

## Bab 8

### Kepercayaan Transenden (*Transcendental Trust*) dalam Hubungan Bisnis, Perusahaan, Pasar dan Masyarakat

#### A. Tahapan Kepercayaan Transenden (*Transcendental Trust*) dalam Hubungan Bisnis

Membentuk suatu hubungan antar individu yang dilandasi dengan kepercayaan merupakan suatu kebutuhan, baik bersifat pribadi maupun bersifat profesional. Ironinya, banyak pelaku bisnis yang belum *aware* tentang hal tersebut, sehingga mereka hanya memikirkan bagaimana memperoleh keuntungan dengan cara *instant* dan mengabaikan aspek kepercayaan. Untuk konteks bisnis Islam, kepercayaan transenden (*transcendental trust*) dalam suatu hubungan bisnis merupakan sebuah kewajiban. Perintah berbisnis dalam Islam selalu disertai dengan kewajiban penerapan kepercayaan yang transenden di dalamnya.

Menjadi seseorang yang dipercaya merupakan suatu hal yang didambakan oleh setiap orang, dan sebaliknya, seseorang akan merasa sangat tidak berharga ketika kehilangan kepercayaan dari sesamanya. Bisa jadi ketika seorang pelaku usaha memegang teguh kepercayaan orang lain, dan mengorbankan keuntungan jangka pendeknya, justru meraup keuntungan dalam jangka panjang yang bisa dinikmatinya turun temurun. Hal tersebut telah dibuktikan oleh Rasulullah dalam perjanjian Hudaibiyah, ketika Beliau dengan sadar mengorbankan keuntungan jangka pendek, demi menaburkan kepercayaan kepada para musuhnya. Dan strategi Rasulullah itu terbukti ampuh, karena kaum Muslimin mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda pada masa-masa berikutnya. Lebih jauh lagi, Rasulullah menerapkan etika transenden yang bersumber dari wahyu Allah untuk mendapatkan kepercayaan tersebut.

Kepercayaan dibangun dengan perlahan dan memerlukan waktu yang tidak sedikit, bisa jadi butuh waktu puluhan tahun untuk membangun dan mengokohkan sebuah kepercayaan. Rasulullah membutuhkan waktu bertahun-tahun untuk

mendapatkan kepercayaan dari kaum Quraisy. Akan tetapi menghancurkan kepercayaan tidak membutuhkan waktu yang lama, karena dalam hitungan menit bahkan detik kepercayaan bisa hancur berkeping-keping.

Kepercayaan transenden dalam hubungan bisnis merupakan bentuk pemeliharaan manajemen sumber daya manusia. Ketika sumber daya manusia terjaga dengan baik, maka bukan tidak mungkin sumberdaya keuangan dan sumber daya teknologi akan mengikuti. Dengan adanya kepercayaan transenden dalam hubungan bisnis, maka bibit kepercayaan telah ditaburkan antara seorang pebisnis dengan yang lainnya. Setelah bibit-bibit kepercayaan telah tumbuh mengakar dengan kuat, maka itu adalah jelmaan tangga-tangga kesuksesan. Jadi, sangat tipis bedanya antara kepercayaan dengan kesuksesan.

## **B. Prinsip Kepercayaan Transenden (*Transcendental Trust*) dalam Hubungan Bisnis**

Adapun beberapa prinsip kepercayaan transenden dalam hubungan bisnis, yang merupakan suatu bentuk keberhasilan manajemen SDM dalam bisnis Islam, akan dijelaskan pada sub bab berikut ini:

### **1. Berbicara Apa Adanya dan Menciptakan Transparansi**

Berbicara apa adanya sudah menjadi ciri khas ajaran Islam. Hal ini sangat mempengaruhi hubungan antar sesama, karena bisa menambah dividen kepercayaan dalam hubungan tersebut. Dalam hubungan bisnis, keberkahan bisa diraih jika transaksi dilakukan secara jelas dengan tidak menyembunyikan sesuatu. Ada beberapa hadith Rasul yang diriwayatkan oleh Bukhārī, Muslim, *Muwat̃to*' Imām Mālik dan *Musnad* Aḥmad yang membahas tentang keberkahan tersebut.

Pembicaraan yang apa adanya juga dilakukan secara santun dan proporsional, dan tidak dengan cara yang ekstrem. Berbicara apa adanya dengan cara yang ekstrem merupakan antitesa dari kepercayaan, karena bisa menghilangkan kepercayaan orang lain.

Selain berbicara apa adanya, penciptaan sebuah transparansi dalam suatu hubungan mutlak diperlukan, ketika seseorang ingin menambah dividen

kepercayaannya. Sebuah lingkungan kerja yang transparan bisa menjadikan para pekerjanya menjadi lebih peka terhadap situasi yang ada, dan akhirnya mereka akan berubah menjadi individu yang memanfaatkan kekuatan dirinya secara maksimal. Hal ini sangat positif demi membentuk sebuah team yang solid, yang di *back up* oleh kepercayaan antar individu di dalamnya. Dan dengan sendirinya lingkungan kerja akan sangat kondusif dalam menciptakan prestasi demi prestasi, yang akan membawa dampak kesuksesan bagi masing-masing individu di dalamnya.

Islam sangat menganjurkan segala upaya untuk menciptakan budaya bisnis yang transparan. Ajaran Islam dalam bisnis selalu mengetengahkan keterbukaan yang bermuara pada keadilan, keterbukaan untuk menghindari kerugian di salah satu pihak dan keterbukaan untuk menciptakan budaya bisnis yang berkualitas. Keterbukaan bisa diciptakan apabila bisnis dibangun di atas prinsip *an tarāḍin* (suka sama suka) di antara para pelaku bisnis, seperti yang diriwayatkan Ibn Mājah dan Tirmidhī dari Saʿīd al-Khudrī. Kesepakatan bisnis yang terbangun di atas keterpaksaan akan memberangus budaya transparansi, karena masing-masing pihak sudah tidak menghargai pihak yang lainnya.

## **2. Menunjukkan Penghormatan dan Menampakkan Loyalitas**

Penghormatan terhadap sesama adalah etika dasar Islam, sehingga sering ditemukan beberapa ajaran tentang penghormatan yang berdasarkan hubungan darah atau tidak.<sup>1</sup> Begitu juga dalam membentuk kepercayaan antar sesama dalam dunia bisnis, penghormatan antar pebisnis adalah suatu keharusan. Tabiat manusia akan selalu ingin dihormati, dan manusia cenderung lebih memilih untuk bekerjasama dengan orang yang mempunyai rasa hormat.

Penghormatan bisa diartikan dengan adanya keperdulian antar sesama, tentang bagaimana karyawan yang berada di golongan paling bawah diperdulikan dan dihormati, sehingga mereka merasa sejajar dengan manajer –bahkan- direktur perusahaan. Penghormatan antar mitra kerja adalah kepercayaan yang mengantarkan

---

<sup>1</sup> Kita seringkali mendengar beberapa ajaran Islam tentang kewajiban penghormatan kepada kedua orang tua, tamu, guru, fakir miskin dan –bahkan- peminta-minta.

kepada kesuksesan. Penghormatan yang proporsional baik dilakukan, dan sebaliknya terlalu berlebihan dalam memberikan penghormatan kepada seseorang merupakan hal yang tidak baik, dan dapat memberikan kesan yang buruk kepada mitra bisnis.

