

Mengangkat “Akhlak Rasulullah Saw” Sebagai Pedoman Dalam Aktivitas Bisnis : Sebuah Studi Literatur

Lifting “The Morals Of The Prophet Saw” As A Guideline In Business Activities: A Literature Study

Abd. Muzakkir¹, Muhammad Irvan², Nurhudayah Usman³

muzakkir@stiemujahidin.ac.id, muhammadirvan@stiemujahidin.ac.id, nurhidayahusman@stiemujahidin.ac.id

Prodi Ekonomi Pembangunan, Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin

ABSTRAK

Kemajuan teknologi dan informasi dalam sektor niaga selalu berbarengan dengan peningkatan permasalahan di dalam aktivitas bisnis. Hal tersebut menjadi problem fundamental karena masyarakat tidak bisa terlepas dari lingkaran aktivitas bisnis. Penelitian ini diajukan untuk mengangkat akhlak Rasulullah saw, sebagai pedoman di dalam melaksanakan tata niaga yang sehat. Penelitian ini pada dasarnya berada pada rana penelitian kualitatif. Hal ini dikarenakan manusia memiliki perasaan, emosi, kecerdasan, dan pengalaman yang secara ontologi dapat dijadikan objek penelitian di dalam penelitian kualitatif, dalam hubungannya mengangkat akhlak Rasulullah saw, sebagai pedoman dalam aktivitas bisnis. Studi literatur digunakan untuk menemukan informasi atau konsep-konsep dari berbagai buku-buku, jurnal dan dokumen lainnya yang selanjutnya diracik untuk menghasilkan nilai baru dalam khazanah ilmu pengetahuan. Adapun temuan-temuan dari hasil penelusuran kepustakaan ini selanjutnya dianalisis secara radikal oleh penulis dan hasilnya kemudian dideskripsikan secara sistematis didalam karya ilmiah. Penelitian ini menemukan 5 akhlak Rasulullah saw, yang fundamental dapat menciptakan ekosistem bisnis yang sehat, yakni : Pertama, *shiddiq* adalah jujur, adil dan memiliki integritas tinggi; Kedua, *Tabligh* adalah informatif dan terbuka; Ketiga, *Amanah* adalah terpercaya (*responsible to god*) , patuh pada hukum (*fellow responsibility*), dan tunduk pada kesepakatan; Keempat, *fathanah* adalah kecerdasan spiritual, kecerdasan intelektual dan kecerdasan emosi; kelima, *al-samahah*, adalah sikap cinta dan, demokratis, dan menghargai perbedaan. Harapan penelitian adalah agar akhlak Rasulullah saw, dapat dijadikan patron dalam pengembangan teknologi yang memanusiakan manusia, metode memperoleh keuntungan yang sarat akan kesejahteraan dunia dan akhirat.

Kata Kunci: Akhlak Rasulullah SAW, Aktivitas Bisnis, *Muamalah*

ABSTRACT

The advancement of technology and information in the business sector is always accompanied by increasing problems in business activities. This is a fundamental problem because society cannot be separated from the circle of business activities. This research was submitted to raise the morals of the Prophet Muhammad SAW, as a guideline in implementing healthy business. This research is basically in the realm of qualitative research. This is because humans have feelings, emotions, intelligence, and experiences that ontologically can be used as objects of research in qualitative research, in relation to raising the morals of the Prophet Muhammad SAW, as a guideline in business activities. Literature study is used to find information or concepts from various books, journals and other documents which are then formulated to produce new values in the treasury of science. The findings from the results of this literature search are then analyzed radically by the author and the results are then described systematically in scientific work. This study found 5 fundamental morals of the Prophet Muhammad SAW, which

can create a healthy business ecosystem, namely: First, shiddiq is honest, fair and has high integrity; Second, Tabligh is informative and open; Third, Amanah is trustworthy (responsible to god), obedient to the law (fellow responsibility), and subject to agreement; Fourth, fathanah is spiritual intelligence, intellectual intelligence and emotional intelligence; fifth, al-samahah, is an attitude of love and democracy, and respects differences. The hope of the study is that the morals of the Prophet Muhammad saw, can be used as a patron in the development of technology that humanizes humans, a method of obtaining profits that are full of worldly and hereafter welfare.

