

Pengelolaan Manajemen Resiko dan Pemasaran Menurut Ekonomi Syariah

Mukhlis¹

Prodi Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Hubbulwathan Duri¹

Email: mukhlis@staihwaduri.ac.id¹

DOI: 10.46781/al-mutharahah.V20i2.819

Received : 21/10/2023

Revised : 01/11/2023

Accepted : 22/02/2024

Published : 15/05/2024

Abstract

The purpose of this study is to determine the management of risk management according to Islamic economics. Where the last Prophet Muhammad and uswatun hasanah has a very complex way of shaping people's personalities through his actions. The research method used is a literature study that examines written sources from various literature references related to the Prophet Muhammad's risk management style using descriptive analysis methods and literature studies. The results found that the prophet's management was very superior in managing the system of commerce and trade because the prophet could reduce losses in the business he did. However, in marketing the prophet's business displays the traits inherent in his prophethood which are role models for us in carrying out management and marketing activities. Companies should also pay attention to the importance of using service strategies to improve services because it is one way to increase customer trust and loyalty to the products they use. to be able to manage risk in the company can follow the example of Rasulullah SAW, namely by applying the properties of Siddiq, Amanah, Fatonah and Tabligh.

Keywords: 1 Management, 2 the Prophet Muhammad, 3 Business 4 Pemasaran

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengelolaan manajemen resiko menurut ekonomi Islam. Dimana Rasulullah Nabi terakhir dan uswatun hasanah memiliki cara yang sangat kompleks dalam membentuk kepribadian masyarakat melalui tindakannya. Metode penelitian yang digunakan yaitu studi kepustakaan yang mengkaji sumber tertulis dari berbagai referensi literatur terkait gaya manajemen risiko Nabi Muhammad dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan studi pustaka. Hasilnya menemukan pengelolaan manajemen nabi sangat unggul dalam mengatur system perniagaan dan perdagangan di karenakan nabi dapat menekan kerugian kerugian dalam perniagaan yang dilakukannya. Namun demikian dalam pemasaran perniagaan nabi menampilkan sifat-sifat yang melekat pada kenabiannya yang menjadi contoh tauladan bagi kita dalam melakukan kegiatan manajemen dan pemasaran. Perusahaan juga harus memperhatikan pentingnya menggunakan strategi layanan untuk meningkatkan layanan karena merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap produk yang mereka gunakan. untuk dapat memanajemeni resiko pada perusahaan

dapat mengikuti keteladanan Rasulullah SAW, yaitu dengan menerapkan sifat Siddiq, Amanah, Fatonah dan Tabligh.

Kata kunci: 1 Management, 2 the Prophet Muhammad, 3 Business 4 Pemasaran

A. Pendahuluan

Kemampuan dewan adalah menempatkan seseorang yang memiliki orang hebat sehingga dia ditempatkan pada posisi yang paling sesuai. Umar bin Khattab salah satu khalifah tidak pernah diangkat menjadi panglima perang karena ternyata dia adalah sosok yang disuruh menjadi negarawan. Rasulullah SAW telah memberikan contoh dalam hal ini. Serupa dengan Abu Bakar ash-Siddiq, ia memang diinstruksikan untuk menjadi negarawan dan tidak pernah mempertimbangkan untuk menerima jabatan sebagai panglima perang. Oleh karena itu, manajemen telah dilaksanakan dan dilaksanakan sesuai dengan ajaran dan tuntunan Islam sejak zaman Nabi Muhammad, terlebih lagi sejak zaman nabi-nabi sebelumnya, ketika pembagian tugas dituntut untuk dibentuk.¹

Kepemimpinan transformasional, di sisi lain, memberikan visi dan misi, menginspirasi kebanggaan, dan mendapatkan rasa hormat dan kepercayaan. Pemimpin yang menunjukkan gaya kepemimpinan ini dan menyampaikan harapan yang tinggi biasanya menggunakan simbol untuk mengarahkan upaya dan dengan jelas mengkomunikasikan arah tujuan penting. Para pionir ini tahu bagaimana memperkuat kecerdasan dengan mempublikasikan pemikiran dan wawasan, ketajaman dan pemikiran kritis yang hati-hati. Mereka mahir dalam memberikan perhatian individu yang memadai kepada setiap karyawan melalui pembinaan dan saran individu.

Dengan melampaui kepentingan diri sendiri dan mampu memberikan pengaruh yang mendalam dan luar biasa pada pengikut, pemimpin transformasional adalah pemimpin yang memberikan refleksi dan harapan dalam bentuk inspirasi. Ajaibnya, Rasulullah (saw) memiliki semua ini sepanjang karir kenabian dan utusannya. Faktanya, pemimpin spiritualnya yang luar biasalah yang membuatnya lebih terkenal. Michael H. Hart, seorang penulis dan ahli astrofisika terkenal, mengakui hal ini dalam bukunya *The 100: Dalam publikasinya tahun 1978, A Ranking of the Most Influential People in History*, ia menempatkan Nabi Muhammad (saw) di urutan teratas daftar itu. Di tempat pertama karena, menurut penelitiannya, Nabi Muhammad (saw) adalah orang yang paling terspesialisasi dan sukses dalam sejarah baik di tingkat agama maupun sekuler. menyadari bahwa empat ciri gaya kepemimpinan Nabi (saw) adalah Siddiq (kebenaran), Amanah (dapat dipercaya), Tabligh (advokasi), dan Fathonah (kebijaksanaan). Pilar-pilar tersebut merupakan landasan moralitas (kepribadian) bagi umat Islam secara keseluruhan dan Nabi sendiri.²

Menempatkan seseorang pada posisi yang tepat adalah salah satu tugas manajemen. Dalam hal ini Rasulullah SAW menjadi panutan dan mempekerjakan seseorang berdasarkan keahlian dan kualifikasi keilmuannya sehingga pekerjaan dapat dilakukan dengan benar. kedudukan seseorang sesuai dengan kemampuannya. Dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh

¹ Didin Hafidhuddin and Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2003).

² Zakaria bin Mat Zin and Faridah Hj Hassan, "Attributing Contemporary Leadership Moswla in Rasulullah (Peace Be Upon Him)," *Journal of Islamic Management Studie* 2, no. 1 (2018): 0–22, http://www.uib.no/sites/w3.uib.no/files/attachments/1._ahmed-affective_economies_0.pdf <http://www.laviedesidees.fr/Vers-une-anthropologie-critique.html> http://www.cairn.info.lama.univ-amu.fr/resume.php?ID_ARTICLE=CEA_202_0563%5Cn <http://www.cairn.info.lama>.

