, dari judul asli Nourrir le Monde ou L'agrobusiness Enquête sur Monsanto. Yogyakarta: REaD Book.
- Dewi, Gemala. et.al. 2006. *Hukum Perikatan di Indonesia*. Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia & Kencana Prenada Media Gruoup.
- Djakfar, Muhammad. 2009. *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi Perundungan Nasional dengan Shariah*. Yogyakarta: PT. LKIS Printing Cemerlang.
- _____. 2008. *Etika Bisnis Islami: Tatakan Teoritis dan Praktis*. Malang: UIN Malang Press.
- _____. 2007. Djakfar, Muhammad. *Agama, Etika dan Ekonomi: Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah*. Malang: UIN Malang Press.
- al-Dīn, Bin Zaghibah Izz. 1996. *Al-Maqāṣid al-Āmmah li al-Shari'ah al-Islāmiyah*. Kairo: Dār al-Ṣafwah li al-Ṭabā'ah wa al-Nasyr wa al-Tauzi.
- al-Dzārī, Husayn Yahyā. et-al. 2001. *Al-Sīrah al-Nabawiyah li Ṭullāb wa Ṭalibāt al-Ṣaff al-Awwal al-Thanawī*. Yaman: al-Jumhuriyyah al-Yamaniyyah, Wizārah al-Tarbiyah wa al-Ta'līm.
- Fadānī, Muhammad Yasin bin 'Isa. 1997. *al-Fawā'id al-Jamiyah*. Libanon: Dār al-Fikr.
- Fuqahā Turki Uthmāni (1869-1876). 1980. *The Mejelle being An English*, terj. C.R. Tyser, B.A.A, dari *Majallah Aḥkām al-Adliyah*. Pakistan: Law Publishing Company.

- Gunara, Thāriq. & Utus Hardiono Sudibyo. 2007. *Marketing Muhammad*. Bandung: Madania Prima.
- Ḩanbal, Aḥmad b. 1991. *Al-Musnad li al-Imām b. Ḥanbal (164-241 H)*, Tahqīq. Abdullah Muḥammad al-Darwīsh. T.Tmp: Dār al-Fikr.
- al-Ḥamṣī, Muḥammad Ḥasan. T.Th. *Mufradāt al-Qur’ān: Tafsīr wa Bayān*. Beirut: Dār al-Rashīd.
- Hishām, Ibn. 2001. *Al-Sīrah al-Nabawiyah*, Tahqiq: Waṣīd bin Muhammād bin Salāmah & Khālid bin Muhammād bin Uthmān. Kairo: Maktabah al-Shafā.
- Hitti, Philip K. 1943. *The Arabs: A Short History*. Princeton: Princeton University Press.
- Jawād, Muhammād Abdul. 2009. *Rahasia Sukses Manajemen Rasulullah*, terj. Muhtadi Kadi, dari judul aslinya "Min Asrār al-Tamayyuz al-Idārī wa al-Mahārī fī Hayāt al-Rasūl". Surakarta: Ziyad Visi Media.
- al-Kāf, Abdullah Zaky. 2002. *Ekonomi dalam Perspektif Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Karim, Adiwarman Azhar. 2004. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: PT RajaGrasindo Persada.
- Kiyosaki, Robert T. 2003. *Rich Dad, Poor Dad*, terj. J. Dwi Helly Purnomo dari judul aslinya *Rich Dad Poor Dad*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Keegan, Warren J. 1996. *Global Marketing Management*, terj. Alexander Sindoro, Manajemen Pemasaran Global, jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 1994. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall, 1994.
- _____. 1997. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Terj. Hendra Teguh & Ronny A. Rusli, dari judul aslinya "Marketing Management". Jakarta: PT Ikrar Mandiri Abadi.
- _____. 1997. *Manajemen Pemasaran*, Jilid.1, Terj. Hendra Teguh & Ronny A. Rusli, dari judul aslinya "Marketing Management". Jakarta: PT Ikrar Mandiri Abadi.
- Khaṭīl, Imāduddīn. 1991. *Dirāsaḥ fī al-Sīrah*. Beirut: Dār al-Nafā’is & Muassasah al-Risālah.