Keywords: *The Morals of the Prophet Muhammad saw, Business Activities, Muamalah*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi telah memasuki titik tertinggi dalam peradaban umat manusia. Dulu seseorang dalam bertukar pesan harus berada pada satu tempat yang sama, namun kini manusia hanya menggunakan teknologi sehingga mereka dapat memberi kabar tanpa dibatasi jarak dan waktu. Begitupun halnya dengan transaksi bisnis, manusia tak perlu lagi bertatap muka untuk melakukan sebuah transaksi, kini mereka hanya butuh koneksi ke internet dan tersambung dengan mitra bisnis untuk memperoleh kesepakatan bisnis.

Fasilitas bisnis yang diperoleh dari kemajuan teknologi dan informasi tantunya memiliki peluang dan tantangan dalam pengembangan bisnis yang begitu cepat. Seseorang dapat dengan muda menjadi kaya dengan waktu yang relatif singkat, begitupun dengan kebangkrutan juga senantiasa dapat terjadi dalam proses yang sangat cepat. Hal ini tentu menyiratkan sebuah masalah bila proses yang ditempuh dalam berbisnis menyimpang kaidah-kaidah kebaikan dan keberkahan.

Hingga tahun 2025 tercatat peningkatan angka transaksi penipuan online yang terjadi di Indonesia. Sekitar 8 juta kasus tercatat selama bisnis digital merambah ke masyarakat (Richard Tommy Pantow, 2025). Angka yang fantastik tersebut menjadi penting untuk diperhatikan secara seksama mengingat mayoritas masyarakat tetap akan melakukan transaksi ekonomi digital walaupun potensi yang akan diperoleh berupa dicurangi kian tinggi.

Secara fundamental, persoalan yang terjadi di dalam bisnis digital sangat berkaitan salah satunya adalah moralitas sumber daya manusia yang menipis. Sehingga dorongan nafsu akan harta jauh lebih tinggi sehingga menutupi moral etika kebaikan selama ini tertanam dalam masyarakat. Hal tersebut menjadi kunci sebenarnya dalam upaya mengurangi masalah hari-hari ini dalam dunia bisnis digital adalah dengan penanaman etika dan moral.

Menyikapi problematika di atas, Islam melalui kepemimpinan Nabi Muhammad saw, telah memberikan teladan di dalam aktivitas kehidupan. Bisnis dalam hal ini bukan hanya sekedar mengejar dan memperoleh harta sebanyak mungkin, namun juga perlu diseimbangkan dengan kebahagiaan spiritual. Konsep tersebut dikenal dengan *falah* yaitu kesejahteraan akan dunia dan kesejahteraan akhirat (Rakhmawati, 2020).

Dalam konteks tulisan ini, akhlak Rasulullah saw, menjadi dasar dalam melaksanakan aktivitas sosial ekonomi. Fokus tulisan ini adalah yakni 5 sifat/nilai dalam bisnis yang diterapkan Rasulullah yakni: *shiddiq, tabligh, Amanah, fathanah, dan al-samahah* (Bhatti et al., 2020).

Pertama, *shiddiq* adalah jujur, adil dan memiliki integritas tinggi; Kedua, *Tabligh* adalah informatif dan terbuka; Ketiga, *Amanah* adalah terpercaya (*responsible to god*), patuh pada hukum (*fellow responsibility*), dan tunduk pada kesepakatan; Keempat, *fathanah* adalah kecerdasan spiritual, kecerdasan intelektual dan kecerdasan emosi; kelima, *al-samahah*, adalah sikap cinta dan, demokratis, dan mengharagai perbedaan;

Tujuan tulisan ini adalah mengkaji secara radikal 5 sifat kenabian yang ada dalam diri Rasulullah saw yakni: *shiddiq, tabligh, amanah, fathanah, dan al-samahah* yang

dikorelasikan dalam aktivitas bisnis digital. Harapan tulisan ini adalah agar akhlak Rasulullah saw, dapat dijadikan patron dalam pengembangan teknologi yang memanusiakan manusia, metode memperoleh keuntungan yang sarat akan kesejahteraan dunia dan akhirat.