Menunjukkan loyalitas kepada orang lain bisa dilakukan dengan mengakui segala macam kontribusi yang mereka berikan, menjaga kehormatan orang lain dan membicarakan perilaku orang lain dengan semestinya. Menjelek-jelekkan orang lain termasuk dalam kategori tidak menunjukkan loyalitas dengan orang lain, dan ini adalah perilaku yang buruk dalam dunia bisnis.

Ada salah satu cara untuk menunjukkan loyalitas dalam bisnis, yaitu menyambung hubungan baik dengan mantan *partner* bisnis, *partner* bisnis dan calon *partner* bisnis. Hal itu bisa disimak dalam ajaran Rasulullah saw. tentang menyambung tali silaturahmi kepada orang-orang kecintaan bapak seseorang, untuk konteks penyambungan hubungan baik dengan mantan *partner* bisnis. Beberapa ajaran tentang hal di atas seperti yang diungkapkan oleh Rasulullah saw., dan diriwayatkan oleh Muslim dari Abu Tāhir.

Loyalitas seorang pebisnis kepada bawahannya atau atasannya juga bisa menyemai benih-benih kepercayaan di antara mereka, dan ini sangat berarti bagi kemajuan sebuah bisnis. Sikap baik yang diupayakan oleh atasan kepada bawahan, akan membangkitkan semangat kerja dan menjadikan sang pekerja loyal terhadap atasan dan perusahaan. Islam mengajarkan beberapa perilaku yang bisa menumbuhkan loyalitas di antara hubungan bisnis, yaitu perilaku dari atasan ke bawahan, dan sebaliknya, dari bawahan ke atasan.<sup>2</sup> Menghadapai seorang bawahan dengan lebih humanis mampu mendongkrak kepercayaan dalam bisnis, yaitu dengan lebih memperhatikan hak-hak mereka, mempelajari kesenjangan antara atasan dan

---

<sup>2</sup> Untuk perilaku yang dianjurkan oleh Islam, dari atasan ke bawahan, simak anjuran Rasulullah saw. untuk menjadi pebisnis seperti *ṣāhibu farāq al-aruzz* (seperti yang dalam hadith riwayat Abu Daud). Yaitu seseorang yang telah menyewa seorang pekerja sewaan dengan upah sukatan beras. Di sore harinya pebisnis tersebut memberikan haknya, tapi sang pekerja tidak mau mengambil dan pergi. Lalu pebisnis itu menginvestasikan sukatan beras tersebut untuk pekerjanya hingga ia berhasil mengumpulkan seekor sapi dan anak-anaknya untuk pekerjanya. Setelah beberapa saat, pekerjanya menemuinya dan mengatakan, “Berikan hakku kepadaku.” Pebisnis itu menjawab: Pergilah ke sapi itu serta anak-anaknya (aku telah menginvestasikan uangmu) dan ambillah. Lalu pekerjanya itu pergi kesana dan mengambilnya semua.

bawahan dan memposisikan diri berada di posisi mereka.<sup>3</sup> Islam juga menganjurkan kepada para pebisnis untuk memberikan jaminan kesejahteraan bagi pekerjanya, hal ini bisa dilacak dari beberapa hadith tentang anjuran untuk mencari pekerja pendamping hidupnya dan tempat tinggal baginya.<sup>4</sup> Pendamping dan tempat tinggal merupakan suatu simbol dasar bagi kesejahteraan seorang buruh, jika dua hal di atas tidak bisa terwujud, maka kesejahteraan mereka berada pada taraf yang menyedihkan.

Selanjutnya, loyalitas dari bawahan ke atasan juga dituntut dalam Islam, dengan cara menunjukkan kinerja yang terbaik, kemampuan yang terbaik, talenta yang terbaik dari bawahan ke atasan, yang bisa membawa *benefit* bagi perusahaan. Dalam Islam, kompensasi dari pekerjaan terbaik yang dilakukan oleh bawahan kepada atasan akan digantikan oleh dua pahala dari Allah. sebagaimana yang disabdakan oleh Rasulullah dan diriwayatkan oleh Bukhārī.

Menarik untuk digaris bawahi di sini, bahwa seorang bawahan tidak akan sia-sia ketika melakukan pekerjaannya dengan baik, karena nilai tambah yang ia dapatkan adalah *profit* dan *benefit* dari atasannya berupa materi yang harus dibayarkan tepat waktu dan jaminan kesejahteraan. Nilai tambah selanjutnya adalah, ia akan mendapatkan *reward* dari Allah berupa –bukan hanya satu, tapi- dua pahala. Dua hal yang didapatkan oleh para buruh tersebut adalah representasi dari kesejahteraan di dunia dan di akhirat, tentunya apabila mereka bekerja dengan sungguh-sungguh.

---

<sup>3</sup> Simak beberapa HR. Bukhārī, Muslim, Abu Daud, Tirmidzī, Ibn Mājah, Muwaṭṭo' Imam Mālik, Musnad Zaid b. Ali dan Aḥmad b. Ḥanbal, tentang anjuran untuk memberi makan kepada pembantu dengan apa yang kita makan dan memberi pakaian kepadanya dengan apa yang kita makan. Juga larangan membebani mereka dengan pekerjaan yang membebani mereka dan anjuran untuk membantu tugas mereka; Lihat juga beberapa HR Ibn Mājah yang lain tentang kewajiban memberi upah pekerja tepat waktu; dan masih banyak hadith-hadith yang serupa.

<sup>4</sup>Anjuran Rasul tentang menikahkan pekerja dan memberinya rumah dalam hadith Beliau ini, diikuti dengan perkataan Beliau, “Bahwa barang siapa yang mengambil sikap selain itu (yang tidak sesuai dengan anjuran Islam tentang penjaminan kesejahteraan di atas *-pcnj-*), maka ia adalah seorang yang keterlaluan atau pencuri.” (HR. Abu Daud)

### 3. Meluruskan Kesalahan dan Memenuhi Komitmen

Ketika kesalahan sudah terjadi dalam dunia bisnis, maka kata maaf saja tidak cukup untuk bisa mengganti kepercayaan yang telah hilang. Lebih dari kata maaf, perlu adanya penggantian ganti rugi dan perbaikan-perbaikan ekstra, agar kepercayaan bisa pulih lagi. Harus ada kerendahan hati dalam upaya untuk meluruskan kesalahan, pun keberanian untuk berhadapan langsung dengan kemarahan dan ketidakpercayaan, yang datang dari pihak yang dirugikan. Islam senantiasa memerintahkan seseorang untuk selalu berlaku adil dan melarang perbuatan yang bisa memantik permusuhan.<sup>5</sup>

Kesalahan yang terjadi dalam bisnis menyebabkan permusuhan antara pebisnis dan mitra bisnisnya, dan ketika kesalahan itu tidak diimbangi dengan perbaikan, maka seorang pebisnis telah berbuat tidak adil kepadanya. Atas dasar itu, segala upaya-upaya perbaikan yang ekstra akan sangat membantu untuk memperbaiki kesalahan dan –diharapkan- bisa memulihkan kepercayaan yang sedang bermasalah.