Bukhari, Rasulullah (saw) menyatakan sebagai berikut: yang artinya “tunggulah waktu kehancurannya jika suatu urusan diserahkan kepada orang yang tidak berhak. di tangan seorang ahli.” Berdasarkan perilaku ini, yang terus diabaikan, itu adalah prekursor yang akan mengarah pada kekacauan ekonomi umum di masyarakat dan kehancuran kepribadian dan karakter individu pada khususnya, karena individu secara tidak langsung mengabaikan bisnis. etika yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Ekonomi normatif dengan mengabaikan sikap adil, jujur, tanggung jawab dan lain-lain hanya demi mencapai tujuan pribadi untuk keuntungan sebesar-besarnya tanpa memikirkan kemaslahatan masyarakat lain pada umumnya, seolah-olah para pengusaha muslim sudah seharusnya menerapkan ekonomi normatif dalam kegiatan usahanya seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW pada masanya. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah telusuri di atas, maka sudah menjadi kewajiban bagi kita seorang individu atau kelompok yang memiliki konsentrasi di bidang ekonomi untuk membangun kesadaran terkait etika bisnis yang merupakan hal yang paling utama dari pada sekedar memprioritaskan keserakahan atau milik sendiri kepentingan demi tercapainya keinginan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, sebagaimana masa rasul merupakan cerminan dan acuan yang baik bagi para pelaku usaha untuk menciptakan suasana kegiatan usaha yang adil, jujur dan bertanggung jawab.³

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik membahas pengelolaan manajemen resiko dan pemasaran yang di terapkan oleh Nabi Muhammad yang merupakan embrio dalam melaksanakan pengelolaan manajemen dalam pemasaran.

B. Metode Penelitian

Tulisan ini merupakan bagian dari studi kepustakaan yang mengkaji sumber tertulis dari berbagai referensi literatur terkait gaya manajemen risiko Nabi Muhammad dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan studi pustaka. dikumpulkan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kepustakaan (*library research*) yaitu dengan menghimpun data dari tulisan-tulisan (literasi) yang mempunyai kaitan dengan topik yang dibahas, yaitu terkait dengan manajemen resiko dalam ekonomi Islam. Data-data di ambil melalui dokumentasi berbentuk buku, jurnal penelitian, dan artikel-artikel yang mendukung. Metode pembahasan yang digunakan yakni metode deskriptif-analisis, merupakan penjelasan dan mengelaborasi ide-ide utama berkenaan dengan topik yang dibahas. Kemudian disajikan secara kritis dari sumber-sumber pustaka primer maupun sekunder yang berkaitan dengan tema.⁴ Teknik Yang digunakan dalam menganalisa data pada penulisan ini adalah Teknik Analisa konten dan Deskriptif-analitik. Analisis konten (content analysis) atau kajian isi adalah metodologi penelitian yang memanfaatkan seperangkat prosedur untuk menarik kesimpulan yang sah dari sebuah buku atau dokumen.⁵

C. Hasil dan Pembahasan

Manajemen berasal dari kata Latin "manus," yang berarti "tangan," dan kata Italia "maneggiare," yang berarti "mengendalikan," jika Anda memahami bahasanya. Manajemen telah didefinisikan sebagai proses perencanaan, pengelompokan, pengarahan. , dan mengawasi upaya karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan dari perspektif manajemen. Menurut Kamus

³ Telsy Fratama Dewi Samad and Rosdalina Bukido, "Implementation of Normative on Business Activity in The Period of Rasulullah SAW," *AKADEMIKA* 26, no. 1 (2021): 6.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014).

⁵ Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. Edisi Revisi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018).

Besar Bahasa Indonesia (KBBI), manajemen adalah pemanfaatan sumber daya manusia yang efisien untuk mencapai tujuan.⁶ Artinya, seorang pemimpin puncak atau pemimpin yang bertanggung jawab atas menjalankan perusahaan atau organisasi adalah definisi lain dari manajemen. Agar manajemen yang andal terjadi, konten manajemen harus melakukan tugas-tugas berikut:

1. Proses penentuan tujuan arah perusahaan sebagai bagian dari tujuan organisasi disebut perencanaan.
2. Ini adalah fungsi pengorganisasian, dan itu berupa proses menempatkan karyawan pada posisi berdasarkan keahliannya.
3. Fungsi pengarahan adalah bagian dari proses dimana karyawan diberi arahan dan dikomunikasikan dengan baik agar menyimpang dari tujuan yang telah ditentukan.
4. Fungsi kontrol adalah bagian dari proses yang memerlukan pengawasan untuk memastikan bahwa semua kegiatan organisasi berjalan sesuai rencana.

Pengertian manajemen syariah adalah manajemen yang mengarahkan suatu organisasi agar dapat mencapai potensi maksimalnya dan diridhoi Allah. Dalam manajemen syariah, prosedur yang sama seperti dalam manajemen konvensional mensyaratkan beberapa fungsi manajemen yang harus dipenuhi, antara lain: Fungsi perencanaan, pengorganisasian, gerak (aktuasi), dan evaluasi (pengendalian) Keinginan terhadap kegiatan halal, baik dari segi barang dan jasa, serta tata cara memperoleh dan memanfaatkannya, merupakan hal mendasar dalam manajemen syariah. Perbedaan mendasar antara manajemen syariah dan manajemen konvensional adalah cara manajer membuat keputusan. Sementara manajer dalam manajemen konvensional menghadapi sejumlah masalah dan berusaha menyelesaikannya melalui tindakan yang diambil di masa lalu, mereka selalu dipandu oleh model tradisional. Dalam manajemen syariah, di sisi lain, manajer mengambil tindakan yang harus didasarkan pada ajaran Allah yang ditemukan dalam Al-Qur'an, Hadits, dan sahabat.

Sangat sulit untuk menyebutkan sebuah kata dalam konteks bahasa Arab yang memiliki arti yang sama dengan manajemen dalam bahasa Inggris. Ini sebagian karena bahasa Arab memiliki banyak kata, dan semuanya dapat memiliki ekspresi yang sangat spesifik. Akibatnya, manajemen kata dalam bahasa Arab dapat diartikan sebagai: *nim*, *idrah*, *tadbir*, dan *'imrah*. Istilah manajemen dapat disebut dengan salah satu dari empat cara ini. artinya sebagai manajemen kata bahasa Inggris. Ini setengah jalan karena kemewahan kata-kata dalam bahasa Arab di mana segala sesuatu dapat memiliki artikulasi kata tertentu. Akibatnya, sejumlah kata yang berbeda dapat digunakan untuk merujuk pada manajemen, seperti: *nim*, *idrah*, *tadbir*, dan *'imrah*. Istilah manajemen dapat disebut dengan salah satu dari empat cara ini. Penjelasan dari istilah-istilah ini adalah sebagai berikut:

1. Kata Arab untuk manajemen, *idrah*, dapat diturunkan dari padanan jamaknya, *al-idrah*, yang berasal dari akar kata *mi* dan berarti "mengatur atau mengelola" (Ahmad Warson Munawwar, 1997:432). idiom, yang mengacu pada aturan yang diberlakukan oleh pemerintah. Akibatnya, kata administrasi disamakan dengan kata *al-idrah*. Orang-orang saat ini paling sering menggunakan istilah ini untuk menggambarkan manajemen atau administrasi. Namun, Al-Qur'an dan Hadis tidak mengandung kata ini, sehingga dapat ditentukan bahwa itu adalah kata kontemporer yang digunakan kemudian.
2. *Tadbr* Berasal dari kata Arab *dabbara*, yang berarti "mengelola." Seiring dengan menjaga) dan memimpin), kata ini mungkin juga memiliki arti yang sama. Bila

⁶ Pustaka Pheonix, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Team Pustaka Pheonix, 2017).

digunakan dengan kata "urusan", kata ini berarti memikirkan hasil yang baik dan buruk (Ahmad Warson Munawwar, 1997:384).