METODE

Penelitian ini pada dasarnya berada pada rana penelitian kualitatif. Hal ini dikarenakan manusia memiliki perasaan, emosi, kecerdasan, dan pengalaman yang secara ontologi dapat dijadikan objek penelitian di dalam penelitian kualitatif, dalam hubungannya mengangkat akhlak Rasulullah saw, sebagai pedoman dalam aktivitas bisnis, maka studi literatur digunakan untuk menemukan informasi atau konsep-konsep dari berbagai buku-buku, jurnal dan dokumen lainnya yang selanjutnya diracik untuk menghasilkan nilai baru dalam khazanah ilmu pengetahuan. Adapun temuan-temuan dari hasil penelusuran kepustakaan ini selanjutnya dianalisis secara radikal oleh penulis dan hasilnya kemudian dideskripsikan secara sistematis didalam karya ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akhlak secara etimologi merupakan bentuk jamak dari *khuluk*, berasal dari bahasa Arab yang berarti perang, tingkah laku, atau tabiat. Secara terminologi berarti tingkah laku seseorang yang didorong oleh suatu keinginan secara sadar untuk melakukan suatu perbuatan yang baik. Jadi, akhlak Rasulullah saw, adalah hal yang secara sadar dilakukan oleh Nabi saw., dalam upaya mendakwahkan Islam dimuka bumi ini. Keteladanan Akhlak Rasulullah tersebut seyogyanya menjadi fondasi didalam melaksanakan aktivitas kehidupan termasuk di dalam aktivitas bisnis. Oleh karena itu, setidaknya ada 5 (lima) sifat dasar yang harus ada di dalam praktik bisnis berdasarkan akhlak Rasulullah saw., yakni: *shiddiq*, *thabliq*, *Amanah*, *fathanah*,

dan *al-samahah* yang akan diuraikan berikut ini:

Shiddiq. Secara etimologi, *shiddiq* berakar dari kata bahasa Arab yakni *shadaqa/shidqan/shadiqan* yang artinya Perbuatannya membenarkan apa yang dikatakan, orang yang terus menerus jujur. *Al-mubaligh fi sh-shidq* yaitu orang yang sangat jujur atau sangat benar. Ungkapan *shaddaqaahu* mengandung maksud qabila *qauluhu* yang artinya pembicaraannya diterima. Dalam kamus al-Munawwir diartikan dengan kejujuran (Dwi Saputra et al., 2021).

Secara terminologi, menurut Abdul Mujib mengartikan *shiddiq* adalah satu kepribadian Rasul yang jujur dan benar serta terhindar dari kebohongan. Segala apa yang diucapkan patut didengar dan diucapkan (Nasrullah & Pohan, 2020). Muhammad al-Alusi menerangkan bahwa *shiddiq* adalah orang yang perkataan dan keyakinannya benar, dan kebenarannya itu di wujudkan dalam perbuatannya (Madani, 2021). Selaras dengan hal tersebut, *Ar Raghīb al Asfahani* menerangkan bahwa *shiddiq* adalah kata hati yang sesuai dengan yang diungkapkan. Jika salah satu itu ada yang hilang, belum muthlak disebut *shiddiq*. Sedangkan menurut Syaikh Abdul Qadir Jailani menjelaskan pengertian *shiddiq* adalah berarti menetapkan hukum sesuai dengan realitas (Dwi Saputra et al., 2021). Mengatakan yang benar dalam kondisi yang tidak menguntungkan, yaitu tetap bersikap jujur walaupun dalam kondisi yang tidak menyelamatkanmu dari nya kecuali dengan berbohong.