Berkah dari upaya-upaya perbaikan yang dilakukan oleh pebisnis untuk memperbaiki kesalahannya, bisa jadi semakin menambah nilai kepercayaan seseorang yang dulu sedang *minus* kepercayaan kepadanya. Ketulusan pebisnis untuk mengakui kesalahannya, meminta maaf, kemudian mengganti kerugian dengan mengerahkan segala atensinya, akan merubah pandangan mitra bisnisnya. Dari sikap ketidak puasan –yang kemudian memunculkan permusuhan-, menjadi sebuah penghormatan –yang berujung pada meningkatnya tingkat kepuasan dan loyalitas-. Sehingga pebisnis memperoleh berkah dari upaya-upaya perbaikan tersebut, yaitu meningkatnya kepercayaan dari mitra bisnisnya.

Kemudian untuk menghindari segala macam kesalahan, maka ketika seseorang membuat komitmen dengan rekan bisnisnya, ia haruslah realistis dan tidak

---

<sup>5</sup> Lihat beberapa ayat dalam al-Qur'an yang senantiasa menyuruh kepada keadilan dalam Q.S. Al-An'am [6]: 152, An-Nakhl [16]: 90, al-Hujurat [49]: 9; larangan mencampur adukkan yang benar dengan yang salah dalam Q.S al-Baqarah [2]: 42, al-Ra'd [13]: 17, dan; larangan mengagakkan kebenaran bagi orang lain, padahal seseorang melupakan dirinya dari kebenaran tersebut dalam Q.S. al-Baqarah [2]: 44.

berlebihan. Sehingga komitmen tersebut bisa dilaksanakan dengan baik, dan pada akhirnya siapapun akan puas melakukan sebuah kerjasama jika segala komitmen yang ada bisa dilakukan dengan baik<sup>6</sup>.

Islam sangat mendukung upaya-upaya menuju kebaikan, apalagi jika dibarengi dengan suatu komitmen yang bagus. Akan tetapi terkadang seseorang hanya menghabiskan waktu, energi dan biaya untuk menyusun sebuah komitmen, dan dengan tanpa beban menyalahi komitmen yang telah dibuat dan disepakati olehnya. Sehingga cita-cita-pun tidak akan bisa terealisasikan, dan harapan hanya tinggal angan-angan kosong. Islam tidak memperkenankan umatnya untuk membuat harapan-harapan kosong yang akan berdampak pada berhentinya kreativitas dan produktivitas.

#### **4. Mendengarkan Terlebih Dahulu dan Memberikan Kepercayaan**

Penting bagi seorang pebisnis untuk mendengar, memahami dan melihat terlebih dahulu, sehingga ia tidak melakukan suatu perbuatan yang tidak produktif dan sia-sia. Ketika suatu pekerjaan dilakukan dengan mengedepankan beberapa asumsi saja, tanpa mendengarkan kebutuhan, keinginan, atau keluhan orang lain, maka pekerjaan tersebut tidak akan menghasilkan kepercayaan dari orang lain. Dengan mendengarkan, seseorang bisa memberikan kepercayaan secara proporsional kepada orang lain dan mendapatkan kepercayaan darinya. Sehingga mendengarkan terlebih dahulu merupakan satu syarat mutlak bagi kemajuan sebuah bisnis. Hal ini juga berlaku pada perkembangan kreativitas seorang pebisnis, yang ketika ia selalu mendengar kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan selalu muncul inovasi baru. Sehingga bisnis yang dijalankan olehnya akan selalu maju, mengikuti kemauan pasar, dan tentunya bisa meraup keuntungan yang besar.

---

<sup>6</sup> Lihat ayat al-Qur'an tentang janji akan dimintakan pertanggung jawabannya, dalam Q.S. Al-Isrā'[17]: 34; Lihat juga hadith tentang tiga jenis manusia di mana Allah akan menjadi musuh mereka pada hari kiamat, di antaranya adalah orang yang membuat komitmen akan memberi atas nama Allah kemudian tidak memenuhinya (HR. Bukhārī, Ibn Mājah dan Aḥmad b. Ḥanbal).

Setelah mendengarkan terlebih dahulu, memberikan kepercayaan kepada orang lain juga termasuk cara untuk mendapatkan kepercayaan darinya, karena – terkadang- seseorang akan cenderung bangga ketika dipercayai.

Ketika Rasulullah memberikan kepercayaan secara penuh kepada Urwah b. Ibn Abī al-Jād al-Bārūqī<sup>7</sup> dan Ḥakīm b. Hazam<sup>8</sup>, untuk membelikan Beliau seekor hewan kurban (domba) dengan uang satu dinar, maka mereka berhasil mendapatkan lebih dari satu domba dengan uang tersebut. Mereka merasa yakin dengan keputusan yang mereka ambil, tanpa ada niatan untuk tidak mentaati perintah Rasul (karena tidak mengikuti instruksi dari Rasul). Jangan dibayangkan bahwa Rasul akan memarahi mereka karena ketidaktaatan mereka, karena Rasul justru memberikan pujian untuk kepiawaiannya mereka. Sehingga bisa ditarik kesimpulan di sini, bahwa kepercayaan Rasul-lah yang menumbuhkan kepercayaan diri mereka untuk menggunakan potensi yang mereka miliki dengan sebaik mungkin.

Jadi, memberikan kepercayaan kepada orang lain, akan mengakibatkan tumbuhnya kepercayaan diri dalam diri mereka. Dan ini merupakan *surplus* energi dengan ditandai adanya keyakinan dalam diri mereka, yang akan membawa *surplus profit and benefit* dalam setiap pekerjaan.

Contoh di atas, dalam *fiqh al-mu'āmalāt* dikenali dengan jenis transaksi *fuḍūl (taṣarrufāt fuḍūly)*. Akibat dari adanya *bay' fuḍūl* adalah, jika sang pemilik harta menerima jual beli tersebut, maka jual beli sah. Akan tetapi jika yang terjadi sebaliknya, maka jual beli akan menjadi tidak sah. Jenis transaksi ini sangat tipis dengan jual beli yang bukan kepunyaannya (*bay' mā lā yamlik*), yang jelas-jelas

---

<sup>7</sup> Diriwayatkan dari Urwah (Ibn Abī al-Ja'd al-Bārūqī) yang mengatakan bahwa Rasulullah saw. memberinya satu dinar untuk membeli seekor hewan kurban atau seekor domba. Lalu ia membeli dua ekor domba dan menjual satu ekor dengan harga satu dinar. Ia datang menemui Beliau dengan membawa satu domba dan satu dinar. Beliau mendoakan untuk keberkahan jual belinya. Sekiranya ia membeli debu (perumpamaan *-penj-*), ia pasti akan beruntung (HR. Abu Daud)

<sup>8</sup> Dari Ḥakīm b. Hazam, bahwa Rasulullah saw. mengirim bersamanya satu dinar untuk membeli satu ekor hewan kurban untuk Beliau. Lalu ia membelikannya dengan harga satu dinar dan menjualnya dengan harga dua dinar. Lalu ia kembali dengan membelikan hewan kurban untuk beliau seharga satu dinar dan memberikan satu dinar lainnya kepada Rasul. Lalu uang itu disedekahkan oleh Rasul dan Beliau mendoakannya semoga mendapat keberkahan dalam perdagangan." (HR. Abu Daud)



dilarang oleh Islam.<sup>9</sup> Walaupun berbeda tipis dengan *bay' mā lā yamlik* akan tetapi transaksi ini tetap dipertimbangkan dan diperbolehkan oleh sebagian Ulama, terlebih jika sang pemilik harta menyetujui transaksi yang berlaku<sup>10</sup>, seperti halnya Rasulullah yang setuju –bahkan cenderung puas– dengan transaksi *fuḍūl*, yang berlaku antara Beliau dengan Urwah dan Ḥakīm.