Teks-teks Al-Qur'an menggunakan kata tadbr daripada kata idrah sebagai berikut:

تَعْدُونَ مِمَّا سَنَ الْفَ مَقْدَارُهُ كَانَ يَوْمٍ فِي إِلَيْهِ يَعْزُجُ ثُمَّ الْأَرْضِ إِلَى السَّمَاءِ مِنَ الْأَمْرِ يُدَبِّرُ

Yang artinya *"Dia Allah yang mengarahkan segala urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepada-Nya dalam satu hari, yang kadarnya seribu tahun menurut perhitunganmu"* (QS al-Sajdah/32:5).⁷

Menurut Imam Ibnu Katsir dalam Tafsir Ibnu Katsir, ketika membahas ayat 5 surah al-Sajdah di atas, kalimat yudabbiru menandakan bahwa Allah telah menurunkan perintah-Nya dari langit yang tinggi ke tempat yang jauh di bumi melalui tujuh lapisan langit. Menurut manajemen, itu didefinisikan sebagai pengambilan keputusan tingkat atas yang didelegasikan kepada mereka yang dipercayakan dan dilakukan oleh mereka.

3. Nizam berasal dari akar kata Jepang naama, yang berarti mengatur, merakit, atau mengatur. Nizam mengacu pada sistem, aturan, atau pengaturan. Ketika kata "kehidupan" ditambahkan padanya: atau negara): Ini mengacu pada aturan hidup atau sistem pemerintahan (Ahmad Warson Munawwar, 1997:1435). Baik hadits maupun Al-Qur'an tidak mengandung kata nim dalam bentuk aslinya. Kata nim hanya dapat ditemukan dalam kalimat yang diucapkan oleh sahabat Ali bin Abi Thalib ra, meskipun sebagian orang percaya bahwa penobatan itu salah. Berikut ungkapan-ungkapan tersebut:

"Kepalsuan yang sistematis akan menghilangkan kebenaran yang benar (tidak terorganisir) tanpa sistem."

4. Imrah Kata "imrah" dapat berarti "merawat" atau "mensejahterakan." Menurut Allah SWT, istilah ini digunakan dalam Al-Qur'an untuk menyebut pengelolaan Masjidil Haram:

الْمُهْتَدِينَ مَنْ يَكُونُوا أَنْ أُولَئِكَ فَعَسَى اللَّهُ إِلَّا يَخْشَ وَلَمْ الزَّكَاةَ وَآتَى الصَّلَاةَ وَأَقَامَ الْآخِرَ وَالْيَوْمَ بِاللَّهِ آمَنَ مَنْ اللَّهُ مَسَاجِدَ يَعْمُرُ إِنَّمَا

"Apakah (orang-orang) yang memberi minuman orang-orang yang mengerjakan haji dan mengurus Masjidil Haram kamu samakan dengan orang-orang yang beriman kepada Allah dan hari kemudian serta berjihad di jalan Allah? Mereka tidak sama di sisi Allah; dan Allah tidak memberi petunjuk kepada kaum yang zalim." (QS. Al-Tawbah/9: 19).⁸

Istilah "masjid ta'mir", yang diterjemahkan menjadi "bagian dari panitia pembangunan" atau "pengurus yang mengemban tugas mensejahterakan masjid", akhirnya menjadi populer di Indonesia karena ayat ini yang mengandung kata "imrah." Adalah mungkin untuk mengatakan bahwa tidak satu pun dari empat kosakata yang digunakan untuk merujuk pada manajemen cukup identik untuk menjadi sinonim dengan manajemen seperti yang digunakan saat ini.⁹

Secara alami, ada risiko yang terkait dengan manajemen organisasi. Akibatnya, harus ada pendekatan yang berbeda untuk mengurangi potensi bahaya bagi suatu organisasi. Ketika datang untuk menghindari segala jenis risiko yang mungkin timbul dalam perusahaan, manajemen risiko memainkan peran penting. Risiko didefinisikan sebagai hasil yang tidak diinginkan dari suatu tindakan. Bahaya menjadi kata berkonotasi negatif yang banyak

⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Bandung: Hilal, 2009).

⁸ Departemen Agama RI.

⁹ Basri, "Management and Financial Transparency of Islamic Religious Organizations: The Case Study of Modern Islamic Boarding School in Contemporary. Indonesia," *Global Journal of Humanities & Social Sciences*, 2015.

digunakan. Misalnya, jika perusahaan kita memiliki karyawan yang tidak jujur dan suka mencuri, ada kemungkinan bahwa perusahaan akan bangkrut (kejadian yang tidak menyenangkan). Sebelum menjadi Rasul, Rasulullah SAW juga berdagang dengan barang-barang ibu Kahdijah. Nabi menggunakan manajemen yang baik dan sifat-sifat Siddiq, amanah, tabliq, dan fathanah agar barang yang dibawanya mendapat manfaat yang besar.

Abdul Razzaq, antara lain Muhaddits, melaporkan bahwa Nabi Muhammad SAW mahir mengelola dunia bisnis. Beliau memutuskan untuk bekerja sebagai wirausahawan/pedagang ketika sudah dewasa. Beliau menjadi manajer di investor perdagangan (shohibul mal) atas dasar keuntungan. berbagi ketika dia tidak memiliki modal. Siti Khadijah mengangkatnya sebagai manajer pusat perdagangan Habshah Yaman. Dia adalah investor utama Mekah. Dia dan para investornya telah menghasilkan banyak uang berkat keterampilan kewirausahaannya. Tidak satu pun jenis bisnis yang ditangani Nabi Muhammad mengalami kerugian akibat gaya perdagangannya.¹⁰

Ada fenomena keteladanan yang baik pada diri Nabi Muhammad SAW. Adapun beberapa keteladanan Rasulullah SAW, yang pertama adalah keikhlasan beliau yang tiada tara. Hal ini ditunjukkan oleh fakta bahwa ketika ia masih kecil, Malaikat Jibril membelah dadanya untuk menyucikannya dan membuang sifat buruk. Dia berdakwah di Taif dan ditendang dan dilempari kotoran unta, namun dia tetap sabar dan ikhlas. Yang kedua adalah Jihad-Nya, di mana dia selalu berperang dari barisan depan dan tidak pernah dari belakang. Kualitas ketiga adalah memiliki kesabaran. Dia tidak hanya marah pada suku Badui yang buang air kecil di masjid Nabawi; sebaliknya, ia hanya memberikan nasihat kepada orang Badui bahwa masjid adalah tempat ibadah dan tidak boleh dikotori atau dikencingi. Berkat kesabarannya, orang Badui itu memeluk Islam.¹¹

Strategi dan metode manajemen yang paling efektif pada masa Nabi Muhammad. Setelah hijrah dari Makkah ke Madinah, diperjelas. Mengenai periode waktu yang dihabiskan di Makkah, manajemen Nabi Muhammad. fokus pada penerapan da 'wah dan konsentrasinya. Di Makkah, dakwah biasanya terdiri dari dua tahap: Pertama, dakwah sirriyah, atau penyembunyian, yang dilakukan sejak pengangkatannya sebagai Rasul melalui kepindahannya ke Madinah. Nabi SAW melakukan dakwahnya. 'wah secara rahasia dan dengan sangat hati-hati dan teliti. Mengingat masyarakat Quraisy tidak terbiasa dengan konsep dan gagasan Nabi, ini menjadi perlu. Misalnya, Nabi membawa Islam ke kota Mekah secara terbuka, dan secara terbuka dimungkinkan bahwa ia akan dibunuh sebelum menyebar karena dia pasti menghadapi tentangan yang sengit dan tidak ada yang siap untuk membawa agama.