Dengan demikian, *shiddiq* berarti keselarasan antara ucapan dengan kenyataan yang ada. Jadi, kalau suatu berita sesuai dengan keadaan yang ada, maka dikatakan benar atau jujur, tetapi kalau tidak, maka dikatakan dusta. Dari penjelasan di atas, maka dapat diketahui bahwa makna *shiddiq* secara umum adalah jujur atau benar dan merupakan sifat yang wajib bagi Rasul.

Dalam konteks bisnis, *shiddiq* rupanya memiliki peranan yang sangat fundamental didalam menciptakan tata niaga yang sehat. Seseorang atau perusahaan yang secara sadar menerapkan *shiddiq* di dalam aktivitas bisnis akan menampakkan kejujuran dan integritas yang tinggi. Sebaliknya, ketiadaan *shiddiq*

didalamnya memungkinkan seseorang melakukan praktik *hypocrisy*. Dalam konteks perusahaan, karyawan bisa saja bermalas-malasan atau berpura-pura bekerja keras sehingga atasan memiliki penilaian baik terhadapnya. Dampak dari perilaku *hypocrisy* akan berpengaruh pada penurunan *job performance* karyawan. Begitupun bisnis individu dimana seseorang dapat menjadi munafik atau bermuka dua. Dalam aktivitas bisnis digital, seseorang bisa saja memberikan keyakinan kepada mitranya namun pemberian keyakinan tersebut tidak ditopang dengan fakta sehingga penipuanpun terjadi. oleh karena itu, *shiddiq* sangat fundamental kehadirannya di dalam bisnis yang semakin variatif.

Setiap manusia yang betul-betul menyadari bahwa *shiddiq* adalah perilaku yang sangat fundamental yang harus diinternalisasikan kedalam aktivitas bekerja maka secara inheren dapat meningkatkan *job performance* yang positif. Pada akhirnya mengarah pada kinerja sehat secara keseluruhan di dalam organisasi bisnis. Hal tersebut dikarenakan bahwa integritas dan kejujuran dari *shiddiq* itu sendiri akan menuai abstraksi nilai-nilai yang terdiri dari niat dan hati yang tulus dan disertai dengan jelas, terbuka dan berbicara benar, transparan, akuntabel, sikap terpuji dan perilaku keteladanan. Olehnya, *shiddiq* harus di dalam aktivitas bisnis digital bila menginginkan ada peningkatan terhadap tata niaga yang sehat.

Tabligh. *Tabligh* berasal dari kata *balagha*, *yuballighu*, *tablighan*, yang berarti menyampaikan. *Tabligh* adalah kata kerja transitif, yang berarti membuat seseorang sampai, menyampaikan, atau melaporkan, dalam arti menyampaikan sesuatu kepada orang lain. Dalam bahasa Arab, orang yang menyampaikan disebut *muballigh*.

Tabligh adalah memberikan informasi yang benar, pengetahuan yang faktual, dan hakikat pasti yang bisa menolong dan membantu manusia untuk membentuk pendapat yang tepat dalam suatu kejadian atau dari berbagai kesulitan. Sedangkan dalam konteks ajaran Islam, *tabligh* adalah penyampaian dan pemberitaan tentang

ajaran- ajaran Islam kepada umat manusia, yang dengan penyampaian dan pemberitaan tersebut, pemberita menjadi terlepas dari beban kewajiban memberitakan dan pihak penerima berita menjadi terikat dengannya. Dalam konsep Islam, *tabligh* merupakan salah satu perintah yang dibebankan kepada para utusan- Nya. Nabi Muhammad sebagai utusan Allah swt., beliau menerima risalah dan diperintahkan untuk menyampaikannya kepada seluruh umat manusia, yang selanjutnya tugas ini diteruskan oleh pegikut dan umatnya. Jadi, sifat *tabligh* ini seyogyanya harus diinternalisasikan oleh seluruh manusia yang mengaku beriman terhadap ajaran-ajaran yang dibawa oleh Nabi Muhammad saw.