Jika dilihat dari kacamata akad transaksi dalam *fiqh al-mu'āmalāt*, ada ketidak sesuaian dalam *ṣīghah al-aqd* antara *ījāb* dengan *qabūl* dalam *bay' fuḍūl*. Hal tersebut teridentifikasi karena adanya satu poin yang kosong dalam *bay' fuḍūl*, yang seharusnya menjadi aturan dalam *ṣīghah al-aqd*, yaitu *tawāfuq* (ada kesesuaian antara *ījāb* dan *qabūl*). Seharusnya, ketika hal tersebut kosong dalam suatu akad, maka suatu transaksi akan dilarang. Akan tetapi, *bay' fuḍūl* tetap diperbolehkan oleh beberapa Ulama, karena ada satu hal yang mendasarinya, yaitu kepercayaan dari sang pemilik harta kepada seseorang yang bertransaksi untuknya. Maka, menurut peneliti, kepercayaan di sini merupakan suatu perkara yang ‘ajaib’, karena ia lebih kuat dari pada rukun akad. Dan seperti yang diketahui sebelumnya, bahwa rukun haruslah dipenuhi dalam suatu pekerjaan untuk sahnya pekerjaan tersebut.

Pemberian kepercayaan kepada orang lain, berhenti di titik kepercayaan yang proporsional, karena pemberian kepercayaan yang tidak proporsional akan menimbulkan suatu potensi yang tidak baik. Misalnya adalah penyelewengan ataupun pengkhianatan.<sup>11</sup> Kepercayaan yang proporsional, selalu didukung dengan pertimbangan-pertimbangan catatan prestasi yang dimiliki oleh seseorang yang akan dipercayai. Dan mempertimbangkan seseorang yang akan dipercaya, bukan berarti terlalu ketat dalam menyeleksi mereka, sehingga susah mempercayai orang lain. Islam menyetujui berbagai pertimbangan yang proporsional terhadap pemberian

---

<sup>9</sup> Zuhayfī, *al-Fiqh al-Islāmī*, jilid 4, 140.

<sup>10</sup> Ada beberapa pendapat tentang *bay' fuḍūl*, (1) madzhab Hanafī dan Maliki menyatakan sah, akan tetapi bergantung (*mawqūf*) atas ijin sang pemilik harta; (2) madzhab Syafi'ī, Hanbali dan Zāhiri membatalkan transaksi tersebut; Ibid., Nawawī, *Hukum Perjanjian*, 47.

<sup>11</sup> Lihat hadith, dari Abu Hurairah (dalam bentuk hadith marfū), yang mengatakan bahwa Allah Ta'ala berfirman: "Aku adalah orang ketiga dari dua orang yang bermitra, selama salah satu dari kedua orang itu tidak mengkhianati yang lainnya. Bila salah satu berkhianat, aku keluar dari orang itu." (HR. Abu Daud)

kepercayaan kepada orang lain, karena Islam *preventif* terhadap usaha-usaha yang dapat menimbulkan penipuan. Dan suatu usaha akan menjadi tidak berkah apabila terdapat salah satu penyebab timbulnya ketidakpercayaan di antara para pelaku bisnis.<sup>12</sup>

Atas dasar itu pula, ketika ada pengalihan kewenangan perihal harta dan perbuatan tertentu dari seseorang kepada orang lain, Islam telah mempersiapkan akad *wakālah*, yang terdapat beberapa kualifikasi di dalamnya. *Wakīl* (yang mewakili) dan *muwakkil* (yang diwakili) harus mempunyai kecakapan ber-*taṣarruf* yang sempurna dan dilaksanakan dalam bentuk *ījāb* dan *qabūl*. Obyek dan tujuan akad tersebut juga harus tegas dan jelas, sehingga di akhir transaksi, semua pelaku usaha tidak ada yang merasa ‘jadi korban’, ‘berkorban’ dan –atau- ‘dikorbankan’ untuk orang lain.

### **5. Mengklarifikasi Ekspektasi dan Memberikan Hasil-Hasil**

Harapan merupakan suatu tujuan yang ingin dicapai oleh seseorang, dan ketika lingkungannya lebih luas dan lebih dari satu orang, maka harus ada kesepakatan dan kejelasan harapan. Dengan adanya keseragaman harapan, maka visi dan misi tercipta, dan akhirnya mendefinisikan harapan. Menciptakan sebuah harapan akan menjadi sesuatu pendongkrak kepercayaan apabila harapan tersebut realistis, begitu juga sebaliknya, harapan yang tidak realistis justru akan menjadikan *minus* kepercayaan.<sup>13</sup>

Menjadikan suatu harapan terlaksana ditandai dengan adanya hasil-hasil, yang merupakan nilai tambah bagi seseorang agar bisa mendapatkan kepercayaan dari sesamanya. Dan hasil juga menunjukkan kredibilitas, kemauan dan kemampuan seseorang dalam bekerja. Hasil akan selalu berkaitan dengan apa yang diusahakan

---

<sup>12</sup> Lihat hadith, dari Uqbah b. Amir mengatakan: Aku mendengar Rasulullah saw. bersabda: "Seseorang Muslim bersaudara dengan Muslim lainnya. Tidak halal bagi seorang Muslim untuk menjual sesuatu yang bercacat kepada saudaranya, kecuali setelah menerangkannya." (H.R. Bukhārī, Tirmidhī, Muwaṭṭo' & Nasā'ī)

<sup>13</sup> Islam melarang seseorang mengikuti sesuatu yang ia tidak mempunyai pengetahuan tentangnya (Q.S. Al-Isrā [17]: 36); Maka harapan yang jelas, akan memperjelas langkah seseorang –terlebih ketika seseorang memiliki saldo kepercayaan yang tinggi kepada harapan tersebut-. Adanya kesatuan visi dan misi akan membentuk pribadi-pribadi yang kuat dalam bekerja, akibat dari kesatuan niat yang tertuang dalam visi dan misi tersebut.

oleh seseorang. Terkadang usaha tidak akan mendapatkan hasil apabila tidak disertai dengan mekanisme dan koordinasi pelaksanaan yang baik.<sup>14</sup>

Kaitannya dengan hasil, banyak tenaga pemasaran yang ‘payah’ dalam memberikan hasil dan pintar dalam memberikan janji-janji. Atau para pemimpin yang hanya menampilkan angka-angka statistik yang terlalu tinggi terhadap kinerjanya, ternyata di sisi lainnya ada beberapa LSM yang angkat bicara karena kasus ‘manipulasi statistik’ yang dilakukan oleh pemimpin mereka.