Kedua, dakwah i'lan (keterbukaan) dengan menyeru dan mengajak kaum Quraisy ke dalam Islam secara universal. Dengan tuntunan wahyu, Nabi SAW mulai menunjukkan kerusakan yang telah dilakukan terhadap aqidah mereka dan sifat buruk dari kebodohan mereka. peradaban yang mereka anut sebelum menunjukkan kebenaran dan itikad baik Islam. Nabi pasti menemukan orang-orang yang ingin mengikutinya dengan dakwah ini, dan tidak mudah untuk benar-benar ditolak dan ditentang, terutama dari para pemimpin Quraisy. Tujuan utama Dakwah terbuka ini bersifat pembinaan, dan berlangsung bersamaan dengan dakwah terselubung.¹²

¹⁰ AA Mukhlas and S Gresik, "Prophet's Business Management," *Al-Iqtishod Journal*, 2020, <https://jurnal.stai-alazharmenti.ac.id/index.php/AlIqtishod/article/download/87/72>.

¹¹ Hafidhuddin and Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*.

¹² Ubbadul Adzkiya', *Prophet Muhammad's Business Ethics: History, Teachings and Practice* (Semarang: books.google.com, 2021),

Terlepas dari kenyataan bahwa tidak ada madrasah, sekolah, atau lembaga pendidikan tinggi seperti universitas pada saat itu, keberhasilan Nabi di Madinah dalam membangun kembali komunitas Muslim dengan individu-individu yang bermoral menunjukkan kemampuannya untuk merekrut individu yang mau bekerja sama untuk maju. Islam. Membangun arena pertemuan Nabi dan para sahabat untuk membahas suatu peradaban dan menyatukan Ansor dan Muhajirin dalam bentuk masjid merupakan fungsi dasar yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah tetapi juga berfungsi sebagai tempat fungsional untuk berdiskusi. masalah orang. Mengadakan kontrak sosial antara penduduk Madinah adalah syarat menerima perbedaan agama. Rasulullah mendirikan prinsip-prinsip dasar masyarakat Islam, yang memungkinkan munculnya peradaban baru. Al-Ikha' (persaudaraan), al-Musa'wah (kesetaraan), al-Tasa'muh (toleransi), al-Ta'awun (tolong), dan al-'Adalah (keadilan) termasuk di antara prinsip-prinsip ini.

Dalam bisnis Islam, ketentuan harus mematuhi aturan halal dan haram dalam hal perolehan dan penggunaan yang sah dari properti. Dalam hal pendapatan, hal yang sama berlaku. Ini sangat berbeda dengan bisnis non-Islam, yang lebih mengutamakan keuntungan daripada keuntungan. nilai material. Aturan halal dan haram diabaikan oleh bisnis non-Islam dalam hal produksi, pemasaran, transaksi, dan segala upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan akhir perusahaan. Ketulusan adalah salah satu fondasi penting untuk segala sesuatu dalam bisnis, menjadikannya aspek yang paling penting dari etika bisnis. Misalnya, penjual harus jujur tentang produk yang dijual selama proses jual beli. Semakin tinggi tingkat kepercayaan, semakin banyak pelanggan akan datang jika produk tersebut berkualitas tinggi. Tetapi jika mereka tidak jujur, seperti menjual produk yang tidak berkualitas tinggi tetapi dibuat sedemikian rupa, pasti akan kecewa dan berisiko kehilangan kepercayaan pelanggan.¹³

Menyadari bahwa Kota Madinah merupakan kota yang plural, maka Perjanjian Konstitusi Madinah secara implisit dan eksplisit merupakan keharusan yang memuat beberapa ketentuan yang berkaitan dengan ritme demokrasi politik. Konstitusi Madinah yang merupakan hasil dari pertemuan, dialog dalam keterbukaan dan komitmen setiap komponen masyarakat yang heterogen di Madinah, tanpa pertemuan, dialog dalam berbagai bahasa, dan keterbukaan semua orang, tentu ada kepastian untuk membentuk yang aman dan damai. masyarakat. Dalam Pembukaan UUD Madinah yang berbunyi: "Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Inilah kitab (ketentuan tertulis) Nabi Muhammad SAW. Diantara orang-orang mukmin yang berasal dari Quraisy dan Yatsrib dan yang mengikuti mereka, lalu bergabung dengan mereka dan bertarung dengan mereka

Dalam pembukaan piagam Madinah ini terdapat lima pokok utama antara lain 1), Penempatan asma Allah swt. pada posisi teratas. 2), Perjanjian masyarakat (social contract) secara tertulis. 3), Kemajemukan masyarakat yang ikut dalam Konstitusi Madinah. 4), keanggotaan terbuka (open membership) dan 5), Persatuan dalam ke-bhineka-an (unity in diversity)¹⁴. Dengan keterlibatan semua pihak dalam perjanjian piagam Madinah, merupakan pintu bagi umat Islam dalam melaksanakan aktivitas dakwah, kegiatan ekonomi yang di peran oleh Nabi Muhammad beserta sahabatnya sehingga Madinah menjadi jendela kota perdagangan pada masa itu.

<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=M7sxEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=management+nabi+muhammad+context+management+business&ots=aE2R0nMdbM&sig=OvAgV4IgszqrjIOLx83w4VPyAzM>.

¹³ Fitri Yeni M Dalil, "The Implementation of Hadiths About Honesty and Trust in Islamic Business Ethics," in *Batusangkar Internationa; Conference* (Batusangkar, 2017), 341–49.

¹⁴ Ishak Hariyanto and Agus Dedi Putrawan, "Dakwah Kenabian Dan Konstruksi Masyarakat Khayalan," *Tasamuh* 16, no. 1 (2018): 1–24, <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.540>.

Menurut temuan penelitian yang dilakukan oleh Aulia Nur Inayah, pemberdayaan ekonomi dicapai melalui sosial budaya profetik dengan mengikuti keteladanan Nabi Muhammad SAW dalam hal melakukan kegiatan ekonomi.¹⁵

Sebagaimana diketahui, dakwah Nabi mengalami situasi sulit dan tidak memungkinkan lagi untuk dilanjutkan ketika di Makkah. Untuk itu Nabi Muhammad beserta umat Islam Makkah melakukan hijrah ke Yatsrib, yang kemudian diberi nama Madinah. Masa awal di Madinah adalah masa-masa kritis yang menentukan, sebab organisasi dakwah Islam belum sepenuhnya mapan, kesatuan umat juga belum terbentuk utuh, ancaman dari kaum kafir Quraisy Makkah juga masih besar, ditambah lagi ancaman dari sebagian penduduk Madinah yang tidak sepakat dengan dakwah Nabi Muhammad. Untuk itu diperlukan keputusan-keputusan strategis yang tepat dalam menghadapi berbagai situasi tersebut.