- Lapidus, Ira M. 1997. *Sejarah Sosial Umat Islam*, Bagian 1 & 2. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Lings, Martin. 1983. *Muhammad: His Life Based on The Earliest Sources*. U.K: George Allen & Unwin Ltd.
- Mājah, Ibn. T.Th. *Sunan al-Ḥāfiḍz Abī Abdullāh Muḥammad b. Yazīd al-Qazwaynī Ibn Mājah*, Taḥqīq. Muhammad Fu’ad Abdul Bāqī. Libanon-Beirut: Dār al-Kutub al-Ilmiyah.
- al-Makdisi, Ḥusni. T.th. *Fatḥu al-Rahmān li Thālib al-Qur’ān*. Indonesia: Maktabah Dahlan, t.th.
- Malahayati. 2010. *Rahasia Bisnis Rasulullah*. Yogyakarta: Penerbit Jogja Great! Publisher.
- Mahmud *et.al.* 2004. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Mahmūd, Abdul Ḥaṣim. 1974. *Al-Rasūl saw. wa Sunnatuhu al-Sharīfah, Silsilah al-Buḥūth al-Islāmiyah*. Kairo: al-Hay’ah al-‘Āmmah li Shu’ūn al-Maṭābi’ al-Amīriyah.
- al-Mubarakfury, Syaikh Shafiyurrahmān. 2009. *Sirah Nabawiyah*, Terj. Kathur Suhardi, dari judul aslinya "al-Raḥīq Makhtūm, Baht fi Sirah al-Nabawiyah ala Ṣāḥibinā afdhal al-Ṣalāt wa al-Salām". Jakarta: Pustaka al-Kautsar.
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Muhammad, Qutb Ibrahim. 2007. *Bagaimana Rasulullah Mengelola Ekonomi, Keuangan, dan Sistem Administrasi*, terj. Rusli, dari judul aslinya "Al-Siyāsah al-Māliyah li al-Rasūl". Jakarta: Gaung Persada Press.
- Munawwir, A.W. 1997. *Kamus al-Munawwir Arab-Indonesia Lengkap*. Surabaya: Pustaka Progessif.
- Mūsa, Kayl. 1994. *Aḥkām al-Muāmalāt*. Beirut: Muassasah al-Risālah.
- Massie, Joseph L. 1983. *Dasar-Dasar Manajemen*, terj. Ignatius Hadisoeprobo, dari judul aslinya "Essentials of Management". Jakarta: Penerbit Erlangga.

Muhammad & Alimin. 2004. *Etika Perlindungan Konsumen dalam Islam*. Yogyakarta: BPFE.

Nasā'ī, Abū Abd al-Rahmān Aḥmad bin Shu'ayb. 1991. *Kitāb al-Sunan al-Kubrā*. Tahqīq: Abd al-Ghaffār Sulaymān al-Bandārī dan Kisrawy Ḥasan. Beirut: Dār al-Kutub al-Ilmiyyah.

_____. T.Th. *Sunan al-Nasā' ī bi Sharḥ al-Hāfiḍz Jalāl al-Dīn al-Suyūtī*. Libanon-Beirut: Dār al-Kutub al-Ilmiyah.

al-Naysābūrī, Imām Muslim b. al-Hujjāj al-Qushayrī. 2008. *Sahīḥ Muslim*, Tahqīq. Muhammad Sālim Hāshim. Beirut: Dār al-Kutub al-Ilmiyah.

Peters, F.E. 1994. *Muhammad and The Origins of Islam*. New York: State University of New York.

Pride, M. William. dan OC. Ferrel. 1993. *Marketing 7th ed*. Boston: Houghton Mifflin Company.

al-Rahmān, Jalāl al-Dīn Abd. 1983. *Al-Maṣāliḥ al-Mursalah*. Mesir: Maṭba'ah al-Sa'ādah.

al-Raisūnī, Ahmad. T.th. *Nazriyah al-Maqāṣid Inda al-Imām al-Shāṭibī*. Beirut: Al-Ma'had al-'Āfi li al-Fikr al-Islāmī, al-Muassasah al-Jāmiyah li al-Dirāsat wa al-Nashr wa al-Tawzī'.

Rawzi, Syed A. A. 1993. *Khadijah yang Agung: Keteladanan dan Keteguhan Seorang Istri*, terj. Alwiyah Abdurrahman, dari judul aslinya "Khadijatul Kubra: The Wife of The Prophet Muhammed, A Short Story of Her Life". Bandung: Mizan.

Rodinson, Maxime. 1971. *Muhammad*. England: Penguin Books.

Sābiq, Sayyid. 1997. *Fiqh al-Sunnah*. Mesir: Dār al-Fath li al-I'lām al-Arabī.

Santoso, Ipho. 2010. *10 Jurus Terlarang: Kok Mau Berbisnis dengan Cara Biasa*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

al-Salām, Izz al-Dīn Abd. T.th. *Qawa'id al-Aḥkām fī Maṣāliḥ al-Anām*. Beirut: Dār al-Kutub al-Ilmiyah.

al-Sibā'ī, Muṣṭafā. 1986. *Al-Sīrah al-Nabawiyah, Durūs wa 'Ibr*. Beirut dan Damaskus: al-Maktab al-Islāmī.