## 6. Mengonfrontasikan Realitas dan Menjadi Lebih Baik

Ketika realitas tidak bersahabat, dibutuhkan kejelian dan keberanian seorang pebisnis untuk terus membenahi diri dengan melibatkan kreativitas, kemampuan dan keterbukaan yang ada pada dirinya. Menyampaikan realitas yang bersahabat adalah hal yang sangat mudah, karena seorang pendengar akan lebih menyenangi realitas tersebut. Akan tetapi menyampaikan realitas yang tidak bersahabat adalah suatu kesulitan yang luar biasa, apalagi jika realitas tersebut menyangkut ketidakjelasan nasib para pekerja, mitra kerja dan juga konsumen. Walhasil, menutupi realitas tersebut dan melarikan diri darinya memang mudah dilakukan, akan tetapi membawa dampak yang sangat buruk pada kepercayaan. Bisa jadi setelah kejadian itu, seseorang tidak akan pernah lagi mendapatkan kepercayaan sampai akhir hidupnya. Tetapi, mengonfrontasikan kenyataan buruk yang ada dengan menyampaikan keadaan yang sesungguhnya akan terasa sangat *shock* pada awalnya. Tapi hal itu jauh lebih baik, apalagi dengan dibarengi dengan upaya-upaya perbaikan yang terorganisir.

Islam sangat menganjurkan umatnya untuk selalu komitmen dan memenuhi tanggungannya<sup>15</sup>, selama belum memasuki tahapan yang paling buruk dalam tahapan

---

<sup>14</sup> Terkait dengan hasil yang baik, lihat firman Allah, “Bagi masing-masing manusia derajat menurut apa yang mereka kerjakan agar Allah mencukupkan bagi mereka balasan bagi pekerjaan-pekerjaan mereka.” Q.S. Al-Aḥqāf [46]:19.

<sup>15</sup> Simak beberapa hadits tentang kewajiban dalam hutang dalam HR Bukhārī; tekad yang baik dalam pembayaran hutang dalam HR Ibn Mājah & Aḥmad b. Ḥanbal; sebaik-baik pembayaran hutang seseorang dalam HR. Bukhārī, Muslim, Abū Daud, Nasā’ī, Ibn Mājah, & Muwaṭṭo Imam Mālik

pailit.<sup>16</sup> Yaitu ketika seorang pebisnis telah kehilangan kesempatan dan kekuatannya -sekecil-kecilnya-, yang bisa dijadikan tameng untuk melewati masa-masa sulit tersebut. Seorang pebisnis yang baik dan memiliki jiwa besar akan mampu melewati masa-masa kritis dalam bisnisnya, dan mampu mengonfrontasikan realitas yang ada. Hal ini bisa dilakukukan –hanya- ketika seorang pebisnis membekali dirinya dengan sikap ksatria dan rasa tanggung jawab yang besar atas dirinya dengan Tuhannya. Tanggung jawab antar diri pebisnis dengan Tuhannya merupakan katalis, yang menyebarkan akuntabilitas di antara karyawannya, mitra bisnisnya, -dan bahkan- lingkungan dan masyarakat. Dan hal ini akan berpengaruh pada kemajuan dan kemunduran bisnisnya.

Menjadi lebih baik merupakan cara yang bisa membangun kepercayaan dalam hubungan. Hal ini sesuai dengan prinsip *kaizen* yang merupakan perbaikan, pembelajaran dan perubahan yang kontinu yang bisa membangun kepercayaan yang luar biasa.

## **7. Mempraktikkan Akuntabilitas**

Akuntabilitas adalah mental seorang ksatria, yang pada saat ini sangat mahal harganya. Para pemimpin, politisi dan pengusaha telah banyak yang kehilangan prinsip akuntabilitas dalam dirinya, sehingga mereka banyak yang lari dari tanggung jawab yang seharusnya mereka pertanggung jawabkan di depan publik. Misteri hilangnya akuntabilitas ini bermula ketika hilang tanggung jawab dalam dirinya, akan tetapi –hanya bisa- meminta pertanggung jawaban dari orang lain. Padahal ketika seseorang mempraktikkan akuntabilitas, yang dimulai dengan keberanian untuk menuntut tanggung jawab dari dirinya sendiri, kemudian akhirnya menuntut pertanggung jawaban dari orang lain.<sup>17</sup> Dan ini akan menambah kepercayaan seseorang dari orang lain.

---

<sup>16</sup> Lihat hadits Rasul, "Siapa yang ingin diselamatkan oleh Allah dari kesusahan hari kiamat, maka hendaklah ia meringankan beban orang yang kesukaran uang (untuk membayar hutang) atau membebaskannya." (HR. Muslim)

<sup>17</sup> Pembahasan tentang tanggung jawab, lihat dalam Q.S. al-Najm [53]: 38.

Rasulullah adalah pebisnis yang selalu mempraktikkan akuntabilitas dalam bisnisnya. Hal ini ditengarai dengan adanya beberapa sikap yang diambil oleh Beliau, yang berhubungan dengan akuntability. Rasulullah pernah membeli makanan dan berhutang kepada seorang Yahudi, dan Beliau menggadaikan baju besinya kepada Yahudi tersebut.<sup>18</sup> Karena ingin bertanggung jawab dengan hutang yang baru saja diterima dari seorang Yahudi tersebut.

Rasul juga menghimbau para pebisnis untuk tidak bersumpah dalam bisnisnya, dan Beliau juga menghimbau para broker (*simsār*) untuk menyelengi usahanya dengan sedekah. Seperti yang diriwayatkan oleh Nasā'ī, Abū Daud, Tirmidhī, Ibn Mājah dan Aḥmad b. Ḥanbal. Rasulullah saw. berpendapat bahwa profesi broker sangat rentan dengan sumpah, yang bisa mencederai akuntabilitas seorang pebisnis.

Akuntabilitas bisa terjadi apabila seorang pebisnis *aware* dengan batasan-batasan hak miliknya dan hak milik orang lain, yang akan berakibat kesadaran terhadap kewajiban akan dirinya dan orang lain. Batasan-batasan dalam hak milik pribadinya<sup>19</sup> akan mengakibatkan seorang pebisnis berusaha memberikan penjagaan yang maksimal terhadap sesuatu yang menjadi haknya. Dan ia akan bertanggung jawab untuk tidak merusak hak orang lain. Batasan-batasan akan hak milik orang lain<sup>20</sup> akan membuat seorang pebisnis hati-hati dalam mengembangkan bisnisnya, agar terhindar dari praktek pengambil alihan hak orang lain secara *illegal*. Dengan mengetahui hak milik pribadi dan orang lain, akan berakibat pada adanya tanggung pribadi antara diri pebisnis, orang lain dan Allah. Dan pastinya akan berdampak positif pada hasil keputusan-keputusan bisnis yang diambilnya, dampak yang tidak hanya positif untuk dirinya, tapi juga bagi orang lain.