Nabi Muhammad dapat dikatakan berhasil, terbukti organisasi dakwahnya dapat berkembang di Madinah dan memiliki keunggulan kompetitif sehingga mampu mengalahkan pesaing-pesaingnya dan mencapai misi dakwahnya. Situasi-situasi kritis serupa dengan masa dakwah awal di Madinah dapat juga dihadapi oleh organisasi dakwah pada hari ini. Misalnya ketika dihadapkan pada lingkungan dakwah yang baru, keadaan internal organisasi yang belum mapan, sementara pesaing sangat kuat, sehingga diperlukan arah kebijakan strategis yang tepat untuk menghadapi situasi tersebut. Kajian manajemen strategi dakwah Nabi Muhammad di masa awal Madinah dapat menjadi pelajaran penting bagi organisasi dakwah yang menghadapi situasi serupa.¹⁶

Entrepreneurial Leadership Nabi Muhammad Saw. dalam peristiwa dakwah Nabi terbatas. Kondisi ketidakpastian tantangan, yaitu tantangan akan dikejar oleh kafir Quraisy yang selama dakwah rintisan di Makkah tidak segan-segan untuk membunuh umat Islam, ditambah kondisi penduduk Yatsrib menawari untuk hijrah, memiliki tantangan kesetiaan dan menunaikan janji perlindungan terhadap Nabi dan umat Islam dari Makkah yang melakukan hijrah, menunjukkan ketidakpastian tantangan dalam pencapaian tujuan dakwah Nabi. Nabi Muhammad saw menerapkan kepemimpinan dalam melakukan dakwah rintisan di Makkah sampai peristiwa hijrah Nabi untuk keluar dari situasi krisis, yaitu pasca penolakan dakwah di Makkah melakukan upaya proaktif dalam mencari solusi-solusi atau menciptakan pemecahan dalam peristiwa Thaif dan pasar Dzy Al-Majaz agar bisa menciptakan peluang secara mandiri, mengambil resiko kehilangan nyawa pada peluang menyelamatkan dakwah dengan hijrah ke Yatsrib, melakukan upaya-upaya kreatif mengenali peluang dari datangnya pemuda Aus dari Yatsrib, dan menemukan ide-ide baru dalam peristiwa lolosnya Nabi dari kejaran kafir Quraisy. Semua ini dilakukan agar bisa keluar dari situasi krisis dalam melakukan dakwah rintisan.

Perilaku Nabi Muhammad dalam peristiwa dakwah rintisan di Makkah sampai peristiwa hijrah ke Yatsrib sejalan dengan perilaku kepemimpinan wirausaha (entrepreneurial leadership), mengutip Zijlstra, kepemimpinan wirausaha memiliki dimensi perilaku kunci yaitu pengambilan risiko, kreativitas, proaktif, visioner dan inovasi. Dengan adanya permasalahan dakwah Nabi yang sedang merintis usaha dakwah di Makkah sampai peristiwa hijrah Nabi ke Yatsrib, Nabi sebagai seorang pemimpin umat Islam dapat ditinjau

¹⁵ F N Azizah, "Pembangunan Masyarakat Berbasis Pengembangan Ekonomi Pesantren Rubat Mbalong Ell Firdaus Tambaksari Kedungreja Cilacap ..." 6, no. 03 (2018): 645–53, <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/4598/>.

¹⁶ Dedy Pradesa, "Manajemen Strategi Dakwah Nabi Muhammad Pada Masa Awal Madinah," *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 8, no. 2 (2018): 231–56, <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v8i2.151>.

kepemimpinan dari kepemimpinan wirausaha (entrepreneurial leadership) sebagai salah satu cara untuk mencapai tujuan dakwah rintisan secara efektif bahkan bisa berkelanjutan (sustainable).¹⁷

Rahasia keberhasilan Nabi Muhammad SAW dalam menjalankan praktik bisnisnya dengan menerapkan standar harga yang tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Baginya, yang penting adalah pertukaran barang antara pedagang dan pembeli. Jangan biarkan hal-hal hanya berputar di sekitar kelompok tertentu. Tetapi barang-barang tersebut didistribusikan ke lapisan masyarakat. Apabila peredaran barang sesuai dengan peredaran dengan baik, maka kegiatan usaha akan stabil, dan harga dapat dikendalikan oleh masyarakat. Dalam hal ini, Nabi Muhammad juga menjual menurut harga yang diperhitungkan. Ia tidak memanipulasi harga dan tidak bersekongkol dan berkompromi dengan pembeli yang menaikkan harga, sehingga mendapat untung yang banyak. Mark up harga, timbangan, timbangan dilakukan oleh pembeli ketika mendapat pesanan dari pihak lain. Etika Muhammad dalam menyampaikan informasi tentang dagangannya dilakukan secara detail. Dia tidak menyembunyikan cacat barang dagangannya. Jika pembeli meminta kejujuran Muhammad dengan syarat barang dagangannya di bawah sumpah atas nama Tuhan, Muhammad selalu menolak. Baginya, berkata jujur adalah kunci sukses bisnis.¹⁸

Dia telah menjadi pedagang yang tangguh dan terkenal di Yaman, Suriah, Irak, Busra, Yordania, dan Bahrain selama 20 tahun terakhir. Seorang pengusaha sejati memiliki sifat-sifat Nabi Muhammad SAW, yaitu kejujuran, kecerdasan, dan dapat dipercaya. Dalam menjalankan berbagai transaksi bisnis, ia tidak pernah berbohong. melahirkan kebaikan (keuntungan),” sabda Mutafaqun Alaih Rasulullah. Selain itu, kebaikan akan membawamu ke surga. Allah pasti akan mencatat seseorang sebagai orang yang selalu jujur jika mereka tetap berusaha untuk jujur. Hindari berbohong dan menipu karena melakukannya hanya akan melahirkan kejahatan dan akan membawamu ke neraka. Jika seseorang terus berbohong, Allah akan mencatat mereka sebagai orang yang selalu berbohong.¹⁹

Islam memiliki etika bisnis, yaitu sejumlah tindakan bisnis etis (akhlaq al Islamiyah) yang dikemas dengan nilai-nilai syariah yang mengutamakan senyawa, yaitu halal dan haram. Jadi perilaku etis adalah perilaku yang mengikuti semua perintah Allah dan menjauhi bentuk-bentuk yang dilarang. Dalam Islam, etika bisnis telah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Quran dan Sunnah. Pelaku usaha diharapkan bertindak etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen utama dalam mencapai kesuksesan bisnis di masa depan.²⁰

Istilah "integritas" sering digunakan untuk menggambarkan gagasan "shiddiq" dalam konteks etika bisnis kontemporer. Kejujuran adalah salah satu nilai terpenting dalam dunia bisnis. Jujur adalah salah satu cara untuk menegaskan nilai dan etika bisnis. sangat jelas bahwa nilai dan etika memainkan peran penting dalam bisnis, dan ini selalu terjadi. Integritas sangat penting bagi siapa saja yang ingin menjalankan bisnis atau sudah melakukannya. Integritas harus menjadi prinsip panduan paling mendasar dalam dunia bisnis saat ini .mana manajer keuangan yang jujur, gigih, dan siap bersaing secara efektif. "Sesungguhnya shiddiq mengarah

¹⁷ Andi Susanto, "Entrepreneurial Leadership Nabi Muhammad Saw Dalam Peristiwa Hijrah," *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 3, no. 2 (2022): 335–56, <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v3i2.191>.