- al-Sijistānī, Abū Dawūd. 1280. *Sunan Abū Dawūd*. Kairo.
- Sūrah, Abu Īsā Muhammad bin Īsā bin. 1988. *Al-Jāmi' al-Ṣahīḥ wa Huwa Sunan al-Tirmidzī*. Taḥqīq: Kamāl Yūsuf al-Hūt. Beirut: Dār al-Fikr.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Setiadi, Nugroho J. 2005. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Shāfi'i, Abi Abdullah Muhammad bin Idrīs. T.Th. *Musnad Imām al-Shāfi'i*, Taṣḥīḥ: Maṭbaah Būlāq al-Amīriyyah di India. Beirut: Dār al-Kutub al-Ilmiyah.
- al-Shāṭibī, Abu Ishāq. 1999. *Al-Muwāfaqāt fī Ushūl al-Syari'ah*, vol.2. Beirut: Dār al-Ma'rifah.
- Shiddiqi, M.N. 1992. *Recent Works On History of Economic Thought in Islam: A Survey In Sadeq M (ed), Reading In Islamic Economic Thought*. Kuala Lumpur: Longman.
- Sholihin, Muhammad. 2010. *Hebatnya Marketing Muhammad saw*. Yogyakarta: CV Solusi Distribusi.
- Syahban, Joko. 2008. *Berbisnis Bersama Tuhan*. Jakarta: Penerbit Hikmah.
- Tālib, Ali b. Abī. 1993. *Najhul Balāghah*, Terj. Muhammad al-Baqir. Sharḥ Syeikh Muhammad Abdūh. Bandung: Penerbit Mizān.
- Thālib, Zaid bin Alī bin al-Ḥusayn bin 'Alī bin Abi. T.Th. *Musnad al-Imām Zayd* (al-Majmū' al-Fiqhī li Dzikrihi Ba'dh al-Masā'il al-Fiqhiyyah), Tahqīq. Abd al-Azīz bin Ishāq al-Baghdādī. Beirut: Dār al-Kutub al-Ilmiyah.
- Tim Penyusun Ensiklopedi Islam. 2005. *Ensiklopedi Islam*, Jilid.3. Jakarta: PT Ichtiar Baru van Hoeve.
- Udovitch, Abraham L. 2008. *Kerjasama Shariah*, terj. Syafruddin Arif Marah Manunggal, dari judul aslinya 'Profit and Partnership in Medieval Islam'. Kediri: Penerbit Qubah.
- Yusanto, Muhammad Ismail & Muhammad Karebet Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.

Zuhaili, Wahbah. 1997. *Al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuhu*. Jilid. 4. Damaskus: Dar al-Fikr.

_____. 2010. *Al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuhu*, Jillid 4. Damaskus: Dār al-Fikr al-Mu'āşir.

<Http://iptij-japan.com/?p=357> (di akses pada 28/10/2010).

etika bisnis

dalam

Islam

Karena bisnis bukan hanya menyangkut persoalan mencari profit tetapi juga bersentuhan dengan aspek sosial dan psikologi individu, maka dibutuhkan sebentuk etika bisnis yang kuat agar perilaku praktisi bisnis (produsen, pedagang, *sales*, *advertising*, dan sebagainya) tidak bersifat merugikan secara sosial ekonomi, tidak merugikan dan mengeksplorasi konsumen. Dalam konteks ini, Islam sebagai agama memiliki prinsip dan sistem bisnis yang khas dengan etika yang tegas, yang didasarkan pada prinsip amanah atau *trust*.

Dalam buku ini, pembaca dapat menjumpai kajian yang mendalam tentang beragam aspek seperti prinsip *trust* (amanah) dalam ajaran Islam pada umumnya dan dalam perilaku ekonomi dan bisnis pada khususnya. Pembahasan dilengkapi dengan uraian mengenai relasi *trust* di antara pelaku bisnis, perusahaan, pasar, dan masyarakat pada umumnya. Jadi, jelas bahwa semua pihak yang bergelut di bidang ekonomi Islam pada umumnya dan etika bisnis Islam pada khususnya perlu memiliki dan mempelajari buku ini agar dapat menerapkannya dalam aktivitas studi bisnis akademis maupun bisnis praktis.



KENCANA
PRENADA MEDIA GROUP
E-mail: pmg@prenadamedia.com
http://www.prenadamedia.com

ISBN: 978-602-9413-81-6