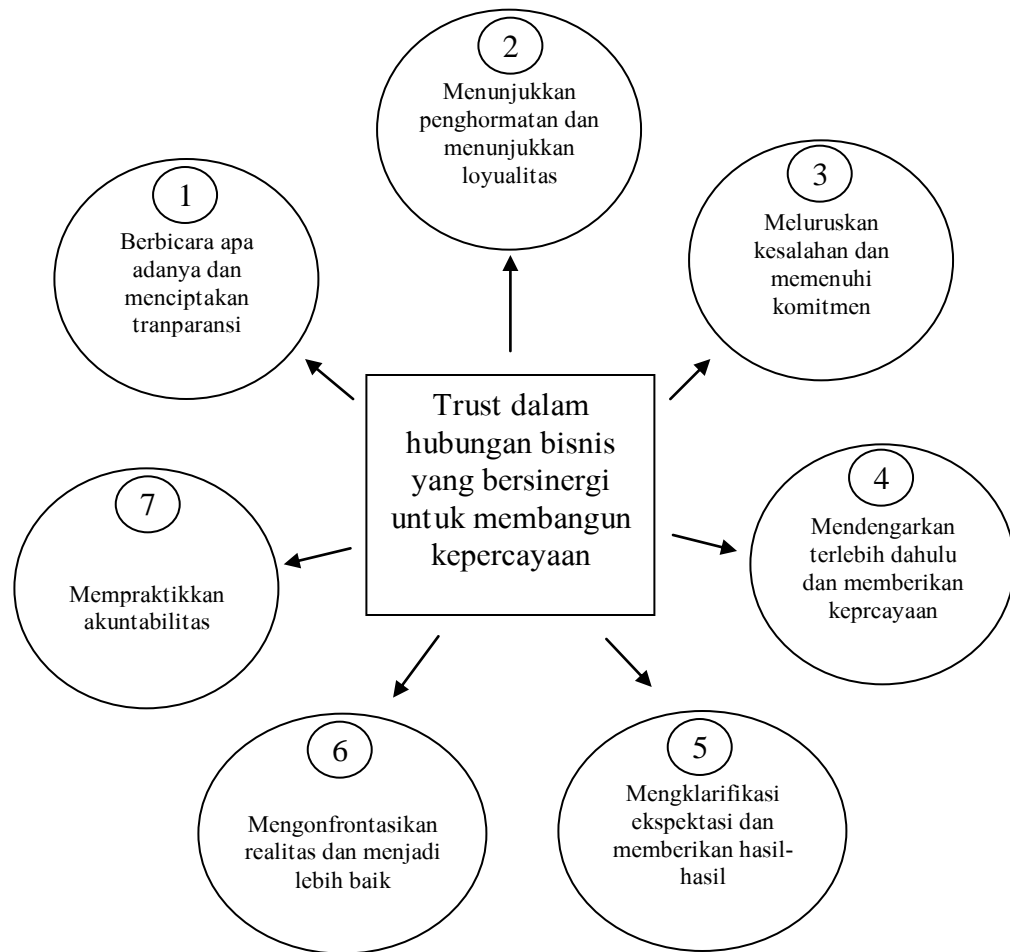
---

<sup>18</sup> Hal ini merupakan embrio dalam transaksi gadai dalam ekonomi Islam. HR Bukhārī, Muslim dan Nasā'ī.

<sup>19</sup> Lihat beberapa hadith yang terangkum dalam bab ketiga tentang penjagaan hak milik pribadi dalam HR. Hadith Riwayat Bukhārī, Muslim, Abu Dawud, Tirmidhī, Nasā'ī, Ibn Mājah dan Aḥmad b. Hanbal, dan HR. Bukhārī, Muslim, Tirmidhī, Nasā'ī, & Aḥmad b. Ḥanbal.

<sup>20</sup> Lihat beberapa hadith yang terangkum dalam bab ketiga tentang penjagaan terhadap hak milik orang lain dalam HR. Bukhārī dan Muslim, dan H.R. Abu Daud dan Muwaṭṭ'o' Imam Mālik, dan H.R. Muslim, Muwaṭṭ'o' & Nasā'ī, dan Hadith Riwayat Tirmidhī.

Ketika akuntabilitas terpatriti dalam jiwa seorang pebisnis, maka lambat laun kepercayaan akan datang dari orang lain. Dan ini akan menambah rekening kepercayaan yang akan membawa dampak yang positif dalam bisnis yang dikembangkannya. Untuk lebih jelas lagi, lihat gambar di bawah ini:



**Beberapa perilaku dalam Trust dalam hubungan bisnis**

### **C. Kepercayaan Transenden (*Transcendental Trust*) dalam Perusahaan**

Ketika seseorang menjadi bagian dari suatu kelompok, perkumpulan, lembaga, institusi dan lain sebagainya, maka ia telah masuk menjadi bagian dari organisasi tersebut. Dan ketika ia menjadi bagian dari organisasi tersebut, maka ia harus menciptakan suatu iklim keselarasan di dalamnya, sesuai dengan beberapa

prinsip kepercayaan transenden untuk mengembangkan bisnisnya. Organisasi tanpa keselarasan akan menaburkan bibit-bibit ketidakpercayaan, karena keselarasan adalah embrio kepercayaan.

Menumbuhkan kepercayaan transenden dalam suatu perusahaan berawal dari penumbuhan kepercayaan transenden dalam diri seorang pebisnis, kemudian meningkat menjadi kepercayaan transenden dalam hubungan bisnis. Beberapa sinyal yang mengindikasikan adanya keselarasan dalam organisasi bisnis, bisa dilacak melalui perilaku, simbol, hubungan interaksi internal antar karyawan perusahaan, hubungan internal perusahaan dengan eksternal, dan lain sebagainya. Sinyal-sinyal tersebut merupakan bukti autentik, tentang adanya keselarasan atau tidak adanya keselarasan dalam suatu organisasi.

Cara mengkomunikasikan keselarasan dalam organisasi dimulai dengan cara membangun kepercayaan transenden dalam karakter, niat, kemampuan-kemampuan dan hasil-hasil. Integritas dan niat dalam suatu organisasi bisnis terangkum dalam visi dan misi organisasi, yang mencakup sistem yang baik dan membentuk perilaku yang saling menguntungkan antara kelompok internal dan eksternal dalam organisasi. Penentuan visi dan misi organisasi juga harus dilakukan dengan mengkomunikasikannya kepada masing-masing anggota, yang berpartisipasi dalam pembentukan awal organisasi.<sup>21</sup> Mengkomunikasikan kemampuan dalam membentuk kepercayaan dalam organisasi bisnis, mencakup pemeliharaan terhadap talenta, komitmen, ketrampilan, inovasi, performa, dan yang lainnya. Sedangkan mengkomunikasikan hasil-hasil dalam membentuk kepercayaan, mencakup beberapa aspek keselarasan antara janji-janji dengan hasil-hasil, terlebih lagi apabila hasil-hasil tersebut mampu menginspirasi kepercayaan dari konsumen kepada konsumen yang lainnya.