¹⁸ Adzkiya', *Prophet Muhammad's Business Ethics: History, Teachings and Practice*.

¹⁹ Hafidhuddin and Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*.

²⁰ Fitri Damayanti and Tridahus Susanto, "Pengaruh Komite Audit, Kualitas Audit, Kepemilikan Institusional, Resiko Perusahaan Dan Return on Asset Terhadap Tax Avoidance," *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 5, no. 2 (2015): 187–206.

pada kebaikan dan kebaikan akan mengantarkan ke surga,” menurut hadits Rasulullah SAW, adalah keyakinan lain bahwa pelaku bisnis yang mengamalkan integritas akan mendapat manfaat darinya. siapa yang bersungguh-sungguh berjuang untuk shiddiq akan dicatat oleh Allah SWT, dan mereka harus menahan diri dari berbohong karena melakukannya akan membawa kerugian. laknat nal. Siapa saja yang konsisten berbohong akan dicap pembohong oleh Allah (HR.Bukhari)²¹

Dalam tulisan Yilmaz menjelaskan karakter sifat Nabi Muhammad Saw yaitu:

1. Siddiq merupakan nilai dasarnya adalah integritas, ikhlas, terjamin dan keseimbangan emosional adalah sikap yang sangat urgent dalam hal bisnis. Jujur berarti melandaskan ucapan, keyakinan serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Selalu bersikap jujur akan mengantarkan seseorang pada surganya Allah SWT. sebagaimana Rasulullah bersabda yang artinya: “Sesungguhnya kejujuran mengantarkan pada kebaikan dan kebaikan akan mengantarkan ke dalam surga Seseorang yang selalu berusaha untuk jujur akan dicatat oleh Allah sebagai orang jujur dan jauhilah oleh kamu perbuatan dusta, karena dusta akan mengantarkan pada kejahatan. Dan kejahatan akan mengantarkan ke dalam neraka. Seorang yang selalu berdusta akan dicatat oleh Allah sebagai pendusta.”
2. Amanah (terpercaya). Sikap amanah adalah nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam berbisnisnya ialah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan, dan tepat waktu sikap ini juga sangat dianjurkan dalam aktifitas bisnis. Kejujuran dan amanah mempunyai hubungan yang sangat erat, karena jika seseorang telah dapat berlaku jujur pastilah orang tersebut amanah (terpercaya). Maksud amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain ²²
3. Fatonah (Cerdas). Fatonah berarti memiliki pengetahuan luas, nilai dalam bisnis memiliki visi, pemimpin yang cerdas sadar produk dan jasa serta mengerti akan sesuatu dan dapat menjelaskannya. Kecerdasan yang dimaksudkannya ini bukan hanya kecerdasan intelektual tapi juga kecerdasan emosional dan kecerdasan spritual seperti yang dikatakan Ary Ginanjar sebagai berikut kemampuan untuk memberi makna ibadah terhadap setiap perilaku kegiatan melalui langkah-langkah dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju manusia seutuhnya dan memiliki pola pemikiran tauhid serta berprinsip hanya karena Allah.²³
4. Tabligh (Komunikatif-Promotif). Nabi Muhammad sebagai Rosul terakhir dikaruniai sifat tabligh untuk menyampaikan apa yang perintah oleh Allah kepada umatnya dengan tidak mengurangi sedikitpun perintah yang diterimanya. Sifat tabligh nilai dasarnya adalah komunikatif dan nilai bisnisnya adalah supel.²⁴

Pada usia 12 tahun, Nabi Muhammad diajak oleh pamannya untuk berdagang ke Negara Syam (Suriah) yang jaraknya ribuan kilometer dari kota Makkah. Perjalanan yang selama ini ditempuh oleh seorang anak berusia 12 tahun tanpa menggunakan transportasi mobil atau pesawat, hanya menggunakan unta berbeda dengan yang dilakukan orang sekarang ini, aktivitas berdagang semakin pintar dan sederhana. Perjalanan bisnis Nabi Muhammad terus

²¹ Nafiuddin, “Memahami Sifat Shiddiq Nabi Muhammad SAW Perspektif Bisnis Syariah,” *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 6, no. 2 (2018): 1–3.

²² Yusuf Qardawi, “Aku Dan Al Ikhwan Muslimun,” in *Mudzakkirat Al Qaradhawi* (Jakarta: Tarbawi Press, 2007).

²³ Sri Nawatmi, “Etika Bisnis Dalam Perspektif,” *Fokus Ekonomi (FE)* 9, no. 2 (2010): 50–58.

²⁴ A MANZANI and D Fadhillah, “THE INFLUENCE OF APPLICATION OF SHIDDIQ, AMANAH, FATHANAH AND TABLIGH CHARACTERISTICS ON THE SUCCESS OF ONLINE SHOP BUSINESS,” *Bilal Journal: Halal Economic Business*, 2021, <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/362>.

berlanjut dari tahun ke tahun di bawah bimbingan pamannya hingga ia berusia 16 tahun. Pada usia 17 tahun ia memulai usaha sendiri sebagai pengusaha, hal ini dilakukan karena ia tidak ingin menjadi beban bagi pamannya, meskipun sebenarnya ia tidak memiliki modal apapun. Dengan memiliki posisi personal brand sebagai pemuda yang sangat rajin, percaya diri, berintegritas tinggi dan dapat dipercaya. Dalam menepati janji membuat setiap orang yang berinteraksi dengannya dalam berbisnis mendapatkan kepuasan yang luar biasa, sehingga ia menjadi primadona bagi warga jazirah Arab saat itu. Karakter ini kemudian memunculkan reputasi pribadi yang tinggi di kalangan investor dan konglomerat Makkah, sehingga meski tidak memiliki modal untuk memulai bisnis secara mandiri, banyak tawaran modal yang mengalir.²⁵



Gambar 1 : Aspek Manajemen dari Kisah Rasulullah SAW

Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba, karena laba adalah tujuan dari orang melakukan bisnis.²⁶ Berwirausaha dalam islam tidak semata-mata hanya mengejar keuntungan di dunia²⁷, tetapi juga keuntungan yang hakiki di akhirat dengan menerapkan syariat jual beli yang berlaku.²⁸

Dalam penelusuran perkembangan konsep manajemen yang dikembangkan oleh Nabi Muhammad Saw dengan menggunakan konsep yang dilakukan pada Rasulullah ialah sebagai enterperuship (kewirausahaan) dalam hal ini potensi dan gagasan serta idea nabi pada masa

²⁵ Rima Oktavia, "Syariah Entrepreneurship: Explore The Basic Values of The Islamic Work Ethoh In The Business of The Rasulullsh," *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy* 1, no. 2 (2021): 256–75, [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2926029&val=25819&title=ENTERPRENEURSIP SYARIAH MENGKALAI NILAI-NILAI DASAR ETOS KERJA ISLAMI DALAM BISNIS RASULULLAH](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2926029&val=25819&title=ENTERPRENEURSIP%20SYARIAH%20MENGKALAI%20NILAI-NILAI%20DASAR%20ETOS%20KERJA%20ISLAMI%20DALAM%20BISNIS%20RASULULLAH).