Dalam konteks bisnis, *tabligh* dimaknai sebagai sikap komunikatif-promotif. Bagi pelaku bisnis penting untuk berkomunikasi secara tepat dengan pihak internal dan eksternal perusahaan. hal tersebut karena akan menciptakan hubungan yang baik dengan manajemen dan atau kepada rekan dan mitra kerja lainnya, yang menunjukkan bahwa ia dapat didekati dan dinegosiasikan. Bagi pihak eksternal, komunikasi yang baik mencerminkan citra entitas atau individu yang baik sehingga meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan dalam mempercayai kemampuan individu tersebut untuk mengelola perusahaan atau menjadi mitra bisnis. Dengan demikian, sikap *tabligh* penting dalam upaya komunikatif promotif.

Sikap *tabligh* dalam bisnis sangat menghindari membingungkan orang lain dalam menyampaikan pesan seperti penggunaan kata- kata yang tidak tepat, mengungkapkan terlalu banyak detail, tidak menekankan pada poin- poin penting, memberikan penjelasan yang kontradiktif dan memberikan fakta, angka dan gambar yang menyesatkan. Semua ini dapat memberikan reputasi buruk bagi aktivitas bisnis di mata para pemangku kepentingan. Selain itu, didalam internal entitas bisnis diantara sesama karyawan akan bekerja tidak efektif dan efisien karena seringnya kesalahpahaman.

Dampak dari hal tersebut berimbas pada kinerja karyawan yang tentu pula akan menjadi konsekuensi buruk bagi perusahaan kedepannya .

Bila seorang mempraktikkan *tabligh* kedalam aktivitas bisnis secara sadar, maka ia akan menuai kebaikan didalam bisnisnya. Ada beberapa nilai-nilai kebaikan yang akan didapatkan yakni mencakup aspek

keterampilan komunikasi, kepemimpinan, pengembangan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta kemampuan mengelola sesuatu. Berdasarkan uraian diatas, *tabligh* adalah sebuah sikap informatif dan terbuka.

Amanah. *Amanah* berasal dari bahasa Arab yang artinya jujur atau dapat dipercaya. Dalam Lisan al-‘Arab dijelaskan *amanah* bermakna (dan sungguh saya merasa aman, maka saya orang yang aman dan percaya) (Arpanudin et al., 2021). Kata *amanah* merupakan antonim dari rasa takut, dan *amanah* merupakan lawan kata khianat. Kata *amanah* dan iman memiliki akar kata yang sama yakni أمن. Kedua kata tersebut memiliki keterikatan yang erat. Keterikatan itu terlihat dari sabda Nabi saw., “Tidak iman bagi orang yang tidak menunaikan amanah dan tiada agama bagi orang yang tidak menunaikan janji”.

Secara terminologi, *amanah* memiliki pengertian yang luas, misalnya suatu tanggung jawab yang dipikul oleh seorang atau titipan yang diserahkan kepadanya untuk diserahkan kembali kepada orang yang berhak (M, 2022; Madani, 2021; Sabila & Saptutyingsih, 2020). Juga berarti kejujuran didalam melaksanakan tanggung jawab. Dalam tafsir al-Maraghi, menjelaskan tentang definisi *amanah* ke dalam tiga bagian, yaitu: pertama; *amanah* hamba dengan Rabb-nya; yaitu apa yang telah dijanjikan Allah kepadanya untuk dipelihara, berupa melaksanakan segala perintah-Nya, menjauhi segala larangan-Nya dan menggunakan segala perasaan dan anggota badannya untuk hal-hal yang bermanfaat baginya dan mendekatkan kepada Rabb. Kedua; *amanah* hamba dengan manusia; di antaranya adalah

mengembalikan titipan kepada pemiliknya, tidak menipu, menjaga rahasia dan lain sebagainya. Ketiga; *amanah* manusia terhadap dirinya sendiri, seperti hanya memilih yang paling pantas dan bermanfaat bagi dirinya dalam masalah agama dan dunianya (Muzakkir, 2021).

Allah berfirman di dalam QS. al-Mu’minun/23: 08, sebagai berikut:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

Terjemahnya:

“Dan (sungguh beruntung) orang yang memelihara amanat-amanat dan janjinya.”