Covey menyatakan bahwa apabila kepercayaan dalam organisasi rendah, maka akan ada tujuh pajak kepercayaan yang merupakan dampak dari tidak adanya keselarasan, yaitu:

---

<sup>21</sup> Ajaran tentang komunikasi antar sesama anggota organisasi terangkum dalam ajaran tentang musyawarah. Lihat Q.S. Ali Imran [3]: 159

1. kelebihan manajemen yang tidak perlu dan hanya akan menambah biaya operasional, misalnya membayar mahal sistem pengamanan yang berlapis-lapis;
2. birokrasi yang berlapis-lapis;
3. politik kantor yang membangkitkan beberapa perilaku, seperti menahan informasi, konflik internal, operasi dalam agenda-agenda tersembunyi, persaingan tidak sehat antar departemen dan banyaknya rapat demi rapat yang tidak menghasilkan;
4. ketidak terlibatan anggota organisasi, karena mereka tidak memberikan kontribusi, energi, gairah dan kreativitas;
5. keluar masuknya karyawan yang berprestasi;
6. gejala dalam tubuh organisasi bisnis yang bisa menjalar mempengaruhi para konsumen, karena para karyawan cenderung memperlakukan para pelanggan sebagaimana mereka sendiri diperlakukan oleh manajemen;
7. penipuan yang terjadi karena hilangnya integritas dan ketulusan niat dari para pelaku organisasi, dan ini merupakan suatu bahaya yang sangat laten akibat hilangnya kepercayaan.<sup>22</sup>

#### **D. Kepercayaan Transenden (*Transcendental Trust*) dalam Pasar**

Kepercayaan dalam pasar adalah bagaimana seorang konsumen percaya, kemudian melakukan suatu pembelian, peng-investasi-an, dan –atau- penjualan suatu produk/jasa. Kepercayaan dalam pasar berhubungan dengan citra rasa dan perasaan seseorang terhadap suatu *brand* yang mempunyai reputasi yang baik. Kepercayaan pasar dalam bisnis Islam adalah bagaimana membangun sebuah *brand* melalui kepercayaan transenden dari para konsumen dan masyarakat. Reputasi mempunyai posisi sentral dalam membangun kepercayaan dalam pasar, karena reputasi yang baik akan mempercepat kepercayaan, dan kepercayaan yang penuh akan mendatangkan perilaku pembelian. Jadi, reputasi yang baik akan

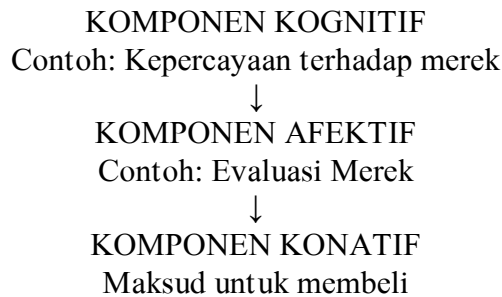
---

<sup>22</sup> Covey, *The Speed*, 401-407.



mempengaruhi dividen *benefit* bagi suatu perusahaan yang berakibat pada kepercayaan pasar. Dan reputasi yang berdasarkan pada kepercayaan yang transenden dari para pelanggan dan masyarakat akan menggerakkan dan memotivasi pasar.

Kepercayaan konsumen terhadap suatu *brand* tertentu merupakan akibat dari suatu interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar. Komponen kognitif mempengaruhi komponen afektif dan melibatkan pertukaran, sehingga muncullah keinginan untuk membeli atau apa yang lebih sering disebut sebagai komponen konatif. Komponen terakhir ini dipengaruhi dan dibentuk oleh dua komponen sebelumnya yaitu kognitif dan afektif.<sup>23</sup> Lihat bagan di bawah.



**Gambar 5.3. Komponen dalam Pembelian<sup>24</sup>**

Sumber: Setiadi (2005)

Reputasi bisa didapatkan dari *customer* dengan berbagai macam cara yang baik dan melalui beberapa tahapan yang sangat serius, dibutuhkan sebuah usaha yang tidak mudah untuk menumbuhkan reputasi. Inti dari reputasi adalah bersikap adil<sup>25</sup> kepada para *customer* dan mitra bisnis, karena dengan menghargai mereka dan

<sup>23</sup> Nugroho J.Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2005), 331.

<sup>24</sup> Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), 100.

<sup>25</sup> Mengenai ajaran Islam tentang keadilan, lihat Q.S al-Māidah [5]: 8, al-Nisā' [4]: 58, al-A'rāf [7]: 29, al-Anbiyā' [21]: 112, al-An'ām [6]: 152 dan 152; lihat juga ajaran Islam tentang adil dalam takaran dan timbangan dalam Q.S. Al-Isrā' [17]: 35, al-Rahmān [55]: 9 dan al-A'rāf [7]: 85, Al-Muṭaffifin [83]: 1-3, Hūd [11]: 84-85, al-Ṭalāq [65]: 2; lihat juga ajaran Islam tentang larangan segala macam penipuan dalam transaksi, yaitu dalam sebuah hadith Rasul yang diriwayatkan oleh Ibn Mājah, Zaid b. Alī, al-Dārimī & Tirmidhī, dan; larangan menjadikan sumpah sebagai alat penipuan dalam Q.S. an-Nakhl [16]: 92 dan 94, dan dalam hadith riwayat Ibn Mājah, Zaid b. Alī, al-Dārimī &

bersikap adil kepada mereka, akan terbangun prinsip keselarasan. Reputasi juga membutuhkan kekayaan jiwa seorang pebisnis, karena pebisnis yang bersikap *legowo* akan mudah membuka dirinya dalam rangka belajar untuk maju.<sup>26</sup> Reputasi bisa berawal dari kreatifitas seorang pebisnis, yang mampu menciptakan kreasi-kreasi baru, lapangan kerja baru, dengan memanfaatkan sumber daya alam secara efektif dan menghindarkan diri dari segala praktek eksternalitas.<sup>27</sup>

#### E. Kepercayaan Transenden (*Transcendental Trust*) dalam Masyarakat

Kepercayaan dalam masyarakat memerlukan suatu prinsip kontribusi, yang bisa menciptakan kenyamanan dan kesejahteraan bagi masyarakat. Prinsip kontribusi dalam bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip kepercayaan transenden. Bisnis Islam mempunyai tujuan untuk memberikan kemaslahatan dan kontribusi kepada masyarakat, yang kemudian berakibat pada adanya umpan balik dari masyarakat. Umpan balik tersebut adalah kumpulan kepercayaan yang datang secara berkelompok, dan menjadi sebuah kekuatan yang sangat dahsyat. Kekuatan masyarakat tersebut bisa menjadi suatu energi yang mampu meluncurkan upaya-upaya untuk mendukung kegiatan bisnis seseorang. Jadi kontribusi masyarakat merupakan satu komponen penguat, bagi kemunduran atau kemajuan suatu bisnis.