²⁶ Abdul Halim Ibrahim et al., "Maqasid Al-Shariah Based Islamic Bioethics: A Comprehensive Approach," *Journal of Bioethical Inquiry*, 2019, <https://doi.org/10.1007/s11673-019-09902-8>.

²⁷ Aprijon, "Kewirausahaan Dan Pandangan Islam," *Jurnal Menara* 12, no. 1 (2013): 1–11.

²⁸ MANZANI and Fadhilah, "THE INFLUENCE OF APPLICATION OF SHIDDIQ, AMANAH, FATHANAH AND TABLIGH CHARACTERISTICS ON THE SUCCESS OF ONLINE SHOP BUSINESS."

saat sekarang ini telah berkembang ditengah masyarakat Indonesia sebagaimana pemerintah menggalakkan Usaha Menengah Kecil Masyarakat, merupakan bagian dari kewirausahaan mandiri yang dilakukan oleh masyarakat berkaitan dengan Undang-undang (UU) Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, UU Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan, pemerintah Indonesia serius dalam melaksanakan program untuk meningkat ekonomi masyarakat melalui enterpenurship dalam era 4.0 merupakan kehidupan masyarakat telah berubah dengan menggunakan jaringan internet sehingga segala bentuk akses dapat dilakukan dengan menggunakan smartphone sehingga kegiatan-kegiatan kewirausahaan dapat dikembangkan dengan baik.

Sangat jelas bahwa membangun sumber daya manusia memerlukan keteladanan yang patut ditiru dan mampu menjadikan setiap manusia lebih maju, bermoral, dan bermartabat. dapat diandalkan dan tangguh. Nabi Muhammad SAW sebenarnya menjadi panutan. Beliau adalah pemimpin dunia yang mampu menciptakan sistem sumber daya manusia di berbagai bidang, antara lain: kepemimpinan pribadi, kewirausahaan dan bisnis, kehidupan masyarakat yang tertib, dan politik yang bermartabat. sistem semuanya penting. Teladan Nabi Muhammad SAW yang telah teruji dan diakui oleh lebih dari 1,3 miliar manusia, juga telah terbukti dan teruji sejak lebih dari 15 abad yang lalu hingga saat ini masih sangat relevan untuk diterapkan. contoh melampaui batas ruang dan waktu.

Perusahaan juga harus memperhatikan pentingnya menggunakan strategi layanan untuk meningkatkan layanan karena merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap produk yang mereka gunakan. Kualitas Kepercayaan dan loyalitas pelanggan tidak hanya didasarkan pada produk yang baik; melainkan, mereka didasarkan pada penyediaan layanan terbaik, yang sebenarnya dapat mengubah minat pengguna. Suatu perusahaan dapat menawarkan produk yang berkualitas dengan harga yang kompetitif, namun jika pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan, justru dapat menyebabkan perusahaan kehilangan loyalitas pelanggan dan beralih ke produk lain. , ramah, dan berbasis pengaturan data untuk kebutuhan klien. Selain itu, layanan yang cepat dan terbaik dapat diberikan dengan memfasilitasi setiap dan semua proses transaksi yang dapat dilakukan dari lokasi mana pun kapan saja, bahkan jika kita tidak perlu kunjungi bisnisnya. Hal ini hanya dilakukan untuk memastikan bahwa pengguna mendapatkan apa yang diinginkannya. Oleh karena itu, setiap bisnis harus mengutamakan memberikan pelayanan prima untuk memastikan pelanggan puas dan tetap setia.²⁹

Peran ini yang telah di jalankan oleh Nabi Muhmmad Saw dalam melakukan bisnisnya tidak terlepas untuk menjelaskan pada pengguna sehingga para pengguna merasa aman dan nyaman ketika nabi menjelaskan kondisi barang dagangannya secara transfer dan terperinci.³⁰

Amalan Manajemen Nabi Muhammad SAW menceritakan kisah kehidupan Nabi dan Rasul, dengan Nabi Muhammad SAW yang paling lengkap dan sempurna. Perjalanan hidup Nabi Muhammad memulai menggembala kambing sejak kecil hingga bergabung dengan pamannya berdagang di Suriah hingga menjadi pemilik modal di usia 38 tahun—memberikan banyak pelajaran bagi manajemen. Menurut apa yang dikatakannya, oleh karena itu jelas dan tepat

²⁹ Idil Rakhmat Susanto and Tjiptohadi Sawarjuwono, "Konseptualisasi Perang Badar Sebagai Strategi Bisnis," *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam* 22, no. 1 (2021): 63, <https://doi.org/10.30595/islamadina.v22i1.6378>.

³⁰ Budi Trianto, Nil Firdaus, and Danil Syahputra, "ISLAMIC MANAGEMENT: SEJARAH, KONSEP DAN PRAKTEK DALAM KEHIDUPAN SOSIAL," *Jurnal Ekonomi Islam: Al Amwal* 7, no. 1 (2018).

bahwa Rasulullah dijadikan contoh terpenting bagi kehidupan manusia. sebagaimana firmanNya :

كَثِيرًا اللَّهُ وَذَكَرَ الْآخِرَ وَالْيَوْمَ اللَّهُ يَرْجُوا كَانِ لِمَنْ حَسَنَةُ أَسْوَدُ اللَّهُ رَسُولٍ فِي لَكُمْ كَانِ لَقَدْ

"Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah".(QS. Al-Ahzab [33]: 21)

Dari paparan yang telah dijelaskan maka penulis mengambil kesimpulan manajemen resiko dalam Islam yang dicontohkan dari keteladanan Rasulullah SAW, dengan menerapkan sifat *Siddiq*, amanah, *Fatonah* dan *Tabligh*.

1. *Siddiq*: Rasulullah menjalankan bisnis dengan benar baik dari perbuatan maupun perkataan. Hal ini membuat bisnis Rasul mendapatkan keuntungan yang berkelanjutan. Dalam memilih emiten yang tepat di instrument saham, hendaknya kita pilih perusahaan yang menjalankan operasional dengan benar.
2. *Amanah*: Amanah yaitu dapat dipercaya, perusahaan harus menciptakan kepercayaan kepada masyarakat untuk mengurangi resiko yang akan terjadi. Perusahaan dengan karakter jujur dan terpercaya dalam menjalankan bisnisnya memiliki potensi sebagai pilihan investasi. Suatu perusahaan dengan manajemen perusahaan yang dapat dipercaya dapat dilihat dari reputasinya.
3. *Fathonah*: Perusahaan yang cerdas dapat dilihat jika perusahaan tersebut merupakan leader di sektornya, dan selalu memiliki produk baru yang inovatif, sehingga mampu selalu menjawab perubahan dan kebutuhan pasar.
4. *Tabligh*: konsep menyampaikan ini bisa diterapkan dalam memilih perusahaan yang rutin dalam menyampaikan laporan keuangan sebagai perusahaan terbuka.