Integritas seseorang bisa terbentuk dari sejauh mana orang tersebut dapat memelihara *amanah* yang diberikan kepadanya. Pebisnis yang baik adalah yang mampu memelihara integritasnya, dan integritas yang terpelihara akan menimbulkan kepercayaan (*trust*) bagi nasabah, mitra bisnis, bahkan semua stakeholder dalam suatu bisnis (Indrayani et al., 2013). Bisnis yang didasarkan dengan nuansa syariah dapat bangkit, sepanjang sifat-sifat nabi Muhammad saw., tadi menjadi jiwa dari perilaku bisnisnya.

Konsep *amanah* dalam bisnis adalah menjaga prinsip kehati-hatian dan kejujuran dalam mengelola dana diperoleh dari pemilik dana (*shahibul maal*) sehingga saling percaya antar pemilik dana dan muncul pengelola dana investasi (*mudharib*). Atau kehati-hatian dalam segala aktivitas pekerjaannya sehingga tanggungjawabnya bisa diselesaikan sebagaimana target yang diinginkan. Seseorang yang *amanah* akan ikhlas dalam memenuhi komitmen, tugas dan tanggung jawabnya (Kadir & Sopyan, 2020). Dengan demikian, karyawan harus menggunakan dan mengelola sumber daya yang ia memiliki dengan penuh tanggung jawab dan amanah serta bukan untuk keuntungan pribadi semata. Jadi, yang dimaksud *amanah* yakni terpercaya (*responsible to god*) , patuh pada hukum (*fellow responsibility*), dan

tunduk pada kesepakatan.

Fathanah. *Fathanah* dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdikan atau kebijaksanaan. Seorang karyawan perusahaan bersifat *fathanah* artinya karyawan yang memahami, mengerti dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya. Selain itu, Karakter ini menunjukkan bahwa ia memiliki kemampuan mental yang tinggi (Irawan, 2011). Dia cerdas dalam keputusan dan tindakannya karena orang-orang selalu memandangnya sebagai panutan. *Fathanah* berkaitan dengan konsep ilmu dalam Islam. Pengetahuan penting karena berkontribusi pada penemuan, inovasi, dan kreativitas yang mengarah pada kesuksesan (Khamim et al., 2021).

Salah satu ciri-ciri orang yang paling bertakwa adalah orang paling mampu mengoptimalkan potensi pikirnya, dalam Alquran orang yang senantiasa mengoptimalkan potensi pikirnya biasa disebut *ulu-albab*, yaitu orang yang iman dan ilmunya berinteraksi secara seimbang (*Dynamic Equilibrium*) (Hijawati, 2020).

Jadi, berdasarkan uraian di atas, yang menjadi nilai dari *fathanah* yakni kecerdasan intelektual, kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual. Ketiga hal tersebut bersifat inheren dalam meningkatkan kinerja entitas bisnis.

Al-samahah. Dalam kamus Bahasa Indonesia kata toleransi merupakan kata benda (nomina). Toleransi mempunyai beberapa pengertian, yaitu: 1) sifat atau sikap toleran; 2) batas ukur untuk penambahan atau pengurangan yang masih diperbolehkan; 3) penyimpangan yang masih dapat diterima dalam pengukuran kerja. Bertoleransi merupakan kata kerja (verb), jadi bertoleransi berarti bersikap toleran. Demikian juga halnya dengan kata menoleransi. Kata ini juga merupakan kata kerja (verb) yang berarti mendiamkan; membiarkan.

Dalam Islam, toleransi disebut dengan *al-samahah*. Konsep mengenai *al-samahah* ini dapat ditemukan dalam penyebutan pada ayat-ayat Alquran dan Hadis. Konsep

mengenai toleransi, khususnya toleransi dalam berbisnis yang dimaksudkan Islam tentu hendaknya dipahami dengan baik oleh umat. Sehingga tidak terjadi kesalahpahaman yang fatal karena toleransi adalah suatu hal yang mengandung batasan berupa akidah yang mutlak dan tidak dapat diubah-ubah.