Berkontribusi dalam masyarakat yang sesuai dengan prinsip kepercayaan transenden berarti menghindari adanya eksternalitas dengan menjaga aset publik, dan melakukan upaya-upaya positif untuk memberi nilai tambah bagi aset publik tersebut. Berkontribusi dalam masyarakat juga berarti memberikan rasa aman dan nyaman pada masyarakat sekitar perusahaan, dengan meningkatkan taraf hidup

---

Tirmidhī; adapun larangan memakan harta orang lain dengan cara batil, bisa dilihat dalam Q.S. Al-Nisā' [4]: 29 dan 30, al-Baqarah [2]: 188, al-Nisā' [4]: 161, al-Tawbah [9]: 34.

<sup>26</sup> Berkaitan dengan kaya jiwa, lihat hadith tentang “kaya bukanlah karena kebanyakan harta, tetapi kaya adalah kaya jiwa (HR Tirmidhi); dan berkaitan dengan *legowo* dalam berbisnis, lihat sabda Rasul yang diriwayatkan oleh Muslim, “Allah mengasihi seseorang yang *samāḥah* (*legowo*) ketika sedang berjualan, membeli dan menagih hak.”

<sup>27</sup> Berkaitan dengan perintah berkreasi dan pemanfaatan SDA, lihat hadith tentang pemanfaatan kulit sebuah kambing yang mati milik budak Maimunah (H.R. Bukhārī, Muslim, Abu Daud, Nasā'ī, Muwaṭṭ'o', Aḥmad b. Ḥanbal & Ibn Mājah), dan hadith tentang bagaimana menghadapi makanan dalam sebuah piring, lihat (H.R. Bukhārī, Muslim, Abu Daud, Tirmidhī, Ibn Mājah, al-Dārimī & Aḥmad b. Ḥanbal).

mereka. Memberikan upaya-upaya pengentasan kemiskinan dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang mereka miliki.<sup>28</sup> Dengan menjadikan mereka partner kerja, atau memberdayakan mereka dalam bentuk yang lainnya.<sup>29</sup> Perusahaan yang berada di wilayah pemukiman masyarakat, secara tidak langsung akan ‘sangat merugikan’ mereka, karena padatnya aktifitas penggunaan jalan umum, pembuangan limbah, dan lain sebagainya. Maka, upaya pemberdayaan masyarakat sekitar diasumsikan sebagai ‘ganti rugi’ yang harus dibayar oleh perusahaan, karena adanya ‘kerugian psikis’ yang dirasakan oleh masyarakat.<sup>30</sup>

Upaya pemberdayaan masyarakat juga bisa diambilkan dari pos-pos zakat perusahaan, dan didistribusikan dengan sistem yang baik. Simak misalnya, kebijakan Abu Bakar yang berhubungan dengan zakat, yaitu memperhatikan keakuratan penghitungan zakat, dan mendistribusikannya secara langsung dan merata kepada yang berhak menerimanya. Kebijakan tersebut berimplikasi pada peningkatan *agregat demand and supply*, yang pada akhirnya akan menaikkan pendapatan nasional, dan memperkecil jurang pemisah antara yang kaya dengan yang miskin.

Ironisnya, pada saat ini banyak para pebisnis yang tidak *aware* dengan dampak eksternalitas akibat bisnis yang dibangunnya. Dan kenyataannya, daerah industri –kebanyakan di luar Jawa- banyak berada di antara kantong-kantong

---

<sup>28</sup> Lihat beberapa ajaran Islam tentang perintah penyertaan sebuah usaha bisnis dengan sedekah dalam HR. Tirmidzī, Abu Daud, & Ibn Mājah; perintah untuk bersedekah dalam HR. Tirmidzi; kekayaan tidak akan habis karena sedekah dalam HR Tirmidhī; ajaran bahwa semua akan habis kecuali apa yang diinfakkan akan menjadi simpanan bagi seseorang dalam HR. Muslim; perintah untuk melapangkan seseorang yang dalam kesulitan dalam HR. Bukhārī & Tirmidhī; ajaran untuk menghindari kekikiran dalam HR. Nasā’I, dan HR. Bukhārī, Muslim, Abu Daud dan Nasā’I, dan HR. Muslim; doa Malaikat untuk seseorang yang melakukan pembiayaan kepada orang lain dalam HR. Bukhārī, Muslim, Abu Daud, Nasā’I dan Aḥmad b. Ḥanbal.

<sup>29</sup> Misalnya pengadaan koperasi simpan pinjam yang berorientasikan kepada *qard ḥasan*. Atas dasar hadith yang menyatakan bahwa “seseorang pria diantar ke pintu surga. Ketika ia mengangkat kepalanya, tiba-tiba tertulis di atas pintu surga itu kalimat yang berbunyi: Sedekah itu dibalas dengan sepuluh kali lipat, dan satu pinjaman itu dibalas dengan delapan belas kali lipat. Hal itu karena peminjam tidak datang kecuali bila ia dalam keadaan membutuhkan, sedangkan sedekah diberikan kepada penerima yang belum tentu benar-benar membutuhkannya.” (HR. Muslim)

<sup>30</sup> Lihat beberapa ajaran Islam tentang kebaikan (*al-birr*), dalam Q.S. al-Baqarah [2]: 177 dan 189, al-Māidah [5]:3, az-Zumar [39]: 10; lihat juga tentang kebaikan dalam ajaran Islam, bahwa kebaikan adalah akhlaq yang terpuji dan keburukan adalah sesuatu yang ditakutkan seseorang, orang lain akan mengetahuinya (HR Muslim).

kemiskinan masyarakat. Padahal ini sangat tidak adil bagi masyarakat, karena mereka yang menanggung kerugian dari kesejahteraan yang diambil oleh seorang pengusaha.

Islam mengajarkan *win-win solution* bagi semua pihak, tak terkecuali alam yang saat ini tidak bisa bersuara atas kerusakan-kerusakan yang dialaminya karena kecerobohan dan ketamakan pengusaha.<sup>31</sup> Islam mempunyai etika dalam melestarikan alam yang sakral, sehingga dalam hal pengaturan air irigasi persawahan. Rasulullah saw. sebagaimana yang diriwayatkan oleh Muslim dan Nasā'ī, melarang pengempangan kelebihan dari air tersebut. Agar rerumputan bisa tersiram dari sisa air irigasi, dan rerumputan tetap bisa hidup dan –bahkan– berkembang. Rasul-pun pernah menasihati sahabatnya agar tidak boros dan membuang-buang air sungai, ketika Beliau dan sahabatnya sedang berwudhu dengan air sungai tersebut.

---

<sup>31</sup> Bagi setiap manusia derajat atas apa yang mereka lakukan (Q.S. al-Aḥqāf [46]: 19), maka, masyarakat tidak boleh menanggung dosa pengusaha atas kerusakan-kerusakan alam yang terjadi (Q.S. Fāṭir [35]: 18), masing-masing akan mendapatkan *reward* dan *punishment* atas apa yang mereka lakukan (Al-Baqarah[2]: 286).