SIMPULAN

Dalam hal ini bahwa manajemen resiko yang di terapkan oleh Nabi Muhammad SAW merupakan bagian untuk mengurangi terjadinya resiko-resiko pada pembiayaan yang tidak masuk kepada kategori dalam konsep manajemen, Bentuk pemasaran yang di lakukan oleh Nabi Muhammad menggunakan melihat kondisi-kondisi pasar pada waktu itu yang telah menjadi pada persaingan pasar yang kondusif dengan pemasaran yang di lakukan oleh Nabi dengan secara transparan, akuntabel dengan merujuk kepada sifat-sifat beliau.

Perusahaan juga harus memperhatikan pentingnya menggunakan strategi layanan untuk meningkatkan layanan karena merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap produk yang mereka gunakan. Kualitas Kepercayaan dan loyalitas pelanggan tidak hanya didasarkan pada produk yang baik; melainkan, mereka didasarkan pada penyediaan layanan terbaik, yang sebenarnya dapat mengubah minat pengguna. Sehingga dalam Islam, untuk dapat memanajemeni resiko pada perusahaan dapat mengikuti keteladanan Rasulullah SAW, yaitu dengan menerapkan sifat *Siddiq*, *Amanah*, *Fatonah* dan *Tabligh*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzkiya', Ubbadul. *Prophet Muhammad's Business Ethics: History, Teachings and Practice*. Semarang: books.google.com, 2021.
<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=M7sxEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=management+nabi+muhammad+context+management+business&ots=aE2RonMdbM&sig=OvAgV4IgszqrjIOLx83w4VPyAzM>.
- Aprijon. "Kewirausahaan Dan Pandangan Islam." *Jurnal Menara* 12, no. 1 (2013): 1–11.
- Azizah, F N. "Pembangunan Masyarakat Berbasis Pengembangan Ekonomi Pesantren Rubat Mbalong Ell Firdaus Tambaksari Kedungreja Cilacap ..." 6, no. 03 (2018): 645–53. <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/4598/>.
- Basri. "Management and Financial Transparency of Islamic Religious Organizations: The Case Study of Modern Islamic Boarding School in Contemporary. Indonesia." *Global Journal of Humanities & Social Sciences*, 2015.
- Dalil, Fitri Yeni M. "The Implementation of Hadiths About Honesty and Trust in Islamic Business Ethics." In *Batusangkar Internationa; Conference*, 341–49. Batusangkar, 2017.
- Damayanti, Fitri, and Tridahus Susanto. "Pengaruh Komite Audit, Kualitas Audit, Kepemilikan Institusional, Resiko Perusahaan Dan Return on Asset Terhadap Tax Avoidance." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 5, no. 2 (2015): 187–206.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Dan Terjemahan*. Bandung: Hilal, 2009.
- Hafidhuddin, Didin, and Hendri Tanjung. *Manajemen Syariah Dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2003.
- Hariyanto, Ishak, and Agus Dedi Putrawan. "Dakwah Kenabian Dan Konstruksi Masyarakat Khayalan." *Tasamuh* 16, no. 1 (2018): 1–24.
<https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.540>.
- Ibrahim, Abdul Halim, Noor Naemah Abdul Rahman, Shaikh Mohd Saifuddeen, and Madiha Baharuddin. "Maqasid Al-Shariah Based Islamic Bioethics: A Comprehensive Approach." *Journal of Bioethical Inquiry*, 2019.
<https://doi.org/10.1007/s11673-019-09902-8>.
- MANZANI, A, and D Fadhillah. "THE INFLUENCE OF APPLICATION OF SHIDDIQ, AMANAH, FATHANAH AND TABLIGH CHARACTERISTICS ON THE SUCCESS OF ONLINE SHOP BUSINESS." *Bilal Journal: Halal Economic Business*, 2021.
<http://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/362>.
- Moleong, Lexi J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edited by Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Mukhlis, AA, and S Gresik. "Prophet's Business Management." *Al-Iqtishod Journal*, 2020.
<https://jurnal.stai-alazharmenanti.ac.id/index.php/AlIqtishod/article/download/87/72>.
- Nafiuddin. "Memahami Sifat Shiddiq Nabi Muhammad SAW Perspektif Bisnis Syariah." *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 6, no. 2 (2018): 1–3.
- Nawatmi, Sri. "Etika Bisnis Dalam Perspektif." *Fokus Ekonomi (FE)* 9, no. 2 (2010): 50–58.
- Oktavia, Rima. "Syariah Entrepreneurship: Explore The Basic Values of The Islamic

Work Ethoh In The Business of The Rasulullsh.” *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy* 1, no. 2 (2021): 256–75. [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2926029&val=25819&title=ENTERPRENEURSIP SYARIAH MENGGALI NILAI-NILAI DASAR ETOS KERJA ISLAMI DALAM BISNIS RASULULLAH](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2926029&val=25819&title=ENTERPRENEURSIP%20SYARIAH%20MENGKALI%20NILAI-NILAI%20DASAR%20ETOS%20KERJA%20ISLAMI%20DALAM%20BISNIS%20RASULULLAH).

- Pheonix, Pustaka. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Team Pustaka Pheonix, 2017.
- Pradesa, Dedy. “Manajemen Strategi Dakwah Nabi Muhammad Pada Masa Awal Madinah.” *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 8, no. 2 (2018): 231–56. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v8i2.151>.
- Qardawi, Yusuf. “Aku Dan Al Ikhwan Muslimun.” In *Mudzakkirat Al Qaradhawi*. Jakarta: Tarbawi Press, 2007.
- Samad, Telsy Fratama Dewi, and Rosdalina Bukido. “Implementation of Normative on Business Activity in The Period of Rasulullah SAW.” *AKADEMIKA* 26, no. 1 (2021): 6.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Susanto, Andi. “Entrepreneurial Leadership Nabi Muhammad Saw Dalam Peristiwa Hijrah.” *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 3, no. 2 (2022): 335–56. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v3i2.191>.
- Susanto, Idil Rakhmat, and Tjiptohadi Sawarjuwono. “Konseptualisasi Perang Badar Sebagai Strategi Bisnis.” *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam* 22, no. 1 (2021): 63. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v22i1.6378>.
- Trianto, Budi, Nil Firdaus, and Danil Syahputra. “ISLAMIC MANAGEMENT: SEJARAH, KONSEP DAN PRAKTEK DALAM KEHIDUPAN SOSIAL.” *Jurnal Ekonomi Islam: Al Amwal* 7, no. 1 (2018).
- Zin, Zakaria bin Mat, and Faridah Hj Hassan. “Attributing Contemporary Leadership Moswla in Rasulullah (Peace Be Upon Him).” *Journal of Islamic Management Studie* 2, no. 1 (2018): 0–22. http://www.uib.no/sites/w3.uib.no/files/attachments/1_ahmed-affective_economies_o.pdf<http://www.laviedesidees.fr/Vers-une-anthropologie-critique.html>[http://www.cairn.info/lama](http://www.cairn.info/lama.univ-amu.fr/resume.php?ID_ARTICLE=CEA_202_0563%5Cnhttp://www.cairn.info/lama).