Dalam bahasa Arab, kata toleransi merujuk pada kata *سَمَحَ* yang dalam bahasa Indonesia bermakna: memberikan, memberi izin, dan membolehkan. Kemudian ada pula kata yang harakat mimnya dommah *سَمَحَ* yang artinya toleran dan murah hati. Namun apa bila posisi mim nya sukunpun *سَمَحَ* tetap diartikan toleransi (Wahyuningsih et al., 2021).

Dari beberapa pengertian di atas, baik yang dikutip dari bahasa Indonesia, maupun bahasa Arab, maka dapat disimpulkan bahwa toleransi mempunyai makna yang sangat luas. Hal ini dapat dilihat dari asal atau akar kata yang sama dengan mengalami

beberapa perubahan.

○Toleransi bisa berarti memberikan izin, membolehkan, legitimasi, lisensi, maaf, kelapangan dada, murah hati dan kedermawanan. Olehnya itu, toleransi dalam berbisnis berarti saling menghormati dan berlapang dada terhadap lawan bisnis lain, tidak memaksa konsumen untuk membeli dan memiliki produk pribadi dan percaya bahwa rizki telah diatur oleh sang Pencipta. Toleransi merupakan suatu sikap atau perilaku manusia yang tidak menyimpang dari aturan agama, dimana seseorang saling menghargai, menghormati, dan memberikan ruang gerak yang begitu luas bagi setiap individu untuk berusaha dan bekerja tanpa menghilangkan hak-haknya (Rajab, 2021). Dengan demikian, seorang pebisnis hendaknya menghadirkan rasa cinta kasih dalam berinteraksi dengan yang lainnya baik internal perusahaan maupun bahkan lawan bisnis sekalipun. Sehingga hal tersebut menciptakan kedamaian dan ekosistem bisnis yang sehat.

Ada beberapa nilai dari toleransi,

yang memiliki hubungan dalam meningkatkan kinerja perusahaan islami. Pertama, cintai damai. Dalam berbisnis hendaknya bekerjasama dengan baik yang didasarkan atas rasa sayang dan cinta kasih. Hal ini sebagai punya menciptakan suasana persaudaraan sebagaimana didalam Islam. Kedua, demokratis. Dalam berbisnis hendaknya tidak pilih kasih dan berlaku adil kepada setiap karyawan. Memberikan hak-hak karyawan sebagaimana yang telah ditunaikan sebagai kewajibannya adalah menjadi keharusan. Selain itu, penyelesaian dengan asas kekeluargaan ini mencitrakan adanya suasa yang sehat didalam perusahaan. Ketiga, menghargai perbedaan. Menjadi kewajiban bersama bahwa perbedaan warna kulit, suku, agama, dan ras menjadi sunnatullah di alam raya ini. Namun, seorang pebisnis tidak boleh membedakan hal tersebut, namun lebih mengutamakan kontribusi yang telah diberikan. Oleh karena itu, toleransi yang dikaitkan dengan kinerja perusahaan adalah sebuah keniscayaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini memberikan gambaran tentang urgensi mengangkat akhlak Rasulullah saw, sebagai pedoman dalam melaksanakan aktivitas bisnis. Penelitian ini menghasilkan 5 nilai dasar yang ada dalam diri Rasulullah saw, yakni: *shiddiq, tabligh, amanah, fathanah, dan al-samahah*. Penelitian ini dapat menjadi pertimbangan di dalam implementasi pengembangan sumber daya manusia yang beretika dan berakhlak Rasulullah saw.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, Syauqi, and Iwan Triyuwono, "Praktik Penentuan Harga Jual Berbasis Meuramin", *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, vol. 10 no. 1 (2016). <https://doi.org/10.18202/jamal.2016.12.7024>.
- Hijawati, "Peredaran Obat Illegal Ditinjau Dari Hukum Perlindungan Konsumen", *Solusi*, vol. 18 no. 3 (2020).

<http://ojs.stiemujahidin.ac.id>

<https://doi.org/10.36546/solusi.v18i3.310>.

- Indrayani, Henni, Mahyarni, Astuti Meflinda, and Nurfaisal, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, ed. by Arisman (Pekan Baru - Riau: Suska Press, 2013).
- Irawan, Bambang, "Urgensi Tauhid Dalam Membangun Epistemologi Islam", *Tsaqafah*, vol. 7 no. 2 (2011). <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v7i2.3>.
- Kadir, Mika Febryati, and Iyan Sopyan, "Kualifikasi Pemasok Bahan Baku Yang Digunakan Pada Industri Farmasi", *Majalah Farmasetika*, vol. 5 no. 2 (2020). <https://doi.org/10.24198/mfarmasetika.v5i2.26237>.
- M, Hasyim, "Nilai Kejujuran Akuntansi Perspektif Hadits", *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, vol. 13 no. 1 (2022).
- Madani, Hanipatudiniah, "Pembinaan Nilai-Nilai Kejujuran Menurut Rasulullah Saw", *Jurnal Riset Agama*, vol. 1 no. 1 (2021). <https://doi.org/10.15575/jra.v1i1.14346>.
- Nasrullah, Achmad, and Erlina Sari Pohan, "Intellectual Capital Dan Spiritual Capital Terhadap Business Performance Pada Perusahaan Manufaktur Di Banten", *Jurnal Riset Akuntansi Tirtayasa*, vol. 5 no. 1 (2020). <https://doi.org/10.48181/jratirtayasa.v5i1.7973>.
- Pradnyarani Dewi, Anak Agung Istri, and Dwika Tirta Mitrawan, "Studi Fenomenologi: Makna Ketidapatuhan Wajib Pajak Importir", *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, vol. 12 no. 1 (2020). <https://doi.org/10.22225/kr.12.1.1426.84-94>.
- Muzakkir, Abd. 2022. "Kajian Akhlak Rasulullah dalam Meningkatkan Kinerja Entitas Bisnis Pada CV.

- Sulawesi Herba Nusantara di Kabupaten Soppeng", NUKHBATUL 'ULUM: Jurnal Bidang Kajian Islam. Volume 8 (1): 125-145.
- Muzakkir. "Makna Masalah Ad-din di dalam Entitas Bisnis pada CV. Sulawesi Herba Nusantara di Kabupaten Soppeng The Meaning of Masalah Ad-din in Business Entities on CV. Sulawesi Herba Nusantara in Soppeng Regency". JAGO-E. Volume 4 (1): 364-374.
- Rahim, Rahman, and Saiana Nirwana, "Strategi Mewujudkan Pasar Niaga Daya Menjadi Pasar Islami Berbasis FAST (Fathonah, Amanah, Siddqi, Tabliq) Di Daya Kota Makassar", Jurnal Ekonomi Islam, vol. 3 no. 1` (2020).
- Sabila, Hanan, and Endah Saptutyningih, "Islamic Philanthropy Empowerment Fund in Social Economic Affairs", Journal of Economics Research and Social Sciences, vol. 4 no. 1 (2020).
<https://doi.org/10.18196/jerss.040115>.
- Sumadi, and Dewi Muliasari, "Pengaruh Manajemen Syariah Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Di Bmt Amanah Berkah Sukoharjo)", *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers*, September, 2019/
[Http://prosiding.stiemujahidin.ac.id/index.php/prosenas/article/view/32](http://prosiding.stiemujahidin.ac.id/index.php/prosenas/article/view/32).
- Suryana, "Pentingnya Kecerdasan Emosi Bagi Kepemimpinan Yang Efektif Di Era Milenial Revolusi 4.0.", Jurnal Inspirasi, vol. 10 no. 1 (2019).
- Wahyuningsih, Ghina, Fitri Noer Janah, and Muhammad Roy Purwanto, "Berbisnis Berdasarkan Perilaku Rasulullah Saw", *At-Thullab Jurnal*, vol. 2 no. 4 (